

CUESTIONES ASOCIADAS A LA PROPUESTA DE CATALOGACIÓN EN LÍNEA

Paz Sastre Domínguez

*Doctorando del Dpto. de Comunicación Audiovisual y
Publicidad II, Facultad de Ciencias de la Información,
Universidad Complutense de Madrid.*

pz.sastre@gmail.com

CUESTIONES ASOCIADAS A LA PROPUESTA DE CATALOGACIÓN EN LÍNEA.

La construcción, distribución y recepción del audiovisual en el entorno multimedia.

Paz Sastre Domínguez

*Doctorando del Dpto. de Comunicación Audiovisual y Publicidad II, Facultad de
Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.*

Resumen

Contrasta los planteamientos del artículo “Museografía, Diseño y Videoarte: Propuesta de catalogación en línea” con proyectos de similares características disponibles en la Red, ampliando así los resultados anteriores mediante la reflexión acerca de las problemáticas asociadas a la construcción, distribución y recepción de las obras audiovisuales en los entornos multimedia: cómo definir y clasificar las nuevas prácticas audiovisuales, la propiedad intelectual en el entorno multimedia y las posibilidades de la exhibición en Red de las obras.

Palabras clave

Multimedia - Web 2.0 - Artes audiovisuales - Diseño Web - Epistemología

Abstract

The article “Museography, Design and Video Art: a Proposal for Online Cataloguing” approach is contrasted with other similar projects available for viewing on the Net. Thereby, we intend to widen the former results by meditating on the problematic associated to the construction, distribution and reception of the audiovisual works within the multimedia environment. That is to say, how to define and classify the new audiovisual practices, as well as the intellectual property within the multimedia environment, and how to determine the exhibition possibilities for art works on the Net.

Key Words

Multimedia - Web 2.0 - Media Arts - Web Desing - Epistemology

Introducción

En el artículo anterior “Museografía, Diseño y Videoarte: Propuesta de catalogación en línea”, se trazaba un boceto superficial del potencial de los entornos multimedia en línea para la catalogación, difusión e investigación de las obras audiovisuales en general y del videoarte en particular. A lo largo del texto quedaba patente la enorme riqueza de recursos disponibles y también las grandes carencias tecnológicas de este primer estadio del multimedia. Recordemos que la rápida evolución de la informática no ha hecho sino comenzar esta nueva etapa frente a la cual los investigadores y los profesionales de la comunicación audiovisual no debemos permanecer ajenos. Sin embargo, y estas son las cuestiones que trataremos de dilucidar aquí, el artículo anterior obviaba en pro de la síntesis tres

cuestiones básicas que recorren de forma transversal toda la propuesta: ¿A qué se llama “videoarte”? ¿Cómo salvaguardar los derechos de autor de las obras audiovisuales en Red? ¿Hasta qué punto el diseño y el grado de usabilidad que se aplique a la catalogación en línea de videoarte se convierte en una propuesta de exhibición que descontextualiza las obras haciendo peligrar su integridad material y su sentido originario? Para recorrer la extensión de estos interrogantes proponemos al lector enfrentar las hipótesis descritas en la anterior propuesta con diferentes proyectos que responden hoy a algunas de las exigencias allí planteadas. Por tanto, este itinerario teórico se desarrolla siguiendo los resultados emanados de la superposición de estas dos coordenadas, una hipotética y otra factual, sobre el espacio audiovisual contemporáneo cuya máxima expresión se materializa en los entornos multimedia en línea. En este sentido, la búsqueda de respuestas nos conducirá más allá de las fronteras del videoarte hacia el horizonte abierto por las nuevas prácticas audiovisuales.

1. Los límites de las categorías audiovisuales y el entorno multimedia

El término “videoarte” surge en paralelo a las primeras prácticas de los artistas con el medio videográfico durante los años setenta, después de que en 1968 Sony comercializara el primer equipo doméstico de vídeo, el Portapak. Desde su nacimiento ha sido un término polémico que compite en igualdad con otras denominaciones como “vídeo creación”, “vídeo experimental” o “vídeo de vanguardia”. La polémica puede resumirse en la disyuntiva de incluir o no bajo su techo obras realizadas en soporte cinematográfico. Hoy, gracias a las nuevas tecnologías esta inicial disyuntiva se ha ampliado considerablemente. La indeterminación del término y del propio medio hace recaer en

ocasiones la responsabilidad acerca de su contenido sobre el comisariado. Así ocurre en el proyecto dirigido por el Dr. Wulf Herzogenrath, *40 Jahre Videokunst in Deutschland* (2006, *40 Años de videoarte en Alemania*) donde encontramos dos casos ejemplares: el cineasta Peter Roehr y el multifacético Samuel Beckett con obras realizadas para televisión. A ello debemos sumar la riqueza de las propias incursiones realizadas por los artistas en el medio videográfico que pueden incluir cualquier género cinematográfico, televisivo, publicitario... El grado de dificultad aumenta al observar la obra de artistas tan heterogéneos como Peggy Ahwesh, donde conviven prácticas tan diversas como el cine y el vídeo experimental, el documental, la ficción, la performance y la animación digital (<http://www.eai.org/eai/artist.jsp?artistID=5768>).

Frente a un paisaje tan amplio y plural sólo es posible optar por la simplificación o proponer un número aceptable de categorías que organicen el material disponible en el sitio adecuadamente y que, además, tengan la capacidad de adaptarse a futuras producciones. Al primer tipo pertenece el catálogo de *Electronic Arts Intermix* (www.eai.org), una organización sin ánimo de lucro con sede en Nueva York, dedicada desde 1971 a la conservación y distribución de obras producidas con tecnologías audiovisuales. En un alarde de claridad y pragmatismo, el sitio fundamenta la clasificación de la colección por autores y títulos, a excepción del apartado denominado “Audio, Interactive Media & Web Project”, a su vez, organizado por autores y títulos. Este modelo, si bien dificulta las búsquedas de carácter temático sobre el material, resulta claro y de fácil comprensión. Por el contrario, a la segunda estrategia responden la *Mediateca on line* de la Fundación La Caixa (http://www.mediatecaonline.net/mediatecaonline/jsp/index.jsp?ID_IDIOMA=es) y el catálogo en línea de LUX (<http://catalogue.lux.org.uk/>). El primero de ellos es un ejemplo claro de los riesgos que corre una propuesta de este tipo al apostar por la precisión primando la estética sobre la usabilidad del sitio.

A pesar del esfuerzo realizado para categorizar con precisión los materiales disponibles -Arte Contemporáneo, Arte Multimedia, Videoarte, Net Art, Arte interactivo, Música y artes visuales, Directorio Data.art, Cultura audiovisual y multimedia, Kinetoscop, Videodanza, Documental de creación, Cultura de Club, Música, etc.- el usuario debe emplear un tiempo considerable hasta organizar en sus recorridos la estructura del sitio y lograr localizar así la información requerida, no sin pocos obstáculos. Mucho más sobria pero también más clara es la presentación en línea del catálogo de LUX, organización británica sin ánimo de lucro dedicada a la preservación y distribución de su colección de cine y vídeo, la mayor de estas características en Europa. Su catálogo en línea (<http://catalogue.lux.org.uk/>) se estructura en torno a tres criterios de búsqueda independientes entre sí: Orden alfabético por artista, palabras claves y temas. En esta ocasión el usuario dispone de una rápida configuración del sitio que le permite navegar sin mayor demora aunque con la limitación que supone no poder realizar búsquedas cruzadas y la imposibilidad de participar en la configuración de los temas. Como último acicate a la imaginación del lector, y sin más reseñas, demos un salto cuantitativo y cualitativo a un proyecto arriesgado a pequeña que muestra el potencial de las búsquedas semánticas unidas a un cuidado diseño web: la página del artista Vito Acconci (<http://www.acconci.com/>). Este último ejemplo, da buena cuenta de las posibilidades crecientes del diseño interactivo en lo que a presentación de contenidos artísticos en línea se refiere.

Los resultados críticos de este itinerario inicial nos remiten además al trasfondo del debate acerca de las fronteras del “videoarte”. Este trasfondo velado emerge al observar cómo su eje gira en torno a la precariedad de las herramientas con las que contamos para hablar y catalogar los productos audiovisuales en general. A grandes rasgos disponemos de categorías en función del soporte: cine (35mm, 16mm, Super 8mm, etc.), televisión, vídeo, imagen de síntesis. Otras responden a los

contenidos como el documental, la publicidad, lo experimental o la ficción y sus géneros. Los apelativos determinados por el uso son otro recurso más -comercial, informativo, denuncia social, doméstico, artístico- aunque reenvían los contenidos a un contexto externo que determina el producto en función de la economía, la política, la vida privada o el arte. Por último y más recientemente, se han incorporado a este abanico de posibilidades los nuevos terminales aptos para su consumo -teléfonos móviles, proyectores portátiles y ordenadores - que se suman a los ya antiguos monitores de televisión y las salas de exhibición cinematográfica. Sin embargo, al contrario que en la práctica pictórica, esta profusión de características y tipologías no se desarrolla en un territorio común. Esto se debe en gran parte a que la sucesión de términos ha ido siguiendo, mejor dicho, corriendo tras el considerable número de innovaciones técnicas y estéticas que se han llevado a cabo en tan sólo unos cien años de vida con que apenas cuenta la producción audiovisual. El crecimiento exponencial de las posibilidades del medio audiovisual en los nuevos entornos multimedia nos plantea a este respecto nuevos retos, entre los cuales, quizá el más urgente y prioritario debiera ser el de su integración.

La urgencia de encontrar un territorio común para los productos audiovisuales se sustenta principalmente en las nuevas características que la tecnología digital imprime al medio. La expansión social de las tecnologías de producción audiovisual convierte potencialmente a cada receptor en productor. La optimización de las técnicas de reproducción elimina las pérdidas de calidad y se acerca cada vez más a la calidad de la imagen fotográfica, añadiendo a la reproducción ilimitada la posibilidad de ser fieles a la estética del original. La capacidad de almacenamiento crece sin grandes limitaciones materiales ni económicas. Los antiguos canales de distribución de los productos audiovisuales confluyen con las nuevas rutas virtuales donde el receptor-productor es también emisor. Todo ello acerca considerablemente las características de la producción audiovisual a las de la escritura y la

comunicación verbal desde el punto de vista de la democratización de sus usos y recursos. Paulatinamente, los medios de representación audiovisual se están convirtiendo en un medio de comunicación pleno gracias a estos tres fenómenos: el nuevo rango de los receptores, el surgimiento de una memoria audiovisual potencialmente ilimitada en el espacio-tiempo, y la extensión potencialmente ilimitada en el espacio-tiempo de los canales de distribución.

Esta diversificación y democratización relativa de las prácticas audiovisuales hoy requiere además que la integración se produzca también desde el punto de vista historiográfico. La rapidez con que se producen los fenómenos tecnológicos asociados a dichas prácticas está provocando la formación de una memoria a corto plazo que limita los precedentes históricos a la experiencia personal del usuario. Los intentos por rellenar estas lagunas presentan la misma fragmentación que las propuestas de categorización del medio audiovisual, aunque no por ello ambos esfuerzos son menos valiosos.

En el anterior artículo se proponía la elaboración una ambiciosa cronología dedicada exclusivamente al videoarte: eje cronológico del video arte, eje cronológico en paralelo de los movimientos del arte contemporáneo y eje cronológico completo de las tecnologías audiovisuales. A esta triple cronología se añadía una cartografía global del videoarte por continentes y países. Frente a este modelo utópico pero no ficticio encontramos en la Red tres excelentes propuestas a pequeña escala que nos ayudan a visualizar la posibilidades pedagógicas del diseño aplicado a la divulgación: *A Kinetic History* de Electronic Arts Intermix (<http://www.eai.org/kinetic/home/home.htm>), la *e-mediateca* de la Mediateca on line (http://www.mediatecaonline.net/mediatecaonline/jsp/home_emediateca.jsp?ID_IDIOMA=ca) y *Video History Project* del Experimental Television Center (<http://www.experimental-tvcenter.org/history/index.html>). En todas ellas resalta de nuevo la

fragmentación del marco global de las prácticas audiovisuales como rasgo principal. Este hecho y la propia complejidad de las diferentes prácticas audiovisuales, nuevas e históricas, induce a reflexionar sobre la necesidad de elaborar contenidos locales que puedan enlazarse luego a una estructura global, reelaborando así la ambiciosa hipótesis de partida. Un ejemplo paradigmático en este sentido lo encontramos en el tercer proyecto citado. *Video History Project* es una excelente muestra de investigación local y de la recuperación de la memoria de las prácticas videográficas llevadas a cabo en el Estado de Nueva York. Si enlazamos los requisitos de claridad y rapidez sobre la usabilidad de los entornos multimedia en línea al vasto territorio audiovisual global nos encontraremos por tanto en la obligación de admitir que requerimos de exhaustivas investigaciones locales sobre plataformas globales de distribución e integración de contenidos, donde el diseño pasará a formar parte destacada de nuevas prácticas, esta vez, epistemológicas. Como señala un reciente artículo aparecido en la edición que todos los jueves realiza el diario *El País* del *The New York Times*¹, antes de que Google digitalizara 101 de las películas de los Archivos Nacionales de Estados Unidos, estos contaban con 2.000 peticiones anuales para utilizar la sala de investigación, mientras que “durante el primer mes que estuvieron las películas disponibles en Google , fueron vistas 200.000 veces, es decir, se multiplicaron por mil”².

2. Derechos de autor de la obra audiovisual en línea

¹ Hafner, Katie, “El saber perdido en la era digital. Lucha por preservar la memoria colectiva en el ciberespacio”, *El País*, jueves 22 de marzo de 2007.

En todas las visitas realizadas hasta ahora sobre el itinerario propuesto, es muy probable que el viajero se haya visto sorprendido y frustrado ante la imposibilidad de visualizar las obras a las que los diferentes catálogos hacían referencia. Su inquietud natural hacia los propios productos referenciados se habrá visto satisfecha en pocas ocasiones. De las 3.000 obras pertenecientes al catálogo de E.A.I. tan sólo 35 obras se exhiben en directo y no completas, exceptuando los *Web Projects* que pueden disfrutarse gracias a enlaces. En el mismo caso encontramos la *e-mediateca* que concentra en proyectos temáticos toda emisión en directo de las obras disponibles en el fondo. Enfrentados a las demandas de los usuarios encontramos dos obstáculos principales: los altos costes que en algunos casos conlleva el proceso de digitalización y la inoperancia actual de los antiguos derechos de propiedad intelectual todavía vigentes.

“En la Biblioteca del Congreso de EEUU, por ejemplo, a pesar de los ingentes esfuerzos de digitalización, apenas el 10% de los 132 millones de objetos que contiene estarán digitalizados en un futuro próximo, porque los costes son prohibitivos”³. De poco sirve que grandes empresas como Google, IBM o Reuters impulsen la digitalización mediante generosas donaciones. Todo ello revierte en la urgencia de potenciar nuevas prácticas de negocio o participación económica. Además de la financiación estatal que no debería ser poca, la digitalización y posterior catalogación en línea de los productos audiovisuales podría ampliarse gracias a la participación de los usuarios. No se trata de restringir el acceso a la cultura en función de la capacidad económica, sino de reeditar progresivamente las nuevas prácticas epistemológicas en Red dilucidando nuevos modelos de negocio en los entornos multimedia en línea, que se adapten a las características diversas de los productos y sus usuarios.

² *idem*

³ *idem*

En este sentido, resultará especialmente gratificante y alentador visitar el proyecto auspiciado por la UNESCO *Creative Content* (http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=3981&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html), dedicado a fomentar la creación e innovación de contenidos locales a través de la radio, la televisión y los nuevos medios. Este proyecto cuenta con un extenso catálogo en línea que permite disfrutar gratuitamente del visionado completo de las obras en su *Audiovisual E-Platform* (<http://creativecontent.unesco.org/welcome>), abriendo nuevas vías de distribución comercial mediante el contacto directo con los productores que han cedido su obra para la exhibición en red. Centrándonos en el videoarte, es inevitable mencionar la paradójica situación actual, donde los espacios dedicados a su conservación y difusión no ofrecen al usuario los contenidos que, en cambio, podrá localizar gratuitamente en You Tube (<http://www.youtube.com/>), a pesar del detrimento en la calidad de la emisión y su caótica presentación fuera de todo marco de referencia cronológica o artística. En cambio, fenómenos como You Tube demuestran la enorme demanda de los productos audiovisuales en la Red, demanda que poco a poco puede ser redirigida hacia nuevas prácticas que aúnen la exhibición y la conservación con la explotación económica de las obras.

Si las estrategias comerciales aplicadas a la producción audiovisual en general siguen ancladas en la esfera analógica, con el encarecimiento consiguiente en lo que a videoarte se refiere, la legislación referida a la propiedad intelectual lastra aún consigo los preceptos decimonónicos que la vieron nacer. Las raíces de la legislación actual datan de finales del XIX y las sucesivas refundiciones de los textos primario no alcanzan todavía a dar cobertura a las nuevas prácticas. La síntesis de la polémica se resume en dos modelos antagónicos pero no del todo excluyentes: el *copyright* y el *copyleft*. No es lugar para entrar a analizar en profundidad las hondas repercusiones que para el ámbito de la cultura tiene la actual confrontación de estos dos marcos legales que dibujan a grandes rasgos la pugna por

actualizar el derecho de autor en el marco internacional. Dentro de este debate abierto, interesa mencionar también el éxito que están teniendo propuestas “híbridas” como la licencia *Creative Commons*. Por el momento, el derecho al uso sin limitación, el derecho de redistribución de las copias y el derecho de modificación emanados del *copyleft* están siendo ejercidos de hecho por los usuarios de la Red que se apropian, modifican y redistribuyen un sin fin de contenidos audiovisuales. Los sistemas anticopia tampoco están dando excelentes resultados a la hora de convertirse en censores de un mercado cultural desregularizado en plena ebullición. Muy al contrario, los éxitos son pocos y el usuario se resiste a invertir en formatos propietarios que limitan su disfrute a dispositivos concretos. En definitiva, hasta ahora no contamos a nivel internacional con un derecho aplicado a la obra audiovisual en los entornos multimedia en línea que responda a la creciente diversificación de las prácticas audiovisuales, lo cual revierte negativamente en la conformación de nuevas prácticas de negocio que fomenten la redistribución horizontal de esta importante área de la cultura global e incluyan la colaboración de los usuarios en su desarrollo, en tanto sujetos responsables con nuevas obligaciones y nuevos derechos. Desde el punto de vista de la investigación y la divulgación, el área que más resiente la indefinición del marco legal a este respecto son los productos videográficos de carácter histórico cuya distribución continúa determinada y limitada por las prácticas analógicas. Por tanto, la consolidación de una historiografía integral de las diferentes producciones audiovisuales, no sólo videográficas, que han tenido lugar a lo largo de la breve pero intensa historia de los medios audiovisuales no será posible hasta contar con un marco jurídico que regule las nuevas prácticas derivadas del desarrollo de los medios de información y comunicación contemporáneos.

3. Prácticas expositivas en el entorno multimedia

Este fascinante paisaje en metamorfosis permanente hace que los mejores catálogos de obras audiovisuales utilicen el entorno multimedia en línea para perpetuar usos analógicos, tal y como ocurre en E.A.I, la Mediateca on line y LUX. Al contrario que los tres proyectos que visitaremos a continuación, todas ellas se acercan tímidamente a las posibilidades inherentes del nuevo ecosistema virtual sobre el que se desplazan los discursos y las herramientas audiovisuales. La Galería Saatchi es de las pocas empresas del sector que está aprovechando a pleno rendimiento la vida del medio en el terreno virtual (<http://www.saatchi-gallery.co.uk/>). *The World's Interactive Gallery* ofrece una visita virtual por su edificio londinense, reproduce en la *web* las exposiciones en curso y además, lo más interesante del sitio es que ha sido diseñado para acoger los trabajos de sus usuarios y servir así de plataforma de exhibición y espacio de debate abierto al internauta. De este modo, la Galería virtual de Saatchi se sitúa a la cabeza de sus homólogos en Red que invierte más en la autoafirmación que en la interactividad. El éxito de esta propuesta nos permite vislumbrar el potencial de la Web 2.0 en el ámbito de las prácticas expositivas de nuevo cuño. El segundo proyecto es obra de un videoartista mexicano que desde hace años sustenta por sí mismo la exhibición en Red de sus obras, Fernando Llanos (www.fllanos.com). La propuesta más interesante del sitio resulta de su utilización de la Red para ampliar el consumo y favorecer la producción de videoarte, convirtiendo el correo electrónico en una galería viva donde la exposición se convierte en un ente dinámico con una actividad nómada capaz de vincular geografías espacio-temporales muy diversas en un solo y brevísimo texto: los video-mails (<http://www.fllanos.com/VMesp.html>). El tercer proyecto Videoart.net (<http://www.videoart.net/home/>) constituye un buen ejemplo de las nuevas prácticas que en videoarte han generado los entornos multimedia en línea y las redes sociales. De nuevo en el sitio resalta el nomadismo de las prácticas expositivas en línea y su compleja cartografía en la creación de

comunidades productoras y receptoras deslocalizadas. Desde el punto de vista de la presentación de contenidos el sitio recupera virtualmente el espacio cinematográfico e íntimo de la sala oscura.

La exhibición en Red de las obras de arte adquiere una nueva dimensión cuando restringimos el campo a la producción audiovisual. En ella, una vez que sus productos han sido digitalizados, carece de sentido la distinción entre el original y la copia, entre la representación y lo representado, cuando estos pueden llegar a identificarse plenamente en cuanto a contenidos, y no a soportes, se refiere. Esto significa que las artes audiovisuales adaptan, junto con la literatura y la música, sus materias de expresión a los entornos multimedia en línea sin desvirtuarlas. Este hecho, del cual ya hemos analizado en el primer apartado sus efectos sobre el engranaje conceptual de las prácticas audiovisuales, registra dos importantes consecuencias cuando lo situamos en el plano de la recepción, puesto que toda forma de exhibición es sobre todo una forma de interpretación: (1) Al optimizar los canales de distribución de las obras se fomenta su descontextualización (2) La facilidad relativa con que los nuevos entornos permiten reutilizar los productos audiovisuales que circulan por la Red favorecen la desintegración de los textos fuente.

El nomadismo de las prácticas audiovisuales *on line* y *off line* constituye una doble fuente de riqueza y complejidad para el medio que hace más patente que nunca la relevancia del contexto de exhibición para la significación de los textos. La descontextualización de las obras conlleva interpretaciones diversas de las mismas, lo cual, no resulta negativo a priori sino que aumenta la complejidad de los estratos interpretativos, obligando al investigador a trazar nuevas herramientas de rastreo. Si tomamos como ejemplo y guía de viaje una obra reciente como *Super Mario Clouds* de Cory Arcángel(http://beigerecords.com/cory/Things_I_Made_in_2003/mario_clouds_2005.html) e intentamos reconstruir cuál ha sido su itinerario expositivo en Museos, galerías y webs, se hace patente

la precariedad de las herramientas de búsqueda en la actualidad. De nuevo, esta cuestión técnica excede las competencias del investigador, limita su actividad pero amplía sus objetivos a otro nivel. En el contexto de los entornos multimedia en línea el investigador debe adquirir un rol proyectivo avanzando los requisitos de usabilidad y accesibilidad que su actividad reclama.

Los varios niveles inherentes al proceso de descontextualización de las obras audiovisuales que recorren desde la producción, la exhibición y la recepción de las mismas, reafirman la necesidad de elaborar “ambiciosas” cronologías y exhaustivos motores de búsqueda especializados. Si bien la Red como entorno expositivo tiene limitaciones evidentes en lo que respecta a la vídeo-instalación y la vídeo-escultura, a las obras multi-canal, a los diferentes dispositivos como el monitor de televisión, el proyector cinematográfico, etc., posee un enorme potencial como soporte para la conservación de la historia audiovisual. En ella podrían fijarse los distintos itinerarios temporales, culturales, geográficos, sociales y tecnológicos de las producciones audiovisuales ayudando al usuario a documentarse sobre las diferentes trayectorias del medio en el pasado, aunque la experiencia estética de las mismas se vea modificada dentro del entorno multimedia. En este sentido, un excelente ejemplo de la documentación y divulgación de las prácticas expositivas asociadas al medio audiovisual es el proyecto *EAI Online Resource Guide for Exhibiting, Collecting & Preserving Media Art* (<http://resourceguide.eai.org/>). Si las obras de la colección de E.A.I. estuvieran disponibles en línea, toda la información que contiene el proyecto podría asociarse directamente al catálogo multimedia.

Un modelo paradigmático de la apropiación, descontextualización y desintegración de los productos audiovisuales en los entornos multimedia, *on line* y *off line*, lo constituye el vídeo en directo, *vjing* o *live cinema*. Esta práctica emergente, muy asociada a la cultura de club, consiste en acompañar la música con la proyección de imágenes montadas en directo a gran velocidad, gracias a nuevas

aplicaciones como *Resolume*. La capacidad de apropiación y desintegración de los productos audiovisuales que ofrecen estas nuevas herramientas abre nuevas rutas para la investigación donde podrían ser aplicadas a la re-integración de las obras. Estas aplicaciones enlazan con la propuesta realizada en el artículo anterior de generar recursos que permitan ofrecer los resultados de la investigación en soportes multimedia. Un ejemplo temprano de las posibilidades de investigar los productos audiovisuales desde los propios textos es el documental cinematográfico protagonizado por el filósofo Slavoj Žižek, *The Pervert's Guide to Cinema, Psychoanalysis and Film* (2006). La posibilidad de comparar fragmentos, incluir comentarios, enlazar otras investigaciones relacionadas, etc., no debe ser minimizada sino explorada a fondo.

A pesar de la considerable variedad y calidad de las herramientas con las que contamos en la actualidad para trabajar con los textos audiovisuales, los estudios de comunicación audiovisual en general han permanecido a la zaga de los acontecimientos que se están produciendo en el medio. Muy al contrario, tal y como mencionábamos en el artículo anterior, desde la década de los noventa la Teoría Literaria investiga las consecuencias de las nuevas narrativas hipermedia. En nuestro país, debemos insistir nuevamente, los estudios son escasos y a nivel institucional tampoco contamos con departamentos específicos. Merece en este sentido una mención especial la reciente inauguración del Centro de Arte y creación industrial LABORAL (www.laboralcentrodearte.org) en Gijón, primera propuesta nacional que vincula en un espacio propio el arte y la tecnología. Por tanto, nuestra intención aquí ha consistido humildemente en dar continuidad al debate anterior, incentivando nuevas búsquedas que amplíen la participación de los estudios audiovisuales en el entorno multimedia, aquel que mejor parece adaptarse a su objeto de estudio.

Webgrafía

Electronic Arts Intermix: www.eai.org

LUX: www.lux.org.uk

40 Años de videoarte en Alemania: www.40yearsvideoart.de

Mediateca On Line de la Fundación La Caixa: www.mediatecaonline.net

Vito Acconci: www.acconci.com

Experimental Television Center: www.experimentalstvcenter.org

UNESCO, Creative Content: <http://creativecontent.unesco.org>

The Pervert's Guide To Cinema: www.thepervertsguide.com

Tecnologías audiovisuales: www.audiovisualizer.com

Vídeo en directo: www.vjspain.com

Live Cinema: www.solu.org/writings.html

Resolume: www.resolume.com

Saatchi Gallery: www.saatchi-gallery.co.uk

Fernando Llanos: www.fllanos.com

LABORAL: www.laboralcentrodearte.org

Vídeo arte: www.videoart.net

You Tube: www.youtube.com

Creative Commons España: <http://es.creativecommons.org/>

Fundación Copyleft: www.fundacioncopyleft.org

The GNU Project: www.gnu.org

Copyright: www.copyright.gov

Ciberpais: www.elpais.com/suple/ciberpais/