

Producción audiovisual en torno al 15M y cultura libre: revueltas 2.0.

La producción de video en internet vinculada con la reciente ola de protestas postprimavera árabe¹ ofrece modelos alternativos de producción y distribución del audiovisual, distintos a los comerciales. Estas formas de producción y distribución –autoría colectiva o anónima, uso de licencias copyleft, visualización libre– aunque no son totalmente novedosas, sí han vivido una explosión masiva en años recientes. Tanto estos rasgos como la propia estética de los vídeos --el collage o la apropiación de materiales-- son constitutivos esenciales de su compromiso político. Por otra parte, los dispositivos que permiten retransmitir en vivo o subir fotos y vídeos desde el mismo lugar donde suceden los acontecimientos han cambiado la temporalidad de la contrainformación y han convertido la inmediatez en herramienta de subjetivación. La misma idea de información se desborda en la red hasta la misma creación de identidad y genera un espacio nuevo de adscripción y participación..

Nuria Vila Alabao

Periodista

Introducción

El 15 de octubre de 2011 asistimos a lo que probablemente ha sido la mayor movilización mundial simultánea de la historia. En cientos de ciudades, miles, quizás millones de personas salieron a la calle con un mensaje global: somos el 99% excluido de la toma de decisiones y estamos contra el mandato de los mercados¹. Este ha sido un hito más dentro de una cadena de movilizaciones que, con diferentes contextos y expresiones pero compartiendo rasgos comunes, se ha producido primero en los países del Mediterráneo y de ahí ha contagiado a otros continentes hasta alcanzar *Wall Street*.

Acompañando a estos movimientos, miles de vídeos se han producido en todo el mundo para informar, denunciar, retratar, convocar a manifestaciones o movilizar adhesión. Las redes sociales están viviendo una auténtica explosión –con producciones de altísima calidad en muchos casos– que demuestran que el lucro no es el único motor del mundo. Y desde luego, no lo único que impulsa a los realizadores y productores culturales. Estos trabajos nos enseñan que es posible filmar y producir por fuera del sistema industrial y que la distribución ya está dejando de ser el principal problema de las producciones alternativas. La red no es más el futuro sino el presente y a medida que alcance aquellos lugares y sectores sociales excluidos que todavía permanecen desconectados será la principal manera a través de la cual consumamos audiovisual.

Desde luego, el fenómeno no es nuevo. El videoactivismo contemporáneo a través de la red tiene un precedente cercano en lo que se llamó el Movimiento Global o Antiglobalización que se produjo desde mediados de los años 1990 al calor de la oposición que provocaron las cumbres de los organismos internacionales del gobierno económico mundial –Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial, G8–. Eran los tiempos del primer *peer to peer* y las videotecas on-line como Archive.org. En ese contexto, nacieron experiencias comunicativas como la zapatista y su «guerrilla comunicativa», los Centros de Medios de las contracumbres –cuyas prácticas resuenan en el espacio que en Madrid se originó durante el 15M, o incluso en las formas de trabajo de las comisiones audiovisuales–. También se creó en esos años Indymedia, un experimento inédito de comunicación on-line –una página de publicación libre y no moderada pensada para movimientos sociales con un eje principal en la contrainformación– que se reprodujo desde Estados Unidos hasta Europa y que constituyó un verdadero precedente de la publicación abierta y de los foros de comentarios cuando en la red esas prácticas resultaban verdaderamente singulares. Indymedia Barcelona sigue existiendo, pero si tuvo un papel relevante durante los primeros años del 2000, ahora con la evolución de las redes sociales podemos decir que la contrainformación ha perdido relevancia como función comunicativa activista. No sólo ha cambiado la red y nuestra forma de consumir información a través de ella –las redes sociales constituyen el mejor espacio contrainformativo hoy–, también podemos decir que el 15m ha hecho saltar el marco de interpretación dominante: hay más relatos discordantes con el hegemónico y en general más contestación. Discursos o informaciones que ahora podemos leer o ver en medios de comunicación tradicionales, hace una década sólo tenían difusión en espacios “alternativos”. Por otra parte, la propia red está haciendo implosionar a

1 *We are the 99%* es un eslogan lanzado por el movimiento *Occupy Wall Street* que ha devenido global extendiéndose su uso a pancartas de todo el mundo. La frase hace referencia a la concentración de capital y de poder en manos del 1% de la población mientras que el 99% serían los ciudadanos que están pagando el precio de la crisis provocada por una minoría en una economía financiarizada.

los medios de comunicación tradicionales que tratan de capear la crisis intentando parecerse y actuar como redes sociales y diversificando sus *targets*.

Respecto a la producción audiovisual, en esos años del primer mediactivismo, la capacidad de la red para difundir vídeo –sobre todo en tiempo real– y las tecnologías de compresión disponibles, imposibilitaban una verdadera masificación de su consumo on-line. Podemos decir que la ola actual de protestas se ha dado en un contexto tecnológico ideal para la proliferación de la producción de vídeos con pocos recursos y con posibilidad de un amplio alcance, sobre todo a partir de la eclosión de la web 2.0. En algún momento de la era internet, parecía que los medios de comunicación tradicionales iban a ser también imprescindibles en la red como seleccionadores necesarios entre la sobreabundancia de información. Sin embargo, las redes sociales –la web 2.0– han generado un nuevo sistema de intermediación usuario a usuario basado en redes de afinidad: profesionales, de militancia o de amistad. Hoy por hoy, ya vemos los vídeos que nos recomiendan nuestros amigos y conocidos sin necesidad de que hayan sido difundidos por los medios de comunicación tradicionales y con cifras de visionado mayores en algunas ocasiones. También la comunicación directa con los receptores o «de productor a consumidor», acabará modificando las formas de financiación de las propuestas audiovisuales. Ahora mismo, experiencias como el crowdfunding –en el que particulares apoyan económicamente proyectos concretos en fase de realización– apuntan hacia ahí.²

¿Por qué son tan importantes estos ejemplos? Walter Benjamin, en su ensayo de 1934 *El autor como productor*, aconsejaba ver la tendencia política de una producción cultural no esencialmente por cómo se posicionaba frente a las relaciones de producción de una época, sino por cómo estaba en ellas (Benjamin, 2004). Es decir, por cómo contribuía a la transformación de las relaciones de dominación en el camino hacia una nueva realidad social –comunista, en tiempos de Benjamin–. Podríamos decir por tanto, que estos trabajos hallados en las redes, que circulan libremente y que están articulados con las protestas de varias formas, en la medida en la que replantean las formas de producción y distribución, se encuentran del lado de los que impulsan la transformación de la sociedad. Al menos, del lado de un cierto «comunismo cultural» que pretende la ampliación de los bienes comunes disponibles y su libre acceso, ejes vertebradores de la «cultura libre».

Este heterogéneo movimiento social parte de una visión de la circulación cultural no únicamente basada en criterios mercantilistas, sino como derecho humano fundamental y principio necesario para su mismo desarrollo –toda creación parte de una cultura común previa– (Lessig, 2004). Podemos decir que esta filosofía está permeando la red. En la actualidad, la mayoría de producciones políticas –e incluso una gran parte de las que aparentemente no lo son– apuestan por licencias libres; es decir, por formas legales inspiradas en la protección del software libre³ que permiten compartir la obra con distintos grados de libertad: permisos de uso, copia y redistribución, e incluso muchas veces, posibilitan también su modificación. Además, el uso de algunas de estas licencias, como las *Creative Commons*⁴ ahora son una opción alternativa al copyright en las páginas de

2 Véanse propuestas como <http://www.verkami.com/> o <http://www.goteo.org/> Para un análisis de estas formas de financiación así como sobre cine “colaborativo”, cine de “código abierto” y otras derivas contemporáneas de la producción audiovisual en la red, ver ROIG, A. (2009). *Cine en conexión: producción industrial y social en la era cross-media*. Barcelona: UOC Press.

3 Según la definición de la Free Software Foundation de Richard Stallman, uno de los creadores e impulsores del software libre. <http://www.gnu.org/philosophy/free-sw.es.html>

4 <http://creativecommons.org>

visualización y subida de vídeos más populares. Esta apuesta es importante porque supone un posicionamiento claro en la batalla que las industrias culturales llevan adelante contra la circulación de la cultura así como contra los creadores y usuarios que comparten en la red; y esto, debido a que ven amenazados sus modelos de negocio. Editoriales, discográficas, grandes productoras que ante la reducción de sus beneficios y la perspectiva de la inminente radical transformación de su modelo de negocio están dando sus últimos coletazos empujando leyes de derechos de autor más restrictivas y criminalizadoras que directamente amenazan la libertad en la red y fuera de ella, así como intentan restringir la posibilidad de acceso a los bienes comunes disponibles⁵.

Respecto a los vídeos vinculados a estas protestas que circulan por internet, podríamos preguntarnos qué hay en ellos que apunte a las demandas de las mismas movilizaciones y que nos oriente un poco por su composición y por las nuevas formas distribuidas de colaboración que se han gestado en las redes, tanto las distribuidas –on-line– como cara a cara, en esa ida y venida de la plaza a la red que produce un nuevo espacio entre lo vivido y lo virtual. Sin ánimo de ser totalmente exhaustivo, en este análisis se apuntan algunas ideas que parten de la visualización de materiales que circulan en la red tras el 15M⁶. Muchos de sus rasgos ya aparecían en el videoactivismo previo. Quizás lo verdaderamente diferente es que ahora estos rasgos se han masificado –a la vez que se prefiguran fenómenos nuevos– en lo que podríamos llamar una “cultura popular de oposición” a medida que el consumo de audiovisual por internet se hace más y más importante. Recordemos que ya han pasado seis años desde el nacimiento del portal de vídeo *Youtube*, un verdadero hito en lo que respecta a la visualización on-line⁷.

1. El mayor medio de comunicación del mundo

Las herramientas tecnológicas que ayudan en la coordinación del movimiento, también apoyan las funciones más habituales de la imagen activista: las de información, contrainformación y denuncia. Como explican los editores del blog *Madrilonia*: «cada persona somos un medio de comunicación y todos juntos somos el mayor medio de

5 El mejor ejemplo de la materialidad de estas luchas por la propiedad de lo inmaterial, o cómo se comunican la protesta en la calle y en la red, podemos encontrarlo en las movilizaciones españolas. Este movimiento se nombró como 15M, por ser la fecha de una manifestación masiva que derivó en una inesperada toma de las plazas y que supuso el pistoletazo de salida. Esa primera convocatoria no fue realizada por ninguna organización tradicional, sino que fue apoyada por varias plataformas que venían trabajando sobre todo en las redes sociales. Entre ellas, estaba *Nolesvotes*, que había surgido para plantarle cara a una nueva ley hecha a medida de los intereses de las industrias culturales. Esta ley, conocida en España como Ley Sinde, permite cerrar páginas web sin orden judicial, aquellas que comparten enlaces vinculados a materiales protegidos por derechos de autor como las películas. He ahí la materialidad de las disputas por la circulación de la cultura: una ley profundamente impopular entre los internautas provoca una gran reacción en las redes que se movilizan para sumarse a otras protestas ya en marcha y que acabaron desembocando en una espiral imparable de movilizaciones.

6 El visionado de trabajos producidos en la primavera árabe o Estados Unidos nos muestra unos rasgos comunes que evidencian un cierto contagio del repertorio de la protesta y de formas expresivas que se da, precisamente, a partir de la propia circulación de imágenes.

7 Para una historia de youtube y un análisis de su impacto en la transformación del rol del consumidor ver Jarrett, 2010. YouTube: Online video and participatory culture. *Continuum*, 24(2), 327-330.

comunicación del mundo» (Madrilonia, 2011). Esta es una tendencia imparable consolidada por las redes sociales.

A estas funciones se le suman otras exclusivas que tienen que ver con el desarrollo de la tecnología de registro audiovisual y las posibilidades que se abren con la distribución en tiempo real. Los nuevos dispositivos que permiten retransmitir en vivo o subir fotos y vídeos desde el mismo lugar donde suceden los acontecimientos han cambiado la temporalidad de la contrainformación pero también han convertido la inmediatez en herramienta de subjetivación (Arbide y Pin, 2011). Podemos encontrar on-line numerosos ejemplos de grabaciones de todo tipo sobre las protestas, registrados por así decirlo «desde su interior» –vídeos sin editar registrados con tecnología móvil con una manifiesta intencionalidad de autorepresentación–.

LEYTON84, *Grito mudo - Puerta del Sol de Madrid - #15M 20/05/2011*.

<http://www.youtube.com/watch?v=jmMKIKXtXSU> (accedido on-line agosto 2013)

La imagen tiene ahí una potencia extrema de generar identificación y sentido de pertenencia. Cuando la participación es posible desde la calle y desde la comunidad-red –elaboración de propuestas, pensamiento y acción– el sentimiento impulsa a ver la imagen de esa calle, en la que estuvimos o no, que es el espejo de las tramas de oposición que se gestan entre el teclado y la pantalla. La imagen de la plaza, es la imagen de la participación: una especie de lugar entre la calle y el espacio público de internet. La idea de información se desborda en la red hasta la misma creación de identidad en formas en las que antes no era posible.

2. Efecto DSLR y publicidad

ACAMPADA BARCELONA TV, *Power to the people*,

<http://blip.tv/acampadabcn/power-to-the-people-5229628> (accedido on-line agosto 2013)

Las mismas herramientas tecnológicas que posibilitan la democratización de la producción también condicionan, no obstante, las propias representaciones que se elaboran. En este caso, encontramos bastantes vídeos con estética de publicidad altamente emocional. Es el efecto DSLR o cámaras reflex, ya que estos dispositivos posibilitan grabar vídeo con altísima calidad y lentes intercambiables que dan a la imagen una textura de cine. Esto supone una revolución, no sólo en calidad de la imagen, sino también en del grado de control que se puede tener sobre ella –por ejemplo en la profundidad de campo– a un coste muy bajo.

Al calor de estas nuevas posibilidades, comprobamos un efecto que no deja de causar cierta sorpresa. La posibilidad de “democratizar” una imagen “bella” lo que produce son vídeos con estética publicitaria y de emotividad bastante superficial: desenfoques que permiten centrar la atención en rostros y detalles sobre música conmovedora –muchas veces porque las propias cámaras de fotos no están preparadas para registrar audio fácilmente o de suficiente calidad como para ser utilizado–. Podríamos decir que este tipo de representaciones no están dirigidas al sujeto que se está movilizándolo que es un sujeto activo y sobre todo, pensante. Un público que dejó de ser el espectador pasivo de los medios masivos.

Sin embargo, aquí pareciera que es la producción alternativa la que copia lo peor de la cultura de masas: la publicidad, en cuanto a la manipulación sobre el espectador que se pretende. Pero la discusión está abierta. También es posible ver ahí otras cosas: tanto la

composición social de parte de las protestas –clases medias, realizadores publicitarios o estudiantes de cine que se han puesto a producir al calor de la lucha–, como la posibilidad de movilizar a personas que han crecido rodeados mayoritariamente por esos lenguajes y que quizás se reconocen en ellos. Lenguajes que por otra parte sorprenden por su novedad como expresión del activismo, al menos en Europa, más dado a representaciones que oscilan entre la racionalidad política de la demostración argumentativa y las exaltaciones de la confrontación con la policía a ritmo de videoclip. Respecto a la tradición del cine político, como explica Guillermo Zapata, es difícil «encontrar imágenes del 15M que vinculen su narración a formas cinematográficas explícitamente políticas, especialmente a toda la corriente del llamado “cine social europeo”» (ZAPATA, 2012).

Por tanto, podemos ver también estos trabajos como un reflejo de la pluralidad dentro del movimiento y del grado de innovación que se está produciendo en términos de imágenes, lenguajes y prácticas.

3. Ha sido nadie

Vídeo propuesto como ejemplo: ANÓNIMO, Mensaje de Anonymous a los medios de comunicación. <https://www.youtube.com/watch?v=NqXSG50FuH8> (accedido on-line agosto 2013)

Los vídeos de Anonymous son inseparables de la cibercultura en la que se originan y de la que se nutren. Originalmente Anonymous nació como un nombre múltiple⁸ para firmar acciones ciberactivistas sobre todo centradas en ataques DDoS –saturan de peticiones una página web hasta que cae– contra empresas y gobiernos que atentan contra la idea de libertad y transparencia informativa. Respecto a su identidad, constituyen un reflejo de la nueva sociedad red y del espíritu de este movimiento: todos somos Anonymous. La organización no existe, o es absolutamente descentralizada. No tiene cúpula ni líderes y por tanto, no se puede detener ni descabezar. Esta relación con la llamada guerrilla comunicativa⁹ se plasma en los vídeos a través de todo un dispositivo de enunciación basado en el anonimato: el logo –en el que un hombre o una mujer trajeados sostienen un interrogante por cabeza– voces distorsionadas y sobre todo, la utilización de la célebre máscara.

Esta forma simbólica de ocultarse el rostro ha calado de forma masiva en las calles, donde llevarla supone toda una declaración de principios sin duda relacionados con la inteligencia colectiva de la red. Es un buen ejemplo de reutilización de los elementos de la cultura masiva ya que proviene del cómic anarquista *V de Vendetta* de Alan Moore. Podríamos decir que el éxito de Anonymous consiste en «redefinir la radicalidad en términos de anonimato, de lógicas post-identitarias» (Lara, 2011), lo que está inscrito en el ADN de la cibercultura y en gran parte del funcionamiento de la red, pero también en las formas en que las protestas han tomado cuerpo en muchos lugares, como por ejemplo en España.

8 Para rastrear la genealogía de los nombres múltiples ver artículo de BLISSET, L. (2002), Nombres múltiples, personas imaginarias, mitos colectivos. (disponible on-line: <http://www.merzmail.net/todosonadie.htm>, accedido 20 mayo 2012).

9 Sobre este concepto y su relación con las creaciones militantes ver BLISSET, L., S. BRÜNZELS (2001), *Manual de guerrilla de la comunicación*, Virus Editorial, Barcelona.

4. Estética de lo colectivo

Vídeo propuesto como ejemplo: RUIDO PHOTO, *Indigrafías: Los Indignados vistos por los Indignados*. <http://vimeo.com/25428198> (accedido on-line agosto 2013)

Indigrafías está realizado con las fotos de 79 fotógrafos sobre un fondo musical y de consignas coreadas en la calle. Es tan sólo un ejemplo de trabajo conjunto. En general, muchas de estas obras disponibles en internet evidencian las nuevas formas de coordinación y trabajo colectivo que permite internet. Por ejemplo, respecto a la estética, muchos están hechos con materiales que se han recogido de las mismas redes: fotos, lemas, otros vídeos, productos de la cultura masiva o de los medios de comunicación, en ocasiones en coordinación con otros productores o simplemente con la certeza de que la reapropiación de estos materiales supone una forma válida de creación¹⁰.

La manera de manifestar que la producción activista audiovisual quiere seguir realimentando el ámbito de lo común es aquí el uso generalizado de licencias libres copyleft¹¹. Es decir, con una cláusula por la que se permite la modificación de la obra siempre que la obra derivada permita a su vez modificaciones. Idea que proviene del software libre y que pretende la contaminación de carácter vírico –por contagio– de las sucesivas modificaciones de un software o de una producción cultural basada en otra¹². Sin embargo, se puede decir que esta reelaboración de materiales se evidencia como generador de cultura «rentable» para el capitalismo cognitivo (Berardi, 2010: 107) desde el mismo momento en que *You Tube* decide ofrecer la posibilidad de «hacer un remix»¹³ de aquellos vídeos cuya licencia permite la modificación, ofreciendo para ello el propio editor on-line de la web. Es decir, lo que antes fue una práctica crítica de oposición de carácter minoritario ahora constituye una forma de producción de los usuarios reconocida como lucrativa por una de las grandes corporaciones de la red, *Google Corp*. Este constituye un ejemplo claro de las paradojas que produce el semicapitalismo de la red que se nutre de todo, también de la que hemos llamado “cultura popular de oposición”.

5. No sabían que era imposible y lo hicieron

Vídeo propuesto como ejemplo: DEMOCRACIA REAL YA, *Video resumen Manifestación 15M Democracia Real Ya*. http://www.youtube.com/watch?v=3DXJ0qPxrCA&feature=channel_video_title (accedido on-line agosto 2013)

Acompañando esta lógica de la pluralidad, se percibe fuertemente el impulso de generar representaciones inclusivas en el que «quepan muchos». Lo que quizás sea el rasgo más

10 Evidentemente antecedentes de la reapropiación o el llamado «remix» fueron los *detournements* situacionistas en los que se utilizaban materiales de la cultura masiva –en este caso películas– para producir un efecto crítico. Uno de los primeros ejemplos de este mecanismo fue la película *Puede la dialéctica romper ladrillos* de René Vienet de 1973. (Blisset y Brünzels, 2001)

11 Juego de palabras con copyright (derecho de autor). Para que una licencia sea considerada copyleft es necesario que además de otorgar permisos de uso, copia, modificación o redistribución de la obra contenga una cláusula que impone una licencia similar para las copias y obras derivadas. <http://www.gnu.org/copyleft/>

12 <http://www.gnu.org/philosophy/free-sw.es.html>

13 Según la denominación de la propia página.

distintivo de estas nuevas producciones es que su función central parece ser la movilización por identificación con algo; y ese algo es colectivo, abierto, diverso, horizontal y asambleario; algo que creo que se percibe tanto en los mismos vídeos –con todas las contradicciones que se producen en la representación de la «pluralidad»– como en las prácticas que les dan lugar. En el caso de España, se destacan ejemplos como los de las comisiones audiovisuales de las acampadas que tomaron las plazas públicas hasta ser desalojadas. Estas comisiones se formaron para producir colectivamente, mecanismo que reta las formas tradicionales de producción y el primer impulso de todos los que tienen una formación audiovisual tradicional: el decir que no es posible (Tudurí, 2011)¹⁴.

La producción colectiva no es algo totalmente nuevo. Podemos encontrar bastantes precedentes en la militancia y en el compromiso político de algunos documentalistas con distintos grados de colaboración entre miembros del equipo y/o comunidades retratadas y participantes. Sin embargo, ejemplos de procesos totalmente asamblearios y abiertos son más difíciles de encontrar –y probablemente de mantener en el tiempo como experiencias complejas que son–. En ellas, cualquiera puede participar siempre que esté de acuerdo con los mínimos que animan la movilización general y el funcionamiento en comisiones¹⁵.

En España, estas protestas se están dando en gran parte para defender la educación, la sanidad y las pensiones, últimos reductos no sujetos al beneficio empresarial. Una guerra en la que en un bando están todos lo que creen que se tiene que ampliar o preservar ese ámbito de lo común y en el otro, los que tratan de reducir todavía más el dominio de lo público.

«El 15M es un experimento de gestión de la diversidad que tiene que ver con las posibilidades futuras de gestión social de los bienes comunes como la sanidad, la educación o el conocimiento, y las redes sociales pueden ser herramientas extremadamente útiles.»(Madrilonia, 2011)

Podríamos decir que lo que se está experimentando en la red es la posibilidad de crear y compartir colectivamente –como hemos visto en el caso de las producciones audiovisuales– pero también de pensar la posibilidad de crear nuevas instituciones gestionadas por los usuarios y los trabajadores que den un nuevo sentido al concepto de lo público y que generen una democracia radical enraizada en el esfuerzo por crear y recrear lo común.

14 Ejemplos pasados de la historia del cine y el documental podrían ser propuestas como la de los Grupos Medvedkin que en la década del 60 en Francia animaban a los obreros de las fábricas a filmarse a sí mismos; la pedagogía colectivista de Peter Watkins en la producción de *La Commune-París 1871*; las propuestas de producción colectiva del grupo Ukamau en Bolivia o del Dziga Vertov francés, entre otros. Así como cabría destacar igualmente experiencias de producción con indígenas como la de Sol Worth y John Adair en la década de los 70 con los indios Navajos así como la contemporánea de Video Nas Aldeias (<http://www.videonasaldeias.org.br/2009/>). Podríamos decir también que a partir de esta década y hasta la actualidad, se han iniciado experiencias de ese tipo, no sólo con indígenas sino con comunidades excluidas de todo el mundo, acuñándose para describirlas el nombre de “vídeo participativo”. Ver por ejemplo: LUNCH, N. (2006) *Insights into Participatory Video: A handbook for the field*, InsightShare.

15 Se pueden ver como ejemplo cualquier trabajo del colectivo: ACAMPADA BARCELONA en la cuenta de Bliptv: <http://bliptv.tv/acampadabcn>.

Bibliografía

ARBIDE, Hibai y PIN, Gala (2011), "Maig del seixanta-tweet", *Enfocant*, (disponible on-line: <http://enfocant.net/noticia/maig-del-seixanta-tweet>, accedido 30 Agosto 2013).

BENJAMIN, Walter (2004), *El autor como productor*, Itaca, México.

BERARDO, Francisco (2010), *Generación post-alfa: Patologías e imaginarios en el semiocapitalismo*, Tinta de Limón Ediciones, Buenos Aires.

BLISSET, L., S. BRÜNZELS (2001), *Manual de guerrilla de la comunicación*, Virus Editorial, Barcelona.

BLISSET, L. (2002), *Nombres múltiples, personas imaginarias, mitos colectivos* (disponible on-line: <http://www.merzmail.net/todosonadie.htm>, accedido 20 mayo 2012).

JARRETT, K. (2010), *YouTube: Online video and participatory culture*. Continuum, 24(2), 327-330. <http://dx.doi.org/10.1080/10304310903362734>

LARA, Ángel Luis (2011), *Volverse persona sin más...*, (disponible on-line: <http://anarquiacorona.blogspot.com/2011/10/volverse-persona-sin-mas.html>, accedido 30 Agosto 2013).

LESSIG, L. (2005), *Cultura libre: Cómo los grandes medios usan la tecnología y las leyes para encerrar la cultura y controlar la creatividad*, LOM ediciones, Santiago.

LUNCH, N. (2006), *Insights into Participatory Video: A handbook for the field*, InsightShare Editions. (disponible on-line: <http://insightshare.org/resources/pv-handbook>, accedido on-line agosto 2013))

MADRILONIA (2011), *Haciendo comunicación en movimiento*, (disponible on-line: <http://librodenotas.com/utilesenmovimiento/21339/madrilonia%E2%80%93haciendo%E2%80%93comunicacion%E2%80%93en%E2%80%93movimiento>, (accedido 30 Agosto 2013).

MADRILONIA (2012), *La Carta de los comunes* (disponible on-line: http://www.traficantes.net/index.php/content/download/28859/266878/file/LM4_carta_comunes_completo_.pdf, accedido 30 Agosto 2013).

ROIG, A. (2009), *Cine en conexión: producción industrial y social en la era cross-media*, UOC Press, Barcelona.

TUDURÍ, Gerardo (2011), *Movimiento 15-M. Contrapoder: la cámara anónima contra la cámara capitalista. El cine asambleario como horizonte*. (disponible on-line: <http://cinesinautor.blogspot.com/2011/06/movimiento-15-m-contrapoder-la-camara.html>, accedido 30 Agosto 2013).

ZAPATA, Guillermo (2012), *Radiografía audiovisual del 15M*. (disponible on-line: <http://embed.at/article65.html>, accedido Agosto 2013)

Filmografía

ACAMPADA BARCELONA TV, *Power to the people*, <http://blip.tv/acampadabcn/power-to-the-people-5229628> (accedido on-line agosto 2013)

RUIDO PHOTO, *Indigrafías: Los Indignados vistos por los Indignados*. <http://vimeo.com/25428198> (accedido on-line agosto 2013)

ANÓNIMO, *Mensaje de Anonymous a los medios de comunicación*. <https://www.youtube.com/watch?v=NqXSG50FuH8> (accedido on-line agosto 2013)

LEYTON84, *Grito mudo - Puerta del Sol de Madrid - #15M 20/05/2011*. <http://www.youtube.com/watch?v=jmMKIKXtXSU> (accedido on-line agosto 2013)

ANÓNIMO, *#SpanishRevolution*. <http://www.youtube.com/watch?v=HSS7J3lhRWA&feature=related>] (accedido on-line agosto 2013)

DEMOCRACIA REAL YA, *Video resumen Manifestación 15M Democracia Real Ya*. http://www.youtube.com/watch?v=3DXJ0qPXrCA&feature=channel_video_title (accedido on-line agosto 2013)

ACAMPADA BARCELONA, *Acampada Barcelona Mayo 2011*. <http://vimeo.com/24242876> (accedido