

La posmodernidad en tiempos de la digitalización musical. Análisis de las prácticas de escucha que transforman la apreciación

Avance de investigación en curso

Grupo de Trabajo N°3: Producción, consumos culturales y medios de Comunicación

Diana Carolina Varón Castiblanco

Resumen:

La intención de esta ponencia es presentar una breve exploración teórica que tiene como eje central dos puntos; el primero hace referencia al análisis de la música vista desde las aproximaciones conceptuales que la posmodernidad puede brindar a partir de los planteamientos de autores como Baudillard y Lipovetsky, con el fin de acercarse a las nuevas dinámicas que ésta nueva consigna formula, influyendo en las transformaciones e innovaciones tecnológicas y de mercado que sin duda alguna transforman la manera en la que nos relacionamos con la música.

Una vez formulados estos planteamientos, la segunda parte del análisis tendrá como objetivo situar las nociones de posmodernidad analizadas en la primera parte del ensayo dentro del análisis sociológico de la música, en donde en los últimos años se han generado diversas formas de interactividad y modelos identitarios móviles que se inscriben dentro de un nuevo escenario de subjetividades asociadas a las nuevas prácticas de escucha, en donde la experiencia mediatizada ligada a la música, hace posible la generación de nuevas formas de interactividad y nuevas maneras de fortalecer los lazos de afiliación y sociabilidad a través de la misma.

Palabras clave: Posmodernidad, dispositivos móviles, prácticas de escucha.

Introducción

Este ensayo tiene la intención de explorar práctica y teóricamente cómo lo sonoro se configura como un elemento central de las nuevas prácticas de escucha cada vez más ligadas a lo cotidiano, en donde los avances tecnológicos de los dispositivos para acceder a la música (iPods, memorias mp3, celulares, etc.) generan un cambio significativo en la manera en la que accedemos y consumimos este bien cultural.

El trabajo se articulará conceptualmente a partir del análisis de los procesos de subjetivación y las relaciones sociales, que surgen a partir de la experiencia auditiva generada por estos reproductores de música. Desde los estudios culturales, este ejercicio se inscribe dentro de una propuesta intelectual y contextual, que tiene como fin desarticular los elementos que se inscriben detrás de esta actividad que parece ser tan simple y habitual. En donde a la luz de las categorías de análisis, se podrá establecer un diálogo entre las relaciones de poder, que a primera vista no parecieran tener incidencia frente a esta actividad, y el entramado social que facilita la naturalización de estas prácticas de escucha.

Por tanto, esta investigación tiene como punto de partida, el entender las dinámicas de un proceso coyuntural en el que los avances digitales y tecnológicos permean y transforman nuestra cotidianidad en relación con la experiencia auditiva, aquí la intención, es mostrar que las prácticas que son asumidas con el uso de estos dispositivos móviles y que parecen ser parte de una totalidad o una unidad han sido construidas y asumidas socialmente. Un ejemplo de ello, se evidencia cuando la experiencia mediatizada ligada a la música a través del uso de estos dispositivos portátiles, forma en el

oyente dinámicas de aislamiento individual, materializado en un progresivo cambio de las relaciones personales y una creciente privatización tecnológica y de consumo mediada por el universo sonoro.

En ese sentido, la estructura de este ensayo explorará inicialmente las nociones de posmodernidad asociadas al consumo y producción musical; posteriormente se explorará teóricamente cómo las prácticas de escucha ligadas al uso de los dispositivos móviles, permiten analizar esta actividad a partir de elementos como la subjetividad, las relaciones sociales, la resignificación de espacios y las relaciones de poder.

Aproximándose a una definición de posmodernidad

Las dinámicas que involucran lo sonoro como un elemento central de las prácticas culturales que permiten relacionarnos de una manera diferente con la música, también se inscriben dentro de un momento en el que la posmodernidad es testigo de las transformaciones que se tienen frente a la relación social que se establece con la música. Por tanto, es importante resaltar que la definición de posmodernidad en estas páginas no estará enfocada a una definición o clasificación de la música en géneros, pues el trabajo sería muy extenso al intentar establecer y definir categorías entre compositores y piezas musicales inscritos en un periodo histórico específico, este trabajo también puede resultar interesante pero no es el objetivo en este ensayo.

La intención principalmente es no centrarse dentro de una sola categoría para el análisis, sino tomar los elementos que permitan entender el fenómeno musical y la posmodernidad, en donde la música es vista desde la transformación de los mecanismos de producción, creación y difusión inscritos en una era donde lo digital empezó a posicionarse; influyendo en las prácticas de escucha y de socialización en torno a la música que han ido cambiando la concepción del valor de la misma como elemento de la cultura.

Es por ello que si se partiera de la pregunta por ¿cómo definir la posmodernidad? se podría hacer referencia a cómo lo posmoderno empezó a funcionar simultáneamente en un amplio número de movimientos artísticos, culturales, literarios y filosóficos del siglo XX. Ahora, para acercarse a una definición inicial del término Jean-François Lyotard, en su libro *“La condición posmoderna”* (1979) define a la posmodernidad, “Como un estado de la cultura después de las transformaciones que han afectado a las reglas de juego de la ciencia, la literatura y de las artes a partir del fin del siglo XIX” (Lyotard, 2006:23).

Para Lyotard, el ciudadano ya no cree en los relatos (léase los discursos, de género diverso y con una función social determinada) más que por su operatividad (por su transparencia) informacional, esto es, considerados como una mercancía cuyo control comunicativo deviene del poder. En otros términos, es posmoderna la sociedad que ya no cree en los metarrelatos- que era la argumentación social, política o metafísica para los discursos de una sociedad-, sino sólo en los relatos, entendidos como pura mercancía social.

Otro filósofo que se ha pronunciado asimismo sobre la posmodernidad ha sido Jean Baudillard, siguiendo sus planteamientos, se puede observar como la cultura posmoderna se ha convertido en un simulacro y el consumo de estas nuevas formas culturales en nuestra única realidad.

Baudillard (1983) argumenta que vivimos en el universo de los medios de difusión en el que existe cada vez más información, y cada vez menos significado. En donde, precisamente la producción de este “exceso” de información imposibilita la respuesta por parte de aquel que la recibe, haciendo que este exceso de información a alta velocidad destruya la perspectiva del significado; así, la “superfluidez” de éste, devora sus propios contenidos al deslizarse a lo largo de una espiral amnésica. El resultado es, si atendemos a estos planteamientos, una “hiperrealidad” de la comunicación y de significado que es “más real que lo real” cuando, al final, lo “real” ha sido suprimido en favor de la presentación continua del espectáculo, sin significado de las imágenes (Baudillard, 1983).

Es por ello que para el filósofo francés, la cultura en la que vivimos es una “hiperrealidad”, un conjunto de signos sin referente donde se anulan las distancias entre los objetos y sus representaciones. Asistimos a una disolución de lo real a su conversión en hiperreal.

El individuo debe saber sobrevivir a esta nueva realidad que crea dinámicas de aislamiento individual, materializado en un progresivo vaciamiento de las relaciones personales y una creciente privatización del consumo, con la consiguiente hegemonía de un sistema de dominación y la erosión de toda resistencia colectiva eficaz. En ese sentido, “La masa sería el espacio de esa inercia neutralizadora, a la manera de un “agujero negro en el que los social se precipita” (Baudillard, 1993:11). Así, en la nueva sociedad postindustrial, lo cultural y lo social quedan aniquilados por una estrategia simbólica cada vez más imparable.

Este tipo de procesos, permiten que la música, al igual que la cultura, sigan “una política y una estética del fragmento y también, cómo escribió Baudillard, de lo efímero, lo fugaz y lo contingente” (Abril, 2005), en la medida en que éstas son vendidas como mercancía cultural de primer orden, como simulacro artístico, en donde el objeto se ha convertido en un artículo de consumo, haciendo que el valor derivado de su aplicación haya sido totalmente eclipsado por el valor del intercambio.

Es por ello, que los artículos culturales ya no tienen nada que ver con la satisfacción o las necesidades materiales. Funcionan principalmente (quizás incluso únicamente) como símbolos sin referencias los consumimos ante todo como símbolos.

Así, en la cultura posmoderna como apunta Gilles Lipovetsky (1990), podemos encontrar un nexo fuerte entre el consumo masivo y una pluralidad cultural y política de efectos liberadores, en donde las tendencias democráticas de la cultura se universalizan junto con un aumento del nivel de vida y una euforia social de tipo hedonista que apuesta por el consumo y el valor indiscutible de lo nuevo. Por ello, la posmodernidad sería el fin de la era del consenso, el momento en que el placer y la libertad individuales se erigen como valores culturales primordiales.

Por tanto, el consumismo permite que seamos disciplinados por medio de las redes de comunicación y propaganda para consumir cada vez más objetos, información, música, deportes, etc. Todo es regulado: consumo, información, organización, educación. El consumismo es un proceso que funciona por la seducción, los individuos adoptan sin dudarlos los objetos, las modas, las fórmulas de ocio elaboradas por las organizaciones especializadas, aceptando eso pero no es otro. Esta sociedad nos permite todo, pero he aquí la gran paradoja: somos libres, pero todos queremos lo mismo. Podemos elegir por ejemplo cualquier tipo de ropa o música pero la consume la misma. (Lipovetsky, 2007).

Prácticas de escucha y dispositivos móviles al alcance de un “clic”

El consumo de sonidos mediados tecnológicamente en los últimos años, ha representado una forma cada vez más relevante de rearticular las formas en las que los oyentes reclaman un territorio sonoro móvil, a través de una especie de “compuerta sensorial” que les permite filtrar los sonidos que no les interesan y crear el paisaje sonoro que más le satisface (Fouce, 2010).

Esta situación refleja cómo, durante los siglos XX y XXI ha habido un acercamiento progresivo hacia la música gracias al abanico de tecnologías de la comunicación de carácter fordista, tales como la radio o la música ambiental, que crean entornos auditivos uniformes para los consumidores. O a través de tecnologías post-fordistas tales como los walkmans y los iPods, a través de los cuales, con la ayuda de un par de auriculares, creamos paisajes sonoros individualizados y móviles.

Estas dinámicas se asocian a uno de los conceptos clave de esta investigación; las prácticas de escucha (Fouce, 2009), término que en esta investigación, estaría más encaminado en desarrollarse a partir de una construcción teórica y práctica que tenga cómo insumo central, el análisis de las formas en las que las personas consumen y acceden a la música a través de los dispositivos móviles por los que

transitan en la ciudad. Descubriendo cómo a través de la música, la resignificación del espacio público y la subjetividad misma se generan nuevas formas de relacionarnos con el entorno y con los demás.

A su vez, estas prácticas estarían asociadas al análisis de cómo estos dispositivos móviles pertenecen a nuestra cultura porque le hemos atribuido un mundo de significados que lo constituyen como un artefacto cultural, brindando puntos de análisis que permitan identificar los elementos por los cuales asumimos a estos artefactos como “iconos culturales” (Du Gay y Hall, 1997).

Por tanto, para abordar las nuevas dinámicas que se establecen entre las prácticas de escucha ligadas al uso de la tecnología, es importante resaltar que el sonido se inscribe dentro de una colonización de espacios urbanos tanto privados como públicos, generando una redefinición de los significados, en relación a la forma en que los individuos privatizan el espacio social desde la experiencia auditiva.

Frente a esta situación, tradicionalmente se ha considerado al oído como un sentido “pasivo” que permanecía abierto continuamente al mundo, pero con la introducción de los auriculares los oyentes eligen el paisaje sonoro que quieren escuchar. En este sentido, estos dispositivos móviles permiten a los consumidores rediseñar su mapa auditivo, descartando los sonidos que no les interesan para tener más control sobre sus experiencias personales (Turkle 2006).

Experiencia auditiva ligada a lo urbano

Si se plantea la relación entre la unión del sujeto a estos reproductores de música y el vínculo que se establece con el espacio urbano a través del sonido, se puede ver cómo la cultura del iPod, representa el deseo de una experiencia continua e ininterrumpida como algo esencial para el devenir urbano de los usuarios que se movilizan en el transporte público de la ciudad. Haciendo que la experiencia auditiva urbana se convierta en sinónimo de experiencia tecnológica.

En este sentido, el individuo se sumerge en sí mismo a través de una música, de una “banda sonora”, que le acompaña en sus trayectos y viajes por el espacio público. Sin embargo, estos dispositivos no hacen que el individuo anule los espacios públicos por los que pasea, sino más bien que los dote de un nuevo sentido, es decir, los “resignifica”. De esta manera, el sonido envuelve al oyente y también recrea y reconfigura los espacios de la experiencia, en donde, los usuarios del iPod comparten el espacio urbano con los demás desde una burbuja auditiva, inmune a los sonidos de los otros (Bull, 2008).

Esta personalización del mundo sonoro, permite que el entorno y los lugares por los que el oyente transite adquieran cierto grado de intimidad y calidez que se articula a partir del acceso a la música en estos equipos portátiles. Aquí los oyentes pueden controlar su experiencia auditiva y emocional a partir de la elección de la música que se quiere escuchar, bien sea para aislarse del mundo, recordar eventos significativos, amistades, relaciones amorosas, fiestas, viajes etc.; experiencias que van ligadas a una emoción específica y que pueden ser administradas en estos dispositivos a partir de la creación y el manejo de las listas de reproducción, la clasificación de los artistas, las canciones, y la reproducción de toda la biblioteca musical aleatoriamente entre otras opciones. Por tanto, estas dinámicas pueden ilustrar como los usuarios conviven en un espacio tecnológico, en donde la experiencia que se vive en la cotidianidad puede estar bajo control a través del sonido.

Es lo que sugiere Ian Chambers al describir cómo el oyente ambulante transforma el aparente solipsismo de los auriculares “musicalizando” de manera individual el espacio público: “Al movernos por la ciudad con nuestro dispositivo musical, construimos una identidad auditiva nómada a medida que el sujeto recrea activamente los paisajes que le rodean, que cambian y se modifican cuando los vemos musicalizados con la banda sonora que hemos elegido” (Chambers, 1995: 75).

De esta manera como lo señala Michael Bull (2010), los oyentes se apartan de lo que sucede en la vida cotidiana y permanecen inmersos en su utopía sonora privada en la cual no hablan, pero oyen,

permanecen en silencio y silencian todo lo demás, y atraviesan la ciudad, mientras experimentan una escucha “a salvo”, sintiéndose protegidos cognitivamente de los sucesos del mundo.

Subjetividades y relaciones sociales

Pensando en estas categorías de análisis, un elemento que también se puede resaltar dentro de estas nuevas prácticas de escucha, es como lo plantea Storr (2007) la figura del *oyente solitario* que aumenta a medida que la tecnología progresa, en la medida en que los nuevos dispositivos y tecnologías para escuchar música le permiten, cada vez más, disfrutar aisladamente de ella.

Así, el espacio musical ya no tiene por qué ser fijo, la música se vuelve cada vez más móvil y la figura del *oyente solitario* sale a la calle para abstraerse musicalmente entre la multitud. Produciéndose la paradoja de una audición privada en el espacio público que alcanza su máxima expresión en nuestros días con el iPod y los reproductores portátiles de MP3.

Complementando los planteamientos de Storr, los procesos de subjetivación que surgen a partir de la experiencia auditiva generada por estos reproductores de música, en términos de que Rheingold y Kluitenberg (2006) generan una forma de “toxicidad” social. Término que hace referencia a la satisfacción que conlleva el continuo aislamiento y la recreación estética que surge de la creación constante de entornos sonoros privados con el uso de estas tecnologías, en donde la inmediatez y el acceso a las mismas pasa a ser algo totalmente natural para el oyente.

En ese sentido, “los usuarios del iPod que subjetivizan el espacio lo consumen, como si fuera un artículo de compra. En el proceso, la experiencia directa se convierte en un fetiche, la experiencia tecnológica es experiencia fetiche, la experiencia se convierte en real o hiperreal precisamente gracias a la tecnología y a través de la apropiación tecnológica” (Bull, 2010: 57).

George Yúdice argumenta que aunque los usuarios del iPod y otros reproductores de música portátiles habiten un universo privado mientras pasean por el espacio público, no quiere decir que no pertenezcan a redes de socialización vinculadas a la música: “Las tecnologías de la información han hecho posible nuevas formas de interactividad y nuevas maneras de fortalecer los lazos de afiliación y sociabilidad. El éxito de MySpace, YouTube y sitios parecidos hace que hoy en día se esté produciendo, consumiendo y comentando más música que nunca” (Yúdice, 2007: 50).

De esta manera, la posesión de estas tecnologías del sonido (memorias, iPods, mp3, celulares) permite entablar signos de distinción social en donde el equipamiento individual se vuelve un recurso de acceso personalizado a la información y el entretenimiento, y un marcador de clase que cada uno lleva consigo a múltiples escenarios: “Por tanto, la observación de la “tecnosocialidad” muestra que los recursos de comunicación inalámbrica no son sólo herramientas, sino contextos, condiciones que hacen posibles nuevas maneras de ser, nuevas cadenas de valores y nuevas sensibilidades sobre el tiempo, el espacio y los acontecimientos culturales” (Castells, 2007: 226).

Así, se podría decir que estas nuevas dinámicas que envuelven el acceso y el consumo de música como lo recuerda Funes (2008), han cambiado la manera de comunicarse y, a un tiempo y como consecuencia inevitable, la forma de entablar relaciones personales y de sustentarlas. No hay un momento para cada cosa, para cada relación, para cada actividad; el uso permanente de los celulares, iPods, tabletas electrónicas etc, convierte todas las acciones, todos los lugares y todos los momentos en compartibles, permeables, intercambiables, todo se puede mezclar. En definitiva, se han transformado y se seguirán transformando sustancialmente, las normas sociales que ordenan la interacción de los sujetos.

Relaciones de poder

Para abordar teóricamente las relaciones de poder en esta investigación, inicialmente se parte del supuesto que el “sistema” no controla las canciones que los usuarios escuchan y disfrutan en el iPod, pero sí se puede pensar, que detrás de esta actividad que parece tan simple y cotidiana, se establece un entramado de control y homogenización de las prácticas de escucha que se asumen en el transporte público. Definiendo así, la manera en que nosotros establecemos una relación con la música a partir del consumo, el acceso y el uso de estos dispositivos móviles.

En ese sentido, la tecnología brinda la capacidad de acceder a muchos escenarios, ella provee los mecanismos por los cuales se sustenta, generalizando y comercializando las formas en las que nos relacionamos con la música a partir de la compra, las aplicaciones, las descargas y la infinidad de plataformas para compartir y escuchar música en la red a través de los iPods, las memorias mp3, los celulares, etc.

Jodi Dean (2005) ha analizado aspectos que aluden a estas dinámicas, en términos de un “fetichismo tecnológico” en donde el establecimiento, la difusión de la comunicación digital y las redes mediadas electrónicamente, generan en los usuarios de estas tecnologías, una sensación o una actitud que los “tranquiliza” frente a su realidad social una vez hacen uso de los equipos móviles como el iPod. Esto, en la medida en que al conectarse se aíslan del mundo sabiendo que así todo sea un caos, ellos no van a poder cambiar nada en realidad y quizá lo único que puedan controlar sea su experiencia auditiva.

Este argumento lo he formulado con anterioridad, pero la novedad que quizá introduce el concepto de esta autora norteamericana es pensar en cómo ese fetichismo tecnológico tiene un carácter político. En la medida en que la tecnología que usamos en la cotidianidad, permite que nos mantengamos políticamente y socialmente “pasivos” (aunque no inconscientes), frente a las dinámicas de poder y control que articulan nuestra realidad en términos económicos, políticos, sociales y culturales.

Evitando así, que los usuarios de estas tecnologías asuman una responsabilidad política alguna porque la tecnología ofrece los mecanismos de entretenimiento, consumo y acceso para hacerlo “todo por nosotros”. Permitiendo que los usuarios se sumerjan en un espacio virtual y tecnológico anulando su realidad física inmediata (como el estar en el Transmilenio o en el bus) pero generando vínculos con los que están en conexión a partir del uso de estos dispositivos.

A su vez, se podría pensar como el hecho de conectarse a estos equipos móviles también refleja un entramado de regulación de las sensaciones en el espacio público, en donde los procesos de selección, clasificación, y elaboración de las percepciones son socialmente determinados y distribuidos. Siguiendo a Scribano (2010), esta regulación implicaría pensar en estos reproductores de música como mecanismos de soportabilidad y control social, en el sentido en que estos se convertirían en medios para evitar situaciones conflictivas dentro de un escenario como el que se inscribe el Transmilenio o el transporte público convencional de Bogotá. Ya que aquí se pueden generar conflictos por esperar demasiado un bus en los portales y estaciones, la congestión de pasajeros, la cercanía no deseada con el otro, el tráfico, el estrés etc.

De igual manera, estas dinámicas se pueden inscribir en el marco de una sociedad disciplinaria en donde los procesos de individualización auditiva, que se materializan al conectarse a los audífonos, quizá lo que también reflejen es como al movernos por la ciudad nos valemos de la tecnología para construir una barrera social, que se inscribe dentro de un contexto en el que el miedo y la incertidumbre frente a la posibilidad de un acontecimiento que uno no pueda controlar como un robo, un accidente o un conflicto, se agudice y se interiorice angustiosamente en nuestras sociedades.

Aquí, el miedo es el nombre que le damos a nuestra incertidumbre, a nuestra inseguridad con respecto a la amenaza y a lo que no se puede hacer para detenerla o para combatirla. El miedo que

quizá se quiere anular con el uso de estos dispositivos, “es difuso, disperso, poco claro, flota libre, sin vínculos, sin anclas, sin hogar y sin causas nítidas” (Bauman, 2007:10).

Estos planteamientos me hacen pensar que probablemente estamos condicionados socialmente por una práctica que cada día se hace más frecuente dentro de estos sistemas de transporte. En donde se puede hacer creer a los oyentes que con estos dispositivos se tiene una potencial fuente de control de su entorno a través de la música, pero quizá a lo que asistimos, es al cumplimiento de una convención social que nos exige que actuemos en estos escenarios a partir de nuevas realidades que definen nuestra relación con la misma, a partir del uso de estas tecnologías móviles que inundan la cotidianidad, naturalizando así elementos que antes eran ajenos a nosotros.

Frente a este panorama quisiera concluir que desde la sociología y los estudios culturales, considero que este tipo de aproximaciones teóricas permiten abordar las transformaciones, sociales, culturales, económicas que el mundo digital ha dejado en la cotidianidad de todos aquellos que necesitamos de la tecnología y los dispositivos móviles para comunicarnos y establecer relaciones con otros.

Bibliografía

- Adell, Joan-Elies. (2010). Apropiações imaginativas de la música en los nuevos escenarios comunicativos. *Revista comunicar* (34): 35-44.
- Baudillard, Jean .(1983) *Las estrategias fatales.*, Barcelona. Anagrama.
- Baudillard, Jean . (1993). *Cultura y simulacro.* Barcelona. Kairos.
- Bauman, Zygmunt. (2007). *Miedo líquido, la sociedad contemporánea y sus temores.* Barcelona: Paidós.
- Bull, Michael. (2008). *Sound moves: iPod culture and urban experience.* New York: Routledge.
- _____. (2010). iPod: un mundo sonoro personalizado para sus consumidores. *Revista Comunicar.* (34): 55-63.
- _____. (2000). *Sounding Out the City: Personal Stereos and the Management of Everyday Life.* Oxford (UK): Berg.
- Castells, Manuel y otros. (2007). *Comunicación móvil y sociedad, una perspectiva global.* México. Ariel/ Fundación Telefónica
- Chambers, Ian. (1995). *Migración, cultura, identidad.* Buenos Aires: Amorrortu.
- Dean Jodi .(2005). Communicative capitalism: circulation and the foreclosure of politics. *Cultural Politics* (1): 51–74.
- De Gay Paul y Hall Stuart. (1997). *Doing cultural studies. The story of the Sony Walkman.* London: Sage publications.
- Fouce, Héctor. (2009). *Prácticas emergentes y nuevas tecnologías: el caso de la música digital en España.* Madrid: Fundación alternativas.
- Funes, María Jesús. (2008). Informe Juventud en España 2008. *Cultura, política y sociedad.* (4): 17-234.

- O'hara, k. y Brown, B. (2006). Consuming Music Together: Introduction and Overview, en Consuming Music Together: Social and Collaborative Aspects of Music Consumption Technologies. Netherlands: Springer; 7-22.
- Scribano, Adrián. (2010). "Primero hay que saber sufrir...!!! Hacia una sociología de la "espera" como mecanismo de soportabilidad social". En: Scribano, A. y Lisdero, P. (comp.), *Sensibilidades en juego: Miradas múltiples desde los estudios sociales de los cuerpos y las emociones*. Pp. 169-192. Buenos Aires: Conicet.
- Storr, Anthony. (2007). *La música y la mente. El fenómeno auditivo y el porqué de las pasiones*. Barcelona: Paidós.
- Turkle, Sherry. (2006). *Sensorium. Embodied Experience, Technology and Contemporary Art*. Cambridge: MA. Mit press.