

Sebastián Villalobos, un Kinok del Siglo XXI

Sebastián Villalobos, a Kinok from the Twenty-First Century

**Daniel Enrique
Monje Abril**

Doctor en imagen,
arte, cultura y
sociedad por
la Universidad
Autónoma del
Estado de
Morelos/UAEM
(Cuernavaca, México).
Docente en la
Universidad Manuela
Beltrán/UMB
(Bogotá, Colombia).
danielmonje@
gmail.com

Pilar Torres Serrano

Maestra en Artes
Plásticas y Magister
en comunicación
y medios de la
Universidad
Nacional de Colombia/
UNAL. Docente en la
Universidad Manuela
Beltrán/UMB
(Bogotá, Colombia).
pilartorresserrano@
gmail.com

Resumen: En su declaración de 1926, publicada bajo el título: “Nosotros, variante de un manifiesto,” Dziga Vertov presenta sus ideas sobre el “deber ser” del cine. En medio de coloridas metáforas, Vertov expresa la necesidad de romper con la tradición de usar las artes burguesas como sustratos del nuevo medio. Para él, no es posible hacer buen cine replicando las estructuras del teatro, la música de cámara o la literatura ligera. Para esto, propone la existencia de un nuevo tipo de arte que sólo es posible gracias al moderno concepto de montaje. A este nuevo lenguaje lo llama kino-pravda (cine-verdad). Un lenguaje que existe gracias al arduo trabajo de los kinoks (cineastas revolucionarios) y que se manifiesta en piezas audiovisuales que pretenden develar la realidad. El centro del universo vertoviano es el montaje o kinokismo, la única articulación posible de todas las relaciones humanas. El proyecto kino-pravda fue completado inadvertidamente a principios del siglo XXI por cientos de miles de youtubers. Como parte, en esta investigación hemos modificado el manifiesto original de Vertov para adecuarlo a los tiempos actuales.

Palabras-clave: Vertov; YouTube; Sebastián Villalobos; kinok; montaje.

Abstract: In his 1926 statement, published under the title: "We, variant [version] of a manifesto," Dziga Vertov presents his ideas on the "must be" of cinema. In the midst of colorful metaphors, Vertov expresses the need to break with the tradition of using the bourgeois arts as substrates of the new medium. For him, it is not possible to make good cinema by replicating the structures of theater, chamber music or light literature. For this, he proposes the existence of a new type of art that is only possible due to the modern concept of assembly. This new language is called kino-pravda (film-truth). A language that exists due to the hard work of the kinoks (revolutionary filmmakers) and that is manifested in audiovisual pieces that pretend to unveil reality. The center of the vertovian universe is the assembly or kinokism, the only possible articulation of all the human relations. The kino-pravda project was inadvertently completed at the beginning of the Twenty-First Century by hundreds of thousands of youtubers. As part of this research, we have modified Vertov's original manifesto to suit current times.

Keywords: Vertov; YouTube; Sebastián Villalobos; kinok; film montage.

El “cine-ojo” se comprende como “lo que el ojo no ve”
como el microscopio y el telescopio del tiempo,
como la posibilidad de ver sin fronteras ni distancias,
como el encargo a distancia de un aparato de tomas,
como el tele-ojo
como el rayo-ojo
como “la vida de improvisado”, etc., etc..

Todas estas distintas definiciones se completaban mutuamente,
porque el “cine-ojo” sobreentendía:
todos los medios cinematográficos
todas las invenciones cinematográficas
todos los procedimientos y métodos
todo aquello que podría servir para
descubrir y mostrar la verdad.

Dziga Vertov, en *El nacimiento del Cine-ojo*

Kinok es una antigua palabra que ha resonado en el vocabulario de cientos de realizadores de cine, desde finales de la segunda década del siglo XX. El vocablo habita la memoria colectiva del audiovisual como un fantasmal recordatorio del fracasado proyecto vertoviano de “hacer visible lo invisible, de iluminar la oscuridad, de poner al desnudo lo enmascarado, de volver lo interpretado no interpretado, de hacer de la mentira la verdad” (VERTOV, 1973, p. 50). Un proyecto cuyo inconmensurable objetivo final es “dar a los trabajadores una conciencia clara de los fenómenos que les

[1] Teniendo en cuenta la definición de Louis Althusser en la que ideología es: “una representación de la relación imaginaria entre los individuos y sus condiciones reales de existencia” (ALTHUSSER, 1987, p.197).

[2] Kino-glaz se puede traducir como cine-ojo y kino-pravda como cine-verdad.

afectan y les rodean” (VERTOV, 1973, p. 83). Esto implica domar al monstruo cinematográfico y en ese mismo proceso transformar las estructuras del mundo en las que siempre le han sido propias al cine. Dziga Vertov, al igual que todos sus contemporáneos, era consciente de que en los tiempos modernos el mundo entero pasa por el cedazo de la industria cultural y que “cuanto más completa e integral sea la duplicación de los objetos empíricos por parte de las técnicas cinematográficas, tanto más fácil resulta hacer creer que el mundo exterior es la simple prolongación del que se presenta en el film” (HORKHEIMER; ADORNO, 1987, p. 61). Es decir, que el cine tiene la habilidad de convertir cualquier discurso a su ideología¹. Este es el punto inicial del proyecto vertoviano, una cosmovisión en la que la figura del autor cinematográfico es un alienado productor de imágenes técnicas diseñadas para el consumo en masa de los pueblos. La persona política del autor alienado y el consumo en masa de su ideología es, desde la perspectiva de Vertov, nociva para la construcción de una nueva sociedad donde todos puedan expresarse por igual. A partir de este presupuesto es fácil concluir que la creación colectiva conduciría idealmente a “acelerar el naufragio del cine artístico burgués y sus atributos: el actor gesticulante, la fábula-guion y los juguetes costosos que son los decorados y el gran sacerdote-realizador” (VERTOV, 1973, p. 79). Con este naufragio quedaría el campo libre para la construcción de una nueva mirada maquínica, obrera y perfecta, completamente alejada de las estrategias ideológicas del antiguo régimen, que permitiría la implementación de una nueva estructura social.

El célebre inventor de kino-glaz² articuló todo su proyecto político a partir de esta ventaja propia del medio audiovisual. Si el cinematógrafo se encontraba funcionando activamente como uno de los engranajes centrales del aparato ideológico de estado de las

naciones capitalistas, el podía utilizarlo para “emprender la lucha contra la ceguera de las masas populares, la lucha por la visión,” (VERTOV, 1973, p. 50), y vencer definitivamente las narrativas hegemónicas que estructuran la sociedad. En este simbólico campo de batalla el ejército vertoviano cargaba al ataque coreando un mantra extraño: “Hemos llegado para mostrar al mundo tal y como es, y develar a los trabajadores la estructura burguesa del mundo.” (VERTOV, 1973, p. 83). Lastimosamente, poco a poco su lucha fue perdiendo aliados y finalmente su proyecto de transformar las estructuras narrativas de la construcción social de la realidad en kino-pravda, falló. La idea de politizar el arte, “politización que llevaría a su desaparición como arte, es decir, como una esfera relativamente autónoma,” (VILLEGAS, 2015, p. 196), no parecía un proyecto viable para la competitiva industria cultural de un mundo polarizado. Se trató de una derrota contundente, sin embargo, en la segunda década del siglo XXI podemos encontrar una nueva generación de realizadores audiovisuales, que sin percatarse de sus acciones o de las consecuencias de sus actos, han comenzado la implementación del proyecto cinematografopolítico de Dziga Vertov.

Tal es el caso de Sebastián Villalobos un joven creador de contenido muy popular en la plataforma YouTube, quien actualmente cuenta con 14 millones de visitas semanales. Este joven, de apenas 20 años, se ha consolidado como una de las principales personalidades mediáticas de Colombia. En 2010 decidió comenzar un video-blog en YouTube y en tan solo diez años se ha convertido en una verdadera estrella. Para 2014, muchos medios locales lo consideraban una celebridad en ascenso y apenas dos años después la prestigiosa Walt Disney Company lo vinculó a su nómina. En sus videos se presenta como un joven común y corriente,

hablando de frente a la cámara y discutiendo temas que son de importancia para él y sus pares: amor, música, la vida cotidiana, y sobre todo, él mismo. Para Villalobos el elemento principal de la plataforma de vídeo digital es la posibilidad de expresarse de manera cándida: “En tu canal eres tú. Allí compartes lo que quieres y usas las palabras que te gusta usar.” (VILLALOBOS, 2016, p. 111). Este medio le permite generar una bitácora pública de su vida, un canal de expresión aparentemente honesto e inocente, que tiene un gran impacto en su audiencia.

El capital simbólico, producto no solamente de sus cuatro millones de suscriptores sino de sus múltiples apariciones en radio y televisión, le han permitido acceder a otros mercados más tradicionales, e inclusive hasta publicar un libro guía para que otros jóvenes sigan sus pasos: *Youtuber School* (VILLALOBOS, 2016). Lo que resulta desconcertante para los estudiosos de la imagen en movimiento es que nada de lo que apreciamos en sus videos se corresponde con todo lo que durante generaciones hemos considerado buen audiovisual. Por el contrario, sus producciones solamente pueden ser descritas como informales y primarias, o como el mismo Villalobos lo describe un producto audiovisual más “grunge (brusco) y menos delicado” (VILLALOBOS, 2016, p. 42). Sin embargo, los puentes de comunicación que él y otros muchos jóvenes han logrado establecer, nos llevan a pensar que el ecosistema mediático contemporáneo no se va a regir con los mismos parámetros éticos y estéticos anteriores.

Sebastián Villalobos se define a sí mismo como un generador de contenido, es consciente de la influencia que tiene sobre su público y sabe que su principal función es formar los prosumidores que YouTube necesita. “Hazlos parte de tu experiencia y de tus ideas, para ellos es importante sentirse partícipes de lo que haces

en tu canal.” (VILLALOBOS, 2016, p. 66). Cuando usamos un sitio web como YouTube o Netflix para visualizar contenido no estamos actuando como meros consumidores de un medio masivo, estamos actuando como prosumidores. Este concepto fue acuñado por Alvin Toffler en su ya célebre libro *La tercera ola*. En este futurista ensayo nos recuerda que antes de que existiese la modernidad no había una diferenciación entre productores y consumidores en el sentido habitual. Todas las personas “eran en su lugar, lo que podría denominarse *prosumidores*.” (TOFFLER, 1982, p. 171). Antes de la revolución industrial la mayoría de las personas actuaba al mismo tiempo como consumidor y productor de los bienes de consumo. Durante los primeros siglos de la modernidad hubo una fuerte tendencia a priorizar la producción y por lo tanto a escindir estas dos actividades. Es así como el libro impreso, el cinematógrafo, el gramófono, se convierten en las tecnologías de difusión dominantes de su tiempo. Sin embargo, a partir de la segunda mitad del siglo XX, el foco comenzó a pasar de la producción a la sociedad de consumo (RITZER; JURGENSON, 2010). Finalmente, hoy en día nuestra interacción con los medios electrónicos ha producido un marcado interés por lo que se encuentra en la mitad, por el prosumismo. Podemos definir el prosumo como una actividad no remunerada del sector terciario, que agrega valor a un producto. En este sistema de producción todos los que usamos YouTube estamos generando el valor agregado de la empresa y todos los que estamos suscritos al canal de Sebastián Villalobos, le damos *like* (o *dislike*), comentamos o simplemente reproducimos sus videos, estamos agregando valor a la marca de este realizador.

Es de conocimiento general que “una formación social no sobrevive más de un año si no reproduce las condiciones de producción al mismo tiempo que produce” (ALTHUSSER, 1989,

p. 183). El medio mismo y sus contenidos tienen que lograr que hagamos *click*, que compongamos nuestras listas de reproducción e idealmente que subamos videos que se sumen a la masiva sinergia que produce nuevos usuarios y mejores contenidos. Todo *youtuber* comienza a operar como un publicista del que depende la plataforma para su supervivencia.

A principios del siglo XX Antonio Gramsci, viendo como la relación con la tecnología y el capital, organizan la sociedad, aseguró que: “Todos los hombres son intelectuales; pero no todos los hombres tienen en la sociedad la función de intelectuales.” (GRAMSCI, 1967, p. 26). Nosotros podemos decir que a principios del XXI no todos los seres humanos son intelectuales³, pero ciertamente todos pueden ubicarse en la posición de serlo gracias a estas plataformas de comunicación. Sebastián Villalobos ha logrado establecerse como una de las figuras más importantes del medio audiovisual de su país, proeza que ha logrado principalmente hablando a la cámara y siendo honesto frente a sus opiniones del mundo, no importa lo intrascendentes que estas puedan resultar para aquellos que no son su audiencia.

Realizadores como él aparecen en el escenario contemporáneo como una reacción natural a las nuevas condiciones del ecosistema audiovisual digital. El nuevo medio, como todas las formas de imagen técnica, establece sus estructuras sociales, parámetros estéticos y objetivos políticos en relación directa con el aparato tecnológico que usa para expresarse. Recíprocamente el aparato establece sus estructuras sociales, parámetros estéticos y objetivos políticos en relación directa con todas las personas que forman el cuerpo social que lo opera. Esto resulta evidente si entendemos la imagen técnica como el producto de la relación existente entre determinados objetos técnicos con un grupo social particular.

Para llegar a esta conclusión, podemos partir de los textos de Gilbert Simondon (2008), el filósofo francés de la posguerra, quien escribió concretamente sobre los procesos de individuación de los objetos técnicos. En su obra, todo el trabajo que miles de personas en varias generaciones han puesto sobre los objetos técnicos comienzan a generar una tendencia individualizante en estos mismos. Inicialmente los objetos son abstractos, viven dentro del conocimiento y la comunicación humana, pero conforme pasa el tiempo sus funciones y agenciamientos se van concretizando cada vez más, alejándose de lo humano en un nuevo individuo. Este proceso de continuo cambio emergente se basa en “la manera en que el objeto se causa y se condiciona a sí mismo en su funcionamiento, y en las relaciones de su funcionamiento sobre la utilización.” (SIMONDON, 2008, p. 49). Los objetos técnicos se hacen más concretos conforme lo que aprendemos a partir de su uso y las investigaciones que generamos a su alrededor, funcionan como retroalimentación a su diseño y producción. De esta forma pensamientos abstractos producto de esta relación se concretizan en individuos técnicos. Este cambio no es constante ni lineal, no se trata de un proceso continuo o discontinuo, “lleva consigo umbrales que están definidos por el hecho de que consuman sistemas sucesivos de coherencia” (SIMONDON, 2008, p. 48). En el caso del audiovisual, tenemos que durante cientos de años se fueron perfeccionando pequeños dispositivos que jugaban con la persistencia retiniana hasta que esta tecnología fue juntada con la película fotográfica y se crearon las primeras máquinas de cine, estas evolucionan linealmente hasta que aparece el montaje. La tecnología cinematográfica tuvo un desarrollo estable por poco más de 50 años, cada vez con nuevos materiales más eficaces, incorporando sonido, color y hasta gafas de 3D. Posteriormente, a

[3] En Gramsci los intelectuales son “los “gestores” del grupo dominante para el ejercicio de las funciones subalternas de la hegemonía social y del gobierno político, o sea: 1) del consentimiento “espontáneo”, dado por las grandes masas de la población a la orientación impresa a la vida social por el grupo dominante fundamental, consentimiento que nace “históricamente” del prestigio (y, por tanto, de la confianza) que el grupo dominante obtiene de su posición y de su función en el mundo de la producción; 2) del aparato de coerción estatal, que asegura “legalmente” la disciplina de los grupos que no dan su “consentimiento” ni activamente ni pasivamente; pero el aparato se construye teniendo en cuenta toda la sociedad, en previsión de los momentos de crisis de mando y de crisis de la dirección, en los cuales se disipa el consentimiento espontáneo. (GRAMSCI, 1967, p. 28)

mediados del siglo XX aparecen el video y la televisión, gracias a la unión del cine con la radio y las nacientes tecnologías electrónicas. Estas dos tecnologías han tenido un desarrollo constante hasta nuestros días, convirtiéndose en medios de comunicación determinantes para la existencia de las construcciones sociales contemporáneas. A finales del siglo pasado la mezcla de la señal video con las tecnologías informáticas permitieron una nueva versión del audiovisual, un video que es a la vez cinematografía y software.

Cada una de estas encarnaciones del audiovisual: los juguetes, el cinematógrafo, el cine, la televisión y el video digital, establecen sus estructuras sociales, parámetros estéticos y objetivos políticos en las relaciones que se establecen, a través de su operar en el mundo, entre tecnologías, mensajes y cuerpos sociales. El fenaquistiscopio y el zootropo, por ejemplo, permiten la producción de bucles de animación de 2 y 20 fotogramas respectivamente. Esta tecnología solamente permite que los usuarios experimenten con las maravillas de la persistencia retiniana y los realizadores de la época, con el dibujo y el movimiento. Con el transcurso del tiempo, estas máquinas se volvieron más automatizadas, incluyendo pequeños motores e iluminación a gas y electricidad, requiriendo cada vez menos intervención humana para su operación. Sin embargo, un aparato tan abstracto es ideal para la intervención humana, solamente se requiere un poco de imaginación, un lápiz y papel para crear nuevos bucles.

A estas primitivas máquinas siguieron el kinetoscopio y el cinematógrafo de los hermanos Lumière. Portentos tecnológicos que dan inicio al cine y que permitían la creación de obras de casi un minuto de duración. Pasamos de tener un audiovisual dibujado, que dura menos de un segundo, a un proceso que tiene la habilidad

de capturar intervalos de un minuto de la realidad. En este momento la mano es excluida del proceso audiovisual y es reemplazada por el ojo mecánico que captura una imagen científicamente seleccionada del mundo. Los operarios simplemente deben apuntar este ojo durante pocos segundos hacia un sujeto para completar la producción. Este primer cine es tan incapaz de narrar como sus antepasados y por consiguiente no logra establecerse como un medio crítico. Esto es evidente en films como *La Sortie des Usines a Lyon*⁴ (1895) lejos de tratarse de un comentario sobre la situación obrera en Francia, lo único que podemos apreciar es el milagro de las imágenes en movimiento, es decir “la repartición de los puntos de un espacio o de los momentos de un acontecer.” (DELEUZE, 1984, p. 20). Este milagro es en sí mismo la primera historia contada por el cine, aquella gran narrativa en la que una máquina reemplaza la mano humana en la creación. No es de sorprenderse que esta sea una época en la que los parámetros estéticos parecen sobreescritos por el imperativo político de resaltar lo cotidiano. La estructura social que comienza a construirse alrededor del cine está concentrada en la evolución técnica del aparato y quienes la habitan se olvidan de cuestionar el espejo en el que el audiovisual se ha convertido y en el que se están mirando.

El siguiente avance importante en el audiovisual fue la posibilidad de juntar lejanías. Ya no es necesario que yo como espectador vea todas las cintas de Edison y los Lumière para hacerme una idea de la narración que el cine quiere contarme. En su proceso de concretización e individuación, el cine agencia el montaje. Para este punto de la historia “el plano deja de ser una categoría espacial para volverse temporal; y el corte será un corte móvil en vez de inmóvil”. (DELEUZE, 1984, p. 16). Este es el fin del cine positivo y el génesis de una máquina planetaria de producir

[4] *La salida de la fábrica de Lumière en Lyon* (1895) es una película de 46 segundos que muestra a los obreros de la fábrica Lumière saliendo al final de la jornada laboral.

narraciones. El nuevo medio ofrece a todos, desde D. W. Griffith hasta Eisenstein pasando por Melies y René Clair, la posibilidad de articular sentidos a un volumen que solamente puede ser calificado de industrial. Para el artista audiovisual no hay forma de escapar de la heurística del nuevo medio puesto que “el montaje es la determinación del Todo” (DELEUZE, 1984, p. 51)

Para iniciar este análisis debemos volver al hecho innegable de la naturaleza técnica del cine. La imagen audiovisual no puede ser creada ni reproducida sin la asistencia de una compleja organización maquina convenientemente dispuesta alrededor del planeta para este fin. Durante la historia del audiovisual han existido cientos de miles de modelos de máquinas que van desde el Nickelodeon hasta YouTube. Aunque la más emblemática de estas se trata de la cámara, todos sabemos que hacer audiovisual implica poner en relación un vasto número de máquinas organizadas en procesos lineales. Todas las máquinas que dan vida al audiovisual están organizadas analógicamente a la cadena de montaje industrial. Sin computadoras para realizar la edición, exposímetros para medir la luz, grabadoras de sonido, los programas para escribir guiones e inclusive aquellos que se llevan la contabilidad, hacer audiovisual se convierte en una empresa imposible. Algunos podrían afirmar que casos como el del animador experimental Norman McLaren, quien dibujaba directamente sobre el celuloide, nos permitirían escapar del determinismo de la imagen técnica, pero aun en este caso es necesario un proyector cinematográfico para reproducir las imágenes. En esta estructura, todo lo que produce una máquina cinematográfica es potencialmente el insumo para el proceso de la siguiente y así sucesivamente. Las mediciones del exposímetro son insumo para la cámara, las imágenes de la cámara para el montaje y lo que produce el montaje para el proyector. Funcionan como un

organismo compuesto de muchos individuos técnicos, como una especie de ecosistema de producción audiovisual. Para hacer más práctica la redacción de los próximos párrafos, podemos identificar este gran conjunto orgánico de las máquinas necesarias para la existencia del audiovisual con el nombre de Kinoapparatom.

El kinoapparatom no puede operarse a sí mismo y hacer cosas interesantes, así que siempre necesita de un componente humano. Esta es la razón fundamental de la existencia del cuerpo social que opera las cámaras. Cabe siempre recordar que si las máquinas pudiesen hacer cine-máquina para espectadores-máquina hace mucho tiempo que se hubiera desecho de nosotros. Dziga Vertov había identificado claramente esta situación en su manifiesto de 1922, donde escribió: “nosotros inducimos la alegría creadora en todo trabajo mecánico, nosotros emparentamos a los hombres con las máquinas, nosotros educamos hombres nuevos.” (VERTOV, 1973, p. 17).

El kinoapparatom, entonces, necesita de individuos que lo orienten, que dirijan sus lentes y micrófonos hacia el mundo, ¡que le induzcan alegría a su existencia! Es decir, necesita al conjunto orgánico de seres humanos que funcionen como sus operarios. Para hacer más práctica la redacción de los próximos párrafos vamos a llamar a ese conjunto kinoks. Son un cuerpo social millones de humanos alrededor del mundo articulados funcionalmente con el kinoapparatom. Desde el dueño de un estudio hasta el vigilante, o desde el gran autor cinematográfico, hasta el más desconocido asistente de tráfico, todos conocen su lugar. Nuestro lugar es detrás de la cámara y delante de la pantalla, somos los que operamos el cine y, al hacerlo, funcionamos para él. Los kinoks somos nosotros, los que estamos en simbiosis con el audiovisual, los que consideramos que las otras artes simplemente sirven para

ser registradas por él, los que consideramos que el mundo debe ser un gigantesco *plateau*, los que emparentamos a los hombres con las máquinas, los que “depuramos de intrusos al cine” (VERTOV, 1973, p. 16), liberándolo poco a poco de las antiguas formas del teatro, el concierto y el discurso. Somos nosotros los kinoks quienes buscamos educar hombres nuevos.

Kinoks (las personas) y kinoapparatom (las máquinas) no son suficientes para dar razón sobre lo que entendemos por audiovisual. Cuando Vertov escribe sobre todo lo que puede llegar a constituir lo cinematográfico, o sea, todo lo kino, determina su modo de existencia en el montaje. El artesano talla, esculpe, modela, dibuja y, en general, hace. Podemos afirmar que lleva un proceso de principio a fin; el hombre industrial, por el contrario, forma parte de una cadena de montaje y esto quiere decir que ensambla el trabajo de otros. El audiovisual consiste en un continuo ensamblaje de una multitud de elementos, imágenes y sentidos que afecta a todo el género humano. Ese es el poder político del montaje que es la modernidad encarnada, ya que como lo señalaba Sergei Eisenstein (1974, p. 34): “el principio del montaje en el film es solamente una aplicación particular del principio del montaje en general, principio que, entendido plenamente, supera la mera unión de pequeños trozos de película.”.

Cuando Vertov, a través de sus escritos y su praxis, trata de definir lo que puede caber en el reino de lo audiovisual, se encuentra con una tarea imposible. Miles de máquinas y millones de personas produciendo millones de imágenes en cientos de estudios alrededor del mundo, cada uno con una ideología diferente, con intencionalidades particulares y con puntos de vista independientes impiden al teórico conceptualizar la totalidad del cine. Vertov decide buscar la respuesta, no en las cosas que forman el cine,

sino por el contrario, en aquello es esencialmente cinematográfico. Previamente, pensadores como Lev Kuleshov y Eisenstein habían encontrado en el montaje el elemento fundamental para definir los límites de lo que puede ser incluido dentro del reino audiovisual. Gilles Deleuze nos recuerda que Eisenstein no se cansa de describir al montaje como el todo del film, la Idea. Porque tanto para el cineasta como para el filósofo, “el montaje es esa operación que recae sobre las imágenes movimiento para desprender de ellas el todo, la idea, es decir, la imagen del tiempo” (DELEUZE, 1984, p. 65)

En Vertov, es el montaje el que define no solamente el cine, sino el mundo moderno, esta es la razón por la cual durante toda su carrera habló profusamente de la kino-radio, la kino-poesía y, por supuesto, el kino-glaz. Deleuze aprecia un montaje de todos los montajes al interior de la ideología kinok de Vertov donde “el hombre y la máquina formaban una unidad dialéctica activa que superaba la oposición del trabajo mecánico y el trabajador humano” (DELEUZE, 1984, p. 65); en su apreciación sobresalen tres elementos: lo mecánico, lo humano y su oposición a modo de montaje. El montaje es la forma en la que los kinoks ordenan el mundo. Esta organización del mundo es a lo que Vertov da el nombre de kinokismo y que se puede describir como “el arte de organizar los movimientos necesarios de las cosas en el espacio, gracias a la utilización de un conjunto artístico rítmico conforme a las propiedades del material y al ritmo interior de cada cosa.” (VERTOV, 1973, p. 15). El kinokismo lo podemos encontrar en una fotografía de Ródchenko, en una pintura de Malevich, en un concierto de Shostakovich o, incluso, en la *París que duerme* de Rene Clair.

El kinokismo no es una teoría del montaje, es esa parte de lo kino que permite su existencia, que le permite estar en el mundo. Técnica y teoría nos permiten saber qué plano va antes,

qué lente va primero, qué letra antecede a la otra en el diccionario. El kinokismo es mucho más, es la moderna posibilidad del montaje puro, es el simple acto de ensamblar, de juntar lejanías. Es todo lo que no es tangible del cine y que solamente puede apreciarse en los intervalos. Intervalos que existen entre plano y plano, como el silencio en la música, el contraste en la fotografía o la coma en la literatura.

En su manifiesto Vertov presenta el intervalo como el paso de un movimiento a otro, como el elemento fundamental que constituye las artes del movimiento (VERTOV, 1973). El kinokismo es el efecto del intervalo materializado, teorizado y humanizado. Es el poder del montaje moderno lo que le permite al Vertov declarar que: “yo creo un hombre mucho más perfecto que aquel que creó Adán, yo creo millares de hombres distintos según distintos diseños y esquemas preestablecidos.” (VERTOV, 1973, p. 42), porque no me interesa las cosas del mundo, sino su estructura subyacente.

Podemos decir que lo kino, visto como uno de los posibles modos de existencia de la sociedad contemporánea, establece sus estructuras sociales, parámetros estéticos y objetivos políticos a partir de la relación entre los kinosk, el kinoapparatom y el kinokismo. Lo kino corresponde a un régimen de lo sensible particular a nuestro tiempo que se manifiesta en cada uno de sus tres componentes. Este régimen puede ser entendido como “un tipo específico de vínculo entre modos de producción de obras o prácticas, formas de visibilidad de dichas prácticas, y modos de conceptualización de unos y otros.” (RANCIERE, 2014, p. 31). En este sentido, podemos declarar que lo que se habla corresponde principalmente a lo kinok, lo que se ve corresponde mayoritariamente al kinoapparatom y lo que se hace (y se debe hacer) corresponde exclusivamente al kinokismo.

El kinoapparatom del siglo XX tenía una naturaleza moderna, se trataba de una máquina que podía transformar el mundo en procesos lineales fabriles. Una máquina de distracción como la llamarían Adorno y Horkheimer, refiriéndose a que se “se asiste a ella casi exclusivamente como reproducción.” (ADORNO; HORKHEIMER, 1987, p. 121). Como hemos visto previamente, en la actual encarnación del kinoapparatom, los usuarios no son simplemente consumidores sino que actúan a la vez como prosumidores. Antiguamente, la única forma de retroalimentación que se tenía era el ingreso por la taquilla y los textos que los mismos intelectuales orgánicos al kinoapparatom publicaban. En el ecosistema audiovisual contemporáneo, por el contrario, el productor de contenido se encuentra en constante contacto con su audiencia y modifica sus videos de acuerdo al interés colectivo. Villalobos, por ejemplo, sabe que si produce videos con los contenidos que a él le gustan y trata de ser lo más auténtico posible frente a la cámara, sin perder de vista su audiencia tiene el éxito garantizado. En su libro, demuestra un constante interés en las personas que ven sus videos en “saber qué les gusta, qué no les gusta, que personas son importantes para ellos, quienes son, como les gusta que les hablen, sobre que temas, que les gusta hacer en su cotidianidad.” (VILLALOBOS, 2016, p. 74). No se trata simplemente de hacer un moderno estudio de audiencias, correr focus groups y triangular los resultados en políticas de mercado; por el contrario, se trata de pacientemente tomarse el tiempo para escuchar las opiniones de todos. Esta constante conversación implica un enorme trabajo no remunerado que consume toda la jornada laboral de los youtubers. La idea es lograr un complejo equilibrio entre lo que quien está mirando quiere ver y lo que quien está produciendo quiere mostrar. La plataforma opera como uno de los aparatos propuestos por

Vilém Flusser, como un “juguete que simula un tipo de pensamiento”. (FLUSSER, 1985, p. 5). YouTube le propone un juego constante al espectador-prosumidor, crear su propia narrativa a partir de la selección, calificación y comentarios de los videos disponibles en la plataforma. En muy poco tiempo el juguete comienza a organizar la lista de reproducción basándose en la información que le hemos proveído, mostrándonos lo que nos gusta y permitiéndonos crear una narrativa propia e individual. Cada uno de nuestros *clicks* es información que Google puede convertir fácilmente en dinero, pues es el producto de miles de conversaciones como las que Sebastián Villalobos sostiene diariamente. Lo que nos mantiene enganchados en este particular aparato es la conversación misma, no la calidad de los videos, ni la profundidad conceptual de estos. Todo lo que hace este kinoapparatom es darnos la posibilidad de hablar y analizar (muestreando y cuantificando) todo lo que se dice del mundo.

Esta conversación es justamente el nuevo kinokismo. Lo que se está montando no es visible en un producto audiovisual lineal. Todo lo que se ha puesto en juego en el kinoapparatom del siglo XXI escapa del terreno audiovisual y comienza a organizar la vida real, el mundo allá afuera. Villalobos lo sabe y se refiere a esto así: “Hay una gran ventaja que tenemos los *youtubers* frente a otro tipo de artistas y con nuestros gustos, manera de expresarnos y pensamientos, creamos, sin darnos cuenta, nuestra propia marca personal, que es muy real.” (VILLALOBOS, 2016, p. 111). El kinokismo siempre ha sido el software sobre el que opera el kinoapparatom, y este último cada día se transforma más en lenguaje de programación. Para nadie es un secreto que “si la electricidad y el motor de combustión interna hicieron la sociedad industrial posible, paralelamente el software permite la existencia de la sociedad de la información”. (MANOVICH,

2008, p. 4). Lo que permanece desconocido para todos es que las estructuras del mundo están cambiando a imagen y semejanza de este nuevo kinokismo. El proyecto de Vertov tenía como meta final convertir todas las estructuras de la sociedad al kinokismo, reducir todos los modos y formas de las interacciones sociales y políticas a montajes codificados y uniformes. Comunicación universal sin todas las trabas que las tradiciones particulares imponen. El kino-glaz de Vertov es “la relación visual establecida por personas de todo el mundo, basada en un intercambio incesante de hechos vistos... es la posibilidad de ver los procesos de la vida en un orden temporal inaccesible al ojo humano.” (VERTOV, 1999, p. 33). Vertov quería una plataforma para que todos los seres humanos pudieran intercambiar imágenes técnicas libremente, una que pudiera extrapolar sus estructuras al mundo; esto es, coincidentemente uno de los principales objetivos de la YouTube.

En este nuevo kinokismo lo que se pone en juego no es lo que se ve, lo que se dice o lo que se hace, sino lo que se siente. El kinokismo del siglo XXI es un agenciamiento inconmensurable de emociones a nivel planetario. “La nueva estética global es una celebración de la hibridación de medios que es usada para crear impactos emocionales.” (MANOVICH, 2008, p. 81). YouTube, por ejemplo, almacena y nos da acceso a obras tan sofisticadas como aquellas realizadas por Orson Welles⁵, y al mismo tiempo a tan básicas como el *Pen Pineapple Apple Pen*⁶. Sin embargo, la hibridación va mucho más allá del simple mezclar calidades y formatos, o al tan mencionado remix de Lawrence Lessig (2008), lo que YouTube permite es la hibridación de afectos. El nuevo kinolismo transfiere el montaje final al usuario, este es el encargado de hacer la versión final de su YouTube. Cada uno de nosotros debe poner en juego sus gustos, opiniones y estados de ánimo,

[5] En 2016 es posible ver varias cintas de Orson Welles en la plataforma, por ejemplo: *The Stranger* (1946), Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=5zU7MoRuGDw>> Acceso en: 24 feb. 2019.

[6] Uno de los videos más populares de 2016 se trata de la canción: *Pen Pineapple Apple Pen*, <<https://www.youtube.com/watch?v=Ct6BUPvE2sM>> Acceso en: 24 feb. 2019.

en la plataforma para que el algoritmo del sistema nos provea una selección de productos personal. Así, mientras el YouTube de una persona disponibiliza documentales sobre animales y música tropical, el de otra persona solamente le ofrecerá videojuegos, comedia y mujeres sensuales; mientras que para algunos padres su canal estará cargado de repeticiones de shows infantiles, para otros estará lleno de videos de *unboxing* y para otros de consejos sobre crianza; mientras que para muchos melómanos su canal solamente propone listas de reproducción de la *Fania y Soul Train*, para otros ofrecerá solamente Daddy Yankee y Don Omar; mientras que para muchos estudiantes de filosofía mostrará solamente entrevistas de Foucault y Deleuze, para otros perpetuamente mostrará shows de *stand up comedy*. Y la lista es tan larga como usuarios⁷ tiene YouTube, que actualmente cuenta con mil millones de usuarios, que tienen mil millones de versiones de YouTube. Este es el producto de este nuevo kinokismo, un producto tan complejo que no puede ser analizado por la crítica tradicional. La figura más importante de este modelo es el usuario, aquel prosumidor que constantemente se encuentra colaborando con el algoritmo del sistema para la creación de su kino-tube personal. Tal como lo predijo Vertov en su texto *La importancia del cine no interpretativo*: “Partiendo del material hacia la obra cinematográfica (y no de la obra al material), los kinoks no estiman justo para empezar el trabajo, presentar lo que se denomina un guión. El guión, en tanto que producto de la cocina literaria, desaparecerá completamente en los próximos años.” (VERTOV, 1973, p. 45). El kinok del siglo XXI pone en juego sus afectos con el algoritmo del kinoapparatom para crear el nuevo kinokismo.

A toda la población kinok del mundo la podemos estratificar de acuerdo a la cantidad de afecto que ponen en juego utilizando

la analogía de la pirámide: En un nivel más bajo, la mayoría de usuarios de YouTube son aquellos que no saben que están creando su propio kino-tube a cada *click*, muchos ni siquiera tienen una cuenta de usuario y actúan de manera casual y automática frente al sistema. A estos los podemos llamar Kino-inconscientes. Arriba de ellos existe una gran cantidad de usuarios que además de estar creando su propio kino-tube a cada click, en muchas ocasiones se preocupan por elegir lo que ven, por interactuar y opinar sobre los contenidos, e inclusive de vez en cuando suben uno que otro vídeo a la plataforma. A estos los podemos llamar Kino-conscientes, son usuarios que tratan de utilizar el algoritmo, pero no están dispuestos a invertir su vida completa en el kino-tube. Finalmente, en la parte superior de la pirámide, tenemos a los kinok-intelectuales-orgánicos-de-YouTube. Estos son usuarios que, además de todo lo anterior, son los que han decidido invertir toda su vida en la plataforma. Son usuarios como Sebastián Villalobos quien ha puesto en juego toda su vida en la plataforma.

El más importante resultado del kinokismo que se agencia en Villalobos está asociado al significante “éxito.” Un éxito solamente posible gracias a esta inversión de afectos. La vida y el desarrollo personal de este muchacho son el mejor anuncio comercial multiplataforma que pueda existir. Podemos ver cómo Villalobos asume su función de kino-intelectual en la construcción de su libro *Youtuber School* que se encuentra lleno de frases como: “YouTube se ha encargado de abrirme las puertas y la mente, de retarme a aprender por mi cuenta, de luchar por lo que quiero, así como de potenciar mis talentos.” (VILLALOBOS, 2016, p. 148).

El papel de los kinoks del siglo XXI es funcionar, en mayor o menor medida, como intelectuales-emocionales al nuevo kinokismo. Larry Page y Sergey Brin, fundadores de Google Inc. y responsables

[7] Datos oficiales de la plataforma.

del algoritmo⁸ que organiza el kinokismo de YouTube han logrado crear un sistema audiovisual que articula, como si se tratasen de piezas de un motor, las emociones de mil millones de personas. Este montaje ha dado como resultado un inconmensurable audiovisual que ha logrado romper las barreras de la pantalla y ha comenzado a redefinir lo que significa la ciudadanía del siglo XXI. Este era el proyecto vertoviano, convertir la vida en cine y el cine en vida:

El campo visual es la vida;
la materia de construcción para el montaje es la vida;
los decorados es la vida;
los artistas es la vida". (VERTOV, 1999a, p. 43)

El proyecto vertoviano puede encontrarse resumido en su manifiesto político, llamado *Nosotros, variante de un manifiesto* (1973), publicado en 1922. Resulta sorprendente que muchas de las ideas de Vertov, originalmente pertenecientes al ala más extrema de la izquierda soviética, hoy en día hayan sido retomadas por los más avanzados representantes del capitalismo del siglo XXI. Por esta razón, hemos decidido reescribir el Manifiesto de Vertov para hacerlo funcional a los objetivos de los Kinok del Siglo XXI.

Nosotros Youtubers. Variante de un manifiesto.

NOSOTROS los youtubers adoptamos la denominación de kinoks para diferenciarnos de los "cineastas", rebaño de traperos que hurgan con cierta habilidad sus antiguallas.

No vemos relación alguna entre la picardía y los cálculos de los mercachifles y el auténtico "kinokismo".

*Hacemos lo que nos gusta y lo que le gusta a nuestros followers.
El cine de Hollywood, Bollywood y el Sundance, los grandes estudios televisivos, Fox, Sony, Turner y HBO, con sus producciones repletas de dinamismo espectacular, el kinok de youtube le agradece su vacío diseño visual, arte gráfica pura y nada de vida. No fundado en la vida. Trivial. Copia de una copia.*

NOSOTROS declaramos que los viejos films novelados, teatralizados, diseñados, etc., tienen la lepra.

-¡No os acerquéis a ellos!

-¡No los toquéis con los ojos!

-¡Peligro de muerte!

-¡Contagiosos!

NOSOTROS afirmamos que el futuro del arte audiovisual es la negación de su presente.

La muerte del "audiovisual" resulta indispensable para que pueda vivir el arte audiovisual. NOSOTROS hacemos un llamamiento a fin de acelerar su muerte.

Nosotros los youtubers protestamos contra el montaje pastichudo y exacto de las artes que muchos califican de evolución.

NOSOTROS depuramos de intrusos al audiovisual: diseño, moda y mercadeo; buscamos nuestro propio ritmo, que no lo habremos robado a nadie, lo encontramos en el diálogo incesante.

NOSOTROS hacemos un llamamiento para huir:

De los dulzones tonos del software de colorización

De las adaptaciones de obras literarias, canciones y hasta videojuegos

De las estructuras dramáticas del siglo XVIII

De las antiguas teorías que reducen el montaje a una simple relación de raccord.

Extendamos el vasto campo, el espacio de las cuatro dimensiones, (3+lo social), a la búsqueda de un material, de un metro y de un ritmo

totalmente propios.

Lo masivo impide al realizador ser tan impreciso como una conversación entre amigos, lo emparenta con máquinas de vapor y le impide encontrar su ser social-digital. Todos obligados a funcionar como engranajes de una sola máquina, una y otra vez repitiendo su alienada parte en un infinito GIF animado.

No tenemos la menor necesidad de inmensos estudios, de decorados grandiosos, como tampoco de estudios y teorías, de grandes artistas, y de mujeres sensacionales:

Por el contrario nos son imprescindibles:

Una veloz conexión a internet

Pequeñas cámaras a mano superligeras

Cualquier programa de edición

Un ejército de followers retroalimentándonos

NOSOTROS solamente queremos, para siempre, grabar solamente a nosotros mismos, porque no sabemos dirigir nuestros movimientos, o ser elegantes, o atractivos. Nos dirigimos, a través de la poesía del software, desde el hombre perfecto de la modernidad, hasta la celebración de la imperfección tan propia de nuestro tiempo. ¡¡VIVA LA DIFERENCIA EN LA IGUALDAD!!

NOSOTROS los youtubers emparentamos a los jóvenes con las máquinas.

NOSOTROS educamos hombres y mujeres nuevos.

NOSOTROS caminamos, con el rostro descubierto, hacia el reconocimiento de nuestros ritmos, hacia la percepción de la belleza de los intercambios electrónicos de sentido. Nosotros transformamos el día a día en poesías electrónicas.

Honestidad, frivolidad y tolerancia: tres imperativos que planteamos a la vida digna de ser posteada.

El nuevo kinokismo es el arte de organizar los discursos más cotidianos

sin tener en cuenta antiguos ideales de ritmo y composición. Youtuber prosumidor supremo que encuentra sus ritmos en los analytics, comentarios y likes.

Ya el intervalo no se ubica entre toma y toma sino entre upload y upload, semana a semana durante años articulando poco a poco el contenido de un canal. El montaje ya no junta lejanías, por el contrario acorta cualquier distancia simbólica que pueda existir.

Youtubers son AQUELLOS que depuran de intrusos al audiovisual del siglo XXI. Son AQUELLOS que buscan crear su propio montaje, su propio lenguaje, su propio mundo. Son AQUELLOS que emparentan a los prosumidores con las máquinas electrónicas. Son AQUELLOS que inducen la alegría creadora en un ecosistema audiovisual controlado por las grandes corporaciones y las escuelas de cine.

AQUELLOS que creen que se acerca el momento en que podrán lanzar al espacio los huracanes de información delicadamente dirigidos por los lazos de su táctica.

AQUELLOS que son realmente todos nosotros.

Y bueno...

No olviden darle Like y compartan. Sigamos en Facebook, Twitter e Instagram.

Y por supuesto...

Suscríbanse a nuestro canal en recuadro rojo.

Referencias

ALTHUSSER, Louis. **La filosofía como una arma para la revolución**. México D.F.: Siglo XXI Editores, 1989.

EISENSTEIN, Sergei. **El sentido del cine**. Siglo XXI editores: Buenos Aires, 1974.

DELEUZE, Gilles. **La imagen-movimiento: Estudios sobre cine 1**. Barcelona: Paidós, 1984.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta. Ensaios para uma futura filosofia da fotografia.** São Paulo: Hucitec, 1985.

GRAMSCI, Antonio. **La formación de los intelectuales,** México D.F.: Editorial Grijalbo S.A., 1967.

HORKHEIMER, Max.; ADORNO, Theodor. **Dialéctica del iluminismo.** 1 ed. Buenos Aires: Editorial Sudamericana, 1987.

LESSIG, Lawrence. **Remix.** 1 ed. New York: Penguin Press, 2008.

RANCIÈRE, Jacques. **El reparto de lo sensible: estética y política.** Buenos Aires: Prometeo Libros, 2014.

RITZER, George; JURGENSON, Nathan. Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital 'Prosumer.' **Journal of consumer Culture.** vol. 10, no. 1, Mar. 2010. pp. 13–36. Disponible en: 10.1177/1469540509354673 Acceso en: 24 feb. 2019.

MANOVICH, Lev. **Software takes command** (International Texts in Critical Media Aesthetics). Bloomsbury Academic: London, 2008.

SIMONDON, Gilbert. **El modo de existencia de los objetos técnicos.** Buenos Aires: Prometeo Libros, 2008.

TOFFLER, Alvin. **La tercera ola.** 1 ed. Esplugues de Llobregat (Barcelona): Plaza & Janés, 1982.

VERTOV, Dziga. **El cine ojo** (Primera). Madrid: Fundamentos, 1973.

_____. La importancia del cine sin actores. JOAQUIN, Romaguera; THEVENET, Homero Alsina. (eds.). **Textos y manifiestos del cine.** 1 ed. Madrid: Cátedra, 1999a. pp. 41-44.

_____. Del Cine-Ojo al Radio-ojo (extracto del ABC de los kinoks). JOAQUIN, Romaguera; THEVENET, Homero Alsina. (eds.). **Textos y manifiestos del cine.** 1 ed. Madrid: Cátedra, 1999. pp. 31-40.

VILLALOBOS, Sebastián. **Youtuber school.** Mexico City: Editorial Planeta Mexicana, 2016.

VILLEGAS, Álvaro. De la crisis del aura a la liberación del aparato cinematográfico: Walter Benjamin y Dziga Vertov. **Aisthesis.** n.57, 2015. pp.179-202. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-71812015000100010>. Acceso en 24 feb. 2019.

Referencias Audiovisuales

LA SORTIE de l'usine Lumière à Lyon. Louis Lumiere. Francia, 1895.

PEN PINEAPPLE Apple Pen. Daimaô Kosaka, Tokyo, 2016.

THE STRANGER. Orson Welles, EUA, 1846.

Daniel Enrique Monje Abril

estudió Cine y Televisión en la Universidad Nacional de Colombia - UNAL, y Magister en Artes plásticas y visuales de la misma universidad. En 2016 obtuvo el título de Doctor en imagen, arte, cultura y sociedad por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos - UAEM (Cuernavaca, México). Actualmente se desempeña como docente investigador de la facultad de artes de la Universidad Manuela Beltrán (Bogotá, Colombia). Por los pasados 19 años ha desempeñado como docente universitario en Colombia y México. Entre sus publicaciones destacan los libros “Mitologías y modos de existencia de los fotógrafos viajeros” y “Los investigadores y el cine”.

Pilar Torres Serrano

es maestra en Artes Plásticas de la Universidad Nacional de Colombia - UNAL, y Candidata a Magister en comunicación y medios de la misma institución. Por los pasados diez años se ha desempeñado en docencia e investigación en diversas instituciones de la ciudad de Bogotá. Actualmente desarrolla proyectos de realización en medios audiovisuales. En sus publicaciones más destacadas se encuentra el libro “Conversaciones sobre cine” publicado con la Editorial UMB.