

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

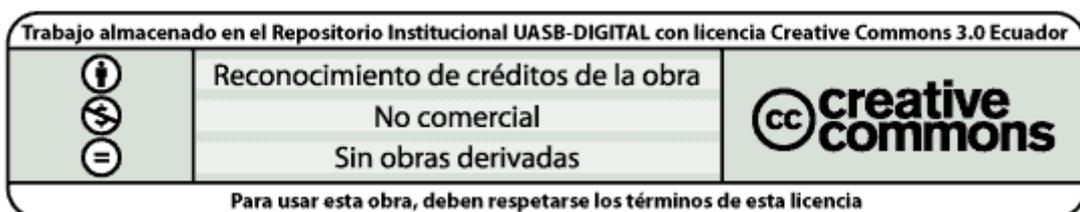
Área de Comunicación

Programa de Maestría en Comunicación

**Los videos caseros en YouTube y reformulación o cambio de la
noción público o privado**

Daniela Cristina Cabrera Loza

Quito, 2015



CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN DE TESIS

Yo, Daniela Cristina Cabrera Loza, autora de la tesis titulada “Representación de los videos caseros en YouTube y reformulación o cambio de la noción público o privado” mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de Máster en Comunicación en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtuales, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en Internet.

2. Declaro en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.

3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

Fecha: Septiembre 2014

Firma:.....

**UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR
SEDE ECUADOR**

ÁREA DE COMUNICACIÓN

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN

**REPRESENTACIÓN DE LOS VIDEOS CASEROS EN
YOUTUBE Y REFORMULACIÓN O CAMBIO DE LA NOCIÓN
PÚBLICO O PRIVADO**

ALUMNA: DANIELA CRISTINA CABRERA LOZA

TUTOR: IVÁN RODRIGO MENDIZÁBAL, c.Ph.D.

QUITO - ECUADOR

AÑO: 2014

ABSTRACT

La siguiente investigación busca identificar el proceso de uso y apropiación de las nuevas tecnologías de comunicación en la vida diaria de las familias quiteñas.

Pretendemos mostrar cómo esta apropiación de las nuevas tecnologías se ven reflejadas en el uso de las redes sociales, exclusivamente Youtube, produciendo prácticas sociales que rompen la antigua concepción de lo público frente a lo privado y lo íntimo, dentro del contexto social.

A través del empleo de las redes sociales, identificaremos que es lo que muestran los videos caseros producidos por familias quiteñas, desde el punto de vista antropológico social y cómo se han construido esas producciones en el ámbito doméstico y familiar, desde lo casero.

DEDICATORIA

A Dios y a mi familia por ser los motores que mueven mi vida.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por la vida y la sabiduría que me regala todos los días.

A mis maravillosos padres por haber inculcado en mí la responsabilidad y las
ganas de superación.

A mi esposo por caminar junto a mí impulsando mis proyectos.

A mis hermanos por ser una parte fundamental en mi vida.

A mis profesores que me regalaron un poco de su conocimiento.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN -----	8
CAPÍTULO I: NUEVAS TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN	
1.1 Cultura urbana, cultura mediática, cultura digital-----	10
1.2 Mutaciones del autor y del espectador-----	11
1.3 Prácticas de apropiación de las nuevas tecnologías-----	12
1.4 El Consumo /uso-----	12
1.5 Apropiación/producción de sentido-----	13
1.6 Antropología visual -----	14
1.7 Lo privado y lo público en la esfera social-----	15
1.8 La esfera pública-----	16
1.9 La esfera privada: la propiedad-----	17
1.10 La intimidad -----	19
CAPÍTULO II: EL VIDEO CASERO	
2.1 Cultura visual del video casero -----	20
2.2 Cine doméstico-----	21
2.3 La interpretación en el cine doméstico -----	23
2.4 Comunidades de comunicación -----	24
2.5 Cine autobiográfico, representación del “yo” -----	25
2.6 La pantalla como plataforma del ser-----	31
2.7 YouTube -----	32
CAPÍTULO III: EL VIDEO CASERO DE FAMILIAS QUITEÑAS EN YOUTUBE	
3.1 Subjetividades en Youtube-----	38
3.2 Lo público y lo privado en la visualidad de Youtube -----	45
3.3 Producción del video casero -----	48
CONCLUSIONES -----	51
BIBLIOGRAFÍA -----	53

INTRODUCCIÓN

El uso y apropiación de las nuevas tecnologías de comunicación en la vida cotidiana de los sujetos ha provocado que surjan nuevos espacios de representación en Internet.

Ya con los medios tradicionales de comunicación surgieron las audiencias activas, rompiendo el paradigma lineal de la comunicación, sin embargo; con el surgimiento de la Internet, cambia aún más el papel del emisor, convirtiéndose en autor de sus propias producciones culturales, que no había tenido cabida en los medios tradicionales de comunicación.

Esta idea de que el sujeto se convierte en emisor se potencializa con el uso y apropiación de las redes sociales en la vida cotidiana de las personas. Así, quienes tienen acceso a estas herramientas, han creado sus propios canales de comunicación como páginas en *Facebook*, *Myspace* y *Youtube*, para socializar con los otros sus prácticas, mostrar su cotidianidad, su día a día, sus subjetividades, que se construyen a partir de su bagaje cultural dentro de un contexto social determinado.

Sin embargo, el uso de la tecnología no es igual para todos, por las brechas digitales que existe, mientras para algunas personas es común tener un teléfono celular digital con cámara de fotos o video incluidas, así como cámaras de video, para otros estos aparatos tecnológicos son ajenos a su cotidianidad. En Ecuador, según datos del INEC, el acceso a Internet se ubica en un 40%, mientras que según el Ministerio de Telecomunicaciones, existiría una penetración del 50% de esta tecnología en los ecuatorianos (Espinosa 2014).

Las personas que tienen acceso o utilizan esta tecnología, aparte de emplearla en su trabajo o en el hogar, la vuelven parte de su vida cotidiana en sus momentos de ocio y distracción, porque estamos inmersos en unas prácticas culturales que acentúan la idea de pertenecer al espacio que crean las redes sociales en la red.

Muchos son los usos que la gente da a las redes sociales, es por esto que para centrar nuestra investigación partimos de la pregunta: ¿cómo se apropian de la tecnología, familias que viven en Quito, con la producción de videos caseros, colgados en *Youtube*, conjugando lo privado y lo público en la visualidad de esta red social?

Para indagar esta práctica nos centramos en analizar 12 videos de familias quiteñas que tienen un canal gratuito de *Youtube* y que subieron producciones de manera casera. Buscando durante el 2014 encontramos que en *Youtube*, con la categoría

“Familia Quito”, existen más de 6000 videos de corta duración y 100 de larga duración, de los cuales escogimos 12, porque guardaban las características del estudio: son videos producidos de manera casera, por un miembro de una familia que vive en Quito. El resto de los hallazgos eran videos de diversa índole como: noticias, publicidad, reportajes, promociones, etc.

Durante el análisis encontramos que los usuarios de los 12 videos escogidos, han colgado otros videos caseros, además de los analizados. Algunos tienen uno, otros cinco, otros ocho, y el que más producciones subió alcanza las 14. En total suman 64 videos caseros subidos a Youtube, sin sumar los 12 escogidos para el estudio. Esto constituye una mínima muestra de lo que se puede encontrar en la red. Utilizando otras categorías y filtros encontraríamos miles de producciones caseros.

De esta manera los sujetos se han familiarizado y apropiado del video en las redes sociales, convirtiéndose en un canal de comunicación donde los otros pueden reconocerlos en su cotidianidad. Se muestra lo privado y lo íntimo que antes se encerraba en las cuatro paredes del hogar, al público.

CAPÍTULO I

NUEVAS TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN

1.1 Cultura urbana, cultura mediática, cultura digital

La cultura urbana, es una cultura mediática, su núcleo central es la llamada comunicación masiva que se origina en los medios de comunicación, cuya presencia es lo que le caracteriza. Hoy por hoy hablar de cultura urbana es referirse a la cultura mediática, después del trabajo, sostiene Roberto Igarza (2009) la segunda categoría de actividad en orden de importancia es el consumo de medios de comunicación, como decía Castells, citado por Igarza: “vivimos con los medios y junto a los medios”. (Igarza 2009, 23)

La gran variedad de productos culturales generados por los medios que son consumidos diariamente, podría darnos la idea de que estamos inmersos en una cultura hegemónica, constituida por la cultura masiva de los medios. Aunque no para todos esto puede ser una realidad, lo que si hay que sostener es que la existencia en las grandes ciudades se ha digitalizado. De esta manera, “la vida urbana es una vida en la que los bits están por doquier. Los medios abunda y los contenidos en bits también”. (Igarza 2009, 23)

Los sujetos se han desplazado de los antiguos medios tradicionales de comunicación hacia los digitales, interactivos y en línea, sobre todo los que facilitan el acceso a redes sociales y a contenidos audiovisuales. El compartir contenidos propios y ajenos puede considerarse una de las actividades sociales que más crece proporcionalmente.

El fenómeno 2.0 ha transformado profundamente la relación con los demás, por tanto, no es un fenómeno meramente tecnológico sino social, que está vinculado con el compartir mediante la participación. Estas prácticas sociales 2.0 están transversalmente orientadas por la participación de los usuarios, cuyos hábitos de consumo también se modifican, con el empleo de internet.

Esta cultura digital es un fluido de producción de información y conocimiento inestable que está en permanente cambio y transformación, contraponiéndose a la que se desarrolló en Occidente en los siglos XIX y XX, donde primó lo sólido y estable.

Con la web 2.0 se modificaron las reglas tradicionales de elaboración, distribución y consumo de la cultura. En consecuencia, los objetos culturales que fueron

creados a lo largo del siglo XX como las publicaciones impresas, las fotografías, los discos, los cassettes, poco a poco han ido desapareciendo.

Las nuevas tecnologías de comunicación e información han provocado, o al menos han acelerado un amplia transformación en los mecanismos de producción, almacenamiento, difusión y acceso a la información, “generando nuevos actores (Internet, la telefonía móvil, los videojuegos y demás artilugios digitales) que están cambiando nuestra experiencia en múltiples aspectos: en el ocio, en las comunicaciones personales, en el aprendizaje, en el trabajo, etc.” (Area and Pessoa 2012,14)

1.2 Mutaciones del autor y del espectador

Desde que surgieron los medios modernos de reproducción de información, surgieron dos momentos conocidos como “democratización”: el primero, relacionado con los productos; el segundo, con los mismos medios de producción.

De esta manera, gracias a Internet, se consiguió una masiva divulgación de información, del conocimiento, del pensamiento y la creatividad humana. Una de las causas que provocó este fenómeno fue la reducción en los costos de producción y circulación de productos, alcanzando a los estratos sociales que antes jamás hubieran podido acceder.

Walter Benjamín defendió estas grandes transformaciones tecnológicas de la modernidad – aunque advirtiendo también de sus peligros-, “siempre y cuando la reproducción mecánica promueva la divulgación de información, imágenes o sonidos, hacia mayores capas sociales con el fin de que estas puedan apropiarse también de las técnicas de producción para desarrollar su conocimiento y expresión” (Durán 2012,102).

En cambio Huxley, citado por Durán (2012) sostiene que el desarrollo tecnológico ha contribuido a una multiplicación cuantitativa de información y de accesibilidad a los medios, que no siempre va acompañado con la calidad, lo que da como resultado un decrecimiento en la calidad de los productos, productores y consumidores: “banalización y vulgarización de la cultura” (Durán 2012,104).

En conclusión, lejos de sostener que mayor producción y accesibilidad de todo tipo de información, así como de sus medios genera una mayor democratización, ni que el aumento exponencial de información y de los usos de los medios, desembocaría en una vulgarización de los contenidos y una recepción acrítica de estos, nos enfocaremos

en observar las transformaciones que se producen en los sujetos del productor (o autor) y del receptor (espectador o usuario), centrándonos en el desarrollo de las tecnologías audiovisuales.

1. 3 Prácticas de apropiación de las nuevas tecnologías

Desde la introducción y apogeo de las nuevas tecnologías de comunicación e información (TIC) diversos son sus usos y apropiaciones que los individuos hacen de esta tecnología, por lo que analizaremos desde dos perspectivas, desde la del consumo o su uso y desde la apropiación.

1.4 El Consumo/uso

García Canclini (2009) propone “pensar el consumo no como simple escenario de gastos inútiles e impulsos irracionales, sino el lugar que sirve para pensar, donde se organiza gran parte de la racionalidad económica, sociopolítica y psicológica de las sociedades” (Canclini, 2009,16), desde esta perspectiva entendemos el consumo como un conjunto de procesos socioculturales donde se realiza la apropiación y usos de productos, donde prevalece lo simbólico frente a los de uso y cambio, por lo que según Canclini, “ser ciudadano no solo tiene que ver con los derechos que son reconocidos por el hecho de ser ciudadanos, sino también con las prácticas sociales y culturales que dan sentido de pertenencia e identidad”(Canclini 2009, 35).

Además señala, que para que pueda articularse el consumo como un ejercicio reflexivo de ciudadanía, su oferta debe ser diversificada y de acceso fácil y equitativo para las mayorías, debe existir información multidireccional y confiable acerca de la calidad de los productos y con la capacidad de refutar las pretensiones y seducciones de la propaganda. Por último debe tener una participación democrática de los principales sectores de la sociedad civil en las decisiones del orden, material, simbólico, jurídico y político, donde se organizan los consumos (Canclini 2009, 68-69).

Para que el consumo no sea únicamente una mera posición de objetos aislados, sino que exista una apropiación colectiva de bienes que dan satisfacción biológica y simbólica, que sirven para enviar y recibir mensajes.

En tanto que Morley (1996) sostiene que la compra y uso de aparatos tecnológicos como la televisión, la cámara de video, el cable, entre otros, así como la

incorporación en la vida cotidiana de los usuarios, como tecnologías y portadores de sentido, dejan de ser mercancías para constituirse en objetos de consumo.

El uso, parte importante del consumo, tiene que ver con la producción de sentidos: que no se agota en la posesión de los objetos, sino que pasa por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales (Barbero 1998, 231).

Con respecto al consumo de las tecnologías de comunicación e información, Scolari (2008) manifiesta que con el avance de las tecnologías y la estética hipertelevisiva, surgen nuevas formas de consumo, más flexible que reconfigura el concepto tradicional de audiencia. Los usuarios, además de consumir los productos culturales a través de los hipermedios, también generan contenidos y se mueven ágilmente en una red de documentos interconectados (Scolari 2008, 243 - 246).

A partir de la Web 2.0 “el consumidor no solo deja de ser consumidor individual, sino que también abandona el rol de simple consumidor para convertirse en prosumidor” (Scolari 2008, 248).

1.5 Apropiación/producción de sentido

Carroll, J. (2002) propone un modelo para explicar la apropiación de las tecnologías. Según este autor, esto implica una adaptación mutua, donde los usuarios reconfiguran las características de las TIC para utilizarlas en fines no previstos y al mismo tiempo sus prácticas son moldeadas por las TICS.

El modelo propuesto por varios investigadores australianos liderados por Carroll se denomina Modelo Genérico de Apropiación de la Tecnología (MTA) que establece tres niveles:

1) El primero se refiere a la evaluación inicial de la tecnología que se hacen los usuarios a partir de sus características que poseen, que se relaciona con los costos, la moda/estilo, la utilidad esperada, la facilidad de uso, características, capacidad de adaptación, la familiaridad y si los usuarios pueden ver la tecnología como “nuestra”. En función de esto el usuario la adopta o no.

2) Después de esta evaluación, las actividades de los usuarios son moldeadas por ésta. Además, en función de la maleabilidad de la tecnología, los usuarios pueden configurar, personificar o usarla para nuevos fines para la que fue

creada o combinarla con otros recursos de manera distinta para adaptarla a sus necesidades.

3) Se logra con el tiempo, cuando la tecnología se estabiliza en su uso y se convierte en parte integral de las actividades de los usuarios, y este nivel es lo que finalmente cierra el círculo de la apropiación (Carabaza 2012, 366)

Sin embargo, para estos autores, en el apareamiento de esta nueva tecnología también pueden existir tres escenarios posibles: 1) quienes no se apropien de la tecnología, porque no se ven atraídos hacia ella, 2) quienes se apropien, que constituyen los usuarios que prueban y adaptan algunos de sus atributos con el fin de satisfacer sus necesidades, y 3) quienes se desapropien (rechacen) después de haberla explorado y utilizado por un período corto o largo.

Para objetos de esta investigación analizaremos la apropiación que han hecho miembros de familias quiteñas de las nuevas tecnologías, a través de la red social YouTube, que permite subir videos caseros a la red de forma fácil y gratuita. Identificaremos cómo se da este proceso de apropiación de los consumidores de las nuevas tecnologías convirtiéndose en sujetos más activos, flexibles y productores de sus propios mensajes.

1.6 Antropología visual

La antropología visual ve los mundos visibles y gráficos como procesos sociales, en donde los objetos y las acciones son producidas con la intención de comunicar algo a alguien. Todo lo que realizan los seres humanos “pueden ser sujeto de investigación: sus expresiones faciales, trajes, los usos simbólicos del espacio, sus residencias y el diseño de espacio que habitan, así como la completa gama de artefactos pictóricos que producen” (Jay 2007, 13)

Esta antropología visual proviene de la creencia de que la cultura se manifiesta a través de símbolos visibles albergados en gestos, ceremonias, rituales, y artefactos instalados en ambientes construidos y naturales.

En los últimos años se ha producido un renovado interés por la imagen y las diferentes posibilidades que ofrece en la investigación social, constituyéndose un eje central para el análisis de las ciencias sociales. Es así, que “la antropología visual

introdujo tempranamente un enfoque interdisciplinar para abordar y trabajar con y desde las imágenes, enfoque que resulta necesario para comprender las complejas dinámicas (técnicas, políticas, estéticas, afectivas y simbólicas) que atraviesan y que configuran las visualidades en las sociedades actuales” (Casasbuenas 2013, 2).

Ya que el espectro visual va mucho más allá que la simple producción de imágenes y representaciones visuales, en la medida de que nuestra vida social es visual en formas muy distintas y a veces contraintuitivas. Las cosas que nos rodean, al cruzar la calle, como los edificios, casas, son símbolos significativos que llevan su carga de significación por medio de formas visuales, al igual que las imágenes. Lo que llevamos puesto o como nos comportamos con los demás (el vestido, el gesto corporal) significan, cuando lo utilizamos para crear identidades, marcar diferencia con los otros, o reafirman nuestra situación dentro de un grupo social.

En consecuencia, el estudio de la visualidad no puede centrarse únicamente al estudio de las prácticas que representan, sino que estas deben ser entendidas en el conjunto de las prácticas sociales, por lo que la investigación en antropología o sociología visual no se limita solo al estudio de la imagen, sino que se extiende a todo lo que puede ser visible y observable.

La observación y el análisis de las formas sensibles en las que habitamos, nos es útil para comprender los procesos culturales, que pueden observarse en álbumes de fotografía familiares, o en videos caseros que circulan en la internet como en Youtube, y que serán analizados en esta investigación.

1.7 Lo privado y lo público en la esfera social

Los términos público y privado se transformaron con la emergencia de la sociedad. En la antigua Grecia los hombres que estaban dentro de la esfera privada, eran los esclavos, porque no poseían una propiedad y por tanto no podía ser parte de la esfera pública, ya que no alcanzaban el estatus de ciudadano.

En la civilización romana, la *res pública* se consideraba a cualquier lugar abierto a la población, pero en la época feudal la condición secular se transforma en lo que fue el recinto de lo privado. Es así que todo lo que era privado, encerraba las actividades humanas y las relaciones entre éstas, mientras que lo público, era un modo de representación pública del dominio.

De aquí surge lo que Habermas denomina *la publicidad representativa*, considerada como “característica de status”. El señor feudal es el poseedor de *status* y que representa públicamente un poder siempre “elevado”. “La noción de esa representación se ha conservado hasta en la más reciente doctrina constitucional. De acuerdo con ella, la representación sólo puede “darse en la esfera de la publicidad [...] no hay representación que pueda considerarse “asunto privado” (Habermas 1994, 46)

Por consiguiente, esta única persona pública, el monarca personificaba “el Estado”, pero en la Europa Medieval, cuando ya no existe el señor feudal, se termina vinculando los asuntos públicos con los gubernamentales.

Para mediados del XVI el término *privado* se oponía a la *esfera pública* en tanto exclusión del aparato gubernamental: lo privado como lo contrario de *común, estatal, colectivo y público*.

De esta manera lo público, donde se admite la igualdad de los participantes, se contrapone a los privado –la familia, el intercambio de mercancías, el trabajo social y de lo estatal, así podemos definir a la esfera pública, como aquella donde “las personas privadas se reúnen en calidad de público” (Habermas 1994, 65).

Con el surgimiento de los medios de comunicación, comenzando con la imprenta, han surgido nuevas formas de propiedad pública *mediática*, que no se encuentran localizadas en el espacio y en el tiempo: “separan la visibilidad de las acciones y acontecimientos del hecho de compartir en un espacio común”(Thompson 316).

1.8 La esfera pública

Hannah Arendt, en su obra *La Condición Humana* (2005), considera que la palabra público significa dos fenómenos relacionados. El primero es que todo lo que aparece en público puede verlo y oírlo todo el mundo y tiene la más amplia publicidad posible. En tanto que “para nosotros, la apariencia –algo que ven y oyen otros al igual que nosotros- constituye la realidad” (Arendt 2005, 71).

Esto se compara a la realidad que proviene de lo visto y oído, incluyendo a lo íntimo (los pensamientos, las delicias de los sentidos, las pasiones del corazón), que pueden ser externalizadas, para la aparición pública, a través de la narración de historias que no necesariamente tienen que tener forma artística.

Lo que experimentamos en privado o en la intimidad, las mostramos en una esfera donde adquieren una especie de realidad cuando “los otros ven lo que vemos y escuchan lo que oímos”, asegurándonos de la realidad del mundo y de nosotros mismos.

Según Arendt (2005), todas las sensaciones de la realidad dependen de la apariencia y por lo tanto de la existencia de una esfera pública, sin embargo; existen, además, otras cosas que no pueden salir de la esfera privada a lo público, ya que en la escena pública se considera aquello que es apropiado para ser visto u oído, “de manera que lo inapropiado se convierte automáticamente en asunto privado” (Arendt 2005, 72)¹.

En segunda instancia, el término público esta constituido por el propio mundo, que es común a todos nosotros, que no significa la tierra o la naturaleza donde habitamos, sino que hace referencia a los objetos fabricados por la mano del hombre, la esfera pública nos junta e impide que caigamos uno sobre otro.²

Youtube se convierte en esa esfera, donde las personas muestran lo privado y lo íntimo con lo que sus acciones adquieren la categoría de realidad ya que pueden ser escuchadas y vistas por los otros, pero que a su vez están dentro de lo que es considerado apropiado para los otros, ya que lo inapropiado quedaría vetado.

1.9 La esfera privada: la propiedad

Según Arendt (2005) la privación de lo privado radica en la ausencia de los demás, es decir; el hombre que no aparece es como que si no existiera, esta carencia de relación “objetiva” con los otros y de la realidad que garantiza el ser visto u oído por los otros, se ha convertido en el fenómeno de masas de la soledad. Por lo que la sociedad de masas no solo destruye la esfera pública sin también la privada. Quita al hombre no solo su lugar en el mundo sino también de su hogar privado, donde en otro tiempo se sentía protegido del mundo.

En la antigüedad la propiedad significaba el tener un sitio de uno en alguna parte concreta del mundo y por lo tanto pertenecer al cuerpo político, es decir; ser la cabeza de una familia y así formar la esfera pública. “El rasgo no privativo de la esfera

¹ El amor, por ejemplo, a diferencia de la amistad, muere o, mejor dicho, se extingue en cuanto es mostrado en público. (“Nunca busques contar tu amor/ amor que nunca se puede contar”) Debido a su inherente mundanidad, el amor únicamente se hace falso y pervertido cuando se emplea para finalidades políticas, tales como el cambio o salvación del mundo. Hannah Arendt, *La condición humana*, Paidós, Madrid, 2005.

² Lo que hace tan difícil de soportar a la sociedad de masas no es el número de personas, o al menos no de manera fundamental, sino el hecho de que entre ellas el mundo ha perdido su poder para agruparlas, relacionarlas y separarlas. *Ibidem.*, p.73.

familiar se basa originalmente en ser la esfera del nacimiento y de la muerte, que debe ocultarse de la esfera pública porque acoge las cosas ocultas a los ojos humanos e impenetrables al conocimiento humano” (Arendt 2005, 81).

Es decir; lo privado era semejante al aspecto oscuro y oculto de la esfera pública, y si ser político significaba alcanzar la más elevada posibilidad de la existencia humana, carecer de un lugar privado propio (como era el caso del esclavo) significaba dejar de ser humano.

La sociedad al entrar a la esfera pública, se transformó en una sociedad de propietarios, que no exigieron el acceso a la esfera pública, en cambio; debido a su riqueza, pidieron protección para acumular más riqueza.³

Por lo que público y privado coexisten en la sociedad, y poco a poco se ha ido extinguiendo su diferencia, por la sumersión de ambas en la esfera de lo social, de ahí que podemos evidenciar las consecuencias para la existencia humana cuando desaparecen las esferas pública y privada, “la primera porque se ha convertido en una función de la privada y la segunda porque ha pasado a ser el único interés común que queda” (Arendt 2005,84)

En este contexto, el surgimiento de la intimidad como descubrimiento moderno, parece un vuelo desde el mundo exterior a la interna subjetividad del individuo, que estaba protegido por la esfera privada, es así que la propiedad moderna perdió su carácter mundano y se localizó en la propia persona, lo que el individuo solo puede perder con su vida. La diferencia entre lo que tenemos en común y lo que poseemos privadamente radica en primer lugar en que nuestras posesiones privadas que usamos y consumimos a diario, se necesitan mucho más apremiante que cualquier porción del mundo común; sin propiedad, como señaló Locke, “lo común no sirve”

Otra característica es que las cuatro paredes de la propiedad de uno ofrecen el único lugar seguro y oculto del mundo común público, no solo de todo lo que ocurra en él sino también de su publicidad, de ser visto y oído

Lo más sintomático de la naturaleza de estos fenómenos, estriba en que los pocos residuos de lo estrictamente privado se relaciona, incluso en nuestra propia civilización, con las “necesidades”, en el sentido original de ser necesarias por el hecho de tener un cuerpo” (Arendt 2005, 87-88).

³En palabras de Bodin, el gobierno pertenecía a los reyes y la propiedad a los súbditos, de manera que el deber de los reyes era gobernar en interés de la propiedad de sus súbditos. Hannah Arendt, *La condición humana*, Paidós, Madrid, 2005.

1.10 La intimidad

Para Habermas la intimidad surge tras la institucionalidad de una privacidad inserta en lo público, se constituye la familia como lo dominante en las capas burguesas cuya privatización de la vida se destacó desde el cambio en la arquitectura de las casas, donde los espacios grandes fueron reducidos a su máxima expresión, que lleva hacer más amigable para que habite un individuo, que la familia (Habermas 1994, 82).

La línea fronteriza entre la esfera privada y la publicidad atraviesa la casa, estas personas privadas, que habitan dentro de los hogares no salen a la sociedad, permanecen en la vida privada que se ha perfilado en el espacio interior de la familia nuclear patriarcal.

Las personas viven una emancipación psicológica, aunque a la esfera privada de la familia le gustaría estar independientemente desprendida de todo vínculo social, que a su vez le es imposible porque depende de la esfera del trabajo y del tráfico mercantil.

En la esfera de la intimidad pequeño-familiar, las personas se conciben como independientes incluso de la esfera privada de sus actividad económica, como hombres que pueden contraer relaciones puramente humanas, es así como aparecen las primeras cartas donde exponen la subjetividad de las personas, donde plasman sus sentimientos, dice Habermas, “la carta es considerada, según el léxico de la época –que tanto debe a Gellert-, “estampa del alma”, una “visita del alma”; las cartas quieren ser escritas con sangre del corazón, quieren ser, precisamente por eso- lloradas (Habermas 1994, 86).

Es así como lo más íntimo de lo privado se incarta en lo público, y quienes leen esas cartas son las personas privadas que se convierten en público, que razonan también públicamente sobre lo leído, este público es el que se fue formando en las tempranas instituciones de las casas de café, que se convierten en la publicidad literario donde la subjetividad de origen íntimo y pequeño-familiar llega a un entendimiento consigo mismo y acerca de sí misma.

CAPÍTULO II

EL VIDEO CASERO

2.1 Cultura visual del video casero

Vivimos inmersos en un mundo visual con una capacidad técnica enorme para producir y hacer circular imágenes con ayuda de medios electrónicos que están al alcance de nuestras manos. Al transitar por las calles, en nuestro hogar, en la oficina, frecuentemente se puede mirar a gente grabando con una cámara de video o de su celular todo lo que pasa a su alrededor, para luego difundir esas grabaciones a todo el mundo a través de Internet.

La práctica del cine doméstico o *amateur* no es nueva, desde el apareamiento de la televisión surgieron constructos audiovisuales marcados, desde su misma concepción, por rasgos muy diferentes de los del producto cinematográfico: fragmentación, brevedad, interrupción e inmediatez.

Desde que el cine dio sus primeros pasos existió el ímpetu por filmar la propia subjetividad, Magali Sarfatti Larson, citado por Domínguez, explica que la cultura *amateur* surge como réplica a la profesionalización y especialización establecidas por la mentalidad burguesa: frente a una serie de privilegiados que realizaban una profesión por haber sido iniciados en sus rituales secretos, el amateur propone realizar esa actividad en la esfera privada y por simple placer (Domínguez 2007).

El filmar el entorno familiar privado está relacionado con el aumento del tiempo de ocio, la misma tecnología que empleaba Hollywood para crear sus películas es miniaturizada a nivel doméstico para registrar las actividades íntimas. Patricia Zimmerman explica como paralelamente a la estandarización de la película de 35mm en 1908 por Eastman Kodak, se ensayan en los primeros años del siglo XX otros pasos de proyectar que van desde los 28, 22 y 21mm al 9 y 9,5mm; finalmente Kodak saca a la venta en 1923 un equipo de cine amateur y estandariza el 16mm como paso ideal de ese cine amateur y alternativo a la norma dominante. “Así se pasa del observador controlado por el aparato durante la proyección, al observado que controla este aparato según sus deseos y necesidades” (Cueto 2007, 31).

2.2 Cine doméstico

El cine doméstico está realizado en su mayoría para ser contemplado por los mismos miembros de la familia, quienes vivieron los acontecimientos, ellos son los nuevos protagonistas de las cintas domésticas. En consecuencia, no poseen una estructura narrativa convencional ni una construcción coherente porque preexisten en la memoria de los participantes.

Esta definición que consiste en la determinación de una dirección comunicacional específica, el eje familiar, que es suficiente para distinguir el cine doméstico de otros tres tipos de producciones no profesionales: películas *amateurs*, películas militantes y las que son realizadas por estudiantes en el eje pedagógico.

Varias son las figuras recurrentes del cine doméstico, Cuevas señala algunas de ellas:

- Ausencia de clausura. El cine doméstico no tiene marcas de inicio (créditos) ni marcas de final. El espectador es sumergido de entrada en medio de una acción y el final irrumpe de improviso. “El cine doméstico parece destinado a un permanente estado de inoclusión; no es un texto, es si acaso un fragmento de texto” (Czach 2010, 66).

- *La dispersión narrativa.* El cine doméstico no hace explícitas, en general, las relaciones entre las acciones que vemos, y esas mismas acciones, además, suelen estar tratadas de manera incompleta. No cuenta con una historia: desgarrar fragmentos de acciones.

- *Una temporalidad indeterminada.* El cine doméstico respecto al tiempo está destinado al orden cronológico más primario; no hay vueltas al pasado ni al futuro, tampoco relaciones de simultaneidad. Ofrece una serie de momentos temporalmente indeterminados.

- *Una relación paradójica con el espacio.* En el cine doméstico el número de planos testimonia una indiferencia total respecto al espacio en que se desarrolla la acción. “Ofrece espacios fácilmente identificables –paisajes como la bahía de Río o el mar de hielo; monumentos como la Torre Eiffel, el Big Ben o la Esfinge; escenas pintorescas como la salida de los pescadores en Bretaña o un partido de pelota vasca–, pero sin consagrarles un desarrollo suficiente para que el espectador se haga una idea más precisa” (Liz 2010).

- *La fotografía animada.* La mayoría de individuos que hacen cine doméstico se iniciaron en la fotografía; al pasar al cine o al video, las personas, a menudo, continúan presas de la antigua práctica, de ahí se puede visualizar que los numerosos planos en los que el cine doméstico no es otra cosa que fotografías animadas: fotografías de grupos o de varios miembros de la familia posando ante un monumento o un paisaje.

- *Las miradas a cámara.* Los actores de cine no miran a la cámara, ya que según los teóricos, mirar a la cámara es denunciar la filmación y comprometer así la creencia en la existencia del mundo representado. El cine doméstico multiplica las miradas a la cámara o, más exactamente, las miradas a quien maneja la cámara: se le hacen señas con la mano, se le dice “buenos días”, se le habla, se le pide que pare de rodar.

- *Los saltos.* “El cine doméstico ignora los procesos de homogenización que permiten dar coherencia a la sucesión de planos: *raccord* de movimientos, *raccord* de miradas, planos de corte; viola alegremente la regla de los 180 grados, la regla de los 30 grados, la regla del campo –contracampo. De ahí los vacíos, las rupturas y los saltos más que evidentes” (Czach 2010, 69).

- *Interferencia de la percepción.* El cine doméstico conlleva numerosos fragmentos durante los cuales la percepción se difumina: imágenes desenfocadas, movidas, rayadas y los negros. La generalización del zoom ha gravado considerablemente esta tendencia por la falta de estabilidad y de profundidad de campo ligada a las focales largas. En cuanto al sonido existe una agresión sonora a las interferencias de la imagen: ataques bruscos en medio de una frase o una palabra, cambios bruscos en medio de una frase o una palabra, ruidos de micrófono, secuencias inaudibles, etc.

Descrito de esta manera al cine doméstico parecería una lista de errores y tropiezos que parece confirmar la idea de que es un mal cine. Sin embargo, “estas figuras pueden resumirse en dos grandes defectos: el hecho de que el cine doméstico esté desprovisto de construcciones susceptibles de organizarlo en un todo coherente; y la existencia de saltos y figuras de interferencias que hacen las filmaciones difíciles de ver, y casi agresivas con sus espectadores” (Liz 2010, 41-44).

2.3 La interpretación en el cine doméstico

Las películas domésticas comparten una similitud estética con los noticieros y con algunas formas documentales en su proceso de producción, cámara en mano y filmar el día a día de los sujetos o de un grupo de personas que pertenecen a una misma comunidad como la familia, que será interpretado como algo verdadero y auténtico documento de la realidad. Revelan, “como en cualquier fotografía la manera en que la gente miraba, vivía y actuaba. Aportan una información que, de otra forma, tendríamos que recopilar de fuentes muy diversas; reconstruyendo un estilo de vida, una manera de ser y la auténtica apariencia de gente que es captada mientras comparte unos breves momentos de sus vidas con nosotros” (Czach 2010, 71).

Tom Waugh, señala que al hablar de cine documental, implica una ausencia de elementos de interpretación, actuación, puesta en escena, dirección, etc., aspectos que diferencian de la forma documental de la narrativa de la ficción. Los actores en las películas domésticas generalmente son personas reales interpretándose a sí mismas, por lo que surge un estilo de interpretación único que suele relacionarse con la cuestión de la conciencia de que existe una cámara que los está filmando. Naremore sostiene que “cuando la cámara coge desprevenida a la gente, las personas se convierten en objetos a los que observar y normalmente aportan evidencias sobre el papel que desempeñan en la vida cotidiana. Cuando saben que están siendo fotografiados, actúan de otra manera” (Cach 2010, 71).

Así, una representación natural no se apoya en la interpretación, sino en las personas realizando sus tareas rutinarias, ya que rara vez, quienes participan en películas domésticas pueden actuar como si la cámara fuera invisible, especialmente porque a menudo la persona que filma es un miembro de la familia y miembro activo quien también participa en los acontecimientos filmados, aunque se sitúe fuera del campo. Las películas domésticas que dan cuenta de la vida privada y la vida diaria rara vez se muestran proclives a evitar la cámara. Al contrario reconocen su presencia, eso se evidencia cuando los sujetos del cine doméstico miran directamente a la cámara, sonrían y saludan con la mano, sacan la lengua o se tapan la cara, realizan todo tipo de gestos, demostrando a los espectadores que están siendo filmados y se involucran (o se molestan) en el proceso.

El intercambio performativo que caracteriza al cine doméstico, tiene sus antecedentes en los inicios del cine, en *El desayuno del bebé*, una de las primeras

películas de los hermanos Lumière, descrita por muchos como la primera película doméstica, en esta cinta, la proximidad visual de sus sujetos, junto con los movimientos contenidos, el vestuario y el lugar físico donde se graba la escena, proporciona a los espectadores pistas de la posición acomodada de la familia (Czach 2010, 83).

Así mismo, existe una relación entre el cineasta y el sujeto filmado: el tío Louis filma a su sobrino, mostrando una relación más personal, Arthur describe esta relación como un “intercambio performativo entre observador y observado” (Czach 2010, 84). Este intercambio performativo es diferente de otros modos de hacer cine, la relación entre el cineasta y el sujeto es al mismo tiempo personal y privada y la película revela una proximidad y una familiaridad entre el observador y el observado que rara vez se capta de otra forma.

En consecuencia, las condiciones y circunstancias de las películas domésticas filmadas en la esfera privada para el consumo privado dan lugar a un estilo único de interpretación, a diferencia de la negación de la cámara que es una característica vital en el cine narrativo y documental, el sujeto de una película doméstica es consciente de la presencia de la cámara, esta percepción no necesita ser entendida negativamente, como autoconciencia o extrañeza, sino que debe comprenderse como un modo de interpretación.

En medio de todo esto, los espectadores también se involucran en estas películas de una manera distinta a la de las películas de ficción o documentales, no se presentan como meros espectadores sino que son participantes y cómplices en afirmar la performatividad del cine doméstico.

Así pues, no es extraño sentirse como un interlocutor cuando vemos películas domésticas de desconocidos. Somos bienvenidos en las vidas de las personas que no conocemos, con sus sonrisas, saludos y guiños. Su cálida acogida explica la atracción que puede ejercer el cine doméstico. Cuando el sujeto de una película doméstica mira a la cámara y saluda, participamos de esta intimidad, y ese gesto reconoce la presencia no sólo del cineasta y la cámara, sino también la nuestra (Czach 2010, 85).

2.4 Comunidades de comunicación

Los espacios de comunicación del cine personal experimental y del cine doméstico poseen un rasgo común: constituyen “comunidades de comunicación”. En el caso del cine doméstico, la familia constituye el espacio de comunicación. En efecto,

según Hannah Arendt, citado por Laurence Allard, el juicio, que supone la interpretación de una obra, “es una actividad importante según la cual se produce el *compartir el mundo* con los semejantes”. Compartiendo un gusto común, elegimos una “compañía”; comunicando sentimientos, placeres y satisfacciones desinteresadas, revelando elecciones y elegimos compañía. (...) Una comunidad de interpretación es entonces también un comunidad electiva, afín” (Allard 2010, 269).

De esta manera, un tipo de producción cinematográfica puede llevar a algunas personas a agruparse y crear “formas de vida” específicas. Tanto el cine doméstico como el personal tienen en común su inteligibilidad en el seno de comunidades de comunicación propias, ya sea bajo una forma orgánica o en una forma de afinidades, que eran recibidas y realizadas en el seno de comunidades de interpretación restringidas, sin embargo; con Internet, esto cambia totalmente, ya que el consumo de este tipo de cine ya no se queda únicamente en el ámbito privado, puede ser visualizado por todo el mundo, creando nuevas comunidades de comunicación que se enlazan en redes como *YouTube*. A las películas domésticas todos pueden acceder, comentar, enviar a algún amigo, rompiendo la barrera de lo que era privado y convirtiéndolo en totalmente público.

2.5 Cine autobiográfico, representación del “yo”

El arte cinematográfico se ha evocado a narrar las realidades más íntimas, privadas y cercanas de las personas, el gesto de volcar la cámara “hacia dentro”, hacia lo más próximo y personal e incluso hacia el propio “yo”, parece ser una operación connatural al propio medio desde su nacimiento. En las primeras filmaciones de los hermanos Lumière en los inicios del cine, “la comida del bebé, primera *home movie* de la historia del cine, registra una sencilla toma en plano secuencia de encuadre fijo, donde se ve al propio Auguste Lumière y a su mujer en la mesa de la terraza del hogar una mañana cualquiera, dando de comer a su pequeña hija, marcando el preludio de la larga historia que entrecruzarán los caminos del cine autobiográfico con el cine doméstico familiar y el modo *amateur* (Labbé 2011).

Estos eventos que podrían no tener ninguna trascendencia son en realidad muy significativos, ya que están cargados de un gran valor emocional y de la espontaneidad de la vida cotidiana. Así.

Las *home movies* constituyen un gozne que permite múltiples vaivenes intersticiales entre los diversos registros del documental del “yo”, además de conformar un vestigio visual de aquello que ya no está, transformándose en “huellas”; dominios imaginarios en los que el tiempo histórico es evocado como experiencia y como inscripción del pasado en el presente (Labbé 2011).

Otro hito histórico para la experimentación de la subjetividad cinematográfica lo constituyen clásicos como: la película manifiesto del Cine Ojo, “El hombre y la cámara” de Dziga Vertov (1929); o los autorretratos filmados de Man Ray, “*Autoportrait*” (1930), “*Courses landaises*” (1935) y “*La Garoupe*”. En estos mismos años el teórico húngaro Béla Balasz (1931) ya habría predicho el potencial del cine *amateur* de importancia tan grande como los diarios íntimos y las autobiografías escritas, “anticipándose a lo que décadas más tarde sería el apogeo de las “autocinemabiografías” o “*autobiografilmés*” (Labbé 2011).

A finales de los años 90 se evidencia una irrupción definitiva y producción sostenida de autobiografías, diarios íntimos y personales, no solo como manifestaciones excepcionales, a menudo experimentales y marginales al *mainstream* de las industrias cinematográficas más robustas (principalmente Estados Unidos y Europa), sino como tendencia que se consolida alrededor del mundo. “La emergencia de este verdadero *boom* de un “cine en primera persona” –expresión que ya en 1947 empleara Jean Pierre Chartier en un artículo fundacional para el cine autobiográfico:

Les Films à la première personne et l’illusion de réalité au cinéma”- se explica en parte por la preeminencia que se ha dotado (desde la historia, la sociología, las ciencias humanas en general y por supuesto también desde las artes, sobre todo las literarias y cinematográficas) a las expresiones subjetivas que reivindican la memoria (Labbé 2011).

El cine contemporáneo de no ficción ha demostrado su divorcio con la pretendida objetividad atribuida casi por defecto al documental y se ha decantado hacia la vocación subjetiva e introspectiva de las formas narrativas autobiográficas, hasta que en la actualidad estas producciones de naturaleza “yoica” predominan en espacios de exhibición y distribución de cine documental. Para Renov (2004) la subjetividad ha sido la tendencia determinante del cine de no ficción contemporáneo.

Existen tres formas más recurrentes para la puesta en escena fílmica de la subjetividad: el diario de vida, el diario de viaje; y el autorretrato:

a) Diario de vida cinematográfico.- Por la dificultad de definir qué significa una vida y cuáles de sus eventos, memorias, gestos o personas son significativos, nos

referiremos al “diario de vida filmado”, como crónicas personales registradas a lo largo de períodos de prolongados de vida de una persona, donde se plasman y recogen vivencias cotidianas, relaciones afectivas y familiares. “No se trata simplemente de una acumulación de hechos o anécdotas; como dispositivo de la autobiografía, el diario de vida surge de la necesidad de dar sentido a la experiencia –tal como señala el filósofo W. Dilthey– “la autobiografía es una comprensión de sí mismo” (Labbé 2011).

En el cine doméstico el diario fragmentario es una de las prácticas más comunes, los individuos generalmente cuando suelen irse de viaje, van grabando episodios fragmentarios de los lugares que visitan, con el fin de que permanezcan sus recuerdos en el tiempo. Antes estos recuerdos eran presentados la mayoría dentro del grupo de amigos o familiares quienes podrían participar de la experiencia, quedándose en la esfera privada, ahora con Internet ya puede estar al alcance de todo el mundo.

b) *El diario de viaje filmado.*- Estas suertes de *road movies* documentales también dan cuenta de la intimidad de una vida cotidiana en tránsito, los cruces con el diario fílmico son múltiples, pero se diferencian de éstos por la íntima búsqueda identitaria y genealógica en que se embarcan sus autores, comúnmente personas desplazadas, desterradas o desarraigadas: “Estos cineastas buscan explorar en la identidad del “yo” y sus fisuras, interrogar las grietas de la memoria, recomponer la identidad escindida y corporeizar los espectros del pasado en personas concretas, lugares palpables, objetos y formas que se fijan y se prolongan, no solo en la fragilidad de la memoria, sino en la materialidad del celuloide, en un tiempo y un espacio fílmicos” (Labbé 2011).

c) *El autorretrato videográfico* .- Una de las más recientes exploraciones dentro de las vastas formas de autorepresentación del sujeto a través del audiovisual son los autorretratos. En las artes visuales, el autorretrato ha transitado históricamente desde el campo de la pintura a la fotografía, luego al cine y más tarde al vídeo, fraguándose éste último como la plataforma privilegiada para su evolución.

Las concepciones y los modelos alrededor de la intimidad, la subjetividad y la autorepresentación, no surgen deslindados de los medios con que se construyen tales discursos sino, muy por el contrario, son en gran medida consecuencia de la relación entre los ámbitos representacionales y los ámbitos tecnológicos. Las nuevas tecnologías de comunicación a través de Internet han permitido el surgimiento de plataformas hipertextuales tales como: blogs, páginas webs personales, *Facebook*, *YouTube*, que abren infinidad de posibilidades para las nuevas formas de autoinscripción que

colonizarán las prácticas “autocinemabiografías” del siglo XXI, cambiando totalmente la manera de ver y consumir las imágenes. De este modo:

Si hasta hace poco los relatos privados alrededor de la intimidad conservaban un rasgo introspectivo para la narración de la experiencia personal, hoy la producción de sentidos en torno al ethos subjetivo se encuentra atravesada por el fenómeno de la exhibición, facilitada por la democratización de estos nuevos dispositivos para la autoexpresión y la posibilidad virtual de alcanzar a una audiencia universal cada vez más accesible en esta era de la circulación y recepción de imágenes, sin aparente frontera, con todos los inconmensurables efectos mediáticos y las insospechadas implicancias políticas que ello conlleva” (Labbé 2011).

El protagonista es el yo que se hace visible, en medio de este mundo globalizado se percibe el desplazamiento de aquella subjetividad “interiorizada” hacia nuevas formas de autoconstrucción, donde aparece un ser más epidérmico y dúctil, que se exhibe en la superficie de la piel y de las pantallas.

Los muros que servían como refugio para proteger a las personas de los peligros del espacio público y ocultar su intimidad, ahora se dejan infiltrar por miradas mediatizadas o mediadas, que ensanchan los límites de lo que se puede decir y mostrar. Sibilia dice: “De las *webcams* a los paparazzi, de los *blogs* y *fotologs* a *YouTube* y *MySpace*, desde las cámaras de vigilancia hasta los *reality-shows* y *talk-shows*, la vieja intimidad se transformó en otra cosa. Y ahora está a la vista de todos” (Sibilia 2008).

Con ayuda de las *webcams* se logró realizar los primeros registros de lo que ocurría en las casas de los usuarios, un fenómeno que llamó la atención en los últimos años del siglo XX: “Ahora ya son varios los portales que ofrecen links para miles de *webcams* del mundo entero (...) sitios que permiten exhibir e intercambiar videos caseros. En esta categoría *YouTube* constituye uno de los furores más recientes de la red: un servicio que permite exponer pequeñas películas gratuitamente y que ha conquistado un éxito estruendoso en poquísimo tiempo” (Sibilia 2008, 16).

Es idóneo para el *upload* de videos cortos, de captura o instantáneas que exaltan las emociones, es un transporte continuo de conductas, fracasos errores o situaciones que excitan algún tipo de sensación humana. En este contexto,

(...) un sistema de circulación de hechos de la vida cotidiana que provocan reacciones sociales: esperanzas y desesperanzas, miedos e inseguridades, heroísmos y fracasos, estupideces y mucho más. (...) solo se transmite en forma de instantáneas: el momento preciso; la sociedad líquida ya no espera discursos, quiere desenlaces, estimular sensaciones como si fueran drogas para hacer llevadera la vida (Sanabria 2011, 224).

Al desmoronarse aquellos muros que separaban los ambientes públicos y privados en la sociedad industrial, a través de las nuevas tecnologías, se han hecho visibles la intimidad de cada uno y de todos en general,

(...) el *homo privatus* deberá metamorfosearse. Parece tratarse de un gran movimiento de mutación subjetiva, que empuja paulatinamente los ejes del *yo* hacia otras zonas: desde el interior hacia el exterior, del alma hacia la piel, del cuarto propio a las pantallas de vidrio (Sibilia 2008, 104).

En un inicio, los diarios íntimos proliferaron a fin de convertirse en útiles herramientas para la autoconstrucción, en esos diario íntimos los sujetos modernos registraban todo lo que sucedía a sus alrededor, tanto en su manifestación exterior (público) como interior (privado). Igualmente surgen ciertos medios de comunicación que contribuyeron a producir ciertas configuraciones subjetivas y corporales: ciertas formas de ser y estar en el mundo. Estos se convirtieron en instrumentos para la autocreación, que dieron origen a modalidades subjetivas y corporales especialmente afinadas con diversos modos históricos de percibir, experimentar y comprender el mundo.

En éstos ambientes privados que florecieron en el siglo XIX, ayudados por los diarios íntimos y otros dispositivos de autoexploración, los sujetos modernos se volvían hacia dentro de sí. “Los autores de estos diarios íntimos de la era burguesa recurrían a la introspección de una manera más próxima al gesto de Montaigne: al volcar su atención hacia dentro de sí mismos, en esa autoobservación cada uno operaba verdaderas “síntesis perceptivas” a fin de construir su *yo* en el papel” (Sibilia 2008, 120).

En la soledad de un cuarto, el individuo moderado se sumergía en su propia opacidad interior con el fin de delinear sobre el papel los resultados de dichos sondeos y así, *crearse*. La atención de autor se volvía especialmente hacia dentro de sí, a fin de interrogar la naturaleza fragmentaria y contingente de la condición humana. No se encarnaba en el género humano como un todo, sino en la particularidad de la propia experiencia individual y singular.

Roger Chartier, citado por Sibilia, en el capítulo de la *Historia de la vida privada* dedicado a desentrañar las diversas prácticas de escritura de sí. Este autor muestra que, de acuerdo a la autora:

(...) en el período clásico (desde el siglo XVI hasta el XVIII), ya proliferaban las memorias, anotaciones y biografías, pero aún no se trataba exactamente de un género íntimo. (...) Pero aunque el relato fuera un testimonio en primera persona del singular, lo cual revelaba

la perspectiva de una mirada individual, todavía no había mucho espacio para derramar la intimidad en el papel. Ya en el siglo XIX la tónica cambió: el universo íntimo salió a la luz trémula de las velas, en medio de aquel intenso movimiento que enaltecería la autenticidad (Sibilia 2008, 124).

En esta nueva época despuntaba el imperio de los individuos únicos e incomparables, la libertad pierde su vocación universal: se vuelve un medio para la realización personal de cada sujeto en su gloriosa particularidad. Sibilia afirma que “no se trata de ser, en general, un individuo libre”, dice Simmel, “sino de ser este individuo dado, no intercambiable”. No *un* hombre, sino *este* hombre” (Sibilia 2008, 125).

Según esta perspectiva, un individuo, en estrecha relación consigo mismo será capaz de revelar una realidad que es, tanto universal como individual, objetiva y subjetiva, pública y privada, exterior e interior.

Pero a inicios del siglo XIX, el mundo occidental atraviesa serias transformaciones que modificaron los modos en que los individuos configuran sus experiencias subjetivas. El *homo privatus* se disuelve al proyectar su intimidad en la visibilidad de las pantallas, y las subjetividades introdirigidas se extinguen para ceder el paso a las nuevas configuraciones alterdirigidas. Se abren las ventanas para nuevas modalidades de subjetivación, difíciles de aprehender y formular, pero ya evidentes en sus primeras manifestaciones. En este contexto, “los dispositivos de poder que rigen en la cultura contemporánea tienden a estimular la experimentación epidérmica, invitando a coleccionar sensaciones y a intensificar la experiencia inmediata para sacarle el máximo provecho” (Sibilia 2008, 128).

El *yo* se estructura a partir del cuerpo, o de la *imagen* visible de lo que cada uno es, el aspecto corporal asume un valor fundamental: más que un soporte que guarda un tesoro interior que debería ser auscultado por medio de complejas prácticas introspectivas, el cuerpo se torna una especie de objeto de diseño. De este modo:

Hay que exhibir en la piel la personalidad de cada uno y esa exposición debe respetar ciertos requisitos. Las pantallas –de la computadora, del televisor, del celular, de la cámara de fotos o de lo que sea- expanden el campo de visibilidad, ese espacio donde cada uno se puede construir como una subjetividad alterdirigida. La profusión de pantallas multiplica al infinito las posibilidades de exhibirse ante las miradas ajenas para, de este modo, volverse un *yo* visible (Sibilia 2008, 130).

La exhibición de la intimidad como la espectacularización de la personalidad denotan cierto desplazamiento de los ejes alrededor de los cuales se construían las subjetividades modernas. No se trata solo de un declive de la contemplación

introspectiva, sino también la mirada retrospectiva tiende a extinguirse en las nuevas prácticas autorreferenciales, atenuando su valor antes primordial al plasmar la propia vida como un relato.

Hoy se han desarrollado otras formas de experimentar el paso del tiempo y la inscripción temporal de nuestras acciones, por ejemplo, sobresalen los *blogs* y *fotologs*, que son herramientas a través de las cuales las personas pueden actualizar permanentemente informaciones, por medio de fragmentos de contenido agregados en todo momento.

La idea de presente perpetuo como una característica de la contemporaneidad se ha vuelto un lugar común, hoy se desarrolla otras formas de experimentar el paso del tiempo y la inscripción temporal de nuestras acciones.

La destemporalización sería uno de los elementos constitutivos de este nuevo cuadro, ya no existe la idea del tiempo como un flujo lineal y constante, impulsado por las fuerzas históricas que lo empujaban desde el pasado hacia el futuro, ahora se desea la eterna permanencia de lo que es, una equivalencia casi total del futuro con el presente. Sibilia señala que “como consecuencia, el presente se volvería omnipresente, promoviendo la sensación de que vivimos en una especie de presente inflado” (Sibilia, 2008, 133).

Acompañado esa transición del *homo psico-lógico* de la sociedad industrial hacia el *homo tecno-lógico* del capitalismo informatizado, el pasado ya no abre sus orificios secretos para que se lo explore mediante la retrospección, ahora el pasado abre sus archivos y ventanas para el consumo empaquetado, algo solo disponible para quienes puedan *tipear* las contraseñas adecuadas. Toledo señala:

El ciberespacio (espacio de información), al romper las limitaciones del espacio físico (geométrico) produce la realización tecnológica de un espacio topológico (teórico, posible, virtual) donde se yuxtaponen las distancias (lo próximo y lo lejano) y los tiempos (lo simultáneo con lo anterior y lo siguiente) (Toledo 2012, 24).

2.6 La pantalla como plataforma del ser

En la era digital y de la red es necesario existir y estar presente, de ahí la constante búsqueda de los individuos de ser vistos, de convertirse en un personaje audiovisual, gritando su nombre y mostrándose constantemente en las pantallas globales.

Sibilia sostiene que esto se debe a ciertos cambios ocurridos en los procesos de conformación de subjetividad con repercusiones en los modelos de sociabilidad, estas transformaciones se han desencadenado en la segunda mitad del siglo pasado, pero se cristalizó en la primera década del siglo XXI, debido al relevante desempeño por lo medios digitales de expresión y comunicación.

Los videos confesionales son un ejemplo, las subjetividades introdirigidas se extinguen para ceder el paso a nuevas configuraciones, que el mismo David Riesman denominó “personalidades alterdirigidas” u orientadas no ya hacia “dentro” de cada uno sino hacia los “otros”: “Así, vemos una infinidad de ventanas y pantallas de todo tipo que se abren para dejar asomar las nuevas modalidad de subjetivación que debido a su novedad aún resultan muy difíciles de aprehender y conceptualizar, pero cuya emergencia ya se torna evidente en estas primeras manifestaciones” (Sibilia 2012, 45).

El puntilloso bordado cotidiano de los sentimientos más íntimos y profundos, en el silencio y la soledad del espacio privado, con los dispositivos de poder que rigen la cultura contemporánea tienden a estimular la exposición de las pantallas y la búsqueda de celebridad. En la actualidad se alienta la experimentación epidérmica, se invita a que las personas coleccionen sensaciones e intensifiquen su experiencia inmediata para extraer el máximo beneficio.

El *yo* de los sujetos contemporáneos se estructura a partir del cuerpo, o de la imagen corporal y de su performance visible. Sibilia nos señala:

Algo que de ningún modo es inmutable: no solo es posible modelar esa sustancia que se encuentra a la vista, sino que se considera que ese trabajo es necesario. El *yo* visible de cada uno debería cincelarse mediante toda clase de inversiones y embestidas, con el fin de adecuarlo a ciertos ideales que iluminan la contemporaneidad y que son cotidianamente promovidos por los modelos de felicidad expuestos en los medios (Sibilia 2012, 47).

2.7 YouTube

YouTube es una plataforma digital que permite alojar videos de cualquier internauta que obtenga acceso al canal mediante un nombre de usuario y una clave: “Al igual que otras redes sociales virtuales se maneja con la lógica del *laissez faire*: los usuarios postean –suben videos- mientras que otros los comentan y evalúan. No existe de manera manifiesta, un programador que organiza los contenidos” (Murolo 2010, 6).

Esta red social nació en el 2005 impactando de forma significativa en la cultura popular, una prueba de ello es haber obtenido el premio al “Invento del año” otorgado por la revista Time, en noviembre de 2006.

En YouTube, a diferencia de la televisión, se puede programar lo que uno desea ver y no sujetarse a lo que está disponible ese momento, las personas, gracias a la Internet y el mouse pueden pasar de un hipervínculo a otro según más prefieran. Se puede encontrar todo lo que uno desee y que se haya colgado, programas de televisión, videoclips, y además videos amateurs de los individuos, que, aprovechando las facilidades de Internet, “suben” sus propias producciones caseras.

A diferencia de la televisión, YouTube maneja una lógica diferente en cuánto a la medición de audiencia, lo que determina el éxito de sus producciones no es el rating, sino la cantidad de reproducciones, esto quiere decir, el número de veces que fue visualizado el video. No existe publicidad en medio de los videos que se suben a la red, pero al contrario hay anuncios publicitarios en los márgenes, y los videos tienen una duración, generalmente, menor a diez minutos, logrando la búsqueda y lectura de los márgenes, que es donde apunta la publicidad en redes, que día a día se masifica.

Frente a la pantalla de la computadora los usuarios pueden pasar horas y horas mirando videos porque están dispuestos en red formando una cadena. Los internautas saltándose de un hipervínculo a otro pueden mirar infinidad de videos a fines a lo que se estaban buscando.

La posibilidad que brinda YouTube a los individuos de poder publicar sus propios videos originó a que se produzcan una gran cantidad de memorias videográficas, a través de las cuales pueden hacerse ver y oír, logrando una intromisión a la vida privada de las personas, ya que esta plataforma digital se nutre de material producido por el público amateur, quien programa sus propias piezas sin recibir ninguna remuneración. Murolo, respecto a YouTube dice que,

(...) a medida que crece el número de usuarios que capturan sus momentos especiales en vídeo, YouTube les da la oportunidad de convertirse en los comunicadores del futuro. En este sentido, Denise Renó señala que el video popular gana fuerza a partir del momento en que la tecnología aproxima los subalternos a las herramientas de producción. En las postrimerías del cine, era preciso invertir altas cifras en producciones audiovisuales. Todo y cualquier registro audiovisual era realizado solo por la élite, como inversora o aún productora (Murolo 2010, 6).

Desde este punto de vista YouTube puede ser considerado como un producto cultural que en algún momento fue *emergente*, ya que produjo la posibilidad de que

otras realidades, diferentes a las dominadas por los medios de comunicación hegemónicos pudieran ser percibidas.

Esta plataforma electrónica también se caracteriza por generar comunidades y grupos específicos de personas que se atraen por gustos definidos, mientras años atrás se formaban varias colectividades: grupos de amigos, vecinos y compañeros, en el vecindario, lugar de trabajo, etc., ahora esta dinámica se ha trasladado a la web y cada vez que las personas suben algún video de su vida privada enseguida es visualizado por decenas de individuos en un instante, quienes escribirán algún comentario o compartirán con sus contactos, generando nuevos grupos y redes de individuos. Convirtiéndose éstas en nuevas prácticas que

(...) resulta poco menos que evidente que la sintaxis que da la estructura a las rutinas de navegación del usuario promedio incluye, cuando menos, un par de visitas a la semana del portal que, según reporta alexa.com, es el tercer sitio más visitado del planeta, superando únicamente a Google y Facebook (Roncallo 2012, 197).

No deja de inquietar el crecimiento exponencial que el sitio de videos ha tenido en los últimos años y las cifras a su alrededor. De ahí que Roncallo señale:

Recientes cálculos sugieren que cada día –a noviembre de 2010- se ven aproximadamente dos mil millones de videos y que cada minuto se suben más de veinticuatro horas de video a la página. En comparación con la producción y la circulación de las formas más tradicionales de lo audiovisual, parecería que no hay mayores posibilidades de competir con YouTube en términos cuantitativos; de ahí que se haya convertido en una de las plataformas por excelencia en términos de la visibilidad (Roncallo 2012, 197).

La espectacularización de lo cotidiano y lo no cotidiano, la posibilidad de la autopromoción y de una suerte de autogestión de lo audiovisual han convertido a este sitio de videos en ese gigante que es hoy en día y cuyas posibilidades apenas están comenzando a ser exploradas.

Roncallo considera desde McLuhan a YouTube como un medio, una suerte de ambiente que va más allá de sus contenidos e incluso de la objetualidad misma, ya que esta plataforma no se agota en la idea de página web o de contenedor de videos. Roncallo señala al respecto:

Las posibilidades que se abren al pensar el *medio* YouTube no pasan simplemente por la visibilidad y el acceso a lo audiovisual – visible. YouTube propone un modo de ser de lo audiovisual y, además, permite (re) construir la idea misma de eso audiovisual (Roncallo 2012, 203).

No existe una lógica central en lo que no puede ver en YouTube, ya que por un lado se suben videos en el sentido estricto de la palabra que poseen imagen y sonido, a través de los cuales se cuentan historias, que recrean situaciones y que incluso responden a poéticas clásicas y a narrativas convencionales de corte abiertamente aristotélico. Todos estos videos están inmersos en una mirada de audiovisuales – visibles que no encajan dentro de alguna categorización estable, y que se mueve desde el tradicional videoclip (perteneciente o no al *mainstream*) pasando por el video arte, hasta simple registros sonoros que sobren un fondo estático (o no) y la ayuda de algún derivado del *moviemaker*, funciona como una suerte de rocola o como un sucedáneo de la radio en línea.

De esta manera es difícil clasificar a lo que se exhibe en YouTube, no solo por la ausencia de alguna suerte de lógica de recolección sino, a la vez, desde la incontable cantidad de material que se puede visualizar. Asimismo, son infinitos el número de *usos* y *gratificaciones* que navegando en este sitio web se pueden encontrar.

Ya que un archivo que se sube a YouTube puede tener una variedad de usos, puede ser visto, como no puede ser visto jamás, de ahí surge una de las claves para comprender el *medio* YouTube: la viralidad:

El término “video viral” se refiere a un video que ha ganado popularidad al ser compartido en Internet, normalmente a través de mensajes de correo electrónico o mensajería instantánea, blogs y otros sitios web que permiten compartir archivos multimedia, como YouTube. Los videos virales son a menudo de carácter humorístico y pueden variar de *sketches* de comedia por televisión como Lazy Sunday de Sunday Night Live hasta videos no intencionales y de aficionados como Star Wars Kid (Roncallo 2012, 204).

El elemento clave de la viralidad tiene que ver con la promoción, se suele pensar que el mero *upload* garantiza la visibilidad, pero no es así, lo viral otorga una suerte de aura al material que se sube a YouTube pero, a su vez, eso *aurático* depende del medio mismo. Es decir, este *medio* ofrece las condiciones técnicas de la visibilidad, ya que se trata de una plataforma que ofrece la posibilidad de almacenamiento y los motores de búsqueda necesarios; ofrece además, toda suerte de modos de personalizar la experiencia del usuario. Lo que ha logrado YouTube con todo eso es incrustarse como un medio – ambiente que redefine el modo mismo de ser de lo audiovisual inserto en el gran macro – medio que es Internet.

Tenemos acceso a la relevancia significativa de un *medio* como YouTube que logra modificar los modos de percepción de los usuarios convirtiéndose en una suerte de

lugar litúrgico en el que la experiencia de lo audiovisual – visible logra expandirse y penetrar la cotidianidad de los usuarios:

Se trata, en últimas, de una suerte de aura que encuentra su apoyo en la masividad y que tiene un estatus que es a la vez cultural y expositivo. Esta vieja discusión de raigambre benjaminiana, que supone una suerte de caída del aura en el mundo de la reproductibilidad técnica, parece desaparecer para dar paso a una nueva experiencia de lo estético –que ya no habla, por demás solo del viejo Arte que contempla embelesado Immanuel Kant-. La posibilidad de una aura reconfigurada estriba en el hecho mismo de que la culturalidad es una de las características fundamentales de lo viral. No solo se trata de la difusión endémica de una video sino del modo en el que este es apropiado y en los modos de ver que propone (..) YouTube otorga el aura de lo viral, el aura de lo autogestionado, el aura efímera de lo audiovisual – visible que no produce memoria (Roncallo 2012, 205).

Los registros audiovisuales que encontramos en YouTube, son registros de cámara, autobiográficas, experimentos con la imagen, demos, retratos en movimiento, ejercicios con la cámara, cámara escondida, relatos audiovisuales estructurados, piezas institucionales, publicitarias, entre otras. Son variedades de “subgéneros del registro que podrían también considerarse como “documental”. Rodrigo Mendizábal señala:

En ellos sin embargo, están presentes formas de representación y autorepresentación hechas por gente común que no se preocupa del lenguaje audiovisual ni tiene interés en lograr un discurso de profundidad. Diferente al documentalismo clásico que podría ser “investigado”, en YouTube las personas comparten sus registros de lo que viven, hacen o miran; narran sus propias experiencias, su vida; lo que consideran “digno” de mostrar” (Rodrigo Mendizábal 2014, 93).

La representación generalizada de lo social hace que consideremos al nuevo documental, el de YouTube, según Adolfo Estalella y Elisenda Ardévol, como una especie de ritual mediado, en el cual sus realizadores toman como modelos para sus performances otros géneros televisivos y cinematográficos (Estalella y Ardévol 2010).

Estamos en otra dimensión del documental, basado en los registros y autoregistros, a través de los cuales los individuos hablan de realidades, hacen visibles sus propias historias más próximas, inspirados más por sus emociones que por las convenciones audiovisuales, donde predomina el registro.

De esta manera los videos en YouTube se presentan como una construcción audiovisual con diversas miradas, cámaras, texturas y narrativas inscritas, así encontramos que muchos de los videos que están colgados en la red forman parte de

álbumes familiares con múltiples imágenes en movimiento, “con discursos autónomos y autosuficientes” (Rodrigo Mendizábal 2014, 83-99).

Uno de las mayores características de esta red social es su alcance y usuarios que cada vez suben y suben más videos diariamente. Rodrigo Mendizábal cita datos interesantes respecto a YouTube y las redes:

Según esta red social, la tasa de acceso mensual es de mil millones de usuarios únicos; tales usuarios ven más de 6 mil millones de horas de video y lo hacen en un 40% a través de dispositivos móviles; quienes inscriben un canal suben cada minuto 100 horas de vídeo; penetra a 61 países y el tráfico es más del 80% fuera de EE.UU.; además congrega al menos un millón de creadores de 30 países (YouTube, 2014b). En este panorama, de acuerdo a Global Stats, Ecuador tiene accesos a YouTube hasta un 34,1% en relación a Facebook que tiene 61,2%, Twitter, 2,89%, etc. (GlobalStats, 2014) (Rodrigo Mendizábal 2014).

CAPÍTULO III

EL VIDEO CASERO DE FAMILIAS QUITEÑAS EN YOUTUBE

3.1 Subjetividades en Youtube

Con las tecnologías de comunicación e información se han transformado la vida cotidiana de las personas dentro de sus vínculos más cercanos. Antes, los acontecimientos familiares se disfrutaban dentro del grupo que formaba la familia.

Los recuerdos; cuándo los hijos nacían; la primera comunión; los quince años; los cumpleaños; el santo; la fiesta de graduación; etc.; se celebraban y compartían únicamente dentro del círculo de amigos y parientes cercanos. Con las cámaras fotográficas se registraban los momentos espaciales para que perduren en el tiempo.

Después de las cámaras fotográficas llegaron las de video, y el empleo de ese tipo de cámaras cada vez fue en aumento, aunque siempre primó la fotografía, porque no todos tenían la posibilidad de adquirir una cámara de video, esencialmente por su costo ya que eran importadas.

Luego de las cámaras de video y fotográficas, la posibilidad de registrar un acontecimiento se volvió mucho más fácil para todos, sobre todo para los jóvenes, cuándo se incluyó en los teléfonos celulares cámaras de fotos y de video.

Después llegó el Facebook y todos migraron con sus perfiles a esta red social que se popularizó, cuándo fue lanzado en francés, alemán y español. Esta plataforma, además de ser más amigable con los usuarios, ofrecía más opciones. Se podía crear un perfil, subir fotos y videos, con la ventaja de tener millones de miembros inscritos, es decir; todo lo que se subía a esta plataforma podía ser visto por miles y miles de personas.

Se podía encontrar al amigo, al compañero de clase que no se le veía hace 10 o 15 años, a la familia que vive en el extranjero, parientes cercanos y así, un sinnúmero de personas estaban enlazadas en un sistema de red que conectaba infinidad de perfiles a nivel mundial.

Popularizada esta red social, enseguida surgió otra, YouTube, donde solo se podían subir videos. Esta plataforma virtual fue creada por tres antiguos empleados de

PayPal en febrero de 2005, y en el 2006 fue adquirido por Google, desde entonces todo el mundo conoce y utiliza esta red para compartir la mayor cantidad de videos posibles.

Cuándo una persona ingresa al canal www.YouTube.com, enseguida puede visualizar infinidad de opciones que le ofrece la herramienta con cientos de videos publicados por empresas, instituciones, medios de comunicación y gente en general. Se puede buscar por temáticas, idiomas, países, etcétera, etcétera, según las preferencias de los usuarios y de forma gratuita. Quizás esta sea una de las características más importantes y el por qué, sigue en ascenso el número de videos que se cuelgan en esta plataforma de Internet.

Sibilia menciona un acontecimiento cuando el YO alcanza el centro de atención, cuándo la revista *Time* en el 2006, lejos de escoger como “personalidad del año” –un ritual que la revista repite hace más de ocho décadas- a mujeres destacadas, ex presidentes, personalidades de la política, escogió a: “¡Usted! Sí, usted. Es decir: no sólo usted, sino también yo y todos *nosotros*. O más precisamente, cada uno de nosotros: la gente común” (Sibilia 2008, 11).

Esto ocurre porque *usted* y *yo*, todos *nosotros*, transformamos la era de la información. Se han modificado las artes, la política y el comercio, e incluso la manera como se percibe el mundo. Ahora el turno es de *nosotros*, ya no solo de los medios de comunicación tradicionales, cada vez son más los contenidos que se suben para compartir en blogs, YouTube, redes sociales como Facebook y MySpace, hay un estallido de creatividad y de presencia mediática de quienes eran meros lectores y espectadores. Llegó “la hora de los amateurs”.

Los espectadores se vuelven creadores de sus propias piezas de video, con las facilidades que ofrecen las nuevas tecnologías, cualquier persona puede grabar lo que está viviendo, captar todo lo que pasa a su alrededor según su imaginación y creatividad, para poder compartirlo en YouTube, y de acuerdo a su ingenio, llegar a que su video se convierta en el más compartido, se haga viral y tenga miles de seguidores, o simplemente no sea visto por nadie.

En esta red social, a diferente de las otras, las imágenes son las que prevalecen, frente al texto: la colaboración es más bien crítica, vía textos y señalizaciones, adhesiones para compartir, además de la calificación, ya sea positiva o negativa.

Con Youtube entramos en la cultura visual de la gente en general, de la comunidad, que en el caso de nuestro estudio estaría representada por la familia, conformada por individuos autónomos y autosuficientes, “lo que significa que estamos

frente a una pluralidad de miradas, de localizaciones, de maneras de encuadrar, de maneras de comprender la realidad, de relaciones establecidas alrededor de la imagen” (Rodrigo 2, 114).

Así evidenciamos la capacidad que tienen los sujetos para elaborar productos mediáticos sin que se imponga el recurso tecnológico o la institucionalidad mediática, por lo que se construye una individualidad que se manifiesta en el poder de crear y socializar contenidos con facilidad, y a su vez dar a conocer la propia identidad, proponerse como un hacedor social, lo cual transforma también en algún sentido la propia percepción y la autoestima (Pardo 2008,88).

Los videos caseros que se exponen en Youtube, como sostenemos en el capítulo II de esta investigación no son productos elaborados con sentido profesional, ya que lo que prevalece es el registro y la edición rápida, aunque la mayoría son únicamente registros que traducen o representan la vida cotidiana de las personas, que no se fundamentan en la técnica, sino que solo buscan captar momentos personales o grupales.

La etnomirada, comprendida como producción social, es sobre todo, la puesta en práctica de la producción de un mundo propio. Así, “la etnomirada es un método particular que mira el mundo, recreándolo o, si se quiere, es una mirada desde la subjetividad a la realidad: ella produce significados inherentes a la vida de los individuos. En Youtube la etnomirada está presente a través de la individualidad de las imágenes”.⁴

En esta individualidad, aparecen varios fenómenos que se contraponen como la intimidad expuesta, la ruptura entre lo que era privado y se vuelve público mediante las imágenes, que podemos evidenciar en los videos familiares que analizaremos.

Pero, ¿cómo se apropian de la tecnología, familias que viven en Quito, con la producción de videos caseros, colgados en Youtube, conjugando lo privado y lo público en la visualidad de esta red social?

Quisimos indagar sobre este tema y escogimos como objeto de estudio 12 videos colgados en Youtube durante el 2014 por familias quiteñas.

Debido a la inmensa cantidad de información que se obtuvo, con el objeto de poder depurarla, buscamos videos que se encuentren dentro de la categoría: “Familias

⁴ Como dice Wesch, parafraseando a Marshall McLuhan, en YouTube hay un constante juego de re-conocimiento y conciencia de sí mismo: la gente pone videos reconociendo el mundo en general, pero además hacen conscientes su rol en la creación de dicho mundo; de este modo, los videos tienen la dimensión personal, son autoreflexivos, del mismo modo que están hechos para que otros los vean independientemente de su calidad o lo que se muestre; allá estaría la hiperconsciencia de sí mismo (Rodrigo 2,114).

Quito”. Luego, para reducir la muestra, se emplearon varios filtros, como: año 2014, video, de corta duración (4 minutos), de larga duración (20 minutos) y de relevancia. En la búsqueda encontramos 6900 resultados, en videos de corta duración y 100 videos de larga duración, de los cuales se escogieron 12 videos caseros, subidos por familias que viven en Quito. Pero es necesario señalar, que los usuarios que subieron los videos que se analizaron además tienen en sus canales de 1 a 14 videos más, subidos a Youtube, por lo que, entre los usuarios escogidos se han subido cerca de 64 videos caseros, que se encuentran con esa categoría de búsqueda en el 2014.

Durante la exploración, con la categoría familia Quito, encontramos en la red infinidad de videos relacionados con todo tipo de temas: hay videos donde sobresalen lugares turísticos de la ciudad de Quito, sobre todo el centro histórico. Algunos de estas producciones videográficas son realizados por empresas públicas como el Municipio.

También encontramos, y es la mayoría de los hallazgos, videos sobre noticias de Quito, colgados, en su mayoría, por canales de televisión y por los mismos reporteros de noticias que crean sus propios canales en esta red social. Encontramos también piezas videográficas publicitarias, sobre las congregaciones religiosas consideradas “familias”, hay también juegos, dramatizados, musicales, deportivos, humor y protesta.

Tabla 1: Videos quiteños geolocalizados

NÚMERO	VIDEO	AUTOR	TIEMPO
1	“Familia Morán Gortaire. Festival de coros familiares. Quito - Ecuador. Abr. 6 de 2014”	Roque Morán Latorre	03:42
2	Temblor en Quito, 16/08/2014	Jd TCh	01:34
3	La procesión 2014 en Quito	Sebastian Loor	01:30
4	Familia Vera en Quito...	tecelcom1978	01:03
5	Saludo de familia por navidad 2014	Javier Díaz	00:09
6	Año Viejo 2013	Bolívar Bautista	01:43
7	Familia - Over a Decade & We meet again	TheMrsvalentin	00:26
8	Llorando Estoy	Marco Andrade	02:26
9	Vacaciones en las Islas Galápagos familia Vizueté Ayala 2	Rafael Ricardo Vizueté Díaz	28:19
10	Vacaciones en las Islas Galápagos familia Vizueté Ayala 1	Rafael Ricardo Vizueté Díaz	28:23
11	Vacaciones en las Islas Galápagos familia Vizueté Ayala 3	Rafael Ricardo Vizueté Díaz	28:23
12	Confirmación de hijo de Nely 2014	Charly loga	47:21

Estos 12 videos fueron escogidos porque se enmarcan dentro de las etiquetas que establecimos para el análisis, “familia y Quito”. Los videos son realizados por personas que viven en Quito, pero no necesariamente se desarrollan dentro de este sitio. Cada uno tiene una descripción que ayuda a identificar a las personas que aparecen en el video, en algunos casos, quienes suben los videos quieren contextualizarlo y compartirlo, es así que en algunos encontramos varios comentarios y “me gusta”, además de que algunos sobre salen por las visitas que han recibido, que pueden ser sus propios familiares. Mientras que otros videos no tienen ninguna descripción.

Tabla 2: Videos quiteños geolocalizados

NÚMERO	DESCRIPCIÓN	# de veces que el video fue visto
1	QUITO - ECUADOR: grabación vídeo aficionada de la 15ta EDICIÓN DEL FESTIVAL DE COROS FAMILIARES. Domingo, 6 de abril de 2014. FAMILIA MORÁN GORTAIRE, Canción 1. Integrantes: papá, mamá y 10 de sus 11 hijos, faltó Pedro, el 9no; intervienen también 4, de sus 12 nietos: Antonia, Sebastián, José Ignacio y Tomás.	245
2	Efectos del temblor segundos después, disculpen estaba asustado y muy consternado, toda vez que junta a mi lado mi hija y su perrito (bombón) se encontraban, x Dios hubiese sido el último momento de compartir con ella...	22,277
3	La procesión de 18/04/2014 en la ciudad de Quito Av. La Mariscal Sucre	92
4	Carlos llega de Canadá con Paty y Orbick, quieren ir a pasear por Ecuador, salimos 2H20 AM del Sábado 27 de Diciembre. Estuvimos recorriendo: Balbanera, Riobamba, Ambato, Latacunga, Quito. En esta última ciudad, Quito, nos topamos con la Negra Mafer y visitamos algunos lugares. Además con la sorpresa para la noche... Vicente Navarrete. Que cosas de la vida... Dios los cría y ellos los junta.	17
5		44

6	Fin de año en Quito Ecuador, los vecinos, los amigos, la familia, todos con sus viejos que critican al amigo, a los políticos, al presi, juntos esperando un cambio en el 2014.	90
7		26
8	He aquí haciendo música y celebrando el lindo encuentro con mi familia y de mi querida esposa, Janeth, en Calderón Pichincha. Me voy, me voy, me voy.., Hay me voy ...he sembrado una esperanza . Me voy	27
9	Familia Vizuite Ayala aerolínea LAN del 28-02-2014 al 05-03-2014 itinerario de vuelo ida Quito - Guayaquil Baltra y el regreso Baltra Guayaquil Quito, islas que conocimos: Baltra, Santa Cruz e Isabela.	301
10	Familia Vizuite Ayala aerolínea LAN del 28-02-2014 al 05-03-2014 itinerario de vuelo ida Quito - Guayaquil Baltra y el regreso Baltra Guayaquil Quito, islas que conocimos: Baltra, Santa Cruz e Isabela.	301
11	Familia Vizuite Ayala aerolínea LAN del 28-02-2014 al 05-03-2014 itininerario de vuelo ida Quito Guayaquil Baltra y el regreso Baltra Guayaquil Quito, Islas que conocimos: Baltra, Santa Cruz e Isabela. Muy lindo era	301
12	Quito - Ecuador iglesia don Bosco recepción la Kenedy familia Lincango Logacho	32

Sobresale con 22,277 visitas el video del usuario Jd TCh⁵, que muestra momentos después de que sucediera un temblor en Quito, en el 2014, considerando que eventos como los desastres naturales tienen un gran impacto en las redes sociales, esto puede justificar la gran incidencia de las visitas. Otros que se destacan por la gran cantidad de reproducciones son los videos del usuario Rafael Ricardo Vizuite Díaz⁶, quién compartió los momentos que vivió junto a su familia, durante la visita a las Islas Galápagos, uno de los lugares más turísticos del Ecuador.

Estos aspectos analizados dan cuenta de cómo los usuarios se apropian de las tecnologías de comunicación e información en su vida cotidiana. Los instantes especiales que los usuarios comparten con sus familiares es registrado con una cámara de video casera o el celular. Así tenemos, que el usuario con el nombre TheMrsvalentin⁷, subió un video con la cámara de su teléfono a la llegada al país de uno de sus familiares. La cámara se centra en reproducir el instante en que el recién llegado se abraza fuertemente con una mujer, que podría ser su madre, luego aparece otro familiar y después una niña, todo esto se desarrolla en la sala de arribo de pasajeros de un aeropuerto.

3.2 Lo público y lo privado en la visualidad de Youtube

Los videos escogidos presentan diversos aspectos de la vida, realizados con diferentes intenciones por sus interrealizadores, como señalamos en la tabla # 1, algunos productos caseros se constituyen solo en registros simples que apenas abarcan segundos o minutos, mientras que otros pueden constituirse en documentales caseros.

El realizador (Marco Andrade)⁸, es uno de los que tiene más videos domésticos subidos en su canal, es un hombre, que superaría los 50 años (en Youtube no se describe su edad), amante de la música. Tiene videos cortos donde esta él solo o acompañado entonando alguna canción con una guitarra. En el video escogido se presenta sentado en el patio de una casa, junto a un hombre que entona una guitarra mientras el canta la canción “Me voy, me voy”. Cantar pasillos y tocar la guitarra es una de las actividades bohemias que se practicaban con mucha frecuencia en Quito. En los otros videos que también ha colgado en su canal, el realizador siempre está cantando o tocando algún

⁵ https://www.youtube.com/watch?v=a_fwj-VXBs

⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=pQcePdLLK40>

⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=TyAG4Vau9RQ>

⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=wEIS5XkN8CU>

instrumento y aparece en algún lugar de su casa. A través de esta práctica el muestra algo de su intimidad, volviendo públicos sus sentimientos, queriendo compartir con los que miren ese video eso que evoca la música. Estas prácticas que eran privadas y que solo eran consumidas por los miembros de una familia, dentro de las cuatro paredes de la casa, se convierten en públicas. De esta manera lo íntimo y privado se inserta en lo público, como sostiene Habermas.

Otro de los usuarios que también muestra a la música como ese elemento de unión familiar, de satisfacción, de trabajo en grupo (en familia) es Roque Morán Latorre⁹ quien nos presenta a gran parte de su familia mientras participa en la 15ta Edición del Festival de Coros Familiares, donde intervienen: papá, mamá y 10 de sus 11 hijos, al igual que 4 de sus 12 nietos. En uno de los comentarios que el mismo realizador publicó dice: “Objetivos del festival de coros familiares: recuperar los valores familiares. unir a la familia alrededor de la música, arraigar una hermosa tradición familiar quiteña. No es un concurso, es un compartir de la música con calor de hogar, alrededor del amor familiar, que contrasta estos tiempos en el que oscuros nubarrones ensombrecen los asuntos verdaderamente importantes para la sociedad”¹⁰.

Todos cantan la canción del colombiano Carlos Vives “Quiero casarme contigo”, el video comienza cuando la cámara enfoca a cinco hombres y tres mujeres, del grupo un hombre y una mujer sosteniendo el micrófono. La cámara hace movimientos bruscos. Plano americano hombres y mujeres cantando. Plano general hombres, mujeres cantan, hay tres niños y una niña, acompañados de un hombre que toca la guitarra.

Este video podría enfocarse en lo que evoca el anterior, el amor a la música y la emoción por transmitir esos sentimientos a los demás, que pueden estar sintiendo lo mismo, tal como sostiene Medardo Silva J., quién dejó en comentarios lo siguiente: Felicitaciones por estar cantando en familia. La música es celestial, pero también hay de la otra, como en todo. Que todo nos lleve a la UNIDAD y al amor.

Rafael Ricardo Vizúete Días nos muestra las Islas Galápagos, uno de los lugares más visitados por turistas, nacionales y extranjeros, reconocida a nivel mundial como las “Islas Encantadas” por su gran riqueza natural.

El mismo realizador va contando con su cámara lo que está viviendo desde el momento que llega a Galápagos, muestra desde diferentes ángulos a la familia que le

⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=qgidCRdAOdA>

¹⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=qgidCRdAOdA>

acompañía en su viaje, quienes se disponen a disfrutar de un paseo en bote, sobresale la vegetación, de Archipiélago, el mar, el cielo azul, los animales propios de la zona, como son los lobos marinos. Es interesante ver como las personas disfrutan al compartir las actividades mientras están de vacaciones, mostrándose tal como son. Con complicidad de quién les está grabando realizan sus actividades cotidianas mientras alguien les filma, se auto representan, lo que está presente es su propia experiencia, esta es la marca socio-antropológica, la experiencia de vida de explorar parajes desconocidos, y enfrentarse a la naturaleza en su belleza más sencilla.

En otro video del mismo realizador, nos sigue contando su aventura en las Islas. Destacamos que durante esas mismas vacaciones se grabaron cuatro videos, todo están subidos en la red. Tienen el mismo principio, recrear todo lo que sucede alrededor de la familia que está de viaje, sobresalen los momentos cuándo se enfrentan a algo nuevo, como cuándo una niña se acerca a tocar a una tortuga. También se puede ver que la familia realiza actividades comunes que generalmente realizan las personas en un viaje, se trasladan de un lugar al otro, ingresan al mar, disfrutan del paisaje etc.

Estas actividades íntimas que compartimos con los seres queridos, las externalizamos para la aparición pública a través de la narración de esas historias que son nuestra vida cotidiana. Como sostiene Hannah Arendt, lo que experimentamos en privado o en la intimidad, las mostramos en una esfera donde adquieren una especie de realidad cuando “los otros ven lo que vemos y escuchan lo que oímos”, con esto nos aseguramos de la realidad del mundo y de nosotros mismos.

Las celebraciones familiares como Navidad, Fin de Año, la Confirmación de los hijos, son los acontecimientos que con frecuencia se registran y se suben en la red, tal como se hacía antes en los álbumes familiares, analizados por Armando Silva. Durante la investigación encontramos el video sobre la “Confirmación de Nely en el 2014”¹¹, subido por el usuario Charly Loga, es el que tiene mayor duración entre los estudiados (47:21). Una cámara muestra como se divierten los invitados durante la fiesta de Confirmación. Cuando inicia el video una mujer está en medio de la fiesta sobre una tarima cantando, mientras varios invitados se encuentran frente a ella y la observan, mientras canta invita a las personas a ponerse de pie para que bailen, después de su participación, las personas retoman el baile y se observa a algunos hombre bebiendo licor, la cámara desde diversos puntos les sigue indeterminadamente a los invitados, no

¹¹ <https://www.youtube.com/watch?v=z5qkHjICY0c>

existe una secuencia pre determinada, la idea es tener como una ventana abierta para que las personas observen lo que está pasando dentro de esas cuatro paredes.

El video sobre el Año Viejo 2013¹², tienen las mismas características que el anterior, una cámara de video graba a un monigote que esta a punto de ser quemado, una tradición propia de los ecuatorianos que representa el año que se va para darle la bienvenida al nuevo, como en el anterior, se muestran tal como las cosas están sucediendo. La dimensión socio- antropológica de estos videos esta expuesta en la fiesta, en el ritual de los discursos entre serios y otros de broma, naturales e improvisados. El ambiente en ambos videos es de barrio popular, ya que se destacan la sencillez de los lugares, el primero se desarrolla en un salón y el otro en la calle, no existe mucha luz y apenas se les puede ver a quienes acompañan el monigote, estos videos son únicamente de registro que testimonian momento de unión familiar.

Los dos últimos videos “Saludo de familia por navidad 2014”¹³, y la “Procesión 2014 en Quito”, con una duración de 01:30 minutos, son también videos de registros donde las personas muestran un acontecimiento que lo disfrutaban en familia. El primero es un saludo que apenas dura nueve segundos donde cinco miembros de una familia, dos mujeres, un adulto y dos niños envían un mensaje de Navidad frente a la cámara, mientras que el otro presenta el ritual de procesión de “Jesús del Gran Poder”, al sur de Quito. El rastro antropológico estaría representado por la religión, aquí podemos observar la devoción que tienen las personas de ese barrio por la imagen religiosa y como manifiestan la fe en estas prácticas que son muy comunes en la mayoría de provincias del Ecuador.

3.3 Producción del video casero

Efrén Cuevas nos da a conocer varios elementos que caracterizan a los videos caseros, desde algunas de estas características realizamos el análisis de la muestra que escogimos.

La ausencia de clausura es el primer elemento de análisis. Los videos caseros en Youtube aparecen sin marcas de inicio y los usuarios son sumergidos en una acción cuyo final irrumpe de improviso. Se emplean otro tipo de inicios, que no están marcados por el texto, sino por la acción inmediata.

¹² <https://www.youtube.com/watch?v=KhusaKvmZ6A>

¹³ <https://www.youtube.com/watch?v=LHXiEs1NaiA>

Estas acciones van acompañadas de la música, mientras en algunos videos se escucha de primera mano notas musicales, en otras producciones, son los sujetos que aparecen quienes entonan las canciones. Emplear música como elemento de inicio en los videos sucede en la mitad de las producciones analizadas.

La música es el hilo conductor de los videos, cuándo esta termina finaliza la producción, sin embargo; no en todos es así, ya que algunos solo emplean al inicio del video alguna canción, luego las acciones cambian, y terminan con un acto aislado.

El espacio donde se realizan los videos es otra de las características importantes. Generalmente se graba en lugares comunes, durante una fiesta en un salón o casa, en la calle, en algún restaurante, en un aeropuerto, en la playa. Estos son los lugares donde las personas transitan y viven experiencias de regocijo y alegría, ninguno de los videos muestra cosas negativas. Generalmente se graba a las personas riendo, bailando, comiendo, conversando, festejando, en su cotidianidad y los sitios de convivencia con los otros.

Muchos de estos videos, no cuentan con una historia, sino desgarran fragmentos de acciones, no hay vuelta al pasado ni al futuro tampoco relaciones de simultaneidad, ofrecen momentos temporalmente indeterminados. Se convierten en realidades descontextualizadas que circulan en un espacio infinito que es la red.

Pero existen elementos que se utilizan para darle algún contexto al video, como son la descripción que hacen de las imágenes los que suben el video a Youtube. Se escribe en la parte inferior el nombre del realizador del video, el lugar donde fue grabado, además de una pequeña descripción, que en algunos es amplia y en otros no existe. Generalmente se ponen los nombres de quienes aparecen en el video y el lugar donde se grabó.

En la construcción de los videos caseros lo más común es que las personas miren a la cámara y envíen saludos, no muestran mayor reparo frente a este aparato por el uso amplio que se le ha dado en la vida cotidiana. De ahí que cada vez las empresas se especialicen en crear aparatos tecnológicos muy fáciles de ser manejados y que lleven una cámara de video o fotográfico, ya que esto puede ser un enganche para el consumo, considerando que el grabarse y aparecer en la pantalla del computador es un comportamiento que gana más adeptos diariamente.

Y finalmente, también la calidad del video es lo que marca una diferencia entre lo que significa hacer video de forma profesional y amateur. Encontramos imágenes desenfocadas, movidas, rayadas y los negros, al igual que lo que pasa con el sonido.

Con frecuencia se graba con interferencias hay cambios bruscos en medio de una frase o una palabra, ruidos de micrófono, secuencias inaudibles, etc.

CONCLUSIONES

A través de los videos caseros subidos al internet por las familias quiteñas, pudimos evidenciar como los sujetos se apropian de las nuevas tecnologías en su vida cotidiana y que con su uso han aprendido a auto representarse y mostrarse.

Cada vez es mayor la incidencia del uso de nuevas tecnologías en la vida diaria. Para este estudio analizamos 12 videos caseros encontrados con la categoría “Familia Quito”, nuestro objetivo era evidenciar a través de esta muestra, que las familias quiteñas usan y consumen las tecnologías de información.

Dentro de nuestros hallazgos encontramos más de 6900 videos de corta duración y 100 de larga duración, sin embargo, no todos se enmarcaban dentro de las categorías que nos servirían para nuestro análisis, por tal motivo depuramos la muestra y escogimos 12. Pero, es importante resaltar que los usuarios productores de estos videos, subieron más videos caseros, de uno a 14, lo que suma un total de 64 videos colgados.

Estos indicadores nos muestran que, pese a que en Ecuador la penetración de Internet se ubica en un 50%, según la Superintendencia de Telecomunicaciones, existe un marcado uso de estas herramientas por parte de los usuarios.

En los indicadores que extrajimos no pudimos determinar la edad de quienes subieron los videos, sin embargo; por las fotografías que acompañan su perfil en Youtube podemos decir que no solo son jóvenes, sino también hay adultos que han incluido en su rutina diaria o actividades de ocio la cámara de video.

Estos aparatos tecnológicos no son simples mercancías que aparecieron para satisfacer alguna necesidad, sino que pasan a formar parte de la vida cotidiana y del ocio en las familias. A través de la cámara las personas se muestran a los demás, expresan sus sentimientos, comparten parte de su vida privada, cerrando así el círculo de apropiación tecnológico.

Durante esta investigación se describen acontecimientos y momentos que construyen las personas sobre sus vidas y las cuelgan en Youtube, donde prima lo que sucede en ese momento. Uno de los videos analizados más visitado, con 22 mil visitas, muestra en cámara subjetiva, como la tierra se levanta de las montañas luego de un movimiento telúrico que se produjo en Quito, en el 2014. Esa ida de ser partícipes de lo que sucede ese momento es lo que más atrae a las personas, ese podría ser uno de los elementos para entender el número de visitas realizadas.

Los sentimientos íntimos de las personas se exponen y se insertan en lo público con la visualidad de Youtube, donde las prácticas públicas y privadas se conjugan en lo social.

En la antigüedad hablamos de una esfera pública que se constituía por el aparato Estatal y lo privado quedaba relegado a la familia en lo íntimo del hogar. Pero con la Modernidad esto da un giro y las prácticas del hogar se trastocan. Hannah Arendt nos habla de una realidad que tienen que ser vista y oída por los demás, porque es a partir de ahí que las personas construyen sus realidades, es decir coexiste lo público dentro de lo privado en la esfera social.

Esto se intensifica con la utilización de las redes sociales, lo que antes podía quedarse encerrado en las cuatro paredes puede ser visto ahora por los demás, originándose así un universo ambicioso de consumidores y receptores creadores de sus propias producciones culturales, de acuerdo a su conocimiento, cultura y percepción de la realidad.

El estudio de esta práctica de consumo y uso de las redes sociales, aún no tiene mayor relevancia en nuestro país, se asocia el uso de las tecnologías más con la educación que con el ocio, pese a que analizar videos caseros puede ser una importante ventana para explorar como entienden y representan las personas la realidad, ya que el consumo uso y apropiación de las redes sociales es totalmente diferente que los medios tradicionales, ya que se involucra mucho más aspectos que habría que considerar.

En la investigación también nos enfocamos en el aspecto de la producción de las piezas videográficas, a partir de lo que se entiende como video casero y los elementos que contiene.

La producción de estos videos exponen los rasgos y características que definen al video casero o amateur como: ausencia de clausura, dispersión narrativa, temporalidad indeterminada, relación paradójica con el espacio, algunos son como fotografías animadas, los protagonistas miran a la cámara, hay repetidamente saltos y existen interferencias en la percepción.

Pero la observación de estos videos en Youtube puede ser muy diferente a los que son consumidos en la televisión por ejemplo, mientras se mira un video se puede saltar a otro de manera inmediata, se pueden observar varios a la vez y se pueden escoger entre infinidad de opciones, que frente a tanta demanda, una persona podría pasar un tiempo indefinido frente al computador.

BIBLIOGRAFÍA

Allard, Laurence. «Un encuentro entre el cine doméstico y el experimental: el cine personal.» En *La casa abierta*, por Efrén Cuevas. Madrid: Ocho y Medio, 2010.

Casasbuenas, María José. «Irrumpiendo en lo visible, Una aproximación a la imagen en red.» *VII Jornadas Santiago Wallace de Investigación en Antropología Social*. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras UBA. 1/18.

Cueto, Roberto. «Vlogma: el videoblog y la privacidad globalizada.» En *Pantallas depredadoras: el cine ante la cultura visual digital : ensayos de cine, filosofía y literatura*, coord. por Vicente Domínguez. Oviedo: Universidad de Oviedo.

Czach, Liz. «Cómo mejorar las películas: El discurso de perfeccionamiento y la interpretación del cine doméstico.» En *La casa abierta*, por Efrén Cueva, 61-88. Madrid: Ocho y Medio, 2010.

Domínguez, Vicente. *Pantallas depredadoras*. Oviedo: Universidad de Oviedo, 2007.

Jay, Ruby. «Los últimos 20 años de Antropología visual.» *Revista chilena de Antropología Visual*, 2007: 13/36.

Labbé, Paola Lagos. «Instituto de la Comunicación e Imagen. Universidad de Chile.» 2011. (accessed 16 de 02 de 2014).

Morán, James M. «Cine doméstico, amateur y de vanguardia: modos de distinción.» In *La casa abierta*, by Efrén Cuevas, 273-297. España: Ocho y Medio, 2010.

Murolo, Norberto. «Post - zapping: transmite tú mismo. YouTube como la televisión posmoderna.» *Razón y palabra*, 2010: 6.

Odin, Roger. «El cine doméstico en la institución familiar.» *La Casa Abierta*, por Efrén Cuevas. Madrid: Ocho y Medio, 2010.

Rodrigo, Iván. «Memoria Visual de la Familia quiteña en YouTube.» *Memoria Visual de la Familia quiteña en YouTube*. Quito, Pichincha: Universidad de los Hemisferios, Mayo de 2014. 1-16.

Rodrigo, Iván. «YouTube y el documentalismo global: ecuatorianos en el proyecto Life in a Day.» In *El Documental en la era de la complejidad*, by Christian León, 83-99. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador, 2014.

Roncallo, Sergio. «YouTube como medio aurático.» In *Codificar /Decodificar, prácticas, espacios y temporalidades del audiovisual en Internet*, by Arias Juan Carlos, 197. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2012.

Sanabria, Fabián. *Vínculos virtuales*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2011.

Sibilia, Paula. «Videos confesionales: Narrativas de sí y exhibición de la intimidad en Internet.» In *Codificar/ Decodificar, prácticas, espacios y temporalidades del audiovisual en Internet*, by Arias Juan Carlos, 45. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2012.

Sibilia, Paula. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica de Argentina, S.A., 2008.

Sibilia, Paula. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2008.

Soler, Encarnación. «Quaderns,6.» 2001. http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16294/1/Quaderns_Cine_06_11.pdf (accessed 18 de 02 de 2013).

Toledo, Ricardo. «Territorios y cuerpos.» In *Codificar/Decodificar, prácticas, espacios y temporalidades del audiovisual en Internet*, by Juan Carlos Arias, 24. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana , 2012.