

**La cultura de la apropiación. Un breve acercamiento a la naturaleza nostálgica del remix**

**Appropriation Culture. A Brief Approach to the Nostalgic Nature of Remixing**

Estefanía Martínez González – Dda. Universidad de Málaga –  
estefimartinez@gmail.com

**Resumen**

Este artículo pretende reflexionar sobre la naturaleza del remix y las apropiaciones musicales amateur que se realizan online, especialmente en plataformas como *Youtube*. El objetivo principal es defender esta apropiación de imágenes y sonidos como un acto creativo de la propia evolución de la música, más que como un acto delictivo que debe ser censurado.

Presente en la mayoría de los movimientos artísticos y culturales de principios de siglo, se intenta defender la importancia de la remezcla como acto creativo que forma parte indisoluble de la naturaleza humana. Este acto se usa con el fin de no solo expresar emociones, sino hacer comentarios en el contexto cultural en el que el creador se ve envuelto.

Por esta razón, se intentarán vislumbrar los motivos que pueden empujar a los creadores (tanto aficionados como profesionales) a recuperar determinadas imágenes con cierto carácter nostálgico, partiendo del análisis de contenido audiovisual de ejemplos de reciente popularidad en Internet y se realizará un primer acercamiento a la naturaleza del vídeo musical *amateur* atendiendo a estas propiedades.

**Abstract**

This article aims to analyze the nature of remixing and the amateur music appropriations which take place online, especially on virtual platforms like *Youtube*. The main objective is to defend this appropriation of sound of images as a creative act within the own music evolution and deny it as a delictive act that must be banned.

Remix is present in most of artistic and cultural movements of the beginning of the century and it cannot be separated from human nature. The main objective of this act is not only to reflect emotions, but also to make comments in the cultural context where the user is involved.

For this reason, this paper will argue why creators (both amateur and professionals) seek to recover specific old and nostalgic cultural objects from popular culture, through the content analysis of mash-up videos found on-line with certain popularity among users. This study also makes a first approach to

the audiovisual nature of the *amateur* music video looking at these found properties.

**Palabras clave:** Remezcla; apropiación; mash-up; nostalgia; amateur; música.

**Keywords:** Remix; appropriation; mash-up; nostalgia; amateur; music.

**Sumario:**

1. Introducción. 2. La era del *remix* es retro. 3. El creador digital nostálgico. 4. La apropiación de lo auténtico. 5. El regreso del aficionado. 6. El vídeo *amateur*. 6.1. Las propiedades del remix audiovisual *amateur*. 7. Conclusiones. 8. Referencias bibliográficas.

**Summary:** 1. Introduction. 2. The Age of Remix. 3. The Digital Nostalgic Creator. 4. Appropriating the authentic. 5. The Return of the Amateur. 6. Amateur Videos. 6.1. Properties of the Audiovisual Amateur Remix. 7. Conclusions. 8. Bibliographical References.

**1. Introducción**

La cultura digital se está convirtiendo poco a poco en un campo de retrospcción. El motivo es la inmensa disponibilidad y variedad de información online nos permite acceder al mismo tiempo a lo moderno y a lo antiguo, sin diferencias de accesibilidad de modo que lo antiguo se regenera a través de estas interacciones. Lo nuevo y lo viejo están en contacto constante, retroalimentándose en un círculo sin fin y esta conexión a afectado de forma determinante al escenario musical.

La cultura digital que propuso Gere allá en el año 2000, es ya un afianzado sistema cultural que nos permite comprender nuestra propia identidad a través de la remezcla o el *remix*. Conceptos como autenticidad son buscados constantemente mediante la juxtaposición de objetos culturales y mediáticos oposicionales. Hay una comparación nostálgica que tiende a comentar en el significado “puro” o “preferido”, referido a algo que ya no tiene vigencia y que se trata de restaurar para que empiece a tenerlo en esta nueva era del reciclaje que es la era del *remix*.

Este artículo analiza algunos *mash-ups* musicales de cierta popularidad en Internet, para comprender su contenido. En este sentido, considero que estas narrativas audiovisuales son textos mediáticos definitorios de la cultura del remix. La complejidad del escenario global al que asistimos hace que consideremos también los imaginarios, tanto individuales como colectivos de cada usuario y relacionarlos con la inmediatez que nos proporcionan las nuevas tecnologías.

Desde la aparición de Internet, estos imaginarios se han vuelto más complejos que en generaciones anteriores, ya que pasado y presente se han hecho

accesibles de una manera desconocida hasta ahora y han afectado las percepciones que el receptor tiene del tiempo y de su memoria con respecto a la cultura popular.

## 2. La era del remix es retro

Siempre han existido culturas dominantes y culturas suburbanas, al margen de las establecidas. Las suburbanas se han conocido a lo largo de los años como populares, aunque yo prefiero entenderlas como suburbanas, ya que mayormente son entendidas como alternativas no oficiales.

Hoy día, cualquier cultura dominante es la que se nos impone a través de los medios de comunicación: desde vestir de una manera específica a escuchar una canción determinada o ver una película concreta. Todo lo que se desvincule de estas voces dominantes, no son más que discursos alternativos no oficiales.

El *mash-up* es uno de estos discursos suburbanos y, como tal, se entiende como algo que no es oficial. Al igual que la copia, el *mash-up* se asocia negativamente a un acto (pues también es tachado de "ilegal") que, mediante su deterioro, ensucia el aura de autenticidad que desprende el original.

Parte de culpa la tiene el hecho de que en la última década la tecnología y la comercialización se hayan apoderado del discurso musical. Después de la explosión de las redes P2P en los noventa y la incursión del iPod en nuestras vidas, hemos acabado hablando con más frecuencia de cómo escuchamos música más que de la música que escuchamos.

La música tiende a abordarse como objeto comercial o tecnológico más que como objeto cultural, y en ocasiones se olvida la gran importancia que tiene como fenómeno universal que acompaña al ser humano. Parece que no nos hemos dado cuenta que lo viejo y lo nuevo están más cerca que nunca: Lady Gaga toma su referente estético del glam rock y más concretamente de David Bowie para renovar su apariencia de forma casi frenética.

Hay una tendencia estética en la actualidad a explorar esa tensión entre pasado y futuro para explorar las dinámicas de la tecnología y la siempre cambiante sociedad en la que vivimos. Una tendencia que es muy aplicable a la música y a las prácticas culturales de los creadores aficionados o *amateur*, en los que nos detendremos más adelante.

Es a partir de la década de los setenta que se dice que los medios de comunicación de masas se "digitalizan". Esto supuso, por un lado, una convergencia mediática y, por otro, un incremento en el uso de ordenadores para crear y editar archivos de texto, imagen -tanto fija como móvil- y sonido. Cualquier persona podría producir contenidos y publicarlos, sin costes de distribución, desde su propia casa. Sin embargo, la industria no estaba preparada para un mercado en el cual el consumidor ha dejado de ser pasivo

para convertirse en “prosumidor” y muestra de ello fue la agresividad de las industrias musicales en Internet o el famoso canon digital.

Sin embargo, a nosotros nos interesa que:

“Después de esta etapa de convergencia digital, hemos pasado a una época del remix, caracterizada por un espacio compartido donde los diferentes géneros de diversos medios pueden ser combinados de nuevas maneras, creando nuevos géneros” (Fagerjord, 2010 :190).

De hecho, pronto empezó a hablarse de estas narrativas audiovisuales alternativas como *mash-up* o *bootleg*, que son algunos de los géneros a los que pertenece la era musical que abordamos en este estudio y en la que nos encontramos inmersos: El *remix*. Este concepto ha sido abordado ampliamente por Lawrence Lessig, que también habla de esta cultura como la cultura de “lectura/escritura” [read/write o R/W].

El *remix*, heredero de la música electrónica y forma creativa por antonomasia de los nuevos medios, forma parte de esta historia, a pesar de que sea uno de los fenómenos culturales del ser humano más incomprensidos. Por esta razón, este fenómeno no debe nunca desligarse de la sociedad, en concreto de las prácticas de la sociedad digital, ya que ha sido creada para satisfacer una serie de fines expresivos y creativos y dar respuesta a la enorme diversidad cultural que podemos encontrar online.

“Hoy podemos oír, y en efecto escuchamos, músicas procedentes de marcos culturales muy diferentes, cuyas raíces se entierran en lugares y épocas distintos, aunque por cierto tiendan en bastantes casos a adquirir rasgos comunes como resultado de la hibridación o fusión habida especialmente, en el marco de determinadas matrices culturales” (Pérez Custodio, 2005:20. Citado en De Aguilera, 2007:3)

La recepción que se realiza de un *remix* depende de los imaginarios que cada oyente atesora. Estos imaginarios son individuales, por tanto la escucha y visualización de un *remix* audiovisual se recibirá de una manera u otra dependiendo del contexto cultural y sociológico del oyente así como del momento de escucha.

Sin embargo, con la aparición de Internet, estos imaginarios se han vuelto más complejos que en otras generaciones, ya que pasado y presente se han hecho accesibles simultáneamente y han afectado las percepciones que el receptor tiene de la cultura popular.

La disponibilidad online y la explosiva producción y reproducción de estos vídeos musicales y otro tipo de imágenes de nuestra cultura popular en Internet ha reestructurado nuestro imaginario de una manera desconocida para

anteriores generaciones, porque ahora el pasado y el presente son simultáneamente accesibles de un modo completamente distinto:

“Gracias al CD ROM y, antes de esto, a la reproducción de audio y vídeo, la nostalgia ha dejado de depender de la memoria individual o el deseo: con un simple click puede accederse a un infinito y reciclable pasado”(Hutcheon, 2000: 62)<sup>1</sup>

El modo en que el usuario conecta con el mundo de la música en Internet es muy diferente al modo con el que se relaciona a través de cualquier otro medio. Es un mundo interactivo en el que varias ventanas pueden avasallarlo con contenidos mediáticos de muy diversa índole.

El usuario navega en diferentes espacios virtuales que le fuerzan a que deje de ser pasivo y tome decisiones. Esto es, la audiencia de Internet no estará nunca “simplemente mirando”, sino participando de algo. Lo mismo ocurre con los vídeos musicales, ya no somos solo una audiencia pasiva de vídeos musicales de la MTV, sino que seleccionamos qué vídeo queremos ver y, además, tenemos la posibilidad de transformarlo y compartirlo: el concepto de imagen audiovisual ha cambiado completamente y para siempre.

La pantalla de un ordenador está siempre mostrando diferentes realidades simultáneamente, a través de las ventanas que el usuario activa a su antojo. Y este formato se empieza incluso a instalar en los informativos televisivos, como la CNN en EEUU. Por primera vez en la historia, se puede acceder al pasado tantas veces como se quiera, en cualquier sitio y en cualquier momento. Por esta razón, encontramos que en la naturaleza del *remix* intervienen más que en cualquier otra escucha elementos de carácter nostálgico: Internet remueve y revive el pasado del oyente y la remezcla, simplemente, lo actualiza.

### **3. El creador digital nostálgico**

En su significado más simplista, el concepto “nostalgia” se compone de dos términos griegos: *nóstos* (retorno al hogar) y *álgos* (dolor). La expresión “sentirse nostálgico” describe una serie de emociones asociadas al hecho de pertenecer a un determinado período de tiempo. Sin embargo, la era digital ha complicado su definición, redefiniendo su significado de manera sorprendente, en ámbitos como la moda, el diseño o la música.

Podríamos decir que en esta época, donde el espacio y el tiempo se han redefinido y nada es lo que parece, la nostalgia aparece como un garante de autenticidad:

---

<sup>1</sup> Traducción propia. “Thanks to CD ROM technology and, before that, audio and video reproduction, nostalgia no longer has to rely on individual memory or desire: it can be fed forever by quick access to an infinitely recyclable past.”

“Cuando lo real deja de ser lo que era, la nostalgia asume su significado completo” (Baudrillard, 1994: 6)<sup>2</sup>

Toda sociedad es nostálgica, y especialmente la nuestra, porque lo “real” en oposición a lo “virtual”, nos decepciona por su falsedad.

En este sentido, para la formación de nuestra identidad como seres sociales, parece inevitable mirar atrás para comprender nuestro presente. Sin embargo, tendemos a tenerlo tan idealizado que nos parece lo único que es realmente auténtico. Atraparlo es la única garantía de comprender un presente que no se ha detenido un segundo desde la aparición de Internet:

"Yo diría que el pasado nos ayuda a dar sentido a cosas que van demasiado deprisa. El futurismo que ha dominado gran parte de la cultura popular del siglo XX ha muerto. Si pensamos en cómo será el mundo de aquí a cien años, la mayoría de nosotros nos quedamos en blanco. Pero si se lo preguntabas a nuestros abuelos, te hablaban sin dudar de coches voladores, vacaciones en la Luna..." (Elisabeth Guffey en “La empanada retro”, *El País*, 24/06/2011)

El paso de la postmodernidad a esta nueva era del *remix* podría explicar por qué nuestra identidad, más fragmentaria que nunca, necesita sobreimponer diferentes formas y medios para expresarse y comprender su contexto social.

Sin embargo, el creador *amateur* que comparte un *remix* audiovisual (o *mash-up*, como nos referiremos a él en ocasiones) es tremendamente complejo, porque se encuentra en medio de una dicotomía imposible: la idealización de sus recuerdos provocada por las imágenes online y su deseo por hacerse con ellas para manipularlas. Así, las imágenes y sonidos del pasado se aúnan con los del presente en un espacio y un tiempo imaginario y/o virtual, mientras que el creador *amateur* simplemente interpreta este espacio a su antojo.

Como vemos, el concepto de espacio y tiempo es difuso en el ciberespacio. Las narrativas audiovisuales de géneros como el *mash-up* combinan músicas que en otros tiempos fueron imposibles de imaginar: mezclando el piano de *Imagine* de John Lennon y con la voz rockera de Van Halen, por ejemplo. Estas narrativas, en efecto, miran atrás a grandes y reconocibles artistas para mezclarlos de forma sorprendente con otros ya legitimados, o que se encuentran en boga actualmente.

Es más, los *mash-ups* no son solo intertextuales, es decir, que pueden aglutinar diversos formatos (imagen, música, vídeo...) y géneros (*rock*, *jazz*, *soul*...), sino que son polisémicos. Esta polisemia hace que no dos creadores *amateur* sean iguales, aún partiendo del mismo contenido mediático a

---

<sup>2</sup> Traducción propia. “When the real is no longer what it was, nostalgia assumes its full meaning”

remezclar, ya que ambos lo harán en base a su propia interpretación, en la que intervendrán mucho sus recuerdos.

#### 4. Apropiación de lo auténtico

En el punto anterior se ha abordado la necesidad de “apropiarse” de las imágenes de nuestro pasado musical. De hecho, Internet ha provocado que accedamos de nuevo a este pasado que creíamos perdido para siempre a través de los vídeos de *Youtube*.

La reproductibilidad y el acceso inmediato que nos proporciona la plataforma a estas imágenes idealizadas hace que nos creamos que una recuperación de este pasado a través de la apropiación es posible. Es más la apropiación nos garantiza un retorno, aunque falso, a un tiempo que nos parece mejor. Apropiar esas imágenes garantizan el acceso a lo auténtico, a lo original.

La apropiación de imágenes conecta directamente con la construcción de la identidad que también hemos discutido. Nos definimos no solo mediante el consumo de bienes, sino también mediante la apropiación y reinterpretación de esos bienes de consumo. Y esa reinterpretación nos permite establecer un diálogo con otros miembros, usándose entonces también como un proceso de socialización.

La nostalgia es un proceso curioso, ya que confunde el espacio en el que vivimos y nos hace desear otro que se ha ido y al que no se puede regresar. Incluso esas imágenes en frente de nuestro ordenador, aunque falsamente accesibles, permanecen fuera de nuestro alcance.

Es decir, el hecho que tengamos la posibilidad de acceder a un vídeo de Bob Marley y otro de John Lennon en la actualidad, no quiere decir que podamos verlos realmente juntos algún día cantando esa canción. Sin embargo, la unión en un *mash-up* de ambos iconos musicales ya fallecidos tiene un tremendo impacto emocional, musical y nostálgico:

“El impacto emocional que posee la nostalgia depende precisamente de esta naturaleza irrecuperable de este pasado. Es la propia naturaleza pasada del pasado, su inaccesibilidad, lo que fortalece el poder de la nostalgia” (Hutcheon, 2000 : 68)

La inaccesibilidad del pasado es lo que le otorga poder a la nostalgia. Sin embargo, Internet nos ha traído el pasado a nuestras pantallas y es más, lo ha hecho accesible y maleable, lo que permite que esas imágenes sean recicladas una y otra vez:

Queremos la utilidad de lo nuevo con el aspecto de lo viejo. "Lo nuevo es la herramienta, no necesariamente el contenido, que es el sumatorio de lo actual y lo antiguo. A veces he definido la Red

como 'arqueología contemporánea' (Agustín Fernández Mallo, en "La empanada retro", *El País*, 24/06/2011)

Es interesante este concepto de arqueología contemporánea en relación con otro concepto: lo "retro". Este término se refiere y enlaza con la idea de nostalgia que estamos discutiendo, ya que ambos comparten una misma búsqueda por la autenticidad y el deseo de retorno o "volver":

"El denominado retrogaming<sup>3</sup> pretende entre otras cosas, retornar a lo que es el puro, genuino y auténtico modo de jugar" (Newman citado en Suominen, 2007: 3)<sup>4</sup>

En esta cultura digital, todos somos "retro". Del mismo modo que se ha experimentado esta tendencia en las artes gráficas y los videojuegos, se ha extendido también a la música. Debemos asumir que vivimos en una sociedad musicalmente nostálgica: que mira hacia atrás para entender lo que ha de venir y para buscar "material inspiracional" con el que crear nuevos contenidos.

Quiero incidir en el hecho de que ser retro o mirar hacia atrás no debe entenderse como algo negativo. De hecho, los mejores DJ's o remezcladores son aquellos que conocen profundamente su cultura. El hecho de que gracias a Internet, el pasado esté disponible implica una muy interesante re-evaluación de la música.

En efecto, la generación que ha nacido con Internet y con dispositivos como *Spotify* o *Grooveshark* puede acceder a álbumes enteros de cualquier generación. Es una generación musical llena de contrastes donde todo se fusiona y los usos y efectos que estos nuevos dispositivos están provocando en los usuarios deben ser evaluados.

El *remix* se asocia con estas prácticas culturales, ya que el consumidor y también creador pretende recuperar algún material inspiracional de su pasado que le es puro o auténtico con el objetivo darle un nuevo significado personal y actualizado a su tiempo. En el día a día de un creador online lo nuevo y lo viejo están en constante diálogo y se retroalimentan.

La nostalgia surge de algo que provoca que el individuo recuerde un objeto o evento del pasado. Ese algo pueden ser las imágenes que encontramos en Internet, ya que como hemos visto, pasado, presente y futuro se alinean en el ciberespacio. Para Baudrillard, la construcción de la subjetividad mediante la apropiación de imágenes tiene sentido porque:

"En la sociedad de la simulación, las identidades se construyen mediante la apropiación de imágenes, y los códigos y los modelos

---

<sup>3</sup> Se denomina retrogaming a la práctica de juegos denominados arcade o de la primera generación de videojuegos. Varios ejemplos podrían ser *Space Invaders*, *Pac-Man* o *Pong*.

<sup>4</sup> Traducción propia. "according to Newman, retrogaming has, among other things, been advertised as a return to pure, genuine or authentic gaming".

determinan cómo los individuos se perciben a ellos mismos y cómo se relacionan con otras personas”(Baudrillard, 1994, p.53)<sup>5</sup>

Además de garante de autenticidad, la nostalgia musical se ha constituido como un tema recurrente en el ciberespacio. Estrechamente vinculado con temas de identidad, las personas necesitan hacer referencia constantemente a objetos pasados que han estructurado su cultura para sentir que forman parte de una sociedad.

Así llegamos a la última función de la música compartida en Internet: su sentido comunitario. Es decir, su labor unificadora que hace posible la vida común de los miembros de un grupo, dando sentido y relatando (como hacían los trovadores en la época medieval) las experiencias compartidas.

La música es así un elemento que se concibe para definir al ser humano *ad intra* (hacia el interior, hacia su yo como identidad única) y *ad extra* (como herramienta compartida con una comunidad que conecta con otros individuos). La música tiene significado tanto como en el *imaginario individual* como en el *imaginario colectivo*:

“La música es una síntesis de procesos cognitivos presentes en la cultura y el cuerpo humano: las formas que adopta y los efectos que produce en la gente son generados por las experiencias sociales de cuerpos humanos en diferentes *medios culturales*. Dado que la música es sonido humanamente organizado, expresa aspectos de la experiencia de los individuos en sociedad” (Blacking, 2006:143. Citado en De Aguilera, 2007: 5)

Sobre el concepto de comunidad online, es necesario destacar aquí que la era del *remix* trae consigo el retorno de una subcultura, hasta ahora prácticamente suburbial, para ser protagonista de las prácticas culturales en el ámbito de la música online: la cultura amateur.

## 5. El regreso del “aficionado”

Antes de la aparición de los medios de comunicación, el filósofo alemán Johann Herder acuñó el término “volkslied” (canción folk o canción del pueblo) en el siglo XVIII que, en dos volúmenes, contenía letras de canciones folk de todo el mundo. Estas culturas populares, siempre han existido bajo la sombra de reyes, iglesias y leyes de todo tipo:

“El hecho de que poseyeran poco o nada, hizo que encontrasen modos alternativos para crear, distribuir y compartir cosas como canciones, por ejemplo, o recetas o rezos. Desarrollaron técnicas

---

<sup>5</sup> Traducción propia. “Modern societies are organized around the production and consumption of commodities, while postmodern societies are organized around simulation and the play of images and signs, denoting a situation in which codes, models, and signs are the organizing forms of a new social order where simulation rules. In the society of simulation, identities are constructed by the appropriation of images, and codes and models determine how individuals perceive themselves and relate to other people”

de creación colectiva para producir estas cosas, mediante la apropiación, cortando y pegando y transformando cualquier cosas que encontraban.<sup>6</sup> (Boon, 2010, p.51)

Generalmente, se entiende como cultura *amateur* toda aquella cultura producida y compartida por un aficionado. A mi entender, no es más que un paso hacia adelante en la evolución de estas culturas populares, impulsado fuertemente por las facilidades tecnológicas de finales del s.XX.

Los canales no oficiales de creación y distribución siempre han existido como alternativa al modelo oficial. La creación colectiva y el modo de creación ya estaba inventado, pero se había desplazado a un segundo plano por la dificultad de ser compartido. Ahora, con Internet, se ha abierto un canal impresionante de comunicación global donde se puede compartir casi instantáneamente estos nuevos formatos creativos: los videos *amateur*.

## 6. El vídeo *amateur*

Los vídeos musicales oficiales que en su día fueron difundidos en la MTV encontraron en Internet otras vías de difusión. Y además, fueron re-interpretados y mezclados por sus *fans* y otros creadores musicales dando paso a un nuevo formato que se conoce como vídeo musical *amateur* o hecho por aficionados.

Los vídeos *amateur* son formatos audiovisuales híbridos que no responden a un patrón cultural concreto, no siendo puramente orientales u occidentales, sino más bien una mezcla. El videoclip *amateur* tiene preferencia por la eliminación del lenguaje en su estructura, fascinación por la velocidad, la condensación narrativa, organización en *loops* o ciclos, la democratización creativa y el gusto por el anonimato.

En verano de 2008 tres vídeos *amateur* con el track *the Harder, Better, Faster, Stronger* de Daft Punk consiguieron una gran popularidad. Uno de ellos incluso fue apropiado meses después en una conocida campaña publicitaria televisiva en España. Mientras que otro videoclip de género *rock* de la banda Weezer hacía homenaje a todos los videoclips *amateur* que ahora son famosos online, incluyendo dos creados a partir de canciones de Daft Punk.

De este modo, el vídeo *amateur* influye sobre otros videos oficiales y otros géneros y no solo se nutre de ellos. La relación es bidireccional. Incluso vídeos musicales oficiales como *Stronger* (2008) de Kanye West es puramente retrospectivo, haciendo un homenaje explícito a la cultura oriental y en especial al anime japonés, copiando escenas incluídas en la narrativa al filme de culto en los ochenta *Akira* (1988).

---

<sup>6</sup> "The fact that they owned little or nothing, found unofficial ways of making, distributing, and sharing things-like songs, for example, or recipes or spells. They developed particular collective techniques for producing these things-appropriating, cutting and pasting, transforming whatever came to hand"

La estructura del vídeo musical *amateur* trasciende barreras lingüísticas, de tal forma que su composición está formada por una compleja hibridación cultural que trasciende géneros musicales y los reinterpreta con nuevos significados. Se basa en la técnica heredada de la música electrónica del *sampling*, que implica “citar” otros artistas dentro de la nueva pieza musical. Por supuesto, esto lleva numerosos quebraderos de cabeza con respecto al copyright vigente que ya ha estudiado en profundidad Lawrence Lessig.

El *mash-up* o remezcla audiovisual no oficial debe entenderse como un género musical de gran creatividad y enorme influencia de otros géneros anteriores, donde puede y de hecho interviene, un alto componente subjetivo que nos afecta a todos como potenciales creadores: la nostalgia.

Además, en los últimos años ha conseguido una enorme popularidad. En términos de audiencia llama la atención como traspasan en número de visitas muchos de los videoclips oficiales posteados online. Por ejemplo, el exitoso *Daft Hands* que hemos mencionado con anterioridad alcanzó el 6 de Junio de 2008 unas 20,340.618 visitas, sufriendo un incremento de visitas hasta 28,575.589 en ocho meses (datos recogidos en Febrero de 2009)

Hay que puntualizar que la línea borrosa que delimita los géneros en el cine, por ejemplo, no es necesariamente un producto de la digitalización (la diferencia entre ficción y no-ficción en *La Bruja de Blair*, por ejemplo). Sin embargo, en la actualidad es bastante común encontrar esta remezcla entre géneros *online*. La *web* se ha convertido así en un lugar en el que todo el mundo puede publicar a bajo coste, de modo que prácticamente todo el mundo puede permitirse el lujo de experimentar y emborronar aún más la línea entre géneros musicales.

Sea como sea, la creatividad *amateur* es necesaria para la revitalización de la cultura. Sin embargo, hemos de encontrar el modo de encontrar el límite entre la legislación de los derechos de autor y la desregulación de los creadores no profesionales para que reinterpreten su cultura libremente. Debe existir un equilibrio entre una regulación que controle un proceso cultural mientras deje vía libre a otro. Y es aquí donde entran en juego diversas polémicas, entre las que se encuentra el “derecho a samplear”, equivalente al “derecho a citar” tan plenamente asentado en otros ámbitos de la comunicación.

### **6.1. Las propiedades del remix audiovisual amateur**

A continuación, me dispongo a enumerar brevemente algunas de las peculiaridades a modo de conclusión en mi análisis de contenido de varios vídeos *amateur* colgados online. El vídeo musical *amateur* es:

- FRAGMENTARIO. Esto se debe a varias razones:
  - 1) El modo en que consumimos música desde la aparición del formato .mp3 y más en concreto de los reproductores móviles que los contienen.

El iPod ha transformado definitivamente el modo en el que consumimos música, ahora “muy poca gente escucha un álbum entero, en su lugar hacen una selección personal. La música está fragmentada en el modo en que la consumimos”(Paul D. Miller, 2004, aka DJ Spooky that Subliminal Kid)<sup>7</sup>

- 2) La propia naturaleza del remix: La manera de contar historias es no-lineal, lo que quiere decir que el editor crea sus historias a partir de piezas o fragmentos.
- YUXTAPUESTO. Se estructura en capas. *Sampling* o samplear es el Photoshop del ámbito de la música. Diversas épocas y géneros se yuxtaponen, no hay límites en el número de cosas que se puedan mezclar.
  - SUBVERSIVO. El remix tiene una carga ideológica que se sostiene en la yuxtaposición o contraposición de dos o más conceptos. Por ejemplo, la pista vocal de *Jay-Z* se remezclan con los arreglos musicales de el *White Album* de *The Beatles* para romper con determinados estereotipos raciales en torno a la música. Con esta contraposición musical se pretende demostrar que “música muy negra y música muy blanca pueden crear juntos una música preciosa. Puede sonar ñoño pero es lo que estoy intentando hacer, combinar estos dos géneros distintos. Cambiar la percepción de la gente en torno a lo que se puede hacer con la música”(DJ Dangermouse, en *Good Copy/ Bad Copy*, 2007)<sup>8</sup>.
  - EXPERIMENTAL. Busca ampliar la paleta de sonidos, tanto acústica como visualmente. Los videos más experimentales son los electrónicos y los videoclips *amateurs* son herederos directos de estos videos musicales. Escuchar a Kurt Cobain con los Jackson Five en *Smells Like Rockin' Robin* de Go Home Productions retira cualquier aspecto *underground* del *grunge* y le otorga un significado musical completamente distinto.
  - NOSTÁLGICO. Se forma con fragmentos de memoria colectiva. Enlaza con las prácticas artísticas de “los objetos encontrados” (found objects) de las vanguardias artísticas. Algunos artistas *amateur* como Norwegian Recycling pueden mezclar hasta veinte artistas en un vídeo. Hay un juego no escrito que consiste en identificar todas las canciones que se insertan en los *mash-ups* como las que aparecen en *How Six Songs Collide*.

---

<sup>7</sup> Traducción propia. “Very few people listen to a whole album these days, they do a personal selection .Music is fragmented in the way we consume it.”

<sup>8</sup> Traducción propia. “Very black music with very white music, they can make beautiful music together. Can sound very cheesy but that is what I am trying to do, combining these different genres. Change people perceptions about what can you do with music”

- COMUNITARIO. El *mash-up* no tiene sentido completo si no se comparte con una comunidad que critica o valida su popularidad.
- DEMOCRÁTICO. Se desprende de la característica anterior. La denominada generación 2.0 de principios del s.XXI es una generación puramente social, donde todo el mundo participa en redes sociales como *Facebook*, *Twitter* o *Linkedin*. Es un nuevo modelo democrático, participativo y descentralizado donde el remix se integra perfectamente.
- ÚNICO. Es muy importante no solo citar a quien se ha remezclado y ser único en hacer una buena mezcla. La honestidad es muy valorada entre los usuarios.
- GRATUITO. El acceso inmediato y libre a todas las fuentes de creación multimedia ha provocado que sean más los que puedan acceder y modificar los contenidos colgados en Internet. Al existir un mayor acceso sin necesidad de pago, aumentan en consecuencia el número de creaciones. Sin embargo, choca de lleno con el sistema capitalista, como ocurrió con el famoso y polémico *The Grey Album* de DJ Dangermouse:

“Fue probablemente el álbum más exitoso de 2005, si se hubiese vendido, habría sido probablemente el mayor *hit* del año. DJ Dangermouse nunca vio un penique, ni nadie que distribuyese o copiase la música jamás vio un penique. *Los Beatles* no vieron un penique, ni *Jay-Z*. Los abogados de *Los Beatles* debieron ganar algún dinero, pero nadie más lo hizo” (Siva Vaidhyathan en *Good Copy/Bad Copy*, 2007)<sup>9</sup>

- CULTURAL
  - 1) Por el modo en que se constituye: El compartio libre hacen que el remix audiovisual sea puramente cultural. Ahora cualquier ciudadano puede acceder a la cultura porque se ha hecho accesible. Son las ventajas que proporciona la sociedad del conocimiento, que ha enriquecido culturalmente a la sociedad y ha permitido que todos accedamos, interpretemos y re-interpretemos cualquier contenido y en cualquier formato.
  - 2) Por los motivos por los que se distribuye: Siempre comenta sobre algo. Pretende estrechar lazos culturales con otras personas a través del uso de contenidos multimedia. Puedes usar sonidos e imágenes de la cultura

---

<sup>9</sup> Traducción propia: “It was the probably most successful album of 2005, if it had been sold, probably it would have been the greatest hit of the year. DJ Dangermouse never made a dime anyone who distributed or copied the music ever did a dime. Beatles didn't get a dime, Jay-Z didn't make a dime. Beatles' Lawyers must made some money, but no one else did.”.

que nos rodea para decir cosas sobre política o cultura de modo que conecten directamente con las personas.

- CASERO. Herederos de la filosofía del DIY (*Do It Yourself*) instaurada a finales de los setenta por el *Punk* y afianzada posteriormente por los estudios caseros de los DJs, ahora gracias a la combinación de Internet y con las nuevas tecnologías hay muchas más facilidades para que cualquiera pueda convertirse en músico. Las tecnologías digitales tienen un tremendo potencial para convertir a cualquier persona con un ordenador en músico aficionado o *amateur* y, si tiene talento, proporcionarle la difusión necesaria para alcanzar el éxito. El talento del artista descansa en la elección de combinar una paleta de sonidos e imágenes previamente creados en tu propia casa:

“La tecnología (estudios caseros, Internet) también permiten la descentralización de la producción musical y su distribución, dejando que el artistas y los sellos se establezcan en cualquier lado” (Looseley, 2003, p.79).

- ANÓNIMO. En Internet todo el mundo es anónimo, como en la música electrónica o la animación. Lo que importa es el resultado, no el autor. Este componente establece un lazo de unión entre las formas de componer en la música electrónica como VJing o DJing y el montaje audiovisual *amateur* colgado en plataformas visuales de Internet.
- DIRECTO. Se rompe la estructura de la anterior industria musical: ya no hacen falta intermediarios que se dediquen a la producción o a la difusión. Nosotros mismos podemos decir lo que queramos y cómo queramos directamente a otras personas a través de Internet.
- UNIVERSAL. Una pieza audiovisual comunica de una manera más directa que una pieza textual. Las barreras lingüísticas se eliminan y dotan de cierta universalidad al formato son compartidos por la cultura electrónica y el remix *amateur*, porque:

“Lo maravilloso de la música y la animación es que ambos pueden viajar a través de fronteras, culturas, lenguas, generaciones y razas humanas” (Daft Punk, 2001).

## 7. Conclusión

Hemos visto como Internet está uniendo, por primera vez en la Historia, canciones que pueden escucharse gratis y trozos de audio, vídeo e imagen de la cultura popular del último siglo completamente dispersados. Es más, cuando visionamos estos elementos podemos estar a la vez escuchando una canción, viendo un vídeo, leyendo la prensa y comprobando el estado de nuestros amigos en *Facebook*. Infinitas posibilidades de combinar ventanas abiertas en nuestra pantalla, como son infinitas también las combinaciones posibles de las

pistas en un *mash-up*. El modo de composición responde a la complejidad cultural de la época, donde la traslación de un modo de pensar “multitarea” al que nos hemos acostumbrado con Internet se plasma en una narrativa audiovisual “multipista” que puede ser creado, potencialmente, por cualquier usuario.

Los vídeos de la MTV de los 80 como el famoso tema de *Take on me* de A-HA (1982) en su versión literal *amateur*, videojuegos de los 80 como *Pac-Man*, *Super Mario BROS*, *Zelda*, *Donkey Kong* o *Tetris* en camisetas y tazas o el retorno a las pantallas de *Tron* (1982). Todos los ejemplos de la cultura popular de 2010-2011 parecen decir que los 80 están más de moda que nunca. Esta curiosidad puede explicarse porque normalmente miramos veinte años atrás cuando nos sentimos nostálgicos: hacia nuestra infancia o juventud.

Mi generación, la que nació a mediados de los 70 y los 80, se refiere explícitamente a estos elementos para organizarlos en nuevas formas narrativas, donde las piezas basadas en una memoria colectiva encajan como un puzzle. Todo lo que se codifica y se publica de nuevo en Internet es una composición de “preciosos momentos seleccionados por la memoria, pero también por el olvido, y por las distorsiones y reorganizaciones que produce el deseo” (Phillips citado en Hutcheon, 2000: 65).

Cada uno de los *mash-ups* colgados en Internet, como entretenimiento que son, nos evaden del presente pero además nos empujan hacia un imaginario colectivo basado en un espacio emocional compartido por una generación concreta que consumió unos determinados productos culturales.

## 8. Referencias bibliográficas

AUSTERLITZ, S.: *Money for nothing. A History of Music Video from The Beatles to The White Stripes*. New York: Continuum, 2007

BOON, M.: *In Praise of Copying*. Harvard University Press, 2010.

BAUDRILLARD, J.: *Simulacra and Simulation*. Michigan: Michigan Press, 1994.

BAUDRILLARD, J.: *The Ecstasy of Communication*. New York: Semiotext(e), 1988.

CROTEAU D. & HOYNES W.: *Media Society: Industries, Images and Audiences*. London: Sage Publications, 2003

DE AGUILERA, M.: “El encuentro entre la comunicación y la música: razones, criterios, enfoques”. En *Comunicación y Música vol.1. Lenguaje y Medios*. UOC Press, 2008.

MILLER, PAUL D.: *Rhythm Science*. Cambridge: MIT Press, 2004.

ENTREVERNES: *Análisis semiótico de los textos: Introducción; Teoría; Práctica*. Ediciones Cristiandad. Madrid: 1982

GERE, C. *Digital Culture*. London: Reaktion Books, 2002.

FAGERJORD, A.: “After Convergence: Youtube and Remix Culture”. En *International Handbook of Internet Research*. Ed: Hunsinger, J., Klastrup, L. & Allen, M. London: Springer, 2010. (pp.187-201)

HANSON, M.: *Reinventing Music Video*. Rotovisión: Mies Switzwerland, 2006.

HUTCHEON, L. “Irony, Nostalgia, and the Postmodern. Methods for the Study of Literature as Cultural Memory”. En *Studies in Comparative Literature*, Vol. 30, 2000. 189-207.

LESSIG, L. *Remix. Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. New York: Penguin Books, 2008.

LOOSELEY, D.L.: *Popular Music in Contemporary France: Authenticity, Politics, Debate*. Berg. Oxford: 2003.

MANOVICH, L.: *The language of new media*. Cambridge: MIT Press, 2001.

MILSTEIN, D.: “Case Study: Anime Music Videos”, de *Music, Sound and Multimedia: From the Live to the Virtual*. Edimburg University Press, 2007

REYNOLDS, S.: *Retromania: Pop Culture's Addiction to Its Own Past*. New York: Faber & Faber, 2011.

SANCHO, X.: “La empanada retro”. En *El País*. 24/06/2011.

SHUKER R.: *Diccionario del rock y la música popular*. Ediciones Robinbook. Barcelona: 2005.

SUOMINEN, J.: “The Past as the Future? Nostalgia and Retrogaming in Digital Culture”. En *Fibreculture*. Disponible online en: <http://journal.fibreculture.org>, 2008.

VEIGA, A., MENA, T.: “El videoclip en constante renovación”. En *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, Junio 2006, número 094, Quito, Ecuador, pp. 46-51.

### Recursos audiovisuales

*Daft Punk Interview in Japan* [vídeo]. Japón [2003]. Disponible online en: <http://www.youtube.com/watch?v=xIRws84K0LI>. 3 partes. [En inglés. Subtitulado en japonés]

DJ DANGERMUSE: *The Grey Video*. Mash-up. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=3zJqihkLcGc>, 2006.

FAROFF: *Let it Be, No Cry*. Mash-up. Disponible en: [http://www.youtube.com/watch?v=Ac1X16K5XIU&list=FL8v9Qm8RwMmPJdx4ORNrrkg&index=2&feature=plpp\\_video](http://www.youtube.com/watch?v=Ac1X16K5XIU&list=FL8v9Qm8RwMmPJdx4ORNrrkg&index=2&feature=plpp_video), 2010

GAYLOR, B.: *RiP! A Remix Manifesto*. Documental. Canadá, 2008.

GO HOME PRODUCTIONS: *Smells Like Rockin' Robin*. Mash-up. Disponible en: [http://www.youtube.com/watch?v=JNUTYHJrutw&list=FL8v9Qm8RwMmPJdx4ORNrrkg&index=19&feature=plpp\\_video](http://www.youtube.com/watch?v=JNUTYHJrutw&list=FL8v9Qm8RwMmPJdx4ORNrrkg&index=19&feature=plpp_video), 2010.

JOHNSEN, A., CHRISTENSEN, R & MOLTKE, H.: *Good copy / Bad Copy*. Documental. Dinamarca, 2007.

MIGHTY MIKE: *Imagine a Jump*. Mash-up. Disponible en: [http://www.youtube.com/watch?v=IIOdvXE7kbl&list=FL8v9Qm8RwMmPJdx4ORNrrkg&index=18&feature=plpp\\_video](http://www.youtube.com/watch?v=IIOdvXE7kbl&list=FL8v9Qm8RwMmPJdx4ORNrrkg&index=18&feature=plpp_video), 2010.

### Páginas web

NORWEIAN RECYCLING: <http://norwegianrecycling.net/>