

REMIX: LA NUEVA ESCRITURA POPULAR

MICHELE KNOBEL

Montclair State University, Montclair NJ/EUA

knobelm@mail.montclair.edu

COLIN LANKSHEAR

James Cook University, Australia, y McGill University, Canadá

colin@coatepec.net

Resumen

Para muchos jóvenes, escribir con textos es sólo una forma de expresar ideas. Poco a poco están descubriendo que escribir con una mezcla de imágenes digitales, sonido y video es mucho más interesante y atractivo. Este tipo de remezcla digital es un proceso que implica tomar artefactos culturales y manipularlos y combinarlos en nuevos tipos de mezclas creativas. Este artículo describe cómo la remezcla en sí es un elemento clave en cualquier cultura sólida y democrática. También explora el estatus de la remezcla digital como norma nueva para la escritura popular mediante el análisis de una serie de prácticas de remezcla, como el *photoshopping*, el remix musical, la machinima, la *fanfiction*, los vídeos de música de anime, y las aplicaciones web híbridas o mashups. Nos centramos sobre todo en el arte y en el oficio de remezclar para poner de relieve la complejidad y la sofisticación de muchas de estas nuevas formas de escritura popular.

Palabras clave

remix, remezcla, derechos de autor, escritura, cultura popular joven

Abstract

For many young people, writing with text is just one way of expressing ideas. Increasingly, they are finding that writing with a mix of digital images, sound and video is much more interesting and engaging. This kind of digital remixing is a process of taking cultural artifacts and combining and manipulating them into new kinds of creative blends. This article discusses how remixing itself is a key component in any robust and democratic culture. It also explores the status of digital remixing as a new norm for popular writing by examining a range of remix practices, such as photoshopping, music remixing, machinima, fan fiction, anime music videos, and serviceware mashups. We focus in particular on the art and craft of remixing in order to highlight the complexity and sophistication of many of these new forms of popular writing.

Keywords

remix, copyright, writing, youth, popular culture

1. REMIX: CONCEPTO Y TÉRMINO

Si consideramos que las diferentes modalidades del *remix* (nueva mezcla) constituyen formas nuevas de escritura popular, debemos distinguir entre el *remix* como un concepto general que describe el *modus operandi* de una práctica cultural tan antigua como los mismos humanos, del *remix* referido a una voz o término que en los últimos tiempos ha adquirido relevancia en la cultura popular y que va asociado a una amplia variedad de actividades cotidianas en las que las tecnologías digitales cobran cada vez mayor protagonismo.

En tanto que *concepto* asociado a las prácticas culturales, el *remix* implica adoptar artefactos culturales, combinarlos y manipularlos hasta convertirlos en mezclas nuevas y productos creativos. En este sentido amplio, el *remix* cultural no es nada nuevo; los antiguos romanos remezclaron las formas y los ideales artísticos de Grecia para crear sus propias obras de arte; los regímenes democráticos de gobierno remezclan varias formas antiguas —y no tan antiguas— de gobernanza; la arquitectura siempre ha remezclado estilos y formas estructurales básicas. Las actividades cotidianas como la

cocina constituyen una intensa remezcla, ya que las ideas y los ingredientes de un lugar o de una época se fusionan con los de otros.

No obstante, en tanto que *voz* o *término* asociado a prácticas culturales contemporáneas, el *remix* se había vinculado hasta ahora casi exclusivamente con la *música*. En este sentido, el *remix* se refiere a la mezcla o reelaboración de elementos de diferentes canciones o temas musicales grabados de modo que “la canción o canciones originales conserven su identidad de alguna forma reconocible” (Jacobson 2010: 28). Este autor señala que la interpretación de canciones y música ha implicado siempre la reelaboración del original hasta convertirlo en algo nuevo donde, al mismo tiempo, se puede reconocer o intuir la música original. El potencial que ofrecen las grabaciones para remezclar música de formas novedosas alcanzó su máxima expresión en los 90. Entonces el *remix* musical se popularizó en diversos géneros, sobre todo el *hip hop*, el *house* y la *jungle music*, así como en el *pop* más convencional, el *rhythm and blues* e incluso el *heavy metal*. Y lo que quizá llame más la atención de la música mezclada con platos y herramientas digitales sea que “gente que no sabe tocar ningún instrumento [musical] pueda reelaborar y retocar canciones ya existentes” (Jacobson 2010: 28).

Casi todos los expertos sitúan los orígenes del *remix* musical moderno en los tiempos de la cultura del *dancehall* jamaicano, a finales de los 60, y en las actuaciones de DJ y productores musicales. Estos, entre otras cosas, pinchaban distintas versiones de la misma canción al mismo tiempo utilizando dos platos iguales mientras controlaban la velocidad (*beats* por minuto) o editaban cintas para producir versiones de canciones adaptadas a diferentes tipos de público. A veces los *remixes* consistían tan solo en una versión más rápida de una canción o en un sonido más puro o con menos fondo, o incluso en una versión más extensa del original para que la gente bailara durante más tiempo. Cuando se impuso el sonido digital, todas las técnicas de mezclado y “sampleado” comenzaron a aplicarse utilizando distintos dispositivos y programas informáticos (Jacobson 2010, Hawkins 2004).

La relación entre el *concepto* y el *término* “remix” es interesante en el contexto de la cultura popular contemporánea. Por ejemplo, la escritura de *fan fiction*¹, que según varios autores es más antigua (Pugh 2004), se convirtió en un pasatiempo tremendamente popular en muchas comunidades de habla inglesa tras la llegada de las series de televisión en los años 60. A *Star Trek*, estrenada en 1966 y convertida en seguida en serie de culto, se atribuye la consolidación de la *fan fiction* como género propio y como práctica social (Jenkins 1988, 1992). Desde el primer episodio, sus seguidores escribieron sus propias historias enmarcadas en el universo de *Star Trek* y protagonizadas por los personajes principales. Estos autores encuadraban sus historias en libros o revistas hechos a mano, los reproducían y los distribuían en las convenciones de fans de *Star Trek*, en las reuniones de clubes de admiradores o por correo postal. Desde entonces, la *fanfic* se ha consolidado como género y es objeto de numerosos estudios académicos (ver Black 2008, Cassany 2010, Jenkins 1992, Somogyi 2002, Thomas 2007).

Pero la *fanfic* no se ha considerado una práctica de *remix* hasta hace muy poco, a pesar de que se trate de un ejemplo clásico de remezcla de contenido cultural, como veremos. Hasta la pasada década, ni autores ni investigadores se referían de manera explícita a la *fanfiction* como una forma de *remix*. Recientemente la convergencia entre las denominadas “nuevas tecnologías” (medios digitales) y los “nuevos valores” (el crecimiento generalizado de actividades y comunidades en línea de carácter colaborativo) ha permitido que los principios que rigen el *remix* musical se extiendan a diversos formatos audiovisuales. Esto ha provocado también una “crisis” entre quienes ostentan los derechos de *copyright* y de propiedad intelectual, tanto de la industria como particulares.

Por una parte, el avance rápido de los medios digitales y de las redes electrónicas y la aparición de plataformas y servicios de la Web 2.0 han fomentado la participación a gran escala en diferentes tipos de *remix*, que van más allá de los meramente musicales. Los remezcladores de la actualidad toman

¹ Preferimos dejar aquí el original inglés *fan fiction* y su abreviación *fanfic* e incluso *fic*, de modo parecido a como se usa en la traducción española de Lankshear y Knobel (2006) y al uso más habitual en la conversación corriente de los jóvenes, pese a que hay una propuesta terminológica para usar ficción-manía en español (véase Martos García 2008 y 2009) y a que otras traducciones eligen otras opciones (Jenkins 1992, traducido en 2010). Con criterios parecidos hemos actuado con buena parte del resto de neologismos que presenta este artículo (nota del editor del monográfico).

todo tipo de contenido digital (audio, visual, textual, imagen fija, animación, etc.) para crear sus propios artefactos culturales, con prácticas como el *photoshoepo*; la creación de vídeos musicales, tráilers de películas o vídeos musicales de anime; y la escritura de *fanfiction*. Basta visitar YouTube para comprobar hasta qué punto está extendido el *remix* cultural popular y para descubrir la amplia variedad de prácticas de *remix* en las que cada día participan e interactúan millones de personas.

Por otra parte, el *remix* se ha convertido en *protagonista* indiscutible del debate legal y político, y de las batallas sobre la apropiación masiva de materiales protegidos por derechos de autor para su uso en las actividades cotidianas de la creación popular. A medida que aumenta el número de personas que utilizan productos protegidos por derechos de autor como recursos para sus propias creaciones culturales —sobre todo a través de los medios digitales, aunque no sea la única manera— algunos sectores de la “industria de la cultura” intentan afianzar sus derechos implantando códigos de gestión de derechos digitales (DRM) y, en última instancia, emprendiendo acciones legales. Por su parte, los productores culturales no formales buscan vías para acceder al material protegido de manera más “libre” y “anónima”. Es cierto que algunas industrias culturales han permitido el uso libre de sus recursos para el *remix*, pensando que así beneficiarían a su negocio. Pero, a pesar de estas iniciativas, la tensión entre quienes desean crear y expresarse sirviéndose libremente de los recursos accesibles en los entornos corrientes y, por otra parte, quienes desean mantener el control sobre el uso de “sus” recursos culturales, está al rojo vivo. Las polémicas del todo o nada, del vencedor y el vencido o de la ley del más fuerte no hacen sino incrementar el riesgo de que se produzcan pérdidas a ambos lados del campo de batalla.

En la búsqueda de una solución satisfactoria, el concepto y el término *remix* se ha erigido como un importante punto de cohesión para iniciar un debate razonable y comprender qué es lo que está en juego (consúltese especialmente a Lessig 2004, 2005, 2008 y a Lessig en Koman 2005). Con este vocablo podemos buscar formas que garanticen que lo que es legítimo y valioso para ambas partes tenga la oportunidad justa de ser conservado, perfeccionado y fomentado por el bien común.

Hay dos puntos importantes que se desprenden del debate sobre el “*remix*” y el “*remix* digital”: a) el principio general de que el *remix* es una condición necesaria para que se dé una cultura fuerte y democrática; y b) el estatus del *remix* digital como una nueva norma en la escritura popular. Veamos cada uno de estos puntos brevemente.

2. EL *REMIX* COMO CONDICIÓN NECESARIA PARA LA CULTURA

Más que ningún otro autor, Lawrence Lessig (2008) ha desarrollado y analizado el concepto del *remix* como condición necesaria para la sostenibilidad, el desarrollo, el enriquecimiento y el bienestar cultural. Expresado de la forma más general, sencilla, necesaria y profunda, el *remix* consiste en que “alguien mezcla cosas y después otra persona viene y remezcla lo que la anterior había creado” (Lessig 2005: sin página). El *remix* se hace patente en todos los ámbitos de la práctica cultural, incluyendo las conversaciones cotidianas; de hecho “la cultura es un *remix*”. En el sentido más amplio, el *remix* es la condición general de las culturas: sin *remix* no hay cultura. Las culturas tienen que *hacerse* —crearse— y para ello mezclan elementos “nuevos” con elementos “preexistentes” a través de “conversaciones”. Nosotros remezclamos el lenguaje cada vez que lo usamos y remezclamos los significados cada vez que tomamos una idea, un artefacto o una palabra y la integramos en lo que estamos diciendo, haciendo o siendo en ese momento.

Lessig (2008) distingue dos grandes tipos de participación cultural o tipos diferentes de cultura y de experiencia cultural: la que denomina “de solo lectura” (*read only culture* o *RO*) y otra que sería de “lectura-escritura” (*read-write culture* o *RW*). La cultura de solo lectura (SL) está centrada en el *consumo* de elementos o artefactos culturales producidos de forma profesional. Unos pocos (o relativamente pocos) producen ítems culturales para que otros muchos los vean, los lean o los escuchen. En palabras de Lessig (2008: 28), una cultura de solo lectura es una cultura que está “menos versada en el desempeño o en la creatividad amateur y se siente más cómoda (pensar: sofá) con un consumo sencillo.”

Por otra parte, la cultura de lectura-escritura (LE) es aquella en la que quienes “leen” los recursos también desean “hacer su aportación [...] creando y recreando la cultura que les rodea [...] usando las

mismas herramientas [los mismos instrumentos musicales, herramientas de captura y retoque de imágenes, tecnologías de escritura y dibujo, etc.] que los usuarios profesionales” (ibid.). Por supuesto, esta distinción no es una cuestión de blanco y negro, sino que hay muchos tonos de gris.

En realidad, casi nunca se da un consumo meramente pasivo en la cultura de SL, ya que el simple hecho de comentar un producto cultural, hablar sobre él o compartir la experiencia con otras personas ya supone un *remix*. Así remezclamos el producto con nuestros propios valores, palabras, ideas y sistemas de apreciación. Parafraseando a Lessig (2005: sin página), vamos a ver una película de Tim Burton y comentamos con nuestros amigos qué nos ha parecido o por qué creemos que es la mejor o la peor película que hayamos visto nunca. Al hacer esto remezclamos la creatividad de Burton en nuestras propias vidas y la utilizamos para ampliar nuestras miras o para criticar las suyas. En otras palabras, tomamos algo que existe en la cultura y practicamos el arte del *remix*. “Cada pequeño acto de lectura, de elección, de crítica, de halago hacia la cultura es un *remix* en este sentido y es a través de esta práctica generalizada como se forjan las culturas” (ibid.). También practicamos un cierto tipo de *remix* al compartir un recurso cultural con otras personas porque pensamos que les gustará, les parecerá interesante o porque lo verán como un ejemplo de algo que otros han comentado o evaluado de una determinada manera.

Refiriéndose a un interesante ejemplo histórico, Lessig (2008: 23-33) muestra lo que está en juego cuando se enfrentan la cultura de SL y la cultura de LE, como en las actuales batallas legales y políticas sobre el *copyright* y la propiedad intelectual. El autor describe el caso de John Philip Sousa, un director y compositor americano que en 1906 demostró que las leyes del *copyright* de la época no protegían suficientemente los intereses de los músicos ni proporcionaban incentivos para el trabajo creativo en el marco de lo que entonces eran las nuevas tecnologías: a saber, las pianolas y los fonógrafos. Sousa argumentaba que esas máquinas podían copiar las composiciones y venderlas sin compensar a los autores, ya que en aquel momento las leyes del *copyright* no hacían referencia a ese tipo de reproducción.

Curiosamente, Sousa argüía que esas máquinas no solo infringían los intereses del *copyright* de los músicos, sino que también constituían un serio peligro para la “cultura democrática”. Las nuevas máquinas serían lo que hoy denominamos “solo lectura”; servían solo para el consumo, *para escuchar*. Según Sousa, aquellos artefactos minarían la creación *amateur* —la de las personas que creaban su propia música— además de vulnerar los derechos de los compositores. Las máquinas reducirían la participación de la mayoría de las personas en el desarrollo técnico de la música y la cultura musical, minarían la producción de instrumentos musicales y la costumbre de aprender y de tocarlos, limitarían la enseñanza de música para *amateurs*, etc. Sousa temía que al generalizar la cultura musical de SL “se disipara la gran ola de música *amateur* dejándonos tan solo con el dispositivo mecánico y su ejecutor profesional” (Lessig 2008: 26). Cabe destacar que Sousa no aceptaba que las leyes de *copyright* que amparaban la interpretación pública de la obra de otra persona se extendieran a los músicos *amateur*; según él, *tenía* que existir una cultura de lectura-escritura fuerte que permitiera compartir ampliamente los recursos culturales de solo lectura para garantizar una cultura democrática de creación y desarrollo musical *amateur* llena de vida y prosperidad. Para Sousa la música *amateur* era fundamental y debía apoyarse “porque *generaba una cultura musical*: un amor y un aprecio por la música que él [y otros como él] recreaban, un respeto por la música [que otros como él] interpretaban y, por lo tanto, una conexión con una cultura democrática” (Lessig 2008: 27; la cursiva es nuestra).

3. EL REMIX DIGITAL COMO LA NUEVA ESCRITURA POPULAR

La escritura consiste en codificar textos para comunicar, intercambiar y negociar significados en varios contextos y prácticas sociales. Entendemos por “textos codificados” aquellos que, por su presentación, podemos recuperar, reelaborar y hacer accesibles sin que sea necesario contar con la presencia física de otra persona. Los “textos codificados” han sido “congelados” o “capturados” en formas que los liberan de su contexto inmediato de producción y les permiten “viajar” porque son “transportables”.

Quizá la contribución más importante del alfabetismo como fenómeno social basado en el medio escrito sea que nos permite hacer algo imposible de lograr solo con el habla: facilita que nos

comuniemos y compartamos significados en modos que van más allá del uso de la voz en contextos presenciales (que es lo que entendemos por oralidad). El alfabetismo llega cuando las condiciones de la vida diaria exigen algo más que la voz para construir los significados necesarios para hacer que la vida siga adelante. La base del alfabetismo es que permite que la construcción de significado se dé o “viaje” por el espacio y el tiempo transmitida por sistemas de signos que adoptan la forma de textos codificados del tipo que fuere. Los textos no codificados, como el habla o los gestos, “caducan” en el momento de la producción o en tanto puedan persistir —débilmente— en el recuerdo de quienes los presenciaron. Los textos codificados aportan una (semi)permanencia y una transcendencia al pensamiento y a la lengua, ya que pueden “viajar” sin necesidad de que sea una persona en concreto quien los transporte.

Los códigos específicos usados en la práctica del alfabetismo son variados y dependientes, siempre han sido así. Los alfabetismos pueden emplear *cualquier* tipo de sistema de codificación que “capture” el lenguaje tal y como hemos descrito arriba. Hoy en día se puede decir que una persona que “congela” el lenguaje en un fragmento codificado digitalmente y lo cuelga en Internet como un *podcast* está practicando el alfabetismo, aunque sea necesaria una transcripción para convertir ese lenguaje cosificado en un formato visual. Y también lo está practicando una persona que “photoshoepa” una imagen, independientemente de que incluya o no un componente de texto escrito. No es que la memoria y el habla *no puedan* conservar una construcción de significado considerable en otros lugares o contextos. Simplemente, el alfabetismo ha propiciado que esa capacidad se multiplique gracias a la codificación, pudiendo llevar a cabo todo tipo de procedimientos, costumbres y prácticas que sin el pensamiento y el lenguaje codificados se antojarían imposibles o terriblemente tediosas. Si tenemos en cuenta que el pensamiento y el lenguaje “congelado” y cosificado de la escritura nos permiten disfrutar de las ventajas que tiene el alfabetismo sobre la oralidad, estaremos en disposición de entender la necesidad de que exista un acceso fácil a todo tipo de formatos y medios para ejercitar la escritura.

Pues bien, ahora los ordenadores facilitan un *remix digital* que, además de la música, abarca un espectro mucho mayor, como la imagen, el escrito, el sonido o la animación; en resumen, todo tipo de artefactos. Este *remix* consiste en crear diversas formas de pensamiento, lenguaje o expresión “congeladas” para lograr la construcción, la distribución, el intercambio y la negociación de significados. Los jóvenes de todo el mundo están imbuyéndose de forma masiva en el *remix*, que cada vez está más imbricado en su forma de construir significados y expresar ideas. Lessig arguye que, para estas legiones de jóvenes digitales, estas prácticas de *remix* constituyen la *escritura*:

Cuando mencionamos la palabra *escritura*, los mayores de 15 años pensamos en la escritura con texto...

Pero si nos paramos a pensar en cómo entienden la escritura los menores de 15 años que utilizan las tecnologías... En fin, escribir un texto es solo una forma de escribir y no precisamente la más interesante. Las formas más interesantes tienen que ver cada vez más con el uso de imágenes, sonido y vídeo para expresar ideas (en Koman 2005: sin página).

Lessig (2005) ofrece numerosos ejemplos de prácticas de *remix* digital que en su opinión son “las formas más interesantes [de escribir]” para los jóvenes. Se refiere, entre otras, a remezclar fragmentos de vídeo de diferentes películas para crear tráilers falsos de películas inventadas; a ambientar los fragmentos de las películas remezcladas con música (a ser posible también remezclada) sincronizada con la acción visual; a grabar una serie de dibujos animados japoneses y a editar el vídeo al ritmo de una canción de moda; a mezclar imágenes “fusionadas” con imágenes originales para expresar un tema o una idea (con o sin texto); o a mezclar imágenes, animaciones y textos para crear viñetas (incluyendo viñetas de corte político o animaciones), por mencionar algunos.

Aceptamos que este concepto ampliado de “escritura” incluye prácticas de producción, intercambio y negociación de textos remezclados digitalmente, que pueden emplear un único medio o ser *remixes* multimedia. Llegados a este punto cabe recordar algunas lecciones que nos ha dado la Historia con respecto a las políticas de alfabetización y escritura y a la relación entre la libertad y la capacidad de escribir y las oportunidades de participar de forma más plena (o como Lessig diría, “democrática”) en la vida cultural de la época en la que uno vive. Por ejemplo, es importante recordar que, históricamente, en muchas sociedades era habitual que la mayoría de la población aprendiera a leer pero no a escribir. Por supuesto, era todavía más frecuente negar a las masas el acceso *tanto* a la

lectura *como* a la escritura a comienzos de la era industrial en Europa y más adelante en el resto del mundo.

La relación entre el acceso a la escritura y las posibilidades de participar en las actividades y los procesos democráticos es algo que entendieron bien personajes como Hannah More, que vivió en la Inglaterra de finales del siglo XVIII y principios del XIX. Cuando fue atacada por miembros de la élite política inglesa por enseñar a leer a los hijos de los pobres, contestó que *no* les estaba enseñando a escribir, sino solamente a leer pasajes de la Biblia. Ella sabía que enseñar a leer era una forma de mostrar a las personas visiones y valores que de otro modo no podrían conocer y a los que no podrían sumarse y que, además, podía servir como un valioso medio político de control social. También era consciente de que saber escribir era una fuente potencial de poder y fortaleza para las personas que tenían algo que decir y que querían sumar adhesiones a sus ideas, valores y prácticas. Esto es un ejemplo de una cultura de SL impuesta y de una cultura de LE contenida.

La batalla que actualmente libran las culturas de SL y de LE no tiene tanto que ver con permitir la participación en la cultura política formal, sino con permitir una participación plena (un acceso democrático) a las prácticas de la cultura popular del día a día. Hasta hace poco, estas prácticas habían estado reservadas a “élites” relativamente pequeñas, es decir, a aquellas personas que, teniendo acceso a equipos técnicos caros y pocos conocimientos, podían emplear estos medios para generar riqueza, estatus y otras ventajas que les abrían la puerta a los favores sociales. Ahora tenemos a nuestro alcance los medios técnicos, la voluntad y la capacidad de colaboración que permiten que estas ventajas lleguen a muchas más personas. Y como siempre ha sucedido a lo largo de la Historia, quienes se han beneficiado de un recurso escaso son quienes más interés tienen en mantenerlo lo más alejado posible.

Esto nos lleva de nuevo al argumento que Sousa defendió el siglo pasado y al argumento paralelo esgrimido por Lessig y otros autores en los últimos años. Aprender a escribir no solo es una cuestión de acceder a los medios técnicos necesarios para la escritura (lápices, plumas o procesadores de textos), sino que consiste en tener acceso a materiales con los que aprender a escribir escribiendo. Los lápices no servirían para escribir si no pudiéramos utilizar los signos que se pueden trazar con ellos, signos que forman parte del acervo cultural de una sociedad. Al igual que se puede reproducir y remezclar música ya existente para participar en la cultura musical, tiene que ser posible trabajar con un “acervo cultural escrito” para aprender a escribir de diferentes maneras. No se trata únicamente de acceder a unos “signos” semejantes a las letras del alfabeto, sino al equivalente de las “unidades discursivas” con las que podemos aprender a escribir en forma de *remix* digital, y a los recursos que nos permitan aprender a escribir de la forma más eficaz posible en estos nuevos medios.

Lessig (2005) analiza una actividad concreta de escritura creativa que forma parte del currículo escolar en los Estados Unidos. El ejercicio consiste en que los alumnos lean textos de varios autores, tomen extractos de cada uno de ellos y los fundan en un único texto. Se trata de un proceso de tomar y remezclar “para crear algo nuevo” (ibid.: sin página). Hasta hace poco tiempo este tipo de *remix* se hacía con papel, lápiz, máquina de escribir y similares. Estas mismas herramientas eran las que se empleaban para aprender a escribir en el sentido más amplio de la palabra, lo cual también puede considerarse una forma de *remix*. Los alumnos toman palabras que tienen forma de texto de un lugar y con estas palabras y textos, y con los lápices y plumas como herramientas, los remezclan y crean textos nuevos. Lessig afirma que aprendemos a escribir “de una forma muy sencilla: escribiendo” (ibid.). Hay por tanto un alfabetismo “que surge de la práctica de la escritura; la escritura [significa] tomar objetos diferentes y construir con ellos” (ibid.).

Según el “antiguo” orden tecnológico de la imprenta, estas prácticas de escritura eran lícitas porque cuando se utilizan fragmentos de un texto impreso uno siempre se mantiene dentro de los límites de los derechos de *copyright*. Se utilizan las palabras escritas por otra persona pero no se está copiando. Sin embargo, con las tecnologías digitales estamos haciendo una copia cada vez que accedemos a ellas aunque solo sea para leerlas. Cada vez que trabajamos con ellas estamos haciendo una copia. En consecuencia, según lo que establecen las leyes del *copyright* y de la propiedad intelectual, el “aprendizaje de la escritura” está sometido a severas restricciones.

Entonces, ¿en qué consisten algunas de estas nuevas formas y prácticas de escritura popular conocidas como *remix*? ¿Qué se necesita para dominar estas nuevas y populares maneras de escribir? Y, ¿qué hace falta para que el acceso a la nueva escritura popular sea “justo” o “democrático”?

4. EJEMPLOS TÍPICOS DE LA PRÁCTICA DEL *REMIX*

A medida que se ha incrementado la disponibilidad y el acceso a diferentes y sofisticados programas de edición digital, así como a recursos y espacios en línea destinados a la lectura-escritura, hemos asistido a un crecimiento rápido del número y de la repercusión de las actividades de *remix* digital en las que participan tanto profesionales como aficionados. Estas son algunas de las formas actuales más populares de *remix*:

- *Remixes* de “photoshoepo”, como “Don Ramón”; véase Know Your Meme (2010) en <http://knowyourmeme.com/memes/don-ramon>.
- *Remixes* musicales, como “Tengo un Sentimiento” de Calor Norteño, *remix* de narcocorrido a partir de “I Gotta Feeling” de Black Eyed Peas.
- *Remixes* de vídeos musicales hechos por fans, como ‘Twilight Luna Nueva’ en <http://www.youtube.com/watch?v=7ySeqZzaUd0>.
- Vídeos musicales de anime, como Animemusicvideos.org (en <http://www.animemusicvideos.org/>); también Gintama Ending 07 de 1995 (en http://www.youtube.com/watch?v=jlHMVIZJlBE&feature=player_embedded#!); Gurren Lagann-Spin On de DynamiteBreakdown/Maguma (en <http://www.youtube.com/profile?user=maguma#p/u/25/qTfSK5u2F5U>).
- *Remixes* de machinima, como Machinima.es (en <http://www.machinima.es/>).
- *Remixes* de imágenes en movimiento, como el trabajo de Pogo en (<http://www.cinemaniablog.com/post/5464/toy-story-la-primera-pelicula-de-pixar-remezclada-por-pogo>).
- *Remixes* de videojuegos, como Sonic Fan Remix (en http://www.taringa.net/posts/juegos/8308254/Sonic-Fan-Remix-_Demo_-mejor-que-Sonic-4.html).
- *Fan art* de manga y anime, como Fanarte.com (en <http://www.fanarte.com/>).
- *Remixes* de televisión, películas o libros, como Vividcarrots.net (en <http://www.vividcarrots.net/>).
- Aplicaciones web híbridas o *mashups*, como TuiTrafico (en <http://trafico.lainformacion.com/>).

Esta lista no es ni mucho menos exhaustiva, sino que simplemente pretende ilustrar la variedad de actividades que se pueden desarrollar utilizando archivos digitales, programas, redes y ficheros en línea. A continuación detallaremos algo más sobre cinco de estas nuevas formas de escritura: el “photoshoepo”, el *remix* musical, el *machinima*, la *fan fiction* y las aplicaciones web híbridas o *mashups*.

4.1. El “photoshoepo” como *remix* de imágenes

El nombre del famoso programa de edición de imágenes digitales de Adobe se ha transformado en un verbo cuyo significado abarca varias prácticas relacionadas con la edición de imágenes, incluyendo su *remix*, en el que la transformación va más allá del mero retoque de la imagen o el ajuste del balance de colores. Gracias al incremento de la oferta de este tipo de programas a un coste razonable, a la mejora de las capacidades de almacenamiento en línea y a los servicios de alojamiento en línea especiales para imágenes, el *photoshoepo* se ha popularizado rápidamente y sus seguidores abarcan todos los niveles de perfección artística y técnica.

Este tipo de *remix* incluye diferentes actividades como: a) añadir texto a las imágenes; b) crear montajes fotográficos mezclando elementos de dos o más imágenes (incluyendo los *remixes* de humor que colocan la cabeza de una persona famosa sobre el cuerpo de otra a la que se ha pillado en una situación comprometida); c) cambiar el propio contenido de la imagen (por ejemplo, quitándole a una persona su pelo o una parte de su cuerpo o añadiéndole una quinta pata a un perro), y d) cambiar las propiedades de la imagen (modificar colores, retocar los niveles de brillo, de sombreado, etc.).

La gente practica el *remix* de imágenes digitales por varios motivos, relacionados con actividades y prácticas propias de todo tipo de comunidades y grupos de interés. Así organizaciones y artistas como Adbusters.org² y Propagandaremix.com³ producen *remixes* digitales (e invitan a otros a producirlos) para llamar la atención sobre cuestiones políticas, movilizar a la gente en favor de una causa, burlarse de los anuncios de productos y servicios a los que se oponen, etc. En otros casos las imágenes se remezclan simplemente por diversión, para provocar hilaridad o para crear montajes humorísticos (como en Waters 2008⁴, Worth1000.com⁵).

También es habitual mezclar imágenes para generar o formar parte de un *meme* o “idea contagiosa” (Knobel y Lankshear 2007); un ejemplo popular de *meme* photoshopeado en Latinoamérica es “Don Ramón”, el entrañable personaje de la famosísima y longeva *sitcom* mexicana *El Chavo del Ocho* (Know Your Meme 2010a, Wikipedia 2010a⁶). Sus payasadas, sus brotes de ira y sus célebres frases lo han convertido en un icono habitual de los *photoshops*, que se sirven de textos icónicos de la cultura popular para construir una imagen “nueva” que, en este caso, alimenta el mito de Don Ramón como un héroe, un personaje famoso, etc. Así, hemos podido ver a Don Ramón como un personaje de Pokémon, como el protagonista de *Avatar*, como el Che Guevara, como Michael Jackson, etc. (véase también Davis 2010, joxcorr 2010⁷). Las figuras 1 y 2 contienen más ejemplos.



Figura 1: Don Ramón como Jack Sparrow (*Piratas del Caribe*)



Figura 2: Don Ramón como la banda punk de los 80, The Ramones.

“Photoshopear” las imágenes de Don Ramón exige poseer conocimientos técnicos, artísticos y de cultura popular. Las imágenes que se comparten con más frecuencia en la red son las que tienen una buena ejecución técnica, es decir, aquellas en las que el producto final “photoshopeado” es “creíble”, las que tienen una buena calidad y las que mezclan con más ingenio a Don Ramón con otros artefactos o acontecimientos de la cultura popular.

Las imágenes “photoshopeadas” de Don Ramón abundan en la red y son cuidadosamente archivadas por varios fans (en Taringa.net, <http://www.taringa.net/>. pueden verse unas cuantas colecciones). Aportando sus imágenes a estas galerías, los aficionados al “photoshopeo” expresan por una parte su admiración por el personaje y por otra se suman a la idea humorística de que Don Ramón es el mejor actor, músico o héroe del mundo, o al menos el más omnipresente. Los participantes en este popular *meme* también pueden estar expresando una solidaridad entre ellos como latinoamericanos, ya que Don Ramón prácticamente solo es conocido en esta parte del mundo. Muchos de los *photoshops* de Don Ramón sitúan al personaje en imágenes procedentes de Hollywood,

² En <http://www.adbusters.org/>.

³ En <http://propagandaremix.com>.

⁴ En <http://weirdnewsfiles.com/weird-photos/weird-photoshop/best-photoshop-hoaxes-doctoring-history/>.

⁵ En <http://www.worth1000.com/>.

⁶ En http://es.wikipedia.org/wiki/Don_Ramon.

⁷ En <http://new.taringa.net/posts/imagenes/6649546/montajes-de-Don-Ramon.html>.

de lo que cabría deducir que en realidad están “reescribiendo” textos de la cultura popular de Estados Unidos.

4.2. *Remixes* musicales

Como describíamos arriba, el *remix* musical consiste en tomar elementos de canciones o de piezas musicales (a veces también de sonidos o de discursos) y ensamblarlos para crear un producto nuevo que difiere en mayor o menor medida del original. En sus inicios en los años 70, para hacer un *remix* era necesario contar con dos o más platos para vinilos y un “mixer” (una máquina que permitía al artista variar el tempo, la dinámica y el tono de las canciones), o bien ir a un estudio musical donde poder empalmar físicamente cintas de dos pistas para crear una única grabación multipista. Ahora, por el contrario, programas como Audacity, GarageBand y Cakewalk “permiten modificar digitalmente las pistas de cualquier canción, sea cual sea su tempo original, pudiéndose jugar con una enorme variedad de tempos y claves” (Hawkins 2004: viii) y hacer mezclas y remezclas indefinidamente.

Eduardo Navas (2007, en http://remixtheory.net/?page_id=3) identifica tres tipos o enfoques dominantes en el *remix* musical: el extendido, el selectivo y el reflexivo. Un *remix* musical extendido toma fragmentos de una canción existente, sobre todo instrumentales, y los repite o los reproduce en momentos concretos para hacer que la canción original dure más (por ejemplo, haciendo que una canción de 3 minutos pase a durar 10). Un *remix* selectivo puede añadir sonidos o *samples* de otros temas o incluso eliminar partes del original pero siempre manteniendo el “aura” de la canción original. El *remix* reflexivo toma parte de una canción original pero añade *samples* y sonidos de otras procedencias y juega con el original eliminando y repitiendo fragmentos de forma que la canción final conserva un toque del “aura” original aunque en realidad se presenta como un trabajo independiente. Los *remixes* reflexivos suelen estar reservados a los *remixers* y DJ profesionales por su complejidad. En cualquier caso, independientemente del enfoque, los *remixers*, tanto profesionales como *amateurs*, intentan hacer ver que los *samples* de las canciones originales que utilizan forman parte del significado o de la relevancia de su *remix* musical. Es por eso que los *remixers*

por lo general esperan que su público entienda que reconocer los *samples* forma parte del placer y de la construcción del significado de la escucha. De hecho, disfrutar de los *remixes* consiste en gran medida en identificar cómo suenan los fragmentos del sonido “original” dentro del *remix* (por ejemplo, averiguar dónde está la música del *Dr Who* o del *Inspector Gadget* cuando se mezcla con otras canciones). Este reconocimiento suele conducir a una nostalgia compartida (“¡Te acuerdas de eso!”) y establece un sentimiento de conexión entre el *remixer* y el público (Jacobson 2010: 28-29; exclamaciones del original).

En algunos *remixes*, los creadores intentan *tanto* suscitar el reconocimiento del aura (o los auras) originales por parte de los oyentes *como* evocar en ellos la idea de que, a pesar de todo, se trata de algo nuevo, de una canción *nueva* (ibíd.: 30).

En Latinoamérica, los *remixes* comerciales son muy populares. Suelen ser productos de músicos profesionales que mezclan sus canciones con las de otros (como DjBurakUlus con Thalía o las mezclas de salsa y merengue). Un *remix* musical comercial (selectivo) y de gran popularidad en México fue el que hizo Calor Norteño⁸ en 2009, a partir de la canción de Black Eyed Peas⁹ “I Gotta Feeling”. Este *remix*, titulado “Tengo un sentimiento”, samplea melodías y letras de la canción original dándole un giro de narcocorrido. La música del narcocorrido es un subgénero perteneciente a la música norteña que “fundamentalmente trata de exaltar o conmemorar figuras, personas y eventos relacionados con el narcotráfico” (Wikipedia 2010b: sin página). En este caso, la banda añadió instrumentos musicales propios del estilo norteño (como el acordeón), incluyó fragmentos de canción de estilo *country* y varió la letra original, más ligera y superficial, por otra que mostraba la vida nocturna de una ciudad desde un punto de vista más duro. La canción original es reconocible pero bastante diferente al mismo tiempo y el *remix* de Calor Norteño está claramente basado en la tradición del narcocorrido. Este *remix* en concreto ha sido muy polémico en México, ya que muchas voces lo

⁸ En <http://www.musicstarx.com/videos/video-y-letra-de-tengo-un-sentimiento-i-gotta-feeling-calor-norteno-black-eyed-peas/>.

⁹ En <http://es.wikipedia.org/wiki/Narcocorrido>.

critican por hacer una apología del mundo del narcotráfico. Otras, sin embargo, lo ensalzan y consideran que se trata de una ingeniosa parodia del ritmo y de la insulsa letra del original.

Los DJ profesionales de la música de baile y los músicos del *remix* suelen tener acceso a las pistas vocales e instrumentales de las canciones, lo que facilita mucho el *remix* tal y como lo describe Navas (2007). Pero el desarrollo de la informática y del *software* en los 90 propició la aparición de *remixers* musicales “caseros” o no profesionales. Estos *amateurs* no tenían autorización de los estudios para acceder a las pistas individuales de las canciones y solían trabajar con canciones enteras e intactas que empalmaban con otros temas “que no tenían nada que ver” (Wikipedia, 2010c, en <http://en.wikipedia.org/wiki/Remix>). Esta práctica dio lugar a un estilo de *remix* particular que también han adoptado los *remixers* y los DJ profesionales; un ejemplo de ello son los *remixes* de la canción de “Doctor Who”, tanto *amateurs* como profesionales, que se pueden escuchar en whomix.trilete.net (en <http://whomix.trilete.net/>). Este estilo de *remix* musical, basado en copiar-pegar-empalmar, es mucho más fácil y accesible gracias a los programas gratuitos de edición de audio (como Audacity, en <http://audacity.sourceforge.net/>) que, debido a su sencillez, permiten que los aficionados copien, peguen y superpongan fragmentos de sonido para crear “interpretaciones” nuevas y personales sin tener que partir de cero. Erik Jacobson (2010) establece similitudes entre este tipo de *remix* y la estética *punk rock*.

El punk ha enseñado a la gente que no es necesario ser un virtuoso para... hacer música. Del mismo modo, el fenómeno de la música creada por ordenador ha enseñado a la gente que no necesitan instrumentos ni a otras personas para hacer música. El *remix*, en tanto que expresión de este principio en particular, enseña a la gente que cualquiera puede comentar o interpretar música que ya existe (Jacobson 2010: 32).

Algunas comunidades de *remix* musical en la red y algunas webs de apoyo más especializadas fomentan y promueven activamente la práctica del *remix*. Por ejemplo, cada vez hay más grupos que proporcionan acceso a los *samples* de su música de forma gratuita para que se puedan hacer *remixes* (como Neonflash¹⁰) o que animan a que se hagan *remixes* de sus canciones (como Radiohead¹¹). Hay webs generales como ccMixer¹², que albergan comunidades de *remix* musical y ofrecen una gran variedad de recursos y herramientas de soporte como foros, acceso libre a *samples* y música, servicios de alojamiento y archivo, perfiles de usuario, capacidades de red social, vínculos a numerosos tutoriales, etc. Todos estos recursos tienen licencias Creative Commons, que detallan el modo en el que se pueden utilizar, compartir y remezclar. Otros sitios como Overclocked Remix¹³ están especializados en tipos o géneros concretos de *remix*, como el *remix* de música de videojuegos. Algunas páginas de soporte ofrecen servicios específicos como el alojamiento de concursos de *remix* (como Remixfight.org¹⁴), el fomento de colaboraciones (como Kompoz.com¹⁵), la obtención de efectos de sonido (como Freesound.org¹⁶) o el acceso gratuito a música para el *remix* (como Opsound.org¹⁷). Para más detalles, consúltese Jacobson (2010).

4.3. Machinima

“Machinima” es el término utilizado para describir el proceso con el que se crean películas utilizando los “motores” de animación de los videojuegos tridimensionales. Crear *machinima* consiste en narrar una historia utilizando las herramientas que se encuentran en el motor del videojuego, como las opciones del ángulo de cámara, los editores de guión, los editores de nivel, etc., junto con los personajes, fondos, temas, movimientos, entornos, iluminación, física del juego y demás recursos que contiene el videojuego en sí (Kelland, Morris y Lloyd, 2005; Luckman y Potanin 2010). Los

¹⁰ En <http://neonized.net/blog/iberic-sound/concurso-de-remezclas-neonflash/>.

¹¹ En <http://www.radioheadremix.com/>.

¹² En <http://ccmixter.org/>.

¹³ En <http://ocremix.org/>.

¹⁴ En <http://www.remixfight.org/>.

¹⁵ En <http://www.kompoz.com/>.

¹⁶ En <http://freesound.org/>.

¹⁷ En <http://opsound.org/>.

fragmentos de vídeo en tiempo real necesarios para hacer *machinima* se suelen capturar con un programa que permite grabar la acción que se desarrolla en pantalla (como Fraps, CamStudio, Machinimation), aunque algunos juegos y entornos virtuales tienen funciones de grabación incorporadas (como The Movies o Second Life). Los fragmentos o “tomas” resultantes se empalman utilizando programas de edición de vídeo (como iMovie o Sony Vegas) y después se pueden añadir títulos y créditos para completarlos. Hace no demasiado tiempo, para desarrollar este tipo de animación se necesitaban motores de animación y de gráficos tridimensionales muy sofisticados y extremadamente caros que prácticamente solo se encontraban al alcance de los animadores profesionales. Según Machinima.es, un conocido sitio web de tipo divulgativo que aloja este tipo de animaciones:

[m]achinima es una técnica de producción de películas que está al alcance de todas las personas; solo se necesita una idea, un ordenador, acceso a Internet y un videojuego. La técnica consiste en grabar imágenes de un videojuego de ordenador para producir un corto, una serie, o un largometraje. (Machinima.es, 2009, en <http://machinima.es/historia-primer-parte-5>: sin página).

El término “machinima” también se utiliza para describir el género de animación que resulta de este proceso. Estas animaciones pueden ser *fan fictions* y en cierto modo amplían la narrativa del juego al “escribir” nuevos capítulos o escenas de una serie o película. En otras ocasiones el juego se limita a proporcionar las herramientas y los recursos para la producción de un texto cinematográfico totalmente independiente. Por otro lado, el *machinima* no tiene por qué tener una calidad *amateur*. Algunas animaciones como *Hardly Workin’* y *Red vs. Blue* han sido galardonadas en festivales de cine de todo el mundo (Kelland, Morris y Lloyd, 2005). Aún así, la sofisticación de los videojuegos y el desarrollo de nuevos programas de edición de vídeo fáciles de usar han generalizado la producción de *machinima*. Quienes se sumergen por primera vez en el proceso de creación de *machinima* pueden acceder a manuales tanto en línea como en soporte físico, así como a entrevistas a conocidos creadores, para aprender trucos para crear animaciones de alta calidad (como Naru sin fecha, en <http://machinima.es/los-sims-2-tutorial>, Hancock e Ingram, 2007).

La popularidad de este tipo de animaciones ha llevado a que muchos videojuegos nuevos ya fomenten explícita y abiertamente el uso del *remix*, como es el caso de “The Movies”, de Lionhead Studio (véase, por ejemplo: <http://www.themoviescinema.com>), “Halo 3” de Bungie o “Unreal Tournament” de Epic Games. El *machinima* como género también ha dejado una huella palpable en la producción de vídeos. Así, la cadena MTV reservó un espacio habitual en su programación para los vídeos musicales de *machinima* en 2005. En agosto de 2006, Coca-Cola lanzó un innovador anuncio creado en *machinima* que se llamó “Coke Side of Life”. En él se utilizaba el videojuego Unreal Tournament para crear un entorno similar al de “Grand Theft Auto” (hay que tener en cuenta que “Grand Theft Auto” ya es de por sí un videojuego muy controvertido) y narrar una historia sobre la importancia de ser amable con los demás. Siguiendo esta estela, las propias empresas de videojuegos, como Blizzard Entertainment, organizan concursos anuales de *machinimas* creados a partir de sus videojuegos. De hecho, el *machinima* parece pasar inadvertido al radar de la vulneración de derechos de *copyright*, ya que muchas empresas de videojuegos ven en estas películas una forma de publicidad gratuita (Luckman y Potanin 2010).

La creación de *machinima* es popular en México y en todas partes. Un buen ejemplo es el canal Machinima Mexicana¹⁸ de Youtube, creado en enero de 2008 por un grupo que dice ser una “bola de tipos” a los que les gusta hacer películas en su tiempo libre: “claro... cuando se puede... o cuando hay alguna idea... si nosotros hacemos una Machinima... la hacemos grosera... de tal modo que sea divertida y no aburra” (Machinima Mexicana 2010). Los juegos que utiliza este grupo para remezclar sus películas incluyen “Left 4 Dead”, “Halo Reach”, “Halo 3”, “Grand Theft Auto IV” y “Gears of War”, por nombrar algunos. El grupo ha colgado 94 vídeos de *machinima* en Youtube que atesoran más de 1,4 millones de visitas. Cada uno de los vídeos registra entre 800 y 27 000 visitas al año (por “visitas” nos referimos al número de veces que alguien ha visto el vídeo en Youtube. Las “visitas” son un indicador aproximado de popularidad y éxito; véase Burgess y Green 2009). Además, este canal ha generado más de 2000 comentarios sobre los vídeos (sin incluir los cientos de comentarios que se

¹⁸ En <http://www.youtube.com/MachinimaMexicana>.

añaden a cada vídeo en concreto). Estas cifras son impresionantes y reflejan la popularidad de este medio en México y en otros lugares.

Los comentarios del canal de Youtube son una clara muestra del alto grado de disfrute que provocan estos vídeos en los visitantes. Muchos comentarios hablan de suscribirse al canal para recibir avisos automáticos cada vez que se cargue un vídeo nuevo; algunos piden al grupo que opine sobre sus propios proyectos de *machinima*; otros comentan que son aficionados a un videojuego en concreto y explican que los *machinimas* del grupo han mejorado el placer de jugar, y hay quienes demuestran que son seguidores del grupo pidiéndoles nuevos capítulos de alguna miniserie (de “Stupid Elite”, por ejemplo). El grupo también tiene un blog colaborativo [Machinimex, en <http://www.machinimamex.blogspot.com/>] en el que se amplía información sobre los vídeos que cuelgan.

Los *remixes* de *machinima* ofrecen la posibilidad de crear películas muy conseguidas a personas que cada día juegan con videojuegos, consolas u ordenadores, y que tienen acceso a programas de grabación de pantalla, grabación de sonido o edición de vídeo. Esto es mucho más económico y accesible que contratar actores, construir escenarios, encontrar y emplear a un equipo técnico, etc. Con el *remix* de *machinima* se puede rodar una película “en tiempo real” sin que los actores se cansen o se pongan de mal humor y se pueden repetir las escenas hasta lograr el efecto deseado sin preocuparse por malgastar recursos. Los jugadores empedernidos que también son *machinimators* cuentan con la ventaja de poder desarrollar guiones innovadores y frescos, ya que conocen al dedillo las posibilidades que ofrecen los diferentes “entornos de juego”. Por su parte, los que no son tan empedernidos tienen la ventaja de no estar encorsetados por los guiones de los videojuegos y de gozar de mayor libertad para innovar con los recursos disponibles (Luckman y Potanin 2010). Ambos grupos —y los que se encuentran entre uno y otro extremo— pueden servirse de los recursos del videojuego para poner a prueba sus habilidades como narradores. Jill McClay y sus colaboradores han llegado a prever que

[a] medida que aumente la producción de ficción con videojuegos y otros formatos digitales entre los jóvenes, su forma de consumir, producir y entender la ficción en esos formatos seguirá unos derroteros que sin duda no podemos predecir por el momento (McClay *et al.*, 2007: 273).

4.4. *Fan fiction*

En la *fan fiction*, los seguidores de fenómenos mediáticos o literarios escriben narraciones utilizando “tramas, personajes y/o escenarios preexistentes que obtienen de sus medios favoritos” (Black 2008: 10; véase también Cassany 2010, Martos García 2008 y 2009, Jenkins 2006, Thomas 2007). Como mencionamos anteriormente, la escritura de *fan fiction* tiene una larga historia. Sin embargo, no cabe duda de que Internet ha influido de forma notable a la hora de potenciar y difundir la cultura *fan fiction*, ya que ha permitido que un número infinitamente mayor de personas participe de manera activa en prácticas de lectura y escritura que antes era imposible imaginar.

Según número de aportaciones al célebre espacio de seguidores Fanfiction.net¹⁹ (que alberga mucho *fan fiction* en español), los medios que más inspiran hoy en día a los lectores y creadores de este remix son los libros, el anime/manga, los videojuegos, las series de televisión, los dibujos animados, las películas, los cómics y las obras teatrales/musicales. En el momento de redactar estas líneas (noviembre de 2010), los libros y el anime/manga eran los catalizadores de creación más populares, sacando una ventaja enorme al resto de medios, siempre según el número de *fan fictions* colgadas en el sitio.

Los libros de *Harry Potter* habían generado entonces unas 482 000 *fan fics*, seguidos por la serie de anime/manga *Naruto*, que había inspirado unas 255 000. El videojuego más inspirador, *Kingdom Hearts*, generó 57 000 *fics*, mientras que la famosa serie de televisión *Supernatural* registró 42 500. Los dibujos animados *Teen Titans* generaron unas 27 500 *fics*; la película *La Guerra de las Galaxias*, 25 500; el cómic *X-Men*, 10.000; y el musical norteamericano *Rent*, 7.000. En la categoría de “varios”, la lucha libre había inspirado más de 24 000 *fan fics*. Los escritores en español de Fanfiction.net se decantaban por la saga de Harry Potter; las series de manga y anime *Gundam Wing/AC*, *Bleach*,

¹⁹ En <http://www.fanfiction.net/>.

Naruto y *Sailor Moon*; la película *Matrix*, la serie de *La Guerra de las Galaxias*, los libros y películas de *Eragon*; la serie de televisión *House*; y los videojuegos *Legend of Zelda* y *Final Fantasy VIII*, entre otros.

La mayoría de las *fan fiction* se escriben en forma de relato, aunque también destacan las ficciones creadas con canciones y poemas, e incluso algunas en forma de dibujos, animaciones o *remixes* de fragmentos de películas (véase Thomas 2007). Otras prácticas que pueden relacionarse con el *fanfic* y que van ganando adeptos son el “*costume play*” o *cosplay*, que consiste en vestirse como personajes célebres de manga y anime, y los juegos de rol en vivo basados en un texto de cultura popular (véase, por ejemplo, Cosplaymix.com²⁰ o Cosplaytips.wordpress.com²¹; o una serie de vídeos de *cosplays* de jóvenes inspirados en la serie de manga *Bleach*).

La escritura de *fanfic* puede clasificarse en varios tipos. Los más habituales son la escritura canónica (*in-canon writing*), las tramas cruzadas (*cross-overs*), la narrativa de relaciones (*relationships* o *shippers*) y la *fanfic* de autoinserción:

- La escritura canónica o *in-canon writing* busca la máxima fidelidad con los escenarios, los personajes y las líneas argumentales del original y se limita a añadir nuevos “episodios” o acontecimientos al texto de partida (por ejemplo, un nuevo “episodio” de la telenovela *Pasión de Gavilanes*²², una extensión del universo narrativo de *Sailor Moon*²³ o un personaje nuevo²⁴ de *El Rey León*, conservando con el mayor rigor posible los personajes y el escenario originales y completando de una forma directa las narrativas, las historias y las aventuras de los personajes de la serie original). Las precuelas y las secuelas son las versiones más conocidas de la escritura canónica.
- Las tramas cruzadas o *cross-overs* reúnen a personajes de diferentes textos originales en una nueva historia (como mezclar los personajes y los acontecimientos de los libros y películas de *Crepúsculo* con la serie *Harry Potter* o con diferentes series de manga o anime.)
- La narrativa de relaciones (*relationships* o *shippers*) se centra en crear relaciones íntimas entre dos personajes (normalmente secundarios) cuando no existían en el original o cuando solo se desarrollaban de forma accesoria. Puede tratarse de relaciones heterosexuales (por ejemplo, entre Harry Potter y Hermione) o bien homoeróticas u homosexuales (por ejemplo, entre Harry Potter y Draco Malfoy²⁵, normalmente enfrentados en la serie). Estos últimos *fanfics* también se denominan “*slash fiction*” o de ficción oblicua.
- En los *fanfics* de autoinserción o *self-insert* los autores se introducen a sí mismos como personajes reconocibles en la narrativa (por ejemplo, muchas jóvenes autoras de *fanfic* escriben sobre sí mismas en la saga de Harry Potter y se colocan en el lugar de Hermione, una de las mejores amigas de Harry); otros autores inventan un personaje en el que mezclan características propias con las de un personaje de la cultura popular y lo insertan en su texto. Véase Thomas (2007) para más ejemplos.

Existen numerosos sitios web dedicados a la *fan fiction*, aunque muchos parecen tener una trayectoria bastante irregular (véase, por ejemplo, Vividcarrots.net²⁶ o Fanfic.es²⁷). Fanfiction.net²⁸ es probablemente el sitio web de *fan fiction* más conocido. Es tremendamente activo y contiene más de 100 ficciones en español, con comentarios registrados. La interfaz básica de Fanfiction.net es relativamente sencilla: el usuario se registra y rellena una página con su perfil. Las narrativas se

²⁰ En <http://cosplaymix.com/galerias.php>.

²¹ En

.../Configuración%20local/Archivos%20temporales%20de%20Internet/Configuración%20local/Archivos%20temporales%20de%20Internet/Content.Outlook/KV81ED81/Cosplaytips.wordpress.com.

²² En http://www.fanfiction.net/s/2650523/1/En_el_limite.

²³ En <http://cosplaytips.wordpress.com>.

²⁴ En <http://elreinodesimba.foroactivo.com/fan-ficcion-f8/la-historia-de-braani-t32.htm>.

²⁵ En <http://vividcarrots.net/FICS/literatura/hp/DetrasEscamas.htm>.

²⁶ En <http://www.vividcarrots.net/>.

²⁷ En <http://www.fanfic.es/>.

²⁸ En <http://www.fanfiction.net/>.

cargan en ese perfil de usuario y gracias al diseño de la interfaz, el resto de miembros puede acceder a ellas y leerlas fácilmente, además comentarlas con críticas constructivas (véase Black 2008).

Por citar un ejemplo, FugadadelPaquete (de Uruguay) se registró en Fanfiction.net en febrero de 2009 (ver su Perfil en <http://www.fanfiction.net/u/1848983/FugadadelPaquete>). Hasta ahora ha subido 26 *fan fictions*, la mayoría de estilo canónico y *shippers* y todas ellas basadas en la serie de anime *Naruto* (24 en total), la serie de televisión *House* (un total de 3) o *Harry Potter* (1). Casi todas sus historias son breves y se desarrollan en un capítulo (una historia solo tiene 241 palabras cuando la media oscila entre las 1500 y las 2.500 palabras). Todas las historias han sido vistas por otras personas y tiene un total de 194 críticas para las 26 obras. Su fanfic “Rosas Artificiales” sobre *Naruto* dio lugar a 18 críticas, todas positivas, y a muchos comentarios tratando de adelantarse a las cuestiones que tendrían que resolverse en entregas posteriores (por ejemplo, “Está interesante, porque, ¿que con Saku? ¿se va a ir o se los cargará a todos? por eso deseo conti! me dejaste picada con el fic...”).

Para muchos autores, las críticas que otros hacen de sus historias forman parte fundamental de la experiencia del *fanfic*. Estas resultan esenciales, no solo porque ayudan a mejorar las habilidades técnicas y narrativas, sino porque apuntan hacia una afinidad o aprecio compartido por una película o libro, haciendo que se incremente el disfrute y que se transmita una sensación real de que existe un público verdaderamente atento e interesado (Black 2008, Lankshear y Knobel 2011). FugadadelPaquete, por ejemplo, destaca lo mucho que valora contar con un público “real” cuando abre muchos de sus *fics* dando las gracias especialmente a sus lectores. Además, las notas introductorias que preceden a la mayoría de sus historias se dirigen al público, como: “Hola a todos, he aquí: un SakuHina, para los/las amantes del yuri: ¡disfrutad!”.

La *fan fiction* es una práctica muy consolidada pero apenas atrae la atención de editores o productoras cinematográficas en lo que respecta a la vulneración del *copyright*; una excepción es la autora de la serie *Harry Potter*, J. K. Rowling, que ha paralizado legalmente la publicación comercial de textos escritos por sus seguidores (véase Wikipedia 2010d, por ejemplo). De hecho, es habitual que los autores de *fanfics* comiencen sus historias con una nota señalando que no reclaman ningún derecho sobre los personajes que utilizan en sus historias.

Los *remixes* que practican los autores de *fanfics* producen textos de indudable creatividad, que se sirven de todo tipo de contenidos y recursos. El afamado escritor de ciencia ficción Ian McDonald afirma que los *remixes* tienen mucho que ver con estar al día en los tiempos que corren y argumenta que la fuerte tendencia a utilizar material de diversas fuentes literarias o no literarias es “producto de nuestra capacidad tecnológica para explorar, tomar muestras y mezclar” (en una entrevista con Gevers en 2001: sin página). El autor va más allá y afirma que “cualquier persona consciente del espíritu del tiempo en el que vive estará de acuerdo en que el arte de la edición será la habilidad cultural del nuevo siglo” (ibíd.).

4.5. Aplicaciones web híbridas o *mashups*

El término “mashup” o “mash up”, utilizado originalmente en el contexto del *remix* musical, se aplica ahora de forma extensiva al proceso de fusionar dos o más API (interfaz de programación de aplicaciones) con bases de datos abiertas. Muchas de estas API y bases de datos son gratuitas para los usuarios y los desarrolladores. El resultado son nuevos programas o aplicaciones basadas en la web que se alimentan de servicios y datos que ya existen y los mejoran para que desempeñen tareas específicas (a menudo de forma más eficaz) o para que alcancen ciertos propósitos (*con un objetivo claro*) a los que no llegan las aplicaciones o los servicios previos. Se trata de una forma de personalizar los recursos existentes para cubrir nichos o vacíos y que quizá ahora podemos entender mejor en vista del auge de las “apps” para teléfonos móviles y tabletas (y también para Internet).

Encontramos algunos ejemplos típicos de *mashups* de servicios en Panoramio.com, Twitvision.com y Wikipediavision. Panoramio²⁹ combina el alojamiento de fotografías al estilo Flickr con Google Maps, de forma que los usuarios puedan encontrar fotografías tomadas en un lugar

²⁹ En <http://www.panoramio.com/>.

en concreto o descubrir dónde se ha captado una determinada imagen. Twittervision³⁰ unifica la aplicación de *microblog* Twitter con Google Maps para mostrar en qué parte del mundo se están escribiendo “tweets” casi a tiempo real. Wikipediavision³¹ es similar; muestra casi a tiempo real en qué parte del mundo se están haciendo cambios a Wikipedia.org.

Algunas páginas como Programmable Web³² ofrecen una introducción rápida a la cultura actual del *mashup*. Proporcionan guías de ayuda, sirven como portal para otras webs de información y herramientas, destacan el “*mashup* del día”, mantienen un catálogo de *mashups* ordenados por categorías y elaboran listas con los *mashups* que se han creado o enviado recientemente a la página. Una búsqueda rápida en Programmable Web nos permitió encontrar un *mashup* interesante para la ciudad de Bilbao. Bilbao.bi³³ es una guía urbana interactiva que integra imágenes de Flickr, etiquetas, mapas de Google y un directorio y agregador de blogs que permite a los usuarios explorar lugares de interés, mantenerse al día con las noticias y acceder a información sobre eventos en la ciudad. Otro ejemplo es Tuitrafico³⁴, un *mashup* de bases de datos de información del tráfico en España, combinado con los servicios de información y ubicación de Google (planos y mapas). Este servicio basado en la web ofrece información sobre el estado del tráfico en tiempo real, mapas que señalan dónde hay problemas circulatorios e informes de accidentes que llegan a través de los *tweets* de los usuarios. Además, incluye vínculos a gasolineras cercanas con información sobre el precio de los combustibles.

A la hora de considerar la fusión de aplicaciones de servicios basadas en Internet como una nueva forma de escritura y, en consecuencia, como una forma de satisfacer una serie de objetivos, entran en juego distintas variables. Por ejemplo, los desarrolladores pueden innovar con el fin de ganar dinero con una nueva aplicación de éxito. Para ello es necesario identificar grupos de usuarios potenciales con los que pueden compartir o no sus objetivos y sus aficiones. Otra posibilidad es que la finalidad inicial de un *mashup* sea cubrir una necesidad del propio desarrollador y que posteriormente este la ponga a disposición de otras personas que comparten esa necesidad o interés. Este podría ser el caso de muchos *mashups* creados por aficionados y entusiastas sin ánimo de lucro, que tan solo pretenden desarrollar una aplicación que proporcione mayor placer o satisfacción a aquellos con quienes comparten intereses. Un ejemplo típico de esto es MyFavBands³⁵, que fusiona metadatos de iTunes, Last.fm y Spotify para facilitar información sobre los últimos lanzamientos de discos y fechas de conciertos en una ciudad de los grupos que se introducen en el sistema.

El *remix* de recursos culturales es un potente motor para el crecimiento y la regeneración cultural. Como hemos visto con los *mashups* de servicios, el *remix* también es un motor de innovación. Hay muy pocas cosas completamente nuevas bajo el sol. Casi todos los cambios son continuos y surgen de los procesos de añadir o modificar aquello que ya existe. Es una cuestión de remezclar. Sin ir más lejos, en educación siempre estamos remezclando teorías. Un ejemplo de ello son las teorías del alfabetismo como práctica social y, por derivación, las teorías de la práctica del alfabetismo, que remezclan elementos de las teorías de la psicología social, la teoría sociotécnica, la antropología cultural, la teoría sociocultural, la sociolingüística, las corrientes estructuralistas y postestructuralistas de la sociología, la semiótica, la teoría del discurso y mucho más.

Las posibilidades del *remix* son prácticamente infinitas teniendo en cuenta el stock de recursos culturales del que disponemos. Sin embargo, no todos los *remixes* “funcionan”. No todos tienen éxito. Surgen muchas cuestiones interesantes al hablar del *remix* digital como la nueva escritura popular, al igual que surgen en cualquier otro tipo de *remix*: qué es lo que se mezcla, cómo se mezclan los elementos, cómo saber si el *remix* genera innovación y qué se necesita para aprender a remezclar de forma exitosa o eficaz. Nos parece útil abordar estas cuestiones haciendo referencia a lo que pensamos que el *remix* tiene de arte y lo que tiene de oficio.

³⁰ En <http://www.twittervision.com/>.

³¹ En <http://www.lkozma.net/wpv>.

³² En <http://www.programmableweb.com/>.

³³ En <http://www.bilboa.bi/>.

³⁴ En <http://trafico.lainformacion.com/>.

³⁵ En <http://www.myfavbands.com/>.

5. ASPECTOS DEL “ARTE” DEL REMIX

Por norma general, cuando hablamos del “arte” del *remix* nos vienen a la mente las dimensiones estética, valorativa, formal y compositiva de la práctica del *remix*, que esencialmente tratan de averiguar qué es lo que hace que un *remix* sea “bueno” o de “alta calidad” y qué tipos de elementos o componentes (incluyendo sus modalidades) dan como resultado *remixes* efectivos y fértiles.

A este nivel, el “arte” pasa por la conceptualización de una producción (de dónde procede el concepto, cómo cuaja, qué lo convierte en un concepto fuerte, etc.); el diseño para materializar ese concepto de la forma más elegante y placentera posible; las normas, los criterios y los demás aspectos de “una tradición” que se considera necesario respetar para lograr un “buen” trabajo, etc. Sin duda, el ensayo-error parece desempeñar un papel importante a la hora de desarrollar los criterios que juzgan la calidad. Así lo explica DynamiteBreakdown, creador de vídeos musicales de anime japonés (conocidos también por AMV, sus siglas en inglés), hablando de lo que los aficionados al AMV consideran un producto de buena calidad: “Empecé utilizando episodios de *Naruto* y producía más o menos 1 cada noche, pero no eran espectaculares. Después de ‘We Will Fight for Her’, uno de los primeros proyectos importantes de AMV que hice, comencé a dedicar MUCHO más tiempo a los AMV”.

Por lo general, Dynamite Breakdown se pasa horas buscando por Internet “justamente el *clip* que le hace falta” para sus AMV. A veces, ese *clip* perfecto está dentro del *remix* de AMV que ha hecho otra persona y lo que hace es escribir un email pidiendo permiso para utilizarlo en su propio vídeo. Él también ha compartido *clips* con otras personas que le piden copias para usar a su vez en sus AMV.

Dynamite sabe perfectamente qué criterios debe cumplir un AMV para alcanzar una calidad satisfactoria:

- Recursos de vídeo de alta calidad (los AMV con formato de Youtube no tienen una buena resolución); esto implica reconocer que dentro de la comunidad AMV no está bien visto que se empleen fragmentos descargados de Internet en lugar de secciones ripeadas de un DVD, debido a su mala resolución.
- Relevancia de la canción para el recurso de anime utilizado.
- Una excelente correlación entre la canción y el vídeo; esto implica sincronizar bien las letras con el vídeo.
- No utilizar fragmentos de vídeo que contengan subtítulos, títulos de series o créditos finales.

A pesar de todo, el autor explica que él tiene que trabajar con lo que hay y que en ocasiones no le queda más remedio que incluir *clips* con subtítulos, fragmentos descargados y secuencias con títulos o créditos. Con respecto a este último punto, comenta: “Los utilizo mucho porque la animación es genial y a veces resulta perfecta para las escenas, pero los créditos están tan mal considerados como que se vean los subtítulos. Solo así [no utilizando secuencias de apertura y cierre] me van a tomar en serio en AMV.org.” También afirma que aunque utilizar fragmentos ripeados de DVD es lo ideal, no siempre es la mejor opción, ya que el acceso a los DVD y a una gran variedad de materiales potencialmente remezclables puede generar algún conflicto. Además de tener claros los criterios para calificar un “buen” AMV, Dynamite comenta que también visiona muchísimos AMV para inspirarse, identificar estándares de calidad y coger ideas para diferentes efectos de vídeo.

Dentro de los espacios virtuales para aficionados al AMV existen múltiples recursos dedicados a analizar el “arte” del *remix* de AMV. La Guía de Phade (2002) para la elaboración de *remixes* AMV ofrece las siguientes sugerencias:

Antes de empezar con el primer vídeo debes saber qué se considera un buen vídeo musical de anime y qué es lo que hace que sea bueno. Entenderlo no es cuestión de 10 minutos. Tendrás que ver muchos vídeos que se consideran buenos una y otra vez. Míralos con atención. Míralos varias veces seguidas. ¿Por qué el vídeo es bueno? No olvides ver un número mínimo de Los vídeos que hay que ver según Phade [hipervínculo]. Averígualo y trata de hacer lo mismo que ellos.

Después mira algunos vídeos mediocres. ¿Por qué son mediocres? ¿Qué podría haber hecho el autor para que el vídeo fuera mejor? (No te pases de listo pensando en lo que podría haber hecho mejor. Puede tener muchísimas razones legítimas para no haberlo hecho: falta de medios, falta de

tiempo, falta de secuencias, falta de esfuerzo o simplemente se cansó de hacer el vídeo y lo acabó de cualquier manera). En cualquier caso, fíjate en lo que podría haber hecho mejor y trata de evitar caer en lo mismo: aprende qué es lo que no hay que hacer. Yo no te voy a dar una lista de vídeos mediocres; estoy seguro de que ya has encontrado alguno por ti mismo. =) (Phade, 2002: sin página).

Dicho de otro modo, remezclar AMV —o hacer otro tipo de *remix*— no consiste únicamente en empalmar fragmentos de diferentes procedencias y realizar operaciones técnicas, sino que implica contar con varios tipos de conocimientos y entendimientos y con los elementos de un “sistema de valoración” que forma parte indisociable de la práctica del *remix* (Cassany 2010, Gee 2007). Esto implica reconocer que la persona que remixa debe conocer extensamente las producciones (musicales, imágenes, escritos, etc.) que ya existen; debe elegir la más interesante para sus fines; y puede situar el resultado final en un contexto comunicativo nuevo, con propósitos nuevos, audiencia diferente, etc. (Cassany enero 2011, comunicación personal).

En el ejemplo que citábamos antes, Phade destaca la importancia de dedicar tiempo a indagar entre la gran variedad de AMV que existen, a decidir qué vídeos son buenos ejemplos y por qué, a analizar qué es lo que no funciona en los AMV mediocres o regulares y a evitar caer en las mismas trampas. Dentro del universo del AMV (como en otras prácticas del *remix*) guías como las de Phade ponen de manifiesto lo importante que es entender cómo “encajan” los diferentes componentes de un buen AMV (la música, los videoclips seleccionados, el género de anime original, el argumento del anime, etc.). No obstante, Dynamite Breakdown también recuerda que a veces un *remixer* puede decidir jugar con los criterios establecidos e ignorar ciertos elementos que frecuentemente se asocian con la excelencia del *remix* de AMV en aras de alcanzar el efecto o el significado que persigue.

En la misma página encontramos una segunda guía sobre la teoría del AMV (Kalium, 2004). En ella, su autor aborda elementos como “la sincronización” (o la relación entre la música y el vídeo, sin la cual se puede tener anime y música sin que haya una verdadera conexión entre ambos) y las dimensiones musicales, líricas y emocionales de la sincronización (o *synch*); elementos como “el concepto” (la visión que la persona tiene del vídeo, lo que uno quiere que los espectadores piensen, entiendan o sientan), así como las dimensiones narrativas, exploratorias y analíticas del concepto; y elementos como “los efectos” en cuanto a sus dimensiones de significado, composición o apariencia. El autor proporciona ejemplos de estos elementos y elabora una serie de guías para desarrollar un trabajo de experto. Estas guías se pueden incorporar a las consideraciones educativas formales de la creatividad estética.

Por el momento, en lo que respecta a la práctica del *remix*, las cuestiones relacionadas con cómo los aficionados distinguen un buen trabajo, cómo lo emulan y hasta dónde llegan para conseguirlo son interesantes pero no han sido objeto de mucha investigación. Hay varias líneas abiertas, por ejemplo:

1. El número de visitas y las clasificaciones de valoración como orientación para saber qué productos son buenos (un modelo de apreciación del mercado). ¿Qué información dan las visitas y las clasificaciones?
2. La teoría estética pura y otras disciplinas similares como la teoría cinematográfica, la teoría del arte o la teoría del diseño. Aquí podría caber el intento de aplicar teorías como la semiótica social. La guía teórica de AMV de Kalium a la que nos referíamos antes podría considerarse como una versión desnuda y semiformal de la teoría estética más tradicional.
3. La teoría del aficionado, es decir: ¿Qué podemos saber gracias a los aficionados y sus prácticas habituales? Por ejemplo, según los *remixers amateur* que crean AMV populares, ¿qué hace que un AMV sea bueno? ¿Qué podemos aprender de las listas de *machinimas* “favoritos” de los usuarios de YouTube? ¿Qué podemos aprender de las críticas para averiguar cómo se escribe una *fan fiction* de éxito?

6. ASPECTOS DEL “OFICIO” DEL REMIX

El “oficio” del *remix* hace necesario conocer bien sus aspectos técnicos.

Si hacer un *remix* “photoshopeado” ahora es más sencillo que nunca gracias al desarrollo de *software* más manejable, sigue siendo necesario dominar una serie de habilidades técnicas básicas que se pueden perfeccionar con la práctica. Entre estas habilidades están los conocimientos “preparatorios”, que consisten, por ejemplo, en saber escanear fotografías impresas y convertirlas en formatos digitales, en transferir imágenes de una cámara digital o una tarjeta de memoria a un ordenador, en saber acceder a los archivos gratuitos de imágenes en línea, en descargar imágenes de Internet e incluso, en ocasiones, en convertir archivos de imágenes entre formatos (como .jpg, .tff o .gif). Los “photoshoppers” también tienen que dominar programas de edición de imagen digital como Photoshop de Adobe, Paintshop Pro de Jasc, Gimp³⁶ o Splashup³⁷. En estos programas, hay que saber utilizar las herramientas de selección y recorte para extraer partes concretas de una imagen y trasladarlas a otra, así como dominar una serie de herramientas y funciones de ajuste como el difuminado, el relleno, el tampón, la selección de formas o la igualación de color, además de las varitas mágicas o las paletas. Los conocimientos técnicos pueden adquirirse con los tutoriales del propio programa y los principiantes cuentan con una gran variedad de guías (tanto en línea como en papel; véase, por ejemplo, Corel 2007, Perkins 2006, Worth1000 2007). Pese a lo anterior, la competencia técnica no garantiza un *remix* eficaz: en los foros especializados suelen tener más éxito los *remixes* con un concepto inteligente pese a tener menor calidad que los *remixes* de producción impecable pero poco imaginativos (Lankshear y Knobel 2007).

En el caso de la *fan fiction*, el dominio del oficio incluye conocimientos técnicos y la capacidad de participar en los foros de *fanfic* o en los “espacios de aficionados” (Black 2008). Como ya mencionamos, para subir *fanfics* a la red hay que darse de alta como miembro de un grupo y subir las historias, a parte de que se escriban con procesador de textos en un ordenador local o en línea con Google Docs³⁸. También es necesario saber categorizar la *fanfic* (para el público general o adulto), encontrar un espacio para archivarla e incluso usar algunos conocimientos básicos de lenguaje HTML para incluir hipervínculos en la página de nuestro perfil o notas para los lectores. Para participar de forma eficaz en los espacios de aficionados es fundamental, entre otros puntos, encontrar las *fanfics* de otros y saber hacer una crítica constructiva y positiva, aprender a escribir con regularidad y de forma colaborativa a distancia, tener en cuenta los comentarios de los revisores y reconocer cuándo se ha tomado prestado un personaje, ya sea de una fuente comercial o del relato de un amigo (ver Black, 2007, 2008; Lankshear y Knobel, 2006).

Los conocimientos técnicos necesarios para producir *machinima* implican saber jugar a los videojuegos de los que se toman los personajes y los escenarios, saber grabar la acción que se ve en pantalla y editar los fragmentos de vídeo resultantes, saber convertirlos en un relato visual sin interrupciones y saber generar una voz y una banda sonora de calidad que se sincronicen correctamente con la imagen en movimiento. También es necesario saber cuál es el mejor lugar en el que “publicar” el trabajo para atraer al público más numeroso posible o al que tenga una opinión más fundamentada. En el caso de Machinima Mexicana, el grupo eligió subir sus vídeos a Youtube en lugar de utilizar un espacio específico para aficionados como Machinima.es. La publicación en YouTube garantiza una mayor audiencia, entre la que puede haber gente que no esté familiarizada con el *remix machinima* (y que simplemente encontró el canal del grupo mientras buscaba vídeos sobre sus

³⁶ En <http://www.gimp.org/>.

³⁷ En <http://www.splashup.com/>.

³⁸ En <http://docs.google.com/>.

videojuegos favoritos). De hecho, el lema del canal del grupo en YouTube es: “Entretenimiento a tu alcance!!!”. Para encontrar los vídeos del grupo en un espacio específico para aficionados es necesario saber de antemano qué es el *machinima*. Pero es más probable que el grupo reciba un *feedback* más incisivo y técnico sobre sus *remixes* en una web de archivos como Machinima.es que en YouTube.

El caso de Dynamite Breakdown es similar. Dynamite solía colgar sus AMV en AnimeMusicVideos.org³⁹, el principal espacio en línea para los *remixers* de AMV. Era reacio a subirlos a Youtube porque la página ofrecía entonces una resolución muy baja para vídeo que, según él, perjudicaba a sus *remixes*. También le gustaba la idea de atraer comentarios de *remixers* de AMV, tanto novatos como expertos, que no se prodigaban tanto en YouTube. Sin embargo, cuando se dio cuenta de que los seguidores de sus AMV estaban subiendo sus vídeos a Youtube y que esto atraía público, Dynamite abrió su propio canal en Youtube y ahora sube allí sus AMV, aunque no ha dejado de colgarlos en AnimeMusicVideos.org.

Existen numerosos recursos, tanto en línea como en formato físico, para perfeccionar el “oficio” del resto de prácticas de *remix*. Nos referimos, entre otros, a las FAQ (respuestas a preguntas frecuentes) que se cuelgan en foros y webs de comunidades de *remix*, a las guías sobre el *fan art* (como Howtodrawmanga.com⁴⁰), a los tutoriales de Photoshop (p.ej., Tronico 2010⁴¹), a los manuales que detallan paso a paso cómo crear cortos *machinima* (como Hancock e Ingram, 2007; Hawkins 2005; Marino 2004), a las guías sobre el *remix* musical (como Hawkins 2004 y los tutoriales de YouTube⁴²), a los manuales sobre edición de vídeo digital (como Kenworthy 2005, Videomaker 2004, Knobel, Lankshear y Lewis 2010) o a las guías para crear AMV (como AMV.org 2007).

COMENTARIOS FINALES

El *remix* digital es la nueva escritura popular. Con las actuales leyes de *copyright* y de propiedad intelectual, es en gran medida ilegal. Por si fuera poco, en muchos casos el mero hecho de aprender a usar esta nueva forma de escritura obliga a infringir la ley, como ha analizado Lessig (2004, 2005, 2008). Sin embargo, para que esta nueva forma de escritura llegue a ser un componente de la cultura democrática —en la que la mayoría de la población domine lo que algunos autores califican como las habilidades que serán más importantes para vivir eficazmente en el siglo XXI (Jenkins *et al.* 2006, Hagel *et al.* 2010)—, será necesario que la mayoría de la población pueda acceder de manera libre y sencilla a la mayoría de los recursos necesarios para adquirir esta competencia.

Vale la pena comentar tres cuestiones. La primera es la que plantea Lessig cuando afirma que, al igual que en los tiempos de John Philip Sousa, necesitamos consensuar leyes en materia de *copyright* y de control de la propiedad intelectual que garanticen un acceso democrático a los recursos de la escritura popular y que al mismo tiempo protejan los intereses de los “creadores originales”. En segundo lugar, será importante desarrollar grandes stocks de recursos culturales de acceso libre y regulados de modo que usarse con justicia, lo que a su vez derivará en el logro de las oportunidades democráticas necesarias para aprender, practicar y ser competente en la nueva escritura. Iniciativas como Creative Commons y Open Source Software y la cultura de compartir que ha marcado el desarrollo y crecimiento de las comunidades colaborativas como Wikipedia, son ejemplos paradigmáticos de este planteamiento.

³⁹ En <http://www.animemusicvideos.org/>.

⁴⁰ En <http://www.howtodrawmanga.com/>.

⁴¹ E <http://www.educasitio.com/photoshop-mezclar-imagenes>.

⁴² En <http://www.youtube.com/watch?v=geZ6uIo-GxQ>.

Por último, será importante comprender y perfeccionar las normas que rigen muchas plataformas y servicios de la Web 2.0 para que podamos utilizar libremente las creaciones culturales de manera que se beneficie tanto a los usuarios como a los propietarios de ese stock cultural. Las aplicaciones web híbridas que utilizan servicios como Google Maps, Google Earth o Twitter combinados con bases de datos de acceso libre añaden valor a los recursos originales, aportan beneficios a los usuarios de estos *mashups*, proporcionan oportunidades legales y valiosas para dominar “la nueva escritura popular” y, sobre todo, ofrecen modelos sobre los que pueden establecerse compromisos fructíferos para el futuro.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMV.org (2007): How-To Guides, *AnimeMusicVideos.org*. En <http://animemusicvideos.org/guides> (27-9-2007).
- Black, R. W. (2006): Not just the OMG standard: reader feedback and language, literacy, and culture in online fanfiction, paper presented at the Annual Meeting of The American Educational Research Association, San Francisco, 10 April.
- Black, R. (2007): Digital design: English language learners and reader reviews in online fiction. En M. Knobel y C. Lankshear (eds), *A New Literacies Sampler*, Nueva York, Peter Lang, págs. 115-136.
- Black, R. (2008): *Adolescents and Online Fan Fiction*. Nueva York, Peter Lang.
- Burgess, J. y J. Green (2009): *YouTube: Online Video and Participatory Culture*, Cambridge, UK, Polity.
- Cassany, D. (2010): “Leer y escribir literatura al margen de la ley”. En *CILELIJ [I Congreso Iberoamericano de Lengua y Literatura Infantil y Juvenil]*. *Actas y Memoria del Congreso*, Madrid, Fundación SM / Ministerio de Cultura de España, págs. 497-514.
- Corel (2007): *Paint Shop Pro® Photo XI Tutorials*. En <http://corel.com/servlet/Satellite/us/en/Content/1192639386269> (5-5-2007).
- Gevers, N. (2001): *Future remix: An interview with Ian McDonald*. En <http://www.lysator.liu.se/~unicorn/mcdonald/interviews/Gevers-Interzone172.html> (12-12-2010).
- Hagel, J., J. S. Brown y L. Davison (2010): *The Power of Pull: How Small Moves, Smartly Made, Can Set Big Things in Motion*, Nueva York, Basic Books.
- Hancock, H. y J. Ingram (2007): *Machinima for Dummies*, Nueva York: Wiley.
- Hawkins, B. (2005): *Real-Time Cinematography for Games*, Hingham, MA, Charles River Media.
- Hawkins, E. (2004): *The Complete Guide to Remixing: Produce Professional Dance-Floor Hits on Your Home Computer*, Boston, Berklee Press.
- Jacobson, E. (2010): Music remix in the classroom. En M. Knobel y C. Lankshear (eds.), *DIY Media: Creating, Sharing and Learning with New Technologies*, Nueva York, Peter Lang, págs. 27-49.
- Jenkins, H. (1988): *Star Trek Rerun, Reread, Rewritten*, *Critical Studies in Mass Communication*, 52 (2): 85-107.
- Jenkins, H. (1992): *Textual Poachers: Television, Fans, and Participatory Culture*, Nueva York, Routledge. Versión española: *Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión*, Madrid, Paidós. 2010.
- Jenkins, H. (2006): *Fans, Bloggers and Gamers: Exploring Participatory Culture*, Nueva York, New York University Press.
- Jenkins, H., R. Purushotma, K. Clinton, M. Weigel y A. Robison (2006): *Confronting the Challenge of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. *Occasional Paper*, Boston, MA, MIT/MacArthur Foundation.
- Joxcorr (2010): Montajes de Don Ramon. *Taringa.net*. En <http://new.taringa.net/posts/imagenes/6649546/montajes-de-Don-Ramon.html> (14-12-2010).
- Kalium (2004): *Kalium's AMV Theory Primer*. En <http://animemusicvideos.org/guides/kalium/index.html> (18-7-2008).
- Kelland, M., D. Morris y D. Lloyd (2005): *Machinima: Making movies in 3D virtual environments*, Boston, Thomson Course Technology.

- Kenworthy, C. (2005): *Digital Video Production Cookbook: 100 Professional Techniques for Independent and Amateur Filmmakers*, Palo Alto, CA, O'Reilly Media.
- Knobel, M. y C. Lankshear (2007): Online memes, affinities and cultural production. En M. Knobel y C. Lankshear (eds), *A New Literacies Sampler*, Nueva York, Peter Lang, págs. 199-227.
- Know Your Meme (2010): Don Ramon. *Know Your Meme*. En <http://knowyourmeme.com/memes/don-ramon> (14-12-2010).
- Koman, R. (2005): *Remixing culture: An interview with Lawrence Lessig*. En oreillynet.com/pub/a/policy/2005/02/24/lessig.html (22-4-2006)
- Lankshear, C. y M. Knobel (2006): *New Literacies: Everyday Practices and Classroom Learning*, 2ª edición: 2008. Maidenhead, UK y Nueva York, Open University Press. Versión española de la 2ª edición: Nuevos alfabetismos. Su práctica cotidiana y el aprendizaje en el aula. Madrid, Ministerio de Educación, Política Social y Deporte y Morata.
- Lankshear, C. y M. Knobel (2011): *New Literacies: Everyday Practices and Social Learning*, Maidenhead, UK y Nueva York, Open University Press, 3ª edición.
- Lessig, L. (2005): *Re:MixMe*. Plenary address to the annual Network for IT-Research and Competence in Education (ITU) conference, Oslo, Noruega. octubre.
- Lessig, L. (2008): *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. Nueva York: The Penguin Press.
- Luckman, S. y R. Potanin (2010): Machinima: Why think 'games' when thinking film. En M. Knobel y C. Lankshear (eds.), *DIY Media: Creating, Sharing and Learning with New Technologies*, Nueva York, Peter Lang, págs. 135-160.
- Machinima.es (2009): Historia Primera Parte. *Machinima.es*. En <http://machinima.es/historia-primera-parte-5> (14-12-2010).
- Machinima Mexicana (2010): Machima Mexicana Channel. *YouTube*. En [http://www.youtube.com/Machinima Mexicana](http://www.youtube.com/MachinimaMexicana) (14-12-2010).
- Marino, P. (2004): *3D Game-Based Filmmaking: The Art of Machinima*, Scottsdale, AZ, Paraglyph Press.
- Martos García, A. (2009) "Sagas y fan fiction, escritura literaria y cultura juvenil", *Lenguaje y textos*, 29: 167-178.
- Martos García, A. (2008) *Las Sagas fantásticas modernas y la ficción-manía: lenguajes literarios, plásticos, multimediales y sus repercusiones didácticas*, tesis doctoral. Badajoz, Universidad de Extremadura.
- McClay, J., M. Mackey, M. Carbonaro, D. Szafron y J. Schaeffer (2007): "Adolescents composing fiction in digital game and written formats: Tacit, explicit and metacognitive strategies", *E-learning*, 4 (3): 273-284.
- Naru (sin fecha): "Los Sims 2 Tutorial". En *Machinima.es*. En <http://machinima.es/los-sims-2-tutorial> (14-12-2010).
- Navas, E. (2007): *The three basic forms of remix: A point of entry*. En <http://www.remixtheory.net/?p=174> (5-12-2010).
- Navas, E. (2010): "Remix defined". En *Remix Theory*. En http://remixtheory.net/?page_id=3 (14-12-2010).
- Perkins, M. (2006): *Beginner's Guide to Adobe Photoshop*, Amherst, MA, Amherst Media.
- Phade (2002): *Phade's Guide to Good Anime Music Videos*. En animemusicvideos.org/guides/PhadeGuide (18-7-2008)
- Pugh, S. (2004): "The democratic genre: fan fiction in a literary context". En *Refractory: A Journal of Entertainment Media*. 5. En <http://blogs.arts.unimelb.edu.au/refractory/2004/02/03/the-democratic-genre-fan-fiction-in-a-literary-context-sheenagh-pugh> (27-12-2005).
- Simon, B. (1971): *Studies in the History of Education 1780-1870*, Londres, Lawrence and Wishart.
- Somogyi, V. (2002): "Complexity of desire: Janeway/Chakotay fan fiction", *Journal of American & Comparative Cultures*, Otoño-invierno: 399-405.

- Thomas, A. (2007): *Youth Online: Identity and Literacy in the Digital Age*, Nueva York, Peter Lang.
- Videomaker (2004): *Videomaker Guide to Digital Video and DVD Production*, Focal Press, 3ª edición.
- Waters, D. (2008): “Best Photoshop Hoaxes—A History of Doctoring History”. En *Weird News Files*. 6 sep. En <http://weirdnewsfiles.com/weird-photos/weird-photoshop/best-photoshop-hoaxes-doctoring-history/> (14-12-2010).
- Wikipedia (2010a): “Don Ramón”. En *Wikipedia*. En http://es.wikipedia.org/wiki/Don_Ramon (14-12-2010).
- Wikipedia (2010b): “Narcocorrido”. En *Wikipedia*. En <http://es.wikipedia.org/wiki/Narcocorrido> (14-12-2010).
- Wikipedia (2010c): “Remix”. En *Wikipedia*. En <http://en.wikipedia.org/wiki/Remix> (14-12-2010).
- Wikipedia (2010d): “The Harry Potter Lexicon”. En *Wikipedia*. En http://en.wikipedia.org/wiki/The_Harry_Potter_Lexicon (14-12-2010).
- Worth1000 (2007): *Photoshop Tutorials*. En <http://www.worth1000.com/tutorials> (14-12-2010).