

**Ensayo**

# **Hibridaciones autor/espectador en la producción cultural contemporánea: prácticas videográficas y competencias de la nueva recepción**

## ***Hybridizations author/viewer in contemporary cultural production: videographic practices and skills of the new reception***

Fecha de recepción: 14/11/2013

Fecha de revisión: 30/03/2014

Fecha de preprint: 30/06/2014

Fecha de publicación: 30/06/2014

# **Dra. Ana María SEDEÑO VALDELLÓS\***

Profesora Contratada Doctor. Departamento de Comunicación Audiovisual. Universidad de Málaga . España.  
valdellos@uma.es

La tecnología y un espacio público en cambio continuo por las redes sociales están conduciendo a una transformación en los objetivos y condiciones de la creación artística, sus audiencias y los demás agentes implicados. Nos encontramos en una era en la que la cultura del espectador está dejando lugar a una cultura de la participación, potencialmente transformadora de la noción clásica de recepción como fase diferenciada de las etapas de producción: los individuos se convierten en usuarios activos de la cultura, al tener la capacidad para modificarla y recrearla. El texto presente analiza, por un lado, las modificaciones en el estatuto de receptor, mediante el análisis de prácticas de creación colectiva de textos audiovisuales y de producción colaborativa, que invita a una recepción activa. Por otro lado, se reflexionará sobre las competencias necesarias (en torno a lenguaje, tecnología, producción) que demandan estos prosumidores para realizar un uso enriquecedor de estas capacidades, sus desarrollos tecnológicos y las nuevas relaciones sociales que conforman.

*Technology and a public space in permanent transformation by social networks are driving a change in the objectives and conditions of artistic creation, their audiences and other stakeholders. We are in an era in which the spectator culture is giving way to a culture of participation, potentially transforming the classical notion of reception. Individuals become an active member of the cultural production; they are willing to modify and recreate cultural texts . The paper analyzes, on the one hand, changes in receptor status by analysis of practices of collective creation and collaborative production in audiovisual texts. On the other hand , it will reflect on the necessary skills (about language, technology, production) which these prosumers demand to make rich use of these new technological developments and social relationships that form.*

## 1. Introducción

Son variadas las fuerzas transformadoras actuales del régimen audiovisual clásico que están modificando el centro de sus rasgos estéticos y lógicas de producción, distribución y recepción. En los últimos diez o quince años, ciertas prácticas están configurando un renovado mapa creativo audiovisual y alejándose de las bases para su descripción, clasificación y análisis.

Los estudios de recepción nacieron de la conferencia "Historia literaria como provocación" que Hans Robert Jauss impartió en la Universidad de Constanza el 13 de abril de 1967; con su énfasis en el vínculo entre el autor, la obra y el público supusieron una reacción al estructuralismo. Mas tarde, el autor propone el concepto de experiencia estética de la obra de arte: habla sobre el cambio producido en su *poiesis* (trabajo del artista) hacia la inclusión del espectador en la obra, el que se produce en su *aisthesis* (recepción) con una actitud más activa del espectador y el puesto en marcha en su *catarsis* (comunicación), para asegurar que el objetivo de toda obra artística es la consecución de la autonomía.

Desde entonces, la fenomenología (Merleau-Ponty), la sociología (Bourdieu), la teoría del espectáculo (Debord, Baudrillard) y la *mediología* (Debray, 1994) han colocado al espectador en el centro de la reflexión estética desde el campo de las artes. El tema ha interesado menos a la teoría audiovisual clásica, aunque en los últimos años puede localizarse todo un debate articulado desde posiciones diversas (Pérez Bowie, 2008: 171-177). Así, Mitry o Metz trataron de abordar el problema sólo desde los estados que la fantasía cinematográfica provoca en el espectador. También Casetti, considerando que la categoría de espectador había sido desatendida, escribió *El film y su espectador* (1989) para analizar cómo se constituía el espectador cinematográfico sobre la base de las estrategias que se activan en el filme, aunque su metodología semiótica tiende a reducir el receptor filmico al denominado "espectador implícito". Como ha contestado Roger Odin (1998) con su semiopragmática del texto fílmico, es necesario atender también a la interacción entre el espectador producto del film y el espectador del espacio social. Por su parte, el acercamiento empírico-cognitivo de Bordwell (1996) trata de analizar la función del espectador bajo criterios psicologistas y de fuerte raigambre fenomenológica. Estas notas dan una idea de la dificultad de atender a la multitud de dimensiones en que se define la *espectatorialidad*, término que definiría la recepción transfigurada por la necesidad de incluir al espectador de cine en su espectro, así como sus opciones y funciones. Como explica Robert Stam (2001):

"Las posiciones del espectador son multiformes, presentan fisuras, esquizofrenias, se desarrollan de manera desigual, son discontinuas en lo cultural, en lo discursivo y en lo político, y forman parte de un territorio cambiante de diferencias y contradicciones que se ramifican. (...) Si la *espectatorialidad* está estructurada y determinada en un nivel, en otro nivel es abierta y polimorfa. La experiencia cinematográfica tiene una cara lúdica, aventurera y también un rostro imperioso; configura un yo plural "mutante", que ocupa un espectro de posiciones del sujeto" (Stam, 2001, 271).

En la actualidad, la atención por las metamorfosis en el campo de la recepción de fenómenos culturales se encuentra en auge. La estética de la recepción se centra en describir las transformaciones del receptor/espectador y el público, su relación con los diversos agentes y los dispositivos artísticos, culturales y tecnológicos que las hacen posible.

Se parte aquí de la premisa de que la interacción con las pantallas se encuentra en la base de un nuevo tipo de ciudadanía y recepción, con mayor conciencia crítica y participación activa, así como de que la conectividad digital supone una nueva experiencia de vida y de recepción. Creemos, de igual manera que, de alguna forma, la perspectiva de la reflexión desde las competencias necesarias para esta nueva recepción puede funcionar para combinar ambas perspectivas e hibridar sus puntos de vista.

## 2. Características de la nueva recepción

Como ha descrito Nicolás Bourriaud (2007), se ha producido un cambio de paradigma de una estética *situacionista* a una estética relacional, donde los ciudadanos se vuelven creadores y productores al tener la capacidad para modificar y recrear textos gracias a un acceso flexible a la tecnología.

La producción cultural contemporánea se caracteriza por la elaboración de textos desde la participación y la responsabilidad compartida. Este empoderamiento del receptor frente a otros agentes culturales y su arribo a responsabilidades creativas desdibuja la tradición de poder y decisión en la producción cultural. Los nuevos modelos de innovación no oficial están generando lógicas creativas abiertas, de trabajo y participación colaborativa y transfigurando las relaciones jerárquicas entre los polos popular/amateur y oficial/empresarial/institucional. El factor de organización colectiva de ciertas comunidades de fans los convierte en un polo de resistencia contra organizaciones, instituciones empresariales o incluso estados.

“el fanatismo organizado es, quizás en primer lugar y sobre todo, una institución de teoría y crítica, un espacio semiestructurado en el que interpretaciones contrapuestas y evaluaciones de textos comunes se proponen, debaten y negocian, y en el que los lectores especulan sobre la naturaleza de los medios de comunicación y su propia relación con ellos” (Jenkins, 1992: 86).

Por otro lado, las prácticas audiovisuales de los nuevos receptores activos suelen relacionarse con un carácter subjetivo: la producción visual se justifica en algunos casos, no sólo por su función de recuerdo sino como prueba, como exposición emocional o de momentos afectivos.

Como ya decía Benjamin, al contrario que la debida serenidad y contemplación de otras artes, la experiencia del espectador de cine pasa por el entretenimiento (Benjamin, 2003: 174-178): el receptor activo actúa sobre los mensajes contemporáneos en la órbita de la búsqueda de placer. Al contrario de lo que se pudiera creer no parece que esto sea nuevo para la juventud conectada... sino que ha sido localizado por diversas corrientes de los *cultural studies* en torno a las audiencias de los medios, especialmente desde los años ochenta y a lo largo de los noventa: la perspectiva de los usos y gratificaciones, el trabajo de Fiske (1996) sobre la productividad de las comunidades de fans, el de Simon Frith (1988) sobre el placer obtenido por los oyentes de música popular o el de Staiger (1992) sobre las identidades, tácticas y estrategias interpretativas que los espectadores llevan consigo al cine, son sólo algunos ejemplos. En la *iconosfera* contemporánea este placer se mezcla con las posibilidades que la intertextualidad, la cita y la revisión añaden, gracias a la alta accesibilidad al software y hardware de edición de textos digitales.

También la capacidad ilimitada de creación de esas imágenes han aumentado el problema de la *desontologización* de lo icónico (Abramovski, 2010): la falta de referencialidad de la producción icónica contemporánea, la distancia creciente entre las imágenes y la realidad objetiva supone el nuevo reto de tomar conciencia de los límites y poderes de la imagen:

“El placer y la gratificación implican ahora una actitud diferente, una fascinación consciente provocada por el juego de referencias intertextuales y –en paralelo con la entrega a los sensacionales deleites de la imagen y la acción- por la perfección analógica y la aplicación espectacular de las propias imágenes, desligadas de sus vínculos referenciales. Imágenes que, pese a su imperceptibilidad y sus ilusionismo perfectos, se ofrecen no obstante a una especie de juego perceptivo en torno a su propia materialidad y al artificio que se oculta detrás de su fabricación. Aquí se concede al propio significante tanta importancia como al significado” (Darley, 2002: 179).

Los nuevos modelos de innovación no oficial están generando lógicas creativas abiertas que difuminan cada vez más las relaciones jerárquicas entre cultura institucional/oficial/empresarial y popular/amateur. Por ello, las imágenes y las informaciones provienen de un número cada vez mayor de fuentes, y sus canales de distribución y/o consumo se diversifican extraordinariamente.

Todo ello define, de alguna manera, el consumo *aisthético* activo de la contemporaneidad, el de una multitud interconectada y transformadora de todo tipo de textos culturales que es activa, *prosumidora* y solicita su papel protagónico como nuevo agente. Estas nuevas gramáticas de la multitud (Virno, 2003) interconectada tienen incluso consecuencias en forma de transformaciones en el ámbito político. Los fenómenos provenientes de comportamientos colectivos autoorganizados comienzan a ser estudiados desde la perspectiva de las nuevas interacciones sociales y el análisis de redes, con los conceptos de “forma red” (Borge-Holthoefer et al. 2011; Lotan, 2011, Morer, 2012) o la noción de mente enjambre o *swarming*.

Un componente de antiindividualidad anima la interacción recíproca, tanto en lo que tiene que ver con la producción en sí misma como en la de crítica y evaluación de los textos ajenos, en una especie de filtrado social mediante las acciones de compartir u otros métodos para indicar la preferencia de gustos. Esta *folcsonomía* o indexación social consiste en la “clasificación colaborativa por medio de etiquetas simples en un espacio de nombres llano, sin jerarquías ni relaciones de parentesco predeterminadas. Se trata de una práctica que se produce en entornos de software social cuyos mejores exponentes son los sitios compartidos como *delicious* (enlaces favoritos, Flickr (fotos), etc” (Díaz y Freire, 2012: 228).

Podemos prefigurar que estas experiencias en colectividad son fuente de aprendizaje. Senge (1992) o Lave y Wenger (1990) han reflexionado sobre las organizaciones que aprenden, y quizás sea Shirky (2008) el que más se ha interesado, en este sentido, por la colectividad virtual. Por su parte, el proyecto *Digital Youth*, financiado por la Fundación MacArthur, ha estudiado cómo los jóvenes aprenden mediante la socialización en las redes digitales y en qué condiciones las experiencias en ellas se convierten en educación (Ito et al., 2009). En España, estudios análogos comienzan a ser habituales (Marta y Grandío, 2013).

### 3. Prácticas de la nueva recepción y competencias mediáticas

Por tanto, en este nuevo sistema de la web 2.0 o web participativa, se espera que el antes espectador se convierta en productor, dejando atrás la fase de usuario/espectador y cualquier tipo de pasividad respecto a los mensajes mediáticos, si es que esta inactividad, en principio teórica, ha existido realmente. Esto supone el surgimiento de un ejército de potenciales creadores, *prosumers* que superan el simple consumo de obras (artísticas, audiovisuales): se da lugar, así, a una hibridación de las antes separadas categorías de emisión/recepción, producción/consumo de productos culturales. Esta falta de diferenciación

de condiciones puede y debe estudiarse también en términos de competencias, es decir, en el análisis de las necesidades que el espectador presente, en su forma de *prosumidor*, necesita alcanzar.

Desde el pensamiento artístico y filosófico de las primeras vanguardias (del constructivismo al formalismo) que tuvieron también su proyecto político y una clara inclinación social, se ha resaltado cómo el arte y, más tarde, los medios de masas, debía convertirse en catalizador para que sus usuarios (ciudadanos, trabajadores formales) introdujeran innovaciones en el aparato de producción oficial. Benjamin, tomando la idea de Bertolt Brecht, lo llamó potencial *refuncionalizador*, capacidad para lograr un modelo de producción que traslade a los consumidores hacia la producción, que convierta a los lectores o espectadores en colaboradores:

“la persona que lee está lista en todo momento para volverse una persona que escribe, es decir, que describe o que prescribe. Su calidad de experto –aunque no lo sea en una especialidad sino solamente en el puesto que ocupa- le abre el acceso a la calidad de autor” (Benjamin, 2004: 8).

La importancia de una audiencia crítica, como primer paso hacia esta capacidad, viene siendo resaltada por multitud de organismos y estudios; en algunos de ellos se señala esta dimensión de recepción desde la necesidad de que la audiencia disponga de suficientes “opciones mediáticas con el fin de garantizar opciones informadas y mantener niveles apropiados de distancia crítica” (Ferrés y Piscitelli, 2012: 81).

Sin embargo, son muchas más las habilidades que requieren ser tenidas en cuenta. Según Dolores Reig y Luis Vilchez, las competencias más importantes para el individuo conectado son: el trabajo colaborativo (crowdsourcing, cocreación, cooperación), las habilidades de búsqueda o las de filtrado de información de calidad, la capacidad de síntesis, la orientación a futuro y a proyectos, la creatividad, la concentración, etc. (Reig y Vilchez, 2013: 25). Muchas de ellas podríamos encontrarlas en algunas de las prácticas de hibridación creación/recepción que presentamos a continuación.

En primer lugar, el cine *opensource* (u *opencinema*) es una modalidad que encuentra su raíz en el contexto cultural del remix y el *mash-up*, en el que colectivos autoorganizados plantean proyectos audiovisuales en colaboración. Estas propuestas se mueven entre las múltiples ediciones cerradas a modo de versiones de un material audiovisual genérico, hasta las propuestas de postproducción continua, en permanente creación. Las llamadas *wikipelis* como *Elephant's Dream*, *Iron Sky* o *El Cosmonauta*, desarrollan estas variedades con múltiples matices, en este juego de innovación en el que se incita a dejar de ser receptor para convertirse en director de versiones/ediciones/remix... *Stray cinema*, un colectivo donde se libera el metraje a través de una licencia Creative Commons, supone un paso interesante en tanto que se plantea como proyecto cerrado que deba finalizar con un montaje, sino que desea la consecución del mayor número de versiones. En el caso de *Man with a movie camera: the global remake* de Perry Bard se recrean colaborativamente fragmentos o secuencias de la conocida película de Dziga Vertov (*El hombre de la cámara*, 1929).

Este cine de base de datos o *database cinema* (Manovich, 2005) solicita del espectador *prosumer* dos tipos de competencias. Una es la referente a actitudes de trabajo continuo en red (donde se ponen en juego prácticas de conocimiento y acatamiento de reglas, búsqueda de colaboradores...) y otras las puramente tecnológicas que tienen que ver con la búsqueda de información, su valoración y la creatividad para utilizar el material de manera innovadora con el objetivo de darle un nuevo uso, así como el conocimiento meramente utilitario de programas de edición de imagen y sonido. A todo ello se une todo lo que podríamos llamar

“conocimiento adjunto”, todo un capital de información técnica referente a terminología de hardware y software, procedimientos sobre instalación de programas, cómo y dónde conseguir gratuitamente plugins y actualizaciones, actuación en foros y chats y un sin fin de capacidades periféricas más.

Como demuestran algunas investigaciones (Sparrow, 2011) los buscadores y la red pueden estar cambiando las actividades de procesamiento de información y desplazando la atención desde el contenido de la misma a la forma de su almacenamiento, poniendo el énfasis en la forma de actualizarla en el momento en que se necesita: cada vez más, necesitamos de una memoria transactiva o memoria de funcionamiento, más que de una de datos, irrelevante ya a causa de la ingente capacidad de almacenamiento de los sistemas red y de su disponibilidad sin límites espaciales. Es decir, se vuelve más significativo el proceso de elección y decisión de la información relevante y las formas adecuadas de acceso rápido a la misma y su contenido complementario.

La creación contemporánea se describe no tanto como la generación de imágenes sino desde el uso del material anterior. En este sentido hay que entender el concepto de “autor como selección”: el nuevo receptor de textos culturales realizaría una adaptación de las capacidades de las figuras de programador o curador/comisario insertando su obra en una red de signos, significados u obras anteriores. Bourriaud (2004) ha localizado en esta manifestación un efecto del “ecosistema de postproducción”, un conjunto de condiciones que explica lo citado respecto al cine de base de datos y *opencinema*: la necesidad de tener criterios para acceder, seleccionar y tratar integralmente información anterior (imágenes, sonidos, vídeo...) caracteriza a este autor como selector (citado también por Benjamin) que, por otra parte, también señala a las actividades de remezcla, el uso de *found footage* o las prácticas audiovisuales como el *live cinema*.

En segundo lugar, pueden citarse algunos ejemplos en torno a lo que vienen denominándose pedagogías colectivas, proyectos que vinculan el arte, la educación y el activismo ciudadano para transformar ámbitos concretos y en los que participan colectivos barriales o con intereses comunes. El activismo político contemporáneo ha dado lugar a hibridaciones con ámbitos como el de la creación, lo que ha sido descrito por Reinaldo Laddaga dentro de una contemporánea estética de la emergencia (2003), un conjunto de formas nuevas presentes de activismo político, investigación y producción económica y social, en torno al trabajo colaborativo, en los que la actividad laboral absorbe o recoge rasgos de la acción política. La competencia tecnológica incluye aquí la exigencia de un factor de organización colectiva y resistencia que se encuentra en la línea de los debates recientes en torno a las TEP (tecnologías para el empoderamiento y la participación), como base para la independencia en la producción de imaginarios.

Estas ideas pueden ejemplificarse con el caso del llamado cine sin autor (CsA), prácticas con una fuerte postura crítica que experimentan fórmulas de producción colectiva de imágenes con objetivos pedagógicos. En su caso la categoría de autoría es problematizada a través de fórmulas de empoderamiento colectivo y democratización de las decisiones sobre la “producción de las propias creaciones fílmicas, la propia estética y la propia gestión de la obra y sus beneficios” (Tudurí, 2008).

#### 4. A modo de conclusión

La creación colaborativa con nuevas tecnologías digitales y redes sociales ha producido un reemplazo de la noción convencional de autoría y recepción. Se han presentado algunos ejemplos de lo que podría llamarse activación de la recepción a través de prácticas videográficas, que son sólo una muestra de la diversidad que actualiza todo un conjunto de condiciones con las que repensar las producciones culturales. El espectador contemporáneo ha dejado de estar detrás del espejo, del televisor, de la pantalla de cine (ha dejado de ser pasivo e inocente) y reclama un puesto activo y nuevas opciones para desarrollar sus habilidades y competencias.

Esta recepción participativa se genera con el propósito de convertirse en agente productivo, con nuevas capacidades de selección de la información, de búsqueda de la misma, de edición y tratamiento... y caracteriza estas nuevas formas de hibridación de los agentes clásicos de la producción-autoría/recepción.

Quizás el mayor reto para la escuela sea que esta educación en colectividad y llevada más allá de la sola lectura crítica de los mensajes, desde la producción activa, aproveche al máximo estas nuevas condiciones de creación de textos audiovisuales y digitales en orden a una nueva ciudadanía.

#### 5. Referencias bibliográficas

- [1] ABRAMOVSKI, A. (2010). Las escuelas y las imágenes: variaciones de una vieja relación. En: DUSSEL, I. et al. *Aportes de la imagen docente: abordajes conceptuales y pedagógicos*. Documento de Proyecto Red de Centros de actualización e Innovación educativa (Argentina).
- [2] BENJAMIN, W. (2003). *La obra de arte en la era de la reproductibilidad técnica*. México: Itaca.
- [3] BENJAMIN, W. (2004). *El autor como productor*. México: Itaca.
- [4] BORDWELL, D. (1996). *La narración en el cine de ficción*. Barcelona: Paidós.
- [5] BORGE-HOLTHOEFER, et al. (2011). Structural and dynamical patterns on online social Networks: The spanish may 15th movement as a case study. *Plos One*. Disponible en [www.plosone.org/.../info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pone.0023883](http://www.plosone.org/.../info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pone.0023883)
- [6] BOURRIAUD, N. (2004). *Posproducción: La cultura como escenario; modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora.
- [7] BOURRIAUD, N. (2007). *Estética relacional*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora.
- [8] CASSETTI, F. (1989). *El film y su espectador*. Madrid: Cátedra.
- [9] CRARY, J. (2008). *Las técnicas del observador. Visión y modernidad en el siglo XIX*. Murcia: Cendeac.
- [10] DARLEY, A. (2002). *Cultura visual digital*. Barcelona: Paidós.
- [11] DEBRAY, R. (1994). *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*. Barcelona: Paidós.
- [12] DIAZ, J. y FREIRE, J. (2012). *Educación expandida*. Sevilla: Zemos98.
- [13] FERRÉS, J. y PISCITELLI, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, vol. 12, 38-82.

- [14] FISKE, J. (1996). *Reading Television*. Nueva York: Routledge.
- [15] FRITH, S. (1988). *Music for pleasure. Essays in the sociology of pop*. Cambridge: Cambridge University Press.
- [16] ITO, M. et al. (2009). *Hanging Out, Messing Around, Geeking Out: Living and Learning with New Media*. Cambridge: MIT Press.
- [17] JAUSS H. R. "Historia literaria como provocación" Universidad de Constanza, 13 de abril de 1967.
- [18] JENKINS, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. London: Routledge.
- [19] LADDAGA, R. (2006). *Estética de la emergencia: Sobre la reorientación actual de las artes*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora.
- [20] LAVE, J. y WENGER, E. (1990). *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- [21] LAZO, C. M. y GRANDÍO, M. (2013). Análisis de la competencia audiovisual de la ciudadanía española en la dimensión de recepción y audiencia. *Comunicación y Sociedad*, vol. 26(2), 114-130. Disponible en [http://www.unav.es/fcom/comunicacionsociedad/es/resumen.php?art\\_id=450](http://www.unav.es/fcom/comunicacionsociedad/es/resumen.php?art_id=450)
- [22] LOTAN, G. (2012). *#OccupyWallstreet analyses*. Disponible en <http://giladlotan.com/occupywallstreet-analyses/>
- [23] MANOVICH, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- [24] MORER, I. (2012). *Análisis de mesoescala en procesos de comunicación en movimientos autoorganizados*. Proyecto fin de carrera. Universidad de Zaragoza.
- [25] ODIN, R. (1998). Historia de los paradigmas. La teoría del cine revisada. *Archivos de la filmoteca*, 28, pp. 80-99.
- [26] PÉREZ BOWIE, J. A. (2008). *Leer el cine. la teoría literaria en la teoría cinematográfica*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- [27] REIG, D. y VILCHEZ, L. (2013). *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas*. Madrid: Fundación Telefónica.
- [28] SENGE, P. (1992). *La quinta disciplina. El arte y la práctica de la organización abierta al aprendizaje*. Barcelona: Granica.
- [29] SHIRKY, C. (2008). *Here comes everybody: the Power of Organizing without Organizations*. London: Penguin Books.
- [30] SPARROW, B.; LIU, J. y WEGNER, D. M. (2011). Google effects on memory: Cognitive consequences of having information at our fingertips. *Science*, 333, pp. 776-778.
- [31] STAIGER, J. (1992): *Interpreting films: Studies in the historical reception of American Cinema*. Princeton University Press.
- [32] STAM, R. (2001). *Teorías del cine. Una introducción*. Barcelona: Paidós.
- [33] TUDURÍ, G. (2008). *Manifiesto del cine sin autor. Realismo social extremo en el siglo XXI*. Versión 1.0. Madrid: Centro de documentación crítica de Madrid. Madrid. Disponible en [http://ia600307.us.archive.org/33/items/ManifiestoDelCineSinAutor\\_560/ManifiestoCsa.pdf](http://ia600307.us.archive.org/33/items/ManifiestoDelCineSinAutor_560/ManifiestoCsa.pdf)





[34] VIRNO, P. (2003). *Gramática de la multitud. Para un análisis de las formas de vida contemporáneas*. Madrid: Traficantes de sueños.

## Notas

Estudio enmarcado en la Convocatoria de Proyectos I+D del Ministerio de Economía y Competitividad con clave: EDU2010-21395-C03-03, titulado "La enseñanza obligatoria en comunicación audiovisual en un entorno digital".

