

## El celular como arma de guerrilla digital

Mara Balestrini

A propósito de las cámaras de video hogareñas que invadieron el mercado a partir de la década de 1980, Régis Debray escribía: *"El camescopio es un instrumento de producción ligero y barato. Abre las puertas al rodaje por parte de aficionados, y también a activistas y disidentes. El video es un arma de guerrilla visual, que puede alimentar, en algunos innovadores, el sueño de una contrarrevolución"*. (1994: 234)

Treinta años después, la cita podría adaptarse al teléfono celular con cámara, un dispositivo que se ha popularizado como pocos elementos electrónicos de la historia, generando el desarrollo de fenómenos culturales con incidencias en el campo del arte y las representaciones visuales. Como bien sostiene **Lucas Bambozzi** en ***Microcine y otras perspectivas del video digital***, han surgido concursos y festivales que celebran las creaciones audiovisuales realizadas a partir de dispositivos móviles y colaboran a enmarcarlas en la categoría de microcine.

Con el fin de designar productos audiovisuales producidos con bajo presupuesto, de estilo intimista, original, y realizados con equipamientos como Video Hi-8, DV o cine 16 mm, se acuñó el término microcine en 1991, durante el festival underground [Total Mobile Home Microcinema](#) de San Francisco.

Puede comprenderse entonces por qué los videos creados con móviles ingresarían en el campo del microcine. En todos los casos mencionados se trata de formatos donde la calidad y el virtuosismo técnico de la imagen pasan a segundo plano; el foco está puesto en la búsqueda de configuraciones novedosas en cuanto a los dispositivos alternativos de consumo y difusión.

Si a partir de la década de 1980 la videocámara hogareña se convertía en el instrumento por excelencia del realizador under, debido a su portabilidad, bajo costo y accesibilidad; en el siglo 21 el dispositivo análogo es el celular con cámara o, en su defecto, el gadget (Palabra en inglés utilizada para denominar todo tipo de dispositivo compacto.) de bolsillo.

Asimismo, a medida que el HD<sup>1</sup> avanza y tecnologías del tipo [Blu-Ray](#) se expanden como reguero de pólvora en el mercado, muchos realizadores audiovisuales eligen trabajar con celulares cuya calidad de registro es considerablemente más precaria. La elección de ese formato no es caprichosa ni mucho menos azarosa: se trata de una decisión con matices políticos y posibilidades estéticas.

### **Bendito eres entre todos los dispositivos**

El teléfono móvil es el ícono de la convergencia y penetración tecnológica en la sociedad, con más de 4.600 millones de líneas activas en el mundo (en un planeta de 6.700 millones de habitantes), según los datos expuestos recientemente por **Manuel Castells** en una [entrevista](#). (*Entrevista disponible en [http://www.bbc.co.uk/mundo/participe/2009/11/091118\\_participe\\_manuel\\_castells\\_mr.shtml](http://www.bbc.co.uk/mundo/participe/2009/11/091118_participe_manuel_castells_mr.shtml)) concedida a la BBC.*

Su facilidad de uso y bajo costo convierten al celular en una tecnología que permite la inclusión de enormes porcentajes de la sociedad en la cultura digital, así como también pluraliza el acceso a la creación de representaciones visuales. En la gran Biblia de la religión mobile, [Comunicación móvil y sociedad](#), Castells sostiene:

"Inicialmente diseñados como aparatos de comunicación profesional dirigidos a un mercado de elite, los dispositivos móviles se han convertido en productos de consumo de masas, instalándose en las prácticas de comunicación de cientos de millones de personas en todo el mundo. Han pasado de ser una tecnología avanzada reservada a los países desarrollados, a convertirse en la tecnología ideal para que los países en vías de desarrollo reduzcan la brecha de la conectividad." (2006: 377).

Por otro lado, utilizar el celular para filmar audiovisuales implica una resignificación de la función del dispositivo. Está claro que el teléfono no fue concebido para tal fin y que

la evolución de sus funcionalidades – del originario aparato para hacer llamadas telefónicas al actual keitai (Palabra japonesa con la que se designa al teléfono móvil contemporáneo.)- tiene que ver con intereses comerciales de los fabricantes. Sin embargo, una genealogía de las tecnologías “enseña que la gente y las organizaciones acaban utilizando la tecnología para propósitos muy diferentes a aquellos que inicialmente intentaron conseguir o concibieron los diseñadores de la tecnología en cuestión”. (Castells; 2006:13)

Si históricamente la producción audiovisual tuvo dos grandes limitaciones – por un lado, el acceso a las tecnologías de registro y, por el otro, a los canales de difusión-, la accesibilidad de los microformatos y el auge de las plataformas de videosharing dan una vuelta de tuerca a la situación: se ha gestado un espacio plural en el cual es posible producir, publicar, distribuir y consumir mensajes audiovisuales como nunca antes había sido posible.

Esta explosión del formato permite a usuarios amateur y curiosos registrar imágenes y sonidos, procesar esos píxeles y difundirlos. Los contenidos luego son insertados en la Red y pasan a formar parte del patrimonio público de la cibercultura. En esa sinergia surgen procesos de construcción colectiva del saber, como el de intercreatividad (Berners-Lee; 2000), “de hacer cosas o resolver problemas juntos”, mediante los cuales es posible compartir el conocimiento entre personas, a través de redes de cooperación recíproca.

En el marco de estas hibridaciones y transmedialidades, emergen productos audiovisuales que dialogan entre sí y configuran nuevos estilos, temas, procesos técnicos y tendencias, desde los remakes hasta los videos virales, pasando por el blooper casero y el clip creado a través de procesos de postproducción. Como lo indica Bambozzi:

“A diferencia de los años 80, las referencias son múltiples en los tiempos post-web: las redes sociales, los canales de video online como Youtube, los teléfonos móviles y los media móviles con sus pantallas pequeñas y omnipresentes, los juegos en sus distintos formatos y modalidades” (5:2008).

Las apropiaciones que los usuarios hacen de estas nuevas tecnologías amplían el espectro de lo audiovisual, proponen formas incluso más laxas de abordar la representación. Si bien el acceso a la tecnología y al conocimiento para operarla sigue estando restringido en algunos sectores de la sociedad, los dispositivos móviles y las plataformas de videosharing de la Web 2.0 han puesto en manos de muchas más personas que en cualquier momento de la historia la posibilidad de producir y compartir sus propios mensajes audiovisuales. De ese uso masivo y espontáneo es esperable que surjan nuevas miradas, estéticas diferentes.

### **Nuevas formas de mirar: hacia una estética low-fi**

La realización audiovisual con dispositivos móviles constituye un campo fértil para explorar la creatividad aplicada al relato y la representación. Si bien, como explica Lev Manovich, el lenguaje de los nuevos medios tiene su germen en los precedentes (Manovich; 2001) – en este caso el cine-, existen características propias de los microformatos que dan surgimiento a nuevas posibilidades de estilo y narrativa. Cada nuevo soporte de alguna manera inaugura estéticas particulares que no necesitan ceñirse a las reglas de formatos ya establecidos.

*Este ensayo está pendiente de publicación en un journal por lo cual aquí sólo posteo un fragmento. Si te interesa leer el texto completo, podés pedírmelo enviando un email a [marabalestrini@gmail.com](mailto:marabalestrini@gmail.com)*

### **Referencias bibliográficas**

- Bambozzi, Lucas. Video en Latinoamérica. Una historia crítica. Madrid, Laura Baigorri (ed.) Brumaria n.10, AECID, 2008
- \* Berners-Lee, Tim. Tejiendo la red. Madrid. Siglo XXI. 2000.
- \* Bourriaud, Nicolas. Post Producción. Adriana Hidalgo, Buenos Aires, 2004.

- \* Castells, Manuel (Mireia Fernández-Ardèvol, Jack Linchuan Qiu, Araba Sey). Comunicación móvil y sociedad, una perspectiva global, España, Ed. Ariel, Fundación Telefónica, 2007
- \* Cobo Romaní, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo. Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona/ México DF. www.planetaweb2.net, 2007
- \* de Certeau, Michel. La invención de lo cotidiano: las artes de hacer. Universidad Iberoamericana, México, 1999
- \* Debray Regis. Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente. Barcelona, Paidós, 1994.
- \* Lessig, Lawrence. Remix. Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy. Bloomsbury. Londres, 2008
- \* Lévy, Pierre: As tecnologías da inteligencia. Editora 34. Sao Paulo, 1999
- \* Manovich, Lev. The Language of New Media. Cambridge, Mit Press, 2001.

### **Artículos web citados**

- \* Bambozzi, Lucas. Microcine y otras perspectivas del vídeo digital. 2009. Posgrado Online en Artes Mediales. Publicado en [www.artesmediales.com.ar](http://www.artesmediales.com.ar). Consultado en diciembre de 2009.
- \* Castells, Manuel. El lado oscuro de internet somos nosotros.
- [1] Palabra en inglés utilizada para denominar todo tipo de dispositivo compacto.
- [2] High Definition, en español: alta definición.
- [3] Entrevista disponible en [http://www.bbc.co.uk/mundo/participe/2009/11/091118\\_participe\\_manuel\\_castells\\_mr.shtml](http://www.bbc.co.uk/mundo/participe/2009/11/091118_participe_manuel_castells_mr.shtml)
- [4] Palabra japonesa con la que se designa al teléfono móvil contemporáneo.
- [5] Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=IJMD7t1Ojyk>
- [6] cortometraje realizado con un teléfono celular
- [7] La palabra remix es un anglicismo que remite a la mezcla o recombinación de productos generados por terceros. El concepto se asocia principalmente al trabajo del DeeJay, quien mezcla fragmentos de música creados por otros autores, agrega efectos y modificaciones en pos de la conformación de un nuevo producto musical.
- [8] Creative Commons es una organización no gubernamental, sin ánimo de lucro, fundada y presidida por Lawrence Lessig, profesor de derecho en la Universidad de Stanford y especialista en ciberderechos. Creative Commons<sup>13</sup> (CC) está inspirada en la licencia GPL (General Public License<sup>14</sup>) de la Free Software Foundation<sup>15</sup>. Según la licencia CC, el usuario es libre de copiar, distribuir o modificar una obra incluso a veces se autoriza hacer uso comercial de ella, siempre y cuando se haga referencia a su autor. CC busca reducir las barreras legales de la creatividad y, a su vez, posibilitar un modelo legal, ayudado de herramientas informáticas para así facilitar la distribución y el uso de contenidos para el dominio público. (Cobo Romaní, Pardo Kuklinski; 2007: 51)
- [9] Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=WUN5yBBMRxE>
- [10] Meme: Noción o idea que se propaga como un virus replicándose a través de las redes, los mass media y la comunicación interpersonal, en forma contagiosa. Internet y la Web 2.0 contribuye a la expansión y propagación de este tipo de ideas. (Cobo Romaní, Pardo Kuklinski; 2007: 12)

FUENTE: <http://hipermedula.org>