

Youtube is the most viewed video platform in the world and Venezuela is not an exception to that. Because of its popularity, the present work explores the general operation of Youtube and the results of a brief investigation into the presence of venezuelan contents presented in its database.



Galería de papel. *Lujuria y Virtud en Sor Juana Inés de La Cruz*. Luis Moros (2015)

## Exploración de *youtube* en Venezuela

*Youtube es la plataforma de videos en Internet más visitada del mundo y Venezuela no es la excepción. Por su popularidad, en el presente trabajo se explora el funcionamiento general de Youtube y se presentan los resultados de una investigación breve sobre la presencia de contenidos venezolanos en su base de datos.*

VÍCTOR MANUEL ÁLVAREZ RICCIO

El pasado 5 julio, fecha patria en Venezuela por la celebración de la Declaración de la Independencia, el Gobierno decidió encadenar a las radios y televisoras del país para que transmitieran el desfile de la Fuerza Armada Bolivariana en el Paseo de Los Próceres, que fue encabezado por el presidente de la República, Nicolás Maduro.

Lo que la cadena de medios no permitió ver en vivo fue la otra conmemoración, la que realizó la Asamblea Nacional en el Palacio Federal Legislativo. Esta sesión solemne pudo llegar, sin embargo, a miles de venezolanos a través de Internet y especialmente con la emisión en tiempo real que realizó el Poder Legislativo en su canal de Youtube.

El enfrentamiento público entre el Poder Ejecutivo y el Legislativo que se vive en Venezuela le brinda notoriedad a este hecho comunicacional, y genera las interrogantes que orientan el presente trabajo: ¿qué contenidos venezolanos hay en Youtube? Si un órgano como la Asamblea Nacional, que está en el centro del debate público, trabaja con Youtube como herramienta de comunicación, ¿qué producción están realizando otros ciudadanos fuera de los marcos institucionales?

### ¿REINVENTAR LA TELEVISIÓN?

“Broadcast yourself” es el eslogan de Youtube, que significa “Transmite tú mismo”. Activa desde mayo de 2005, esta compañía inició con la idea de ser un espacio de videos generados por los usuarios para proporcionar diversión. Hoy es un fenómeno mundial: de acuerdo con el medidor Alexa<sup>1</sup> es el segundo sitio más visitado de Internet. Youtube<sup>2</sup>, por su parte, afirma que tiene más de mil millones de usuarios (“un tercio de todos los usuarios de Internet”) y que “cada día se ven cientos de millones de horas de videos y se generan miles de millones de reproducciones”.

La directora ejecutiva de Youtube, Susan Wojcicki<sup>3</sup> ha aportado otros datos acerca del desempeño de la compañía: en 2015 se cargaban al menos cuatrocientas horas de video por minuto y 50 % de las visualizaciones provenían de aparatos móviles. Añadió que este sistema ha “reinventado” la televisión porque permite buscar videos en cualquier momento y desde cualquier lugar, además de que facilita la publicación libre con la posibilidad de alcanzar una audiencia global. “A nadie le importa de dónde viene un video siempre que sea bueno y divertido”, declaró.

Youtube presenta al visitante una selección variada de películas en extensión, calidad y temática: musicales, deportivas, de videojuegos, noticiosas, educativas, transmisiones en vivo y más. Si el usuario ingresa utilizando su cuenta de Google, la lista automática de videos privilegiará los tópicos que se hayan guardado en búsquedas anteriores y las suscripciones que haya hecho a canales de productores de contenido, mejor conocidos como youtubers.

Algunos youtubers han alcanzado tal popularidad internacional que convirtieron la difusión de sus videos en una industria, informó Forbes<sup>4</sup>. El sueco Felix Kjellberg (conocido como PewDiePie) ha conseguido hasta 12 millones de dólares en publicidad con grabaciones en las que comenta videojuegos. Por su parte, el canal Smosh, que supera los 22 millones de suscriptores, ha permitido a sus creadores obtener la suma de 8 millones de dólares con cortos de humor. Asimismo, Michelle Phan ha logrado más de 3 millones de dólares con temas de belleza y cosmética, mientras que Rosanna Pansino ha recibido 2.5 millones de dólares por su programa culinario.

Jean Burgess y Joshua Green<sup>5</sup> investigaron los contenidos más populares en Youtube. Identificaron, entre los videos producidos por los usuarios, los siguientes tipos: *Vlogs* (bitácoras personales); musicales (fotos con audio, versiones de canciones, listas de reproducción, canciones modificadas); registros del mundo (ambientes, eventos deportivos, culturales, etcétera); informativos (noticias, análisis, opiniones); y animaciones.

También son populares los videos traídos de la industria cultural tradicional. Estos son tomados de un medio y subidos a Youtube sin cambios importantes. La difusión pueden hacerla usuarios ajenos a los propietarios de los materiales pero también es notable que muchas empresas crean sus cuentas oficiales. Apariciones de celebridades, series, entrevistas a candidatos presidenciales, segmentos de noticias, adelantos de películas, videos musicales de las casas disqueras: estos son algunos de los productos de la industria

del entretenimiento que hoy en día pueden verse en Youtube.

Profundizando en los videos creados por los usuarios, Burgess y Green afirman que el vlog es la manera más “emblemática” de participación en Youtube. Sus antecedentes están en la cultura de la cámara web, en las bitácoras digitales, y en la cultura de la confesión que caracteriza a los *talk shows* de televisión y a los *reality shows* que observan la vida cotidiana.

Los *vlogs* son lo residual de la comunicación presencial en Youtube, porque el difusor del contenido se dirige directamente a su audiencia e invita a responder en la sección de comentarios de su canal. Algunos youtubers hacen publicaciones para contestar a sus pares, así que las conversaciones, las críticas y las interacciones no ocurren solo entre las audiencias y el administrador del canal, sino entre los productores de contenido también, y entre miembros de la audiencia que discuten el video.

Hacer una distinción definitiva entre contenido industrial y aficionado, o de los medios tradicionales y producido por los usuarios no es, para Burgess y Green, acertado. Algunos canales virtuales producen con la misma calidad, o superior, que los medios tradicionales en términos de registro y edición. Corporaciones, universidades, y partidos políticos tienen canales propios y comparten videos de alta calidad técnica y, sin embargo, no son medios tradicionales.

Pelle Snickars y Patrick Vonderau<sup>6</sup>, profesores de ciencias de la comunicación, opinan que Youtube es el epítome de la cultura digital porque ha expandido las oportunidades de la difusión, ha asentado la posibilidad de compartir videos con pocos recursos, y alberga la mayor colección audiovisual en Internet.

Desde el punto de vista científico, Youtube no es más que una base de datos pero, de acuerdo a la pragmática que ha generado, se constituye en una librería, en un archivo de memoria, en un laboratorio y en un medio. Toda otra iniciativa de crear un archivo fílmico en web será contrastada con su facilidad de acceso y la libertad de anexar contenido, aseguran Snickars y Vonderau.

Navegar Youtube ha sido relacionado con nuevas prácticas mediáticas<sup>7</sup> que son propias del entorno digital. La visualización de un archivo

**Sin obviar la importancia de la crítica sociocultural, se evalúa en este espacio cómo el compartir videos puede vincular a individuos con su propia comunidad en lo geográfico (grupos locales, regionales, nacionales) y con otras personas alrededor del mundo.**

no es efectiva si en el título, la descripción, o las etiquetas no aparece el nombre con el cual los usuarios lo buscan. Los navegantes pueden afectar la localización del archivo dentro de la plataforma: la cantidad de vistos buenos (*likes*), de comentarios y de visualizaciones determinan la jerarquización del video porque los más populares aparecen como principales. Esta dinámica audiencia-emisor es propia del entorno digital, y es fundamental en Youtube.

### ESTUDIOS GLOCALES

De que Youtube en tanto tecnología forma parte de un movimiento innovador trascendental no cabe duda. Los sitios web que permiten la conversación son los más populares hoy por hoy y han llevado a la Unesco a hablar de una Sociedad del Conocimiento en la cual la información cada vez más abundante aportada por los usuarios puede potenciar la educación, la cultura, la economía, la democracia y el desarrollo en general. Los sitios Wiki, las páginas de compartir documentos escritos, las redes sociales de distinto formato, los blogs, entre otros, forman parte de la ola de tecnologías cuyo centro es la creatividad de los internautas.

Los contenidos audiovisuales resaltan en este flujo multidireccional al consumir mayor ancho de banda que cualquier otro tipo de archivo y por el vertiginoso crecimiento que están experimentando en su cantidad.

Para Aguirre<sup>8</sup>, el audiovisual en Internet ha superado los límites del ocio y del entretenimiento y se ha adentrando en todos los sectores sociales como la medicina, los alimentos, la política, las finanzas, la ciencia, la educación, etcétera.

La primacía de lo audiovisual en Internet ha conformado una cultura “video-narcisista”, agrega Aguirre, en la cual para que algo exista tiene que ser visto; esto podría asociarse de alguna manera con el debate extenso de “apocalípticos e integrados” (ver Delgado Flores<sup>9</sup>) llevado a cabo entre dos grupos de intelectuales: los que han sospechado de Internet por supuestamente degradar la cultura y volverla aun más un espectáculo, y los que lo han alabado por democratizarla y brindar mayor acceso a ella.

Sin obviar la importancia de la crítica sociocultural, se evalúa en este espacio cómo el compartir

videos puede vincular a individuos con su propia comunidad en lo geográfico (grupos locales, regionales, nacionales) y con otras personas alrededor del mundo. Se trabaja, entonces, con una matriz “glocal” que significa, en términos de producción cultural, la presencia de elementos significantes propios de los habitantes de un espacio geográfico (usualmente un Estado soberano, o una población con identidad distintiva) y de elementos de otras naciones, o de múltiples sociedades.

Lo “glocal” representa la mezcla de lo propio y de lo ajeno, de lo cercano y lo distante. En Youtube, y en muchos espacios de Internet, la “glocalidad” aparece con el solo hecho de participar, ya que los modos de producción se sostienen en tecnologías que han surgido en un lugar, en un país, y luego han alcanzado al mundo, y el mundo las ha aceptado. Esas tecnologías, sobre todo las redes sociales más populares, son administradas por compañías con las cuales se establece un primer vínculo de “glocalidad”: la prestación de un servicio de comunicación mediada que trasciende fronteras nacionales sin costo ni impedimento que sea aparente.

Otro nivel de “glocalidad” ocurre, en el caso de Youtube, cuando los ciudadanos de países distintos cargan sus audiovisuales y tienen recepción foránea; en el nivel del consumo se puede ver también la mezcla: igual se buscan videos identificados con la cultura propia como se buscan de otras.

Conceptualmente es útil hablar de culturas híbridas marcadas por “nuevos lenguajes, sensibilidades, saberes y escrituras, por la hegemonía de la experiencia audiovisual sobre la tipográfica y por la reintegración de la imagen al campo de la producción de conocimiento”. Así lo manifiesta Jesús Martín Barbero<sup>10</sup>, quien explica que en las redes se producen imaginarios ligados a músicas, imágenes, personajes y eventos que representan estilos y valores cuyo escenario es el mundo y no un territorio específico; esto afecta incluso las identidades personales que se desplazan simbólicamente con relatos heterogéneos globalizados. Lo local permanece pero se modifica, se mueve, se combina, con narrativas continentales y hasta planetarias.

A pesar de que existe consumo de productos en Youtube que llega a todas partes (canciones, películas, programas), se han descubierto, por otro lado, usos relacionados con espacios geográficos y culturales determinados.

En 2012, la revista Telos<sup>11</sup> publicó un estudio realizado en España que aprovechó la capacidad de delimitación territorial de Youtube para investigar qué tipo de videos consumían más los españoles. Explicaron que Youtube ofrece la posibilidad de elegir entre varios idiomas y localizaciones, una de ellas España, además de una opción neutra, denominada como mundial que aglutina los intereses y gustos globales. “Youtube da por hecho que nos va a interesar, a priori, consumir contenidos audiovisuales relacionados con nuestra

localización y predetermina automáticamente nuestro idioma y ubicación correspondientes al área geográfica”.

Los investigadores recogieron una muestra con quince videos diarios durante 27 días, utilizando el motor de búsqueda de Youtube España, que ordena los videos más visitados en ese país. La muestra tomada fue elocuente: 77,8% estuvo conformado por videos españoles, y solo 22,2% por extranjeros. Concluyeron que las redes virtuales se forman en comunidades preexistentes y asentadas geográficamente a modo de ciudades, regiones o países, y que un factor que atrae al usuario es poder conectar de una nueva forma con otros con los que comparte identidad.

Brodersen, Scellato y Wattenhofer<sup>12</sup> llegaron a una conclusión similar. Estudiaron 20 millones de videos de Youtube durante un año, los cuales fueron cargados desde distintas regiones, y descubrieron que 50% de los videos recibieron más del 70% de sus visualizaciones dentro de una sola región. “Nuestros resultados demuestran cómo, a pesar de la naturaleza global de la Web, el consumo de videos en línea aparece constreñido por la localización geográfica”.

Google no ha creado una página de Youtube para Venezuela. Países como Argentina, Brasil, Colombia y México sí tienen portales de Youtube y eso les permite observar, diariamente, listas de los videos más visitados y comentados en el marco nacional. Se conoce, por Alexa, que Youtube es el segundo sitio web más frecuentado en Venezuela, solo superado por el buscador Google.com.ve, y seguido por Facebook.

Como no es posible estudiar qué videos son los más vistos y comentados en Venezuela de acuerdo a las propias estadísticas de Youtube, ni tampoco es viable conocer las recomendaciones de Youtube sobre cuáles son los canales con mayor audiencia en el país, se procedió a investigar la presencia de contenidos venezolanos haciendo búsquedas en el flujo de las tendencias internacionales.

Específicamente los días 16 y 17 de julio se hicieron dos investigaciones dentro de Youtube con los siguientes criterios: la primera búsqueda utilizó la palabra “Venezuela” para encontrar videos que tuvieran ese nombre en su título, en su descripción o en sus etiquetas, y que estuviesen distribuidos según el número de vistas, lo que ordenó, de mayor a menor, los videos que más visitas han tenido; en la segunda búsqueda se utilizó también la palabra “Venezuela”, pero el criterio fue la relevancia, por lo tanto Youtube ordenó los videos según su importancia (*Youtube para dummies*<sup>13</sup> explica que la relevancia de los videos opera de acuerdo a un algoritmo interno de la plataforma, que valora la relación entre la búsqueda y los metadatos de los videos, los comentarios, y el número de *likes*).

En cada una de estas exploraciones se tomó la información de cien videos para obtener una muestra de doscientos en total. Es válido mencionar que cualquier solicitud de videos con la palabra Venezuela en Youtube, dejando de lado los canales, arroja más de 5 millones y medio de resultados. Como se puede suponer, no todos los audiovisuales vinculados con Venezuela o con su cultura tienen el nombre del país. Podemos dar los siguientes ejemplos: Caracas, 1.170.000 resultados; Leopoldo López, 61.900; Henrique Capriles, 54.700; Hugo Chávez, 652.000; Diablos de Yare, 6.730; arepa, 101.000... Se hacen notar estos datos para demostrar que la investigación

**Es importante referir que los doscientos videos revisados han experimentado sus propias alteraciones, algunos aumentaron su popularidad con nuevos likes y visitas, y otros han cambiado su lugar en las listas, especialmente en las de relevancia, desde el momento en que se realizaron los registros.**

presente es solo demostrativa de la presencia de Venezuela en Youtube, pero se reconoce que el universo de videos disponibles tiende al infinito en comparación porque está constantemente cambiando y creciendo.

Es importante referir que los doscientos videos revisados han experimentado sus propias alteraciones, algunos aumentaron su popularidad con nuevos *likes* y visitas, y otros han cambiado su lugar en las listas, especialmente en las de relevancia, desde el momento en que se realizaron los registros.

Los resultados que se presentan a continuación están agrupados en categorías, las cuales fueron desarrolladas luego de la observación y anotación de los datos. Las categorías fueron amplias en la medida que incluyeron videos de distintos tipos pero que tenían identidad en cuestiones fundamentales, como la temática, o un formato muy específico. La categoría política, por ejemplo, incluye declaraciones de funcionarios, de líderes partidistas, investigaciones periodísticas sobre temas gubernamentales, etcétera. La categoría farándula integra todos los videos del mundo del entretenimiento, como los concursos de belleza, entrevistas a cantantes, actores y galas de premios.

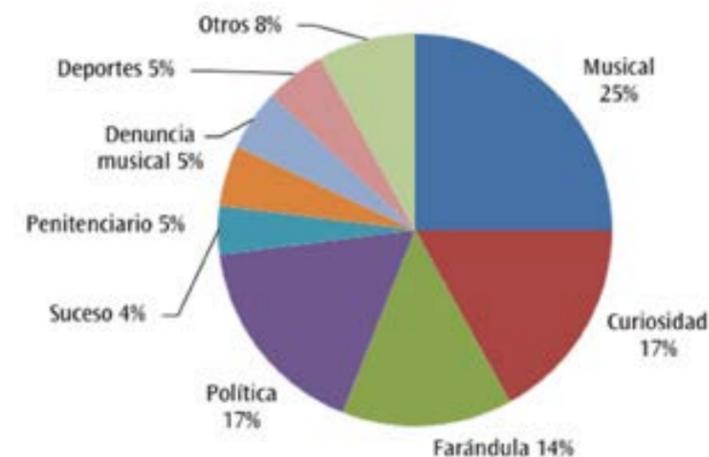
La categoría llamada *vlog* se refiere a un formato específico y restringido para el presente estudio: el youtuber aparece ante la cámara y comparte sus opiniones y experiencias desde un ángulo personal, y en un canal propio.

### LOS MÁS VISTOS

En la muestra de los cien videos más vistos que incluyen la palabra Venezuela, se encontró que la mayoría son de tipo musical (25), curiosidades (17) y farándula (14). Se entiende que los musicales son videos cuyo principal propósito es reproducir una o varias canciones de algún artista; los videos curiosos pretenden mostrar cosas extrañas, poco comunes, o artísticas para despertar el interés del internauta; y los videos de farándula se centran en relatar andanzas y situaciones de personajes del mundo del entretenimiento. Estos videos conforman el 56% de los cien más vistos.

Entre los musicales encontramos una parranda navideña de Tania de Venezuela<sup>14</sup> (4.283.662 vistas), un compilado de más de dos horas de música llanera<sup>15</sup> (2.712.114) y una

### LOS MÁS VISTOS



canción del grupo Tambor Urbano<sup>16</sup> (1.868.623). De los videos curiosos, se pueden usar como ejemplos los siguientes: una boa constrictora asfixiando un venado<sup>17</sup> (15.114.884), un platillo volador en el Ávila<sup>18</sup> (5.369.359), y El Hombre Que Tocó 101 Tetas<sup>19</sup> (1.554.484). Los videos de farándula están, en muchos casos, relacionados con Miss Venezuela y con artistas populares.

Mención aparte merecen cinco videos que fueron clasificados como denuncia musical, una forma de combinar música con ideas políticas y crítica social. El más significativo es *Venezuela está candela* de Neblinna y *Mestiza*<sup>20</sup>, un rap ambientado en una zona costera en el cual se acusa al Gobierno de corrupción y se critica la pobreza. También apareció una canción de Ricardo Arjona llamada *Caudillo*<sup>21</sup>, cuyas líricas dibujan a un político revolucionario que olvidó sus promesas, y que fue cargada a Youtube con fotografías del expresidente Chávez.

Se encontró en la muestra que diecisiete videos tenían relación con la política, y que variaban en informativos, de opinión e interpretativos. Destacan *What's going on in Venezuela in a nutshell*<sup>22</sup> (3.091.044), *When Insanity Becomes Normal - Venezuela*<sup>23</sup> (1.185.700), *Our Story - Venezuela's Secret & 21st Century Socialism*<sup>24</sup> (1.097.843), y *Blackout: Venezuela's Activist Journalists*<sup>25</sup> (1.043.579), por ser recuentos con audio en inglés de protestas en Venezuela, la lucha de los opositores contra el Gobierno y la crisis social. Otros videos tenían declaraciones

de funcionarios y políticos debatiendo acerca del país, así como opiniones ciudadanas más o menos argumentadas.

Algunas categorías aparecieron con menor frecuencia: cuatro de sucesos y crímenes mortales (uno de ellos incluye fotos del supuesto cadáver de la actriz Mónica Spears); cinco de deportes; cinco de cárceles en Venezuela (uno de ellos es un reportaje de la periodista Anna Vaccarella de 1994); dos de humor con matiz político (uno mofa al presidente Nicolás Maduro en una “clase de geografía” que incluye cortes de la serie *El Chavo del 8*).

Se registró, solamente, un video tipo *vlog*, publicado por la actriz Sheryl Rubio que ganó fama por la serie juvenil *Somos tú y yo*. En el video, confiesa su tristeza por estar lejos de Venezuela y, por otra parte, su deseo de sacar a sus familiares al exterior.

El resto no fue clasificado: un “detrás de cámaras” de una película pornográfica criolla; un video turístico corporativo que incluye el encuentro con nativos yanomami (este es el más visto de todos, supera las 20 millones de visitas); la grabación del acoso y la burla a dos estudiantes que tenían relaciones sexuales en el baño de una

universidad zuliana (Urbe); la visita a un burdel en Caracas con una cámara oculta de muy baja calidad; y una lista de consejos para vivir mejor.

Estos cien videos, en conjunto, sumaron 194.431.907 visualizaciones al momento de realizar las anotaciones. Por otro lado, la mayoría fue cargada a Youtube antes de 2014 (69 % de los videos fue colgado entre 2006 y 2013), y solo seis videos fueron subidos en 2016.

### LOS MÁS RELEVANTES

Entre los cien archivos que Youtube consideró más relevantes si se buscaba la palabra Venezuela, surgió una nueva categoría que representó veinticuatro videos: escasez. Estos audiovisuales recibieron dicha clasificación por relatar la crisis de abastecimiento de productos y medicinas que experimentan los venezolanos. Grabaciones de peleas en colas por comida<sup>26</sup>, la noticia de los saqueos en Cumaná<sup>27</sup> y las imágenes de venezolanos haciendo colas o cruzando la frontera para adquirir alimentos<sup>28</sup>, ejemplifican este tipo de audiovisuales. Otros tres videos fueron económicos, pero tenían relación con la información de que City Bank cerrará las cuentas del Banco Central de Venezuela, y con la expropiación de Kimberly Clark por parte del Gobierno.

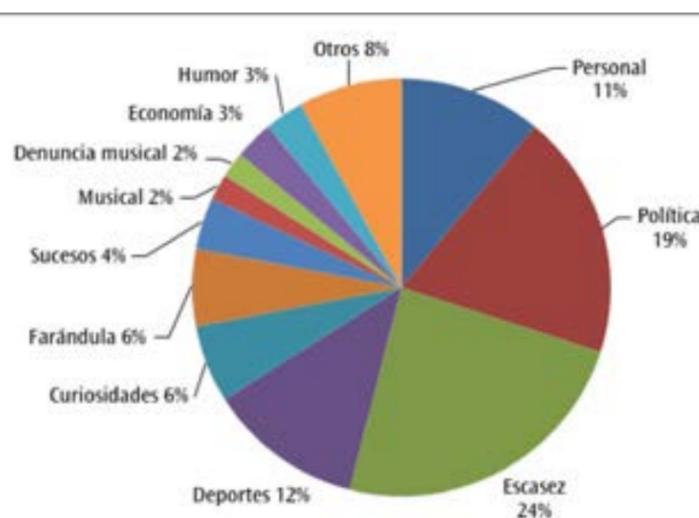
La categoría política apareció diecinueve veces. Formaron parte de este grupo una información acerca de la realización del referendo revocatorio<sup>29</sup>, y el discurso completo de Luis Almagro<sup>30</sup> en la Organización de Estados Americanos con el que presentó su informe sobre Venezuela. También se incluyeron videos de opinión respecto a la actualidad nacional.

Se hace notar que 46 % de la muestra contiene relatos de los conflictos políticos, económicos y sociales que atraviesan los venezolanos, y también que medios internacionales han publicado piezas sobre estos temas (*BBC Mundo*, *Univision Noticias*, *NTN24 Venezuela*, *Al Jazeera*, *CNN*).

La categoría de experiencia personal sirvió para describir videos en los cuales los youtubers explicaron alguna vivencia, y se identificaron once de este estilo. Consejos para no ser robado en las calles, el estreno de un videojuego de celular, y la dificultad de cruzar la frontera son algunos de los testimonios que venezolanos han dejado en sus canales particulares.

**Entre los cien archivos que Youtube consideró más relevantes si se buscaba la palabra Venezuela, surgió una nueva categoría que representó veinticuatro videos: escasez. Estos audiovisuales recibieron dicha clasificación por relatar la crisis de abastecimiento de productos y medicinas que experimentan los venezolanos**

LOS MÁS RELEVANTES



animación, que haga una parodia social y trabaje con temas de actualidad.

Más allá de eso, se pudo observar que en Youtube sí existe diversidad de archivos referidos a temas venezolanos en los ámbitos de la política, el entretenimiento, los problemas sociales y la actualidad en general, así como testimonios de venezolanos que fueron grabados exclusivamente para esta plataforma. También se notó que venezolanos y extranjeros están compartiendo videos que explican la crisis económica nacional, algunos de ellos con escenas de violencia (saqueos, pobladas) que no aparecen en la televisión de señal abierta.

Una nueva búsqueda descubre cosas interesantes: hay películas venezolanas completas, junto a novelas y series; extractos de noticieros de décadas pasadas y del presente; comerciales desde los años 60; discursos políticos de diversos actores de la vida nacional; entrevistas a expresidentes desde Marcos Pérez Jiménez hasta un joven candidato Hugo Chávez; documentales; testimonios y confesiones de venezolanos que han emigrado de su país; etcétera.

Visto lo anterior, se pretende franquear el camino a la futura investigación de los archivos audiovisuales relacionados con Venezuela en Youtube y en otras plataformas digitales, porque constituyen una de las formas más populares en la actualidad de acceder a nuestras representaciones producidas con una cámara y transmitidas a través de la pantalla en una computadora o un celular.

### VÍCTOR MANUEL ÁLVAREZ RICCIO

Licenciado en Comunicación Social. Profesor de pregrado en la Escuela de Comunicación Social de la UCAB. Cursante de la Maestría en Comunicación Social, Mención Comunicación para el Desarrollo Social en la UCAB.

De resto, se listaron doce videos de deportes, seis de curiosidades, seis de farándula, cuatro de sucesos, cuatro musicales, tres religiosos, tres de humor, dos de temas penitenciarios, dos jurídicos (programa *Caso Cerrado*), y uno de opinión pública con respecto al tema migratorio (entrevistas en las calles).

Es importante mencionar que diecisiete de los cien videos más relevantes fueron catalogados como *vlogs*, y que trataron diversos temas: desde experiencias personales, problemas para encontrar productos y hasta de política hablaron los youtubers.

En uno de los *vlogs*, un caraqueño interpreta en clave de humor a un personaje malandro llamado Yefelshon<sup>31</sup>. Específicamente en el video registrado, Yefelshon se grabó visitando un supermercado gubernamental (Bicentenario) para explicar cómo se organiza el racionamiento de alimentos en el país. Esta publicación ha superado las 300 mil visualizaciones.

Vivir en Venezuela es cada vez peor, de Patricia Echeverría<sup>32</sup>, es representativo del video tipo *vlog*, porque su autora explica desde su habitación, con una cámara web, las penurias que padece por vivir en Venezuela y cómo eso ha afectado su vida social.

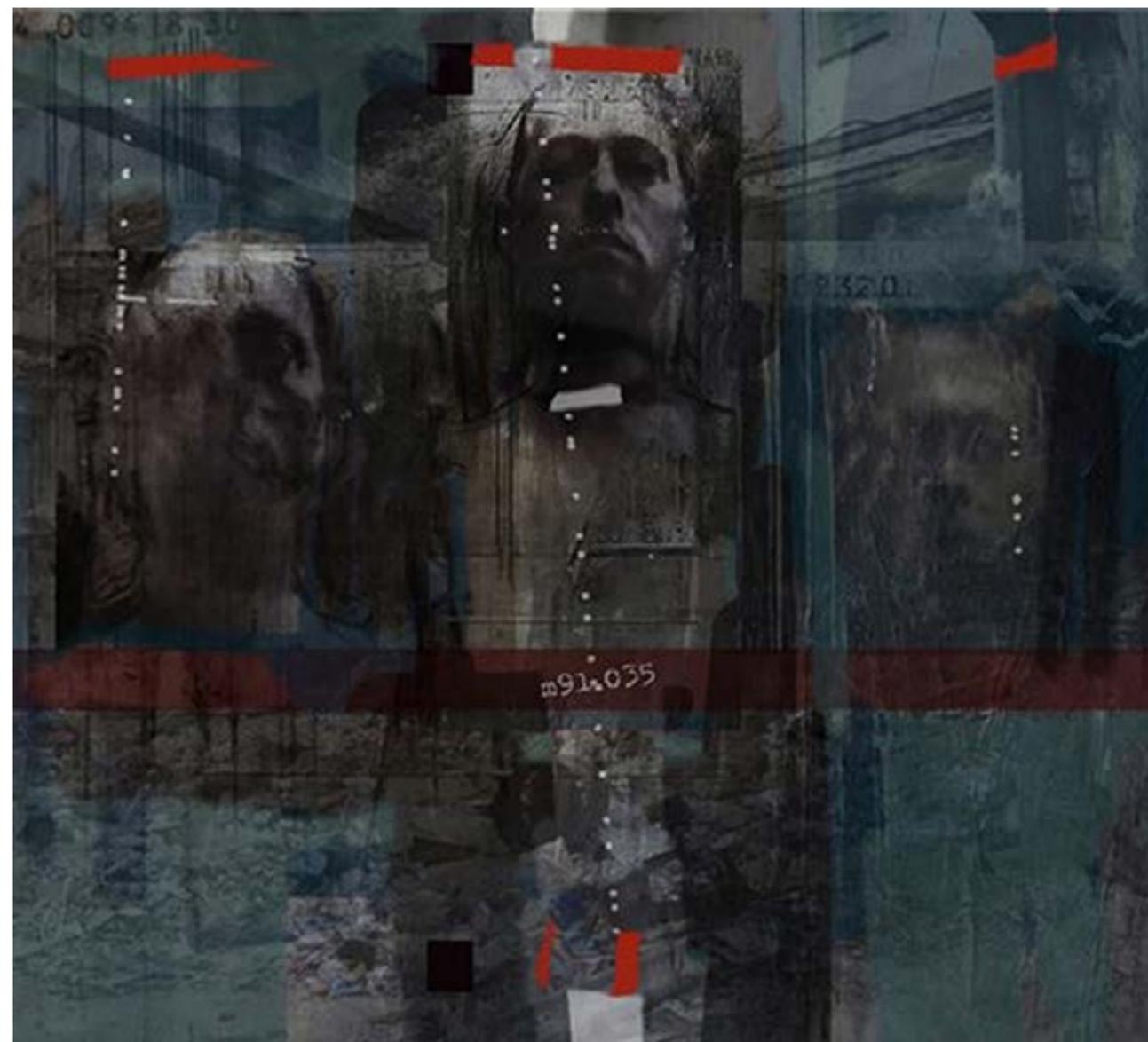
El 78 % de esta muestra fue subido a la plataforma en 2016, y se comprende que por eso existe sincronía entre los temas que están en la agenda pública, como la escasez y la conflictividad política, y los resultados de la búsqueda en Youtube.

### UNA PROFUNDA MINA DE DATOS

Esta exploración se encontró con ciertas dificultades: la primera es que al no contar con la posibilidad de tener estadísticas geográficamente localizadas de Youtube para Venezuela, se tuvo que trabajar con tendencias mundiales que no representan, necesariamente, a internautas criollos; por otro lado, y como habían advertido Burgess y Green, clasificar los videos en Youtube encierra complejidades porque muchos mezclan distintas formas y contenidos. Ejemplo de ello puede ser un video en el que una celebridad habla de su vida personal y a la vez hace un comentario político; también puede serlo un video humorístico de

## Notas

- 1 Alexa. (s.f.). Recuperado en <http://www.alex.com/topsites>
- 2 Youtube. (s.f.). *Statistics*. Recuperado en Youtube: <https://www.youtube.com/yt/press/es/statistics.html>
- 3 Vidcon. (29 de 9 de 2015): *Industry Keynote with YouTube CEO Susan Wojcicki (VidCon 2015)*. Recuperado en Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=O6JPxC-BIBh8>
- 4 Berg, M. (14 de 10 de 2015): *The World's Highest-Paid YouTube Stars 2015*. Recuperado en Forbes: <http://www.forbes.com/sites/maddieberg/2015/10/14/the-worlds-highest-paid-youtube-stars-2015/#35a909dd542c>
- 5 Burgess, J., & Green, J. (2009): *Youtube: online video and participatory culture*. (V.M. Álvarez Riccio, Trad.) Cambridge. Polity Press.
- 6 Snickars, P., & Vonderau, P. (2009): *The Youtube Reader*. Librería Nacional de Suecia.
- 7 Kessler, F., & Schäfer, M. T. (2009): "Navigating YouTube: Constituting a Hybrid Information Management System". En: P. Snickars, & P. Vonderau. *The Youtube Reader* (V. M. Álvarez Riccio, Trad., págs. 287-288). Librería Nacional de Suecia.
- 8 Aguirre, J.M. (2016): *Comprender la Sociedad Red: comunicaciones y educación*. Fundación Centro Gumilla.
- 9 Delgado, C. (2015): "Intelectuales e Internet ¿apocalípticos e integrados?". En: *Comunicación*, Estudios venezolanos de comunicación N°169. Centro Gumilla.
- 10 Barbero, J.M. (2002): "La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana". En: *Globalisme et Pluralisme Colloque International*, Montreal. Recuperado en Mediaciones.net: <http://www.mediaciones.net/2002/04/la-globalizacion-en-clave-cultural/>
- 11 Camacho, J. y Alonso, A. (2012): "El fenómeno 'glocal' en las redes sociales. El caso de Youtube en España". En: *Telos*, 92 Cuadernos de Comunicación e Innovación. Telefónica.
- 12 Brodersen, A., Scellato, S., Wattenhofer, M. (2012). "Youtube Around the World: Geographic Popularity of Videos". En: *la International World Wide Web Conference 2012*, Lyon, Francia.
- 13 Sahlín, D. y Botello, C. (2011): *Youtube for dummies*. John Wiley & Sons. Recuperado de Google Books: [https://books.google.co.ve/books?id=zaiM6UCdonYC&dq=relevance+in+youtube&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.co.ve/books?id=zaiM6UCdonYC&dq=relevance+in+youtube&source=gbs_navlinks_s)
- 14 Juancachorrin. (2008). *Tania de Venezuela - Parranda de Navidad - Musica Navideña*. Recuperado en Youtube: [https://www.youtube.com/watch?v=Yoc3AOJ\\_8i8](https://www.youtube.com/watch?v=Yoc3AOJ_8i8)
- 15 Moisés Pérez. (2013). *Música Llanera Venezuela*. Recuperado en Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=5nh-ljskIX3k>
- 16 Héctor Silvera. (2006). *TAMBOR URBANO DE VENEZUELA*. Recuperado en Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=HZogFHKdqao>
- 17 Giorsil Ortiz. (2008). *Las Serpientes Constrictoras traga venados de venezuela*. Recuperado en Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=XLUVUMU-TaU>
- 18 Lpqts2010. (2010). *OVNI teleférico Caracas Venezuela*. Recuperado en Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=Xqrq68zfk2Q>
- 19 Luis el mejor de you tube. (2014). *vine venezuela 2014 El Hombre Que Toco 101 Tetas, Es mi puto Heroe*. Recuperado en Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=F6T-msfAUGAY>
- 20 Neblinna y Mestiza. (2014). *Mestiza y Neblinna - Venezuela Esta Candela* [Official Video]. Recuperado en Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=zyHj6Tt361k>
- 21 Rocksana Pereira. (2012). *Ricardo Arjona - CAUDILLO (VENEZUELA)*. Recuperado en Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=obbe54yvsYQ>
- 22 Andreina Nash. (2014). *What's going on in Venezuela in a nutshell (English version)*. Recuperado de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=EFS6cP9auDc>
- 23 MinutoDeFísica. (2014). *When Insanity Becomes Normal - Venezuela*. Recuperado de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=kmvAdRntWH8>
- 24 Lui Fenty. (2015). *Our Story - Venezuela's Secret & 21st Century Socialism*. Recuperado de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=vnRjGYaqvIM>
- 25 VICE News. (2016). *Blackout: Venezuela's Activist Journalists*. Recuperado en Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=HC7LInc3yDU>
- 26 Relatos Insólitos. (2016). *PELEAS DE BACHAQUERAS POR COMIDA EN LAS COLAS SOLO EN VENEZUELA*. Recuperado en Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=0s4Ok6LNZgl>
- 27 Univisión Noticias. (2016). *Caos y saqueos en Venezuela*. Recuperado en Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=gHP8m8bFbm8>
- 28 NTN24 Venezuela. (2016). *Venezolanos abarrotaron supermercados colombianos durante apertura provisional de la frontera*. Recuperado en Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=KrwJzjox1RU>
- 29 Telesur. (2016). *Venezuela: el 26 de julio CNE entregará informe sobre referendo*. Recuperado en Youtube: [https://www.youtube.com/watch?v=r9\\_33D-utoM](https://www.youtube.com/watch?v=r9_33D-utoM)
- 30 LoMásTrinado. (2016). *Informe de Luis Almagro en OEA Sobre Crisis de Venezuela*. OEA23J. Discurso Completo. Recuperado en Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=OM6wZm9jLhE>
- 31 Andres AerF. (2016). *¿COMPRAR COMIDA EN VENEZUELA? | Yefelshon Bloggeando #2*. Recuperado en Youtube: [https://www.youtube.com/watch?v=cXyWuQ\\_cff0](https://www.youtube.com/watch?v=cXyWuQ_cff0)
- 32 Patricia Echeverría. (2016). *Vivir en Venezuela es cada vez peor*. Recuperado en Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=LArJ8WzUyY>



Galería de papel. «Crime scene a few years later». Luis Moros (2015)