



ACTAS

**IV CONGRESO INTERNACIONAL
SOBRE ANÁLISIS FÍLMICO**

**NUEVAS TENDENCIAS E
HIBRIDACIONES
DE LOS DISCURSOS AUDIOVISUALES
EN LA CULTURA DIGITAL CONTEMPORÁNEA**

4, 5 y 6 de mayo

**Universitat Jaume I, Castellón
2011**

Iván Bort Gual
Shaila García Catalán
Marta Martín Núñez
(editores)

ISBN: 978-84-87510-57-1

Ediciones de las Ciencias
Sociales de Madrid

Hibridación
cultural,
nuevas
prácticas
visuales
y creación
colaborativa
las comunidades
de *videojockeys*
en Internet

1. Introducción: objetivos y metodología

El ser humano ha sentido desde siempre un interés por las imágenes proyectadas. Sin llegar a decir que las cavernas prehistóricas son restos de antiquísimas *raves*, está claro que la fascinación del lienzo en blanco es una constante. La pintura, y más tarde la fotografía, la exhibición cinematográfica en sala oscura con imagen proyectada, diversos espectáculos... todas manifestaciones culturales en las que no faltan las imágenes de fondo o en primer plano, nos permiten afirmar que la imagen es un dispositivo de atracción y fascinación para el ser humano desde sus orígenes.

Pero los últimos gurús de este anhelo universal se llaman *videojockeys* y poseen una compleja procedencia histórica, artística y cultural.

A continuación se procede a realizar una caracterización ecléctica del *videojockey*

Un *videojockey* (*vj*) es un artista visual que realiza sesiones en fiestas o clubes o salas de música en las que proyecta entre siete y ocho horas de imágenes con efectos y transiciones siguiendo el pulso musical e imprimiendo al todo un contenido visual coherente

desde sus conexiones con la cultura electrónica hasta sus relaciones con el ciberespacio y la creación colaborativa.

Se ha realizado una consulta y exploración intensiva de fuentes de información sobre la cultura y el fenómeno *videojockey*, así como de comunidades, colectivos y portales de información y comunicación de esta manifestación en la red. Se ha procedido a su análisis (estructura, canales de información...), así como se ha optado por la participación activa en alguno de ellos.

Por otro lado, se ha llevado a cabo una metodología cualitativa, basada en la batería de preguntas vía email a diversos *videojockeys* en activo y se han realizado entrevistas en profundidad por videoconferencia.

2. *Videojockey*: procedencia cultural, artística y tecnológica

Un *videojockey* (*vj*) es un artista visual que realiza sesiones en fiestas o clubes o salas de música en las que proyecta entre siete y ocho horas de imágenes con efectos y transiciones siguiendo el pulso musical e imprimiendo al todo un contenido visual coherente. Ellos mismos se definen como “los encargados de procesar imágenes en directo mezclándolas con la música o sobre la música” (Prieto, 2003), con un especial acento en la sincronización imagen-ritmo de la música electrónica. Pero el término se encuentra todavía en proceso de demarcación.

El fenómeno *vj* se encuentra en una fase de diversificación que permite esperar resultados a corto y medio plazo en lo que se refiere a originales posiciones artísticas. La mayoría de los *videojockeys* decide abrir otras alternativas creativas y de trabajo a través de los diversos campos de que dispone el videoarte o vídeo de

creación, manifestación artística en la que puede encontrarse el precedente más directo. Los *videojockeys* vienen de muchas áreas del conocimiento: el diseño, la programación, el sonido, la ilustración, la edición de video digital para la web... y con ellos traen todos sus saberes...

Se han convertido en un fenómeno paradigmático de hibridación cultural donde se articulan «prácticas de comunicación y movimientos sociales» y se unen «tiempos diferentes de desarrollo con la pluralidad de las matrices culturales» (Kraidy, 2005: 7, Trad. propia). En esta manifestación cultural entran en contacto numerosas fuerzas, lo que permite definirlo como subcultura, conglomerado simbólico de ítems culturales.

Los textos híbridos en medios de comunicación reflejan la existencia de una variedad de fuerzas históricas, culturales y económicas que se mezclan entre sí y que son visibles tanto como manifiesto a nivel local, nacional y regional, como globalmente. Centrarse únicamente en el medio no es suficiente para comprender estas relaciones complejas. En lugar de esto, necesitamos situar el medio en su entorno social y disociar los diversos procesos enlazados y efectos posibles entre las prácticas de comunicación y las fuerzas sociales, políticas y económicas (Kraidy, 2005: 6)

Los cimientos conceptuales y culturales del *vj* se encuentran en tres conceptos principalmente: la cultura de la música electrónica, la voluntad de continua innovación tecnológica y la cultura del ciberespacio y la creación colaborativa (open source, inteligencia de código abierto...).

Dentro del espacio cultural electrónico, la música electrónica resulta un complejo universo con componentes que se hibridan de una manera especial. En primer lugar, la música electrónica siempre ha estado unida a la cultura de club y a la carencia de identificación visual particular de sus miembros, lo que implica un mayor énfasis en lo social y comunitario, en el sentimiento colectivo, cuando no en conceptos relacionados con lo tribal. El anonimato y la universalidad fundamentan parte de las identidades de los actores sociales en los espacios donde se desarrolla la música electrónica y en todos los textos culturales y mediáticos (videoclips, publicidad...) que gestionan su visibilidad pública. Aún así, se ha generado la necesidad de una serie de actores sociales individuales (grupos de música, cantantes, *djs*, *vjs*...) cuyas prácticas se pueden y deben analizar desde este punto de vista.

Así, la demanda del producto *vj* surgió sobre todo a partir de las raves electrónicas inglesas y centroeuropeas de los años ochenta. La fiesta *rave* tiene relación con el movimiento musical *breakbeat*, una música electrónica muy agresiva, que tiene un cierto fondo en la base del *techno*. Es una música muy potente en beat, en contenido rítmico, pero de menor consistencia en cuanto a base melódica: una música sin intención narrativa y teleológica que puede desarrollarse en loops musicales continuos durante horas. Esto permite sesiones continuas y prolongadas en discotecas o salas habilitadas para las mismas. La cultura de club se convirtió desde los ochenta en un fenómeno cultural y como tal ha sido analizado por las ciencias sociales, sobre todo por el postestructuralismo, la antropología y la etnomusicología.

Otras características del fenómeno *videojockey* que le llegan desde la música electrónica son la exigencia continua de experimentalismo y la democratización creativa como utopía, ideas centrales que forjan la continua modificación de las condiciones técnicas de la labor de los *videojockeys* y la permanente diversificación de los ámbitos en que tiene lugar. Es decir, si bien la manifestación nació en estas fiestas electrónicas, hoy se efectúa en infinidad de ámbitos sociales y culturales como los conciertos y los festivales de música, las performances artísticas, las presentaciones de productos, las manifestaciones políticas y otros eventos públicos de todo tipo.

Y esto nos conduce al gusto por la innovación tecnológica. Los vjs son parte de un universo cultural que admira y propugna un desarrollo tecnológico puesto al servicio de la transformación de todos los ámbitos del ser humano. Esta utopía, característica de toda la cultura electrónica, consiste básicamente en que, como consecuencia de un desarrollo tecnológico ilimitado, algún día será posible una total simbiosis entre humanos y máquinas e, incluso, la generación de seres híbridos). La fascinación por la figura e identidad del robot y las continuas referencias al futuro y al progreso (aunque sin olvidar el pasado) surgen de este escenario.

Así es muy importante el empleo artístico de la tecnología través del vídeo de creación por ejemplo: los nuevos conceptos del arte contemporáneo en su combinación con las tecnologías de los medios de comunicación se consolidan en el concepto de performance, como lo son todas las formas culturales de la cibercultura. La nueva lógica cultural de la base de datos y su aplicación a las técnicas de sincronización de *samplers* y de la creación de *loops* visuales constituyen son dos conceptos clave en la manipulación creativa de la tecnología por parte de los *videojockeys* (Manovich, 2005).

La unidad de gestión de la manifestación creativa del *videojockey* es el *sampler* (la muestra), es decir, cada uno de los vídeos o *loops* visuales que utiliza para sus proyecciones. Su forma de organización resulta la base de datos (concretados en los diferentes softwares de gestión del trabajo en tiempo real) y una forma de acceder a ellos (la interfaz) que crea un sistema cerrado de combinaciones, dando lugar a renovados *loops* en cada ocasión. Estos dos últimos conceptos se integran según variadas fórmulas en el software informático para *videojockeys*: *Visual jockey* por ejemplo, trabaja con una estructura de proyección según un organigrama de árbol donde se van definiendo los efectos a una secuencia de imágenes y marcando a qué tipo de base de sonido va a responder cada efecto. Es decir, se determina, por ejemplo, que una secuencia visual responda al sonido del bajo, cual a la batería... El programa japonés *Composite Station* distribuye un vídeo en cada tecla, con lo que convierte al teclado del ordenador en una especie de sintetizador donde también es posible lanzar multitud de efectos y transiciones en *loops*, intercambiables y modificables a tiempo real. Modul8, Show Motion, Motion Dive o Resolume se caracterizan por estructurar específicamente las muestras (*samplers*) y *loops* para sincronizarlos con la música. En las últimas versiones para software de *videojockey* esto se complica hacia aplicaciones como Puredata o Jitter y otras en red como Keyworks, que permite enviar imágenes para que sean empleadas en una sesión remota.

En cuanto al siguiente componente de hibridación cultural, su relación con el mundo del ciberespacio, los *videojockeys* han desarrollado sus fórmulas

particulares de interconexión social, para crear comunidades virtuales que permitan el desarrollo de prácticas de inteligencia colectiva. Estos tres elementos se encuentran íntimamente relacionados y definen socialmente a los grupos en el ciberespacio (Levy, 2007: 99).

En él, las personas se reúnen en grupos conformados en comunidades de cooperación organizadas de forma autónoma (Friedman, 2000: 81) que creen «en la bondad inherente del científico y en el desarrollo tecnológico como la clave del progreso de la humanidad [...]. Dentro de esta cultura, el mérito resulta de la contribución al bien común de la comunidad de descubridores» (Castells, 2001: 39).

Y es que Internet ha modificado las perspectivas de creación de contenidos audiovisuales, dando paso a la posibilidad de estrategias creativas colectivistas y de apropiación junto a nuevas formas de autoexpresión vinculadas a la representación de la identidad (individual o colectiva) como los retratos, los videoensayos, el diario de viaje, la documentación de eventos familiares...

Esta facilidad para modificar de manera ilimitada contenidos audiovisuales se une, en el caso de la red, con toda una estructura de conexión que potencia la colaboración, lo que ha sido descrito como «lo más revolucionario de la cultura digital» y aquello que mejor la distingue de la cultura tradicional (Casacuberta, 2003: 11). Esta potencialidad ha sido descrita desde perspectivas diferentes, aparte de los antecedentes *prosumer* de Alvin Toffler (1993) o *poaching* (lectura activa de mensajes) de Michel De Certeau (1980).

Tim Berners-Lee la llamó intercreatividad, definiéndola como “la interacción que los nuevos medios digitales potencian tan bien, por ejemplo, las culturas de código abierto en Internet y las economías de gratuidad” (Meikle, 2002: 125). Por su parte, el término *networking* (hacer red) describe el proceso de empoderamiento de los receptores al convertirse en protagonistas de la producción y la gestión de la distribución de actividades sociales y culturales colectivas: «su uso tendría una ventaja social, al permitir a los usuarios cooperar, y una ética, al respetar su libertad» (Stallman, 2004: 31).

Todo esto genera un nuevo poder simbólico¹ que, aunque no elimina el vertical (el poder económico y social de las clases elitistas y las instituciones dominantes), se convierte más que nunca en poder horizontal que llega al ciudadano: «en un mundo basado en la comunicación activa, el poder absoluto –el poder que llega de lo más alto- pierde su sentido (...). La revolución de las comunicaciones ha producido más ciudadanos activos y reflexivos de los que jamás han existido» (Giddens, 2000: 90-91)

Este poder simbólico crea nuevos productos culturales materializados en mercancías industriales como forma portadora (Willis, 2000), en la que desempeña un papel relevante el concepto de open source: «el software abierto es la llave tecnológica en el desarrollo de Internet. Y su apertura está culturalmente determinada» (Castells, 2001: 38). En realidad toda la web se convierte en un «sistema de hiperdocumentos abierto para crear y mantener depósitos dinámicos

¹ Thompson definió el poder simbólico como «la capacidad de intervenir e influir en el curso de los hechos, influir en las acciones de los otros e incluso crear hechos a través de la producción y la transmisión de formas simbólicas» (1995: 17).

de conocimiento» donde se puede generar, almacenar y acceder al conocimiento y sabiduría colectivos sobre cualquier tema.

Todos estos componentes generan la necesidad y establecen los cauces del surgimiento y el desarrollo de comunidades virtuales también para esta actividad. Veremos seguidamente sus tipos y características.

3. Comunidades de Vjs en Internet

En general, existen dos tipos de comunidades de vjs. Por un lado, los portales web (vjspain, vjcentral...) y, por otro, los colectivos con una presencia en la red (audiovisualizers, telenoika).

Existen muy variados portales comunitarios de vjs en la red. Vj central es el portal y la comunidad de vjs más importante en el mundo, en la que participan la mayoría de los países con comunidades relevantes.

Quizás la más importante en el ámbito geográfico español y latinoamericano sea Vjspain.com, una comunidad abierta y espacio público de intercambio de todo tipo de información, desarrollo, loops libres, sesiones vj, artículos de software-hardware, actualidad, vídeos... Aglutina a creadores y colectivos que desean darse a conocer y relacionarse con objetivos como los de mantenerse al día (en un entorno increíblemente mutable), dar a conocer sus servicios y mantener unidos a todos sus usuarios.

VjTheory es una comunidad que pone en contacto a todo tipo de personas alrededor del fenómeno del vj o *visual performer*. Su apartado *The Small projects* tiene como objetivo crear obras teóricas en colaboración que reflexionan sobre prácticas interactivas en tiempo real y otros derivados del fenómeno vj. Algo en lo que están interesados en general es en los nuevos conceptos de persona: entidades, individualidades colectivas y la expansión de individuos en diferentes personas, las construcciones visivas de las identidades ficticias que a veces son más reales que la identidad en su sentido lineal.

Clandestina es un foro argentino que utiliza los foros de Yahoo, aunque con menos actividad y mucho menos organizado que los anteriores².

En países como Francia, Italia y Alemania existen comunidades parecidas aunque no tan abiertas, por su menor radio de influencia geográfica.

Vjstore es una plataforma de compra e intercambio de todo tipo de material y aplicaciones (hardware y software) relacionada con la creación de visuales en directo y que mantiene algunas características que la introducen en la categoría de comunidad.

Respecto al segundo tipo, se trata de una visualización en la red de colectivos de origen real y, por tanto, anterior.

Audiovisualizers (audiovisualizers.com) es un portal con todo tipo de información para vjs. Su apartado para comunidades (community.audiovisualizers.com) tiene más de cien miembros.

Telenoika es una comunidad abierta de creadores audiovisuales (actualmente unos ochenta) que experimentan con nuevas tecnologías desde hace siete años, una Asociación Cultural sin ánimo de lucro. Hace poco se ha constituido en Asociación Cultural lo que ha permitido financiar actividades como el Festival Videa 2007.

² (<http://groups.google.com/group/clandestinaweekendnerd?hl=es&pli=1>).

4. Comunidades virtuales de *videojockeys*: particularidades y funciones

La actividad *vj* tiene dos *handicaps* específicos, desventajas de una actividad nueva y que se desarrolla en ámbitos sociales muy particulares: por un lado, existe un alto grado de aislamiento o dispersión geográfica. Además, al tratarse de una acción que se produce en locales, discos y otros espectáculos musicales y audiovisuales propios de ciertas manifestaciones y “momentos” culturales (relacionados con la música electrónica), no siempre permea hacia un nivel elevado de visibilidad pública.

Aunque el número de *vjs* aumenta por día, esto no sería posible sin portales y comunidades como las citadas anteriormente.

La principal función parece ser la de mantener el contacto, para hacer frente a la primera de estas desventajas. Las comunidades de *vjs* cumplen esa función descrita por Pierre Levy de actualización «de grupos humanos que sólo eran potenciales antes del acontecimiento del ciberespacio» (Levy, 2007: 102). En este sentido es una *comunidad actual* más que virtual, basada en el deseo de compartir conocimiento. Por un lado, se habla de «red social» dedicada al «aprendizaje continuo dentro de un ambiente agradable y por medio de internet [...] Se puede diferenciar de otras redes sociales debido a que se encuentra orientada a la representación en video de diferentes temas, sensaciones, etc.» (*Vj Nacho*).

Por otro lado, aparece como un «lugar de encuentro» con una función de compartir «ideas, técnicas y métodos». «Pertener a una comunidad de *vjs* ayuda básicamente a tener una red de contacto, conocer gente para compartir shows y porqué no hacer amigos» (*Alex Marco*).

Las redes o comunidades de *vjs* ponen en sinergia los conocimientos, las energías, las imaginaciones con el objetivo de la creación colaborativa. Muchos son los comentarios que hablan de la posibilidad para los *vjs* principiantes de aprender más rápidamente, con el objetivo de quemar etapas (tecnológicas, sociales...) que otros debieron superar anteriormente. Muchas comunidades han nacido con la intención de compartir esta ardua y solitaria experiencia individual anterior (*Vj_otu*, Óscar Teston, fundador y administrador de *Vjspain*). Esto concede progresos a mayor velocidad.

Las ventajas de compartir información libremente son obvias: según la mayoría de los *videojockeys*, las comunidades defienden intereses comunes o gremiales, que ayuda a hacer contactos para progresar.

He aquí la idea tratada anteriormente respecto al ciberespacio: la inteligencia colectiva, la apertura a la alteridad y la autonomía respecto a poderes fácticos políticos, económicos o sociales se constituye en soporte del crecimiento de estas redes. Vuelven aquí las referencias al anonimato y la universalidad propias de la cultura electrónica, anteriormente citadas y obliga a una necesaria moderación o

Las redes o comunidades de *vjs* ponen en sinergia los conocimientos, las energías, las imaginaciones con el objetivo de la creación colaborativa

administración de los foros, junto al surgimiento de fórmulas de orientación a los nuevos miembros:

lo bueno del foro de vjspain es que, como nació sin un autor detrás, la gente que está desde el principio, cuando alguien entra nuevo, un poco “sobradito”, no hace falta que yo, como administrador, me ponga duro, porque ya rápidamente otras gentes le dicen cómo son las cosas en esta casa, por decirlo de alguna manera (...). La gente lo mima porque es algo que está ahí gratuitamente. Mucha gente se siente identificada con vjspain (Vj_otu, Óscar Testón, fundador y administrador de Vjspain).

Un tema importante dentro de la comunidad es el uso de foros. Debido a lo especializado de su actividad, los foros de *videojockeys* tienen siempre un apartado de Técnica, que suele ser el más amplio y que el se encuentra dividido en más apartados. Se tratan temas como los sistemas operativos, las aplicaciones y programas de vídeo y de proyección, el hardware, las novedades del mercado en hardware fundamentalmente), técnicas de proyección y ayuda para principiantes. Por otro lado, suele existir un foro dedicado a la delimitación teórica del fenómeno (orígenes, conceptos, definiciones...). El *vj* es un campo que se encuentra relacionado con todo un campo de la creación visual, el videoarte... y su relativa juventud da lugar a confusiones. Por ello, los miembros de la comunidad necesitan definirse, encontrar su sitio y diferenciarse... El interés por el tema en académicos e investigadores y su llegada a la agenda de investigación de las universidades en todo el mundo se ha convertido en motivo de orgullo y de una consolidación por saber orígenes, relaciones con otros ámbitos de la videocreación y la historia de los medios audiovisuales...

Otros foros son Links interesantes, Eventos, Proyectos (meetings y colaboraciones), Noticias y Alquiler y Compra.

En general, los *vjs* creen que el foro es una potente herramienta online de intercambio libre de ideas, de propuestas y de información actualizada por los mismos usuarios.

Estas ventajas se logran con la ayuda de algunas de las herramientas tecnológicas actuales, en un sector con tantas exigencias como la transferencia y el intercambio de archivos pesados (como los de vídeo) a través de la web. Así, vimeo, pese a no ser un portal exclusivo sobre *vj*, se ha erigido como una pieza principal de estas comunidades. Es un recurso ilimitado de información para proporcionar visibilidad a los trabajos. De hecho, Vjspain trabaja con esta herramienta, tras su experiencia con Youtube.

Si existe una idea recurrente respecto a los foros y sus inconvenientes es la de su incapacidad para alcanzar niveles tecnológicos altos en la variedad de herramientas exigidas. Es decir, con los foros se aprende pero no te dan las llaves de la multitud de procesos y tecnologías que manejan los *vjs* en sus diferentes modalidades.

Su versatilidad parece ser otra de las ventajas: la accesibilidad al medio fuera de las limitaciones del espacio y el tiempo entre sus componentes mejora las desventajas de la dispersión física.

Por otro lado, tienen una función de proporcionar ayuda entre *vjs*: «Siempre vas a encontrar lo que buscas, o al poco tiempo alguien te solucionará tu problema [...]

El foro será la solución a sus problemas de forma rápida y explicada por gente que lleva más tiempo en esto» (Vj Txampa, administrador de VjSpain).

También se pone énfasis en la solidaridad y el apoyo mutuo que potencian: «aportan el seguir creciendo, el poder ayudar a los que están empezando, publicar sus vídeos y sus eventos para que el resto los vean y aprender también de los que están empezando, que tienen mucho que decir» (VJ Txampa-administrador de VJSpain).

Es generalizada también la opinión de que las comunidades virtuales de vjs necesitan de un reflejo en comunidades reales o un complemento en ellas, capaces de organizar iniciativas para «establecer lazos y conexiones en el mundo real. De hecho, si nos fijamos en Barcelona, de donde son varios responsables de la página y muchos de los usuarios asiduos, no ha habido un encuentro/meeting de VJs desde los tiempos del festival Videal...y hay que señalar que cuando ese evento llegó a su fin, creo que en el 2002, todavía no había nada parecido a una web tipo VJ Spain que estableciera lazos (virtuales) entre los interesados en el fenómeno» (Videojour-Colombia).

En respectyourvj.net se realiza una especie de manifiesto que trata de dar una guía sobre su trabajo y sobre lo que necesita para llevarlo a cabo, con el objetivo de informar a dueños de los clubs, locales y demás eventos interesados en su labor (Vj Alex Marco)³.

En general, no existen problemas de competencia o intrusismo respecto a la videocreación, modalidad más general y de mayor alcance artístico y trayectoria histórica, de la que el vj puede considerarse un subtipo:

El videoartista tiene su campo y el vj tiene el suyo aunque a veces se solapan. Yo entiendo la figura del vj como un artista interdisciplinar que intenta combinar las técnicas a su alcance para realizar obras instantáneas, efímeras, aunque puedan ser posteriormente reproducidas (Vj Thomas Van Ta).

Quizás, la clave de la diferenciación se encuentra en el tiempo real (proyección —preparada sobre *loops* pero no finalizada en su edición— sobre música en directo): «Es ahí donde se encuentra la gracia de este trabajo, en el *real time*. A mi se me asemeja a tocar un instrumento, posees ciertos *loops*, *patches* o códigos que debes enlazar en directo para despertar emociones, para componer una narración o para hacer llegar un mensaje» (Vj Thomas Van Ta).

Sin duda, todas estas ideas demuestran que los vjs saben definir perfectamente qué es y para qué sirven las comunidades virtuales de vjs y esto coincide con funciones y ánimos de la creación y desarrollo de otras comunidades sociales de la cibercultura. Como dice Pierre Levy:

Con la cibercultura se expresa la aspiración de construir un lazo social, que no se basaría ni en las pertenencias territoriales, ni en las relaciones institucionales, ni en las relaciones de poder; sino en la reunión alrededor de centros de interés comunes, en el juego, en

³ Para más información consultar www.alexmarco.com

el hecho de compartir el conocimiento, en el aprendizaje cooperativo, en los procesos abiertos de colaboración. El gusto por las comunidades virtuales se fundamenta en un ideal de relación humana desterritorializada, transversal, libre. Las comunidades virtuales son los motores, los actores, la vida diversa y sorprendente del universal por contacto (Levy, 2007: 103).

BIBLIOGRAFÍA

- CASACUBERTA, Daniel (2003) *Creación colectiva. En Internet el creador es el público*. Barcelona: Gedisa.
- CASTELLS, Manuel (2001) *La galaxia internet*. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. Barcelona: Random House Mondadori.
- DE CERTEAU, Michel (1988) *The Practice of Everyday Life*. Berkeley y Los Angeles: University of California Press.
- FRIEDMAN, Thomas (2005) *The world is flat*. New York: Farrar, Strauss and Giroux.
- GIDDENS, Anthony (2000) *Runaway World*. London: Routledge.
- JENKINS, Henry (2008) *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- KRAIDY, Marwan (2005) *Hibridity or the cultural logic of globalization*. Philadelphia: Temple University press.
- LEVY, Paul (2007) *Cibercultura: la cultura de la sociedad digital*. Barcelona: Anthropos/UNAM.
- MANOVICH, Lev (2005) *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós.
- MEIKLE, Graham (2002) *Future active: Media activism and the Internet Media*. New York: Pluto Press.
- PRIETO, Daniel (2003) "Imágenes de recorta y pega: Música de colores". En *La Luna del Siglo XX*, nº 230, 11 de julio de 2003 (<http://www.el-mundo.es/laluna/2003/230/1057766238.html>, consultado el 31/08/2009).
- STALLMAN, Richard (2004) *Software libre para una sociedad libre*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- TOFFLER, Alvin (1980) *La tercera ola*. Madrid: Plaza y Janés.
- THOMPSON, John (1995) *The media and modernity: a social theory of the media*. Cambridge: Polity Press.
- WILLIS, Paul (2000) *The ethnographic imagination*. Cambridge UK: Polity Press.