

DJ'S@WORK: FIESTA EN CABINA Y SACERDOTES DEL *TRANCE*. VIDEOCLIPS, IMAGEN CARISMÁTICA Y MITOGENIA DEL DJ

DJ'S@WORK: PARTY IN CABIN AND PRIESTS OF *TRANCE*. VIDEOCLIPS, CHARISMATIC IMAGE AND MYTHOGENESIS OF THE DJ

Juan Antonio Sánchez López (Universidad de Málaga)

jasanchez@uma.es

Recibido: 15 de enero 2022 / Aceptado: 03 de marzo 2022

Resumen: A nadie escapa que el videoclip es una *Imago Musicae* abierta al experimentalismo estético, siempre presta a la caza y captura oportunista de la cita y el fragmento. Igualmente, se muestra susceptible de trazar sinergias, transferencias e interferencias con el arte moderno y el arte histórico para generar una nueva imaginería al servicio de los flamantes ídolos, necesidades y expectativas de la sociedad de consumo. En otras ocasiones, abordamos la fenomenología de las subculturas urbanas y su interrelación con los movimientos musicales y el videoclip, concretándola en cinco estudios de caso -*new romantic, techno, hard rock/heavy metal, rappers* y *DJs*- que permitieron perfilar/ratificar/establecer identificadores y claves iconográficas precisas para su reconocimiento y puesta en valor. Ahora, seguimos profundizando en la validez del método iconográfico aplicado al videoclip como género mediático creador de nuevas mitogenias e instrumento de difusión de valores, inquietudes y atributos de grandes tendencias músico-culturales desde 1981 hasta hoy. Nos detendremos en valores específicos que permiten diseccionar los factores claves para construir mitogenias particulares, sin olvidar establecer/codificar premisas *ad hoc* para reconocer/distinguir/poner en valor la significación del DJ en la cultura popular de nuestro tiempo. También estudiamos su iconografía, apoyándonos en los videoclips referenciales y otros productos mediáticos.

Palabras clave: DJ's; Iconografía; Mitogenia; Movimientos Musicales; Videoclip.

Abstract: Music Video is an *Imago Musicae* opened to aesthetic experimentalism, always on the hunt for and opportunistic capture of quotes and fragments. Likewise, it is shown to be capable of tracing synergies, transfers and interferences with modern art and historical art to generate a new imagery at the service of the new idols, needs and expectations of consumer society. On other occasions, we addressed the phenomenology of urban subcultures and their interrelation with musical movements and the Music Video, specifying it in five case studies -*new romantic, techno, hard rock/heavy metal, rappers* and *DJs*- that allowed us to outline/ratify/establish identifiers and precise iconographic keys for their recognition and enhancement. Now we continue to delve into the validity of the iconographic method applied

to Music Video as a creative media genre of new mythologies and an instrument for disseminating values, concerns and attributes of great musical-cultural trends from 1981 to today. We will stop at specific values that allow us to dissect the key factors to build particular mythogenesis, without forgetting to establish/codify ad hoc premises to recognize/distinguish/value the significance of the DJ in our popular culture. We also study its iconography, relying on referential video clips and other media products.

Keywords: DJ's; Iconography; Mythogenesis; Musical Movements; Music Video

Como citar este artículo:

Sánchez López, J.A. (2022). DJ's@Work: fiesta en cabina y sacerdotes del trance. Videoclips, imagen carismática y mitogenia del dj. *Revista Eviterna*, (11), 160-177 / <https://doi.org/10.24310/Eviternare.vi11.14398>

1. Introducción

En 1982 Michael Cleveland -integrante y líder de la banda neoyorquina *Indeep*- escribía y lanzaba al mercado el emblemático tema *Last night a DJ saved my life*, sugestivo, metafórico y aún profético por sus incalculables repercusiones en el panorama de las músicas populares urbanas de las décadas finiseculares del XX y nuestro XXI. La letra evoca la historia de un personaje sumido en el desasosiego amoroso que experimenta un súbito renacer cuando el DJ pincha en la radio una canción y su mensaje le hace evitar un trágico y fatal desenlace.

Este hecho providencial producirá mucho más que un efecto balsámico o una inyección de energía. Como él mismo confiesa, el poder del DJ canalizado mediante la música le hará escapar de las sombras de la muerte para redimirlo y, literalmente, 'salvarle su vida', al invitarlo a seguir adelante en su devenir existencial. El tema concluye con un llamamiento que resume los componentes demiúrgicos, soteriológicos y taumatúrgicos asociados por la mitogenia moderna al DJ en su (auto)reconocimiento como nigromante, redentor y hacedor de milagros¹.

Aunque las raíces históricas del DJ se retrotraen a los primeros años del siglo XX, ligado durante décadas al mundo de la radio, la acepción moderna del término es inseparable del auge de las discotecas y clubes nocturnos en Europa y Estados Unidos a partir de 1965, la aparición de las *block parties*², los avances tecnológicos de la denominada III Revolución Industrial y la irrupción de tendencias musicales claves como el *hip hop*, el *house* y el *techno* que impulsaron el uso experimental del sintetizador. A raíz del movimiento *acid house* y el *rave* terminó generándose un aura característica -más bien carismática- alrededor de la persona

¹ *Last night a DJ saved my life* (Mike Cleveland): «Anoche un DJ salvó mi vida/Anoche un DJ salvó mi vida de un corazón roto/Anoche un DJ salvó mi vida/Anoche un DJ salvó mi vida con una canción/Oye, escucha a tu DJ local/Será mejor que escuches lo que tiene que decir/No hay problema que él no pueda arreglar/Porque puedo hacerlo con la mezcla/Y si tu hombre te da problemas/Solo te mudas en el doble/Y no dejes que perturbe tu cerebro/Porque se van los problemas/por el desagüe/Dije que se vayan los problemas/por el desagüe/Bueno, está bien». Letra original inglesa en: lyricfind.com (traducción propia).

² Fiesta pública y multitudinaria que congrega a muchas personas de un mismo barrio. Ocasionalmente, su celebración puede condicionar el cierre al tráfico de toda una manzana.

del DJ, en consonancia con el creciente trasfondo espectacular de sus apariciones ante un enfervorecido público entregado incondicionalmente.

Las tendencias del *dance*, *techno*, *progressive*, *house*, *trance* o *hardcore* con sus múltiples hibridaciones (González, M, 2016, p. 13-43) terminarían consagrando al DJ como nuevo arquetipo del olimpo mitogénico de la pos(pos)modernidad. Su importancia real trasciende cualquier impresión superficial, al ser un demiurgo creador de sonidos nuevos a partir de los existentes, capaz de descubrir, extraer y reinventar insólitas posibilidades desde la experimentación con materiales sonoros que, de por sí, ya poseen en sustancia dicha cualidad. Al remezclar música de diversos estilos y procedencia también redefine de modo 'neobarroco' la música del presente (Panera, F.J., 2007, p. 12). El DJ se erige así en una suerte de Sumo Sacerdote o gurú, con capacidad de congregar, mover y hacer bailar -cual si de un nuevo flautista de Hamelín o encantador de serpientes se tratara- a miles de personas en un mismo sitio, explotando a pleno rendimiento los valores iniciáticos y orgiásticos de la música, en consonancia con un tipo de ambiente donde la gente sale a la calle y converge en un punto de encuentro -estadio, recinto, discoteca, sala...- para divertirse.

2. Referentes, claves y conceptos

En la década de 1980, la aparición del videoclip cambió radicalmente los hábitos de consumo de las músicas populares urbanas. La música dejó de estar ciega cuando pudo construirse un discurso iconográfico-visual sobre el ritmo y la base argumental de las letras. No pasó demasiado tiempo para que los videoclips alcanzaran extraordinaria repercusión publicitaria, junto a la madurez en la composición/transmisión de mensajes.

Además de asentar premisas para escribir la historia del videoclip, Raúl Durá Grimalt (1988, p. 12-20) fue pionero en proponer vías de aproximación a su análisis desde la perspectiva de los estudios iconográficos asociados a la cultura visual. Con posterioridad a su tesis doctoral, Durá (1989, p. 303-309) reflexionaba acerca de la pertinencia de la noción de 'género televisivo' para vehicular un estudio sistemático de la iconografía de los nuevos medios, esbozando magistralmente su interrelación con los videoclips y, a partir de ellos, con las músicas urbanas desde la interacción entre imagen, gesto y código.

Así, los videoclips fueron agrupados inicialmente en torno a los géneros publicitarios conocidos para configurar, más tarde, un género autónomo con personalidad definida, provisto de elementos convencionales propios y capaces de despertar expectativas entre los usuarios. Inicialmente concebidos para un destinatario colectivo concreto -el público joven-, la realidad demostró que la edad no tenía porqué ser factor determinante en su consumo. Es aquí donde entra en liza la relación de los videoclips con los movimientos musicales/subculturas urbanas, ofreciendo a los usuarios la posibilidad de «encontrar un desarrollo particular de una serie de normas comunes a todas las producciones del mismo género, lo cual condiciona sobradamente el proceso de percepción» (Durá, R., 1989, p. 304).

Es interesante y necesario continuar el camino trazado por Durá para matizar/completar desde un provechoso intercambio interdisciplinar aquellas pautas formuladas hace 33 años, a escasas fechas todavía del nacimiento 'oficial' del videoclip el 1 de agosto de 1981³. Sobre todo, porque el videoclip -no lo olvidemos- está sometido y condenado a la ley de la obsolescencia que gravita, cual metafórica espada de Damocles, sobre toda suerte de productos mediáticos expresamente fabricados para someterlos a las exigencias de la más rabiosa actualidad, demanda del mercado, oscilaciones del gusto y fluctuaciones del consumo. Y ahí están las transformaciones que sacuden el panorama musical, donde los 'clásicos' coexisten con una avalancha de constantes novedades proyectadas de inmediato en la cultura visual y sus registros iconográficos.

Con este propósito, recuperamos y aplicamos la plantilla iconográfica propuesta por Durá en su trabajo de 1989 a un trabajo reciente⁴. Al revisarla/actualizarla, también la hicimos más sistemática y compleja, al ampliar los ítems contextualizadores de los videoclips en el número global y en cuanto al aspecto descriptivo interno sobre prototipos, medios o géneros externos de referencia, cuestiones relacionadas con la perspectiva de género, identificadores iconográficos, componentes estéticos, videoclips referenciales y movimientos musicales estudiados -de tres a cinco casos-. Nuestro objetivo era demostrar la validez del análisis iconográfico en los estudios sobre el videoclip entonces y ahora, optimizando su aplicación a tendencias y/o videoclips referenciales diferentes a los allí seleccionados.

Si admitimos el alto grado de complicidad de los destinatarios de este género audiovisual con las correspondientes corrientes musicales, eso nos obliga a intentar clasificar los videoclips que las representan. Primero para relacionarlos con uno o varios sectores específicos de público y después intentando comprender su impacto mediante la identificación de los elementos visuales prototípicos y posterior interpretación de los significados y claves simbólicas. Llegados a este punto, no nos engañemos: el *modus operandi* para esa clasificación no admite otra posibilidad que el recurso a la iconografía. O lo que es lo mismo, a «un estudio descriptivo y clasificatorio de las imágenes a partir de su aspecto exterior y de sus asociaciones, que busca descifrar el tema de una figuración» (Castiñeiras, M.A., 1995, p. 27).

Recurrimos al cálculo estadístico para detectar -desde su cuantificación- aquellos códigos visuales, cuya persistencia -por su reiteración- en los videoclips y demás productos mediáticos asociados al fenómeno estudiado los convierten en patrones iconográficos, en toda regla, del movimiento musical y/o subcultura urbana en cuestión. Desde la visualización de una muestra lo suficientemente representativa -en número y diversidad- de videoclips vinculados a un determinado género, pueden extraerse resultados más o menos categóricos a la hora de

³ Ese día comenzaron las emisiones de la cadena norteamericana MTV. El primer videoclip programado fue *Video killed the Radio Star*, de The Buggles. La letra de este tema -compuesto/publicado en 1979 por Trevor Horn, Geoff Downes y Bruce Woolley- auguraba toda una revolución mediática donde el imperio televisivo acabaría con el de la radio, como terminó sucediendo. Aunque existen precedentes, 'protovideoclips' y videoclips anteriores, este hecho suele considerarse simbólicamente el punto de partida del género.

⁴ Véase Sánchez López (2019).

conocer/describir/explicar/catalogar sus identificadores icónicos más habituales, idiosincrásicos y conclusivos.

El punto de partida de esta propuesta analítica remite al medio que sirve de inspiración y referente estético-conceptual para la construcción de los discursos audiovisuales. Desde ahí, deben reconocerse los prototipos y la función prototípica que representan. Unos y otras se encarnan en personajes cuyos comportamientos están ligados a un(os) estado(s) de ánimo particulares que marca(n) actitudes y una determinada manera de actuar. Teniendo en cuenta el -todavía- abrumador predominio masculino en el contexto de los movimientos musicales, el análisis iconográfico de los videoclips no puede pasar por alto estudiar la relación entre los sexos y, especialmente, el papel de las mujeres como sujetos dentro/fuera de aquellos. No menos relevante se antojan los lugares y escenarios por donde discurre la trama de los videoclips, en cuanto contenedores de nutrida y variopinta información complementaria acerca de la personalidad colectiva/individual de las tendencias musicales y sus representantes.

Tales consideraciones son aplicables al reconocimiento de los componentes estéticos, en cuanto definidores del *look* de quienes protagonizan los videoclips, así como el *atrezzo* y la ambientación escénica de los mismos. Tampoco puede prescindirse de los videoclips referenciales o arquetípicos en la vehiculación, representación y transmisión de los códigos iconográficos de la tendencia. Evidentemente no serían todos los que son, pero esta selección sí que tendría la capacidad de subsumirlos en su globalidad por la perspectiva antológica y definitoria que sabrían ofrecer. En consecuencia, los patrones, estereotipos y códigos visuales empleados en los videoclips de la *DJ Culture* para construir, definir, identificar, tipificar y, a la postre, 'canonizar' la imagen de sus protagonistas, podrían sintetizarse de la siguiente manera:

2.1 DJ's. Contextualización e identificadores iconográficos

- Medio referido: fotografía artística, literatura, novela, cómic y cine de aventuras.
- Prototipos y función prototípica: héroe, galante, aventurero, viajero, sumo sacerdote, gurú, poeta, músico, deportista, nómada, compañero, creador, solitario, mesías, eremita, agente secreto, arqueólogo, inventor, espíritu de equipo.
 - Estados de ánimo: melancólico, nostálgico, tímido, individualista, introvertido, reflexivo, eufórico, comprensivo, optimista, participativo, leal, noble, romántico.
 - Relación entre los sexos: amistad, complicidad, igualdad.
 - Papel de la mujer: colega, amiga, compañera, novia.
 - Lugares y escenarios: paraísos, playas, montañas, parajes naturales, pueblos, centros urbanos, monumentos arquitectónicos, aeropuertos, estaciones, carreteras, estudios de grabación, discotecas, hoteles, auditorios, estadios, Oriente, España.
 - Elementos usuales: ruinas, jardines, puentes, deportes, carrera, atletismo, sol, maletín de CDs, ordenadores, USBs, relojes, dispositivos móviles, ropa deportiva, gafas de sol, auriculares, camisetas, vaqueros -jeans-, platos giradiscos, coches, aviones, trenes.

- Componentes estéticos: estética informal, estética casual, neobarroco, romanticismo, 'glamour', futurismo.
- Videoclips referenciales:
 - *God is a DJ* (Faithless), Rollo & Sister Bliss, 1998.
 - *Lethal Industry* (Tiësto), Tiësto, 1999.
 - *Sandstorm* (Darude), Juuso Syrjä, 1999.
 - *The Nightfly* (Blank & Jones), AKA, 2000.
 - *Silence* (Tomcraft), Eniac (Robert Borrmann), 2000.
 - *Silence* (Delerium feat. Sarah McLachlan), Twobigeyes, 2000.
 - *Someday* (DJ's @ Work), Universal M & L-Germany, 2001.
 - *Too many times* (Kai Tracid), Kai Franz, 2001.
 - *Overdose* (Tomcraft), Eniac, 2001.
 - *God Music* (Dumonde). Universal M & L-Germany, 2002.
 - *Rythm of the Night* (Alex C. feat. Yasmin), Alex Christensen, 2002.
 - *Elements* (Neo Cortex), DJs Present, 2002.
 - *Music* (Darude), JS16 (Jaakko Salovaara), 2003.
 - *Blame* (Calvin Harris feat. John Newman), Emil Nava, 2014.
 - *Drop That Low (When I Dip)* (Tujamo), Spinnin' Records, 2016.
 - *Can't take it* (Breathe Carolina & Bassjackers feat. CADE), Shane Muller, 2017.
 - *Release me* (Darude feat. Sebastian Rejman), Jaakko Manninen, 2019.
 - *Age of Love* (Charlotte de Witte & Enrico Sangiuliano), MPO, 2021.

Según veremos, la vigencia y persistencia de tales códigos iconográficos tienen su oportuna proyección y reflejo en la narrativa audiovisual del videoclip. Aún cuando existan otras vías publicitarias para dar cauce a sus intereses promocionales, el videoclip sigue siendo básicamente la fórmula predilecta de la *DJ Culture* para comunicarse con el mundo globalizado, más allá de los beneficios puramente comerciales exigidos desde las discográficas. Es más, los videoclips sirven para lanzar mensajes subliminales -y a veces no tanto- al público desde el seno mismo de la *DJ Culture*. La intención es plantear reflexiones y abrir debates sobre cuestiones importantes desde el punto de vista de la (auto)consideración social, personal y ética de la profesión que parecen preocupar -a tenor de la sutileza con la que se construyen- a gran número de sus protagonistas.

3. *DJ's power* y catarsis mesiánica

Reflejar documentalmente el *modus operandi* del DJ es el objetivo de un bagaje significativo de videoclips de la *DJ Culture*. Sus protagonistas, hombres y mujeres, son capaces de atrapar la grandeza de la música en toda su pluralidad para condensarla, reinventarla, 'recomponerla' y regenerarla como si naciera por primera vez en el transcurso de la sesión, inequívoco epicentro del encuentro, catarsis y 'comunidad' del DJ con sus 'fieles'. La clave de su éxito radica en la sensibilidad que aplica a la hora de conocer la música y comprenderla para encontrar los temas que mejor puedan funcionar al 'oficiar' ante sus seguidores e incondicionales. Ahí se impone hacer gala de una habilidad majestuosa -entre lo instintivo y lo empírico- para mantener la atención de los presentes sin caer en el tedio o la ruptura del ritmo. Tal esfuerzo también supone todo un reto personal, equiparable a aquel antiguo concepto griego de la *areté* o 'excelencia' que obliga al individuo a revalidar constantemente las cualidades heroicas que posee y que admiran al mundo, de tal manera que continúen brillando y resultando 'ejemplares' a los ojos de los demás.

El carácter único e irrepetible de la sesión, pleno de 'corporalidad' comunicativa y meditada adaptación al medio, contexto y atmósfera donde se desenvuelva, la aproxima intensamente al accionismo, lo performativo y, por supuesto, a la secuencia litúrgica. Por eso mismo, el trabajo del DJ constituye un auténtico sacerdocio que exige dedicación plena y una labor entre bastidores durante años, en los cuales debe aprenderse -y mucho- acerca de la gente para conocer sus gustos, sensaciones y emociones. En otras palabras: registrar, clasificar y formular las diferentes respuestas del ser humano ante la música, pues ello pondrá a prueba su habilidad profesional para modelar los comportamientos del público y, de esta manera, hacerlo bailar, reír, incluso llorar o enloquecer hasta el éxtasis, ya que «el DJ es chamán, técnico, coleccionista, seleccionador y evangelista musical» (Broughton F. & Brewster, B., 2006, p. 23).

La 'reverencia' al DJ como sacerdote que oficia en el altar de un templo ante las masas congregadas en torno a la cabina constituye la base de los clips de Tiësto, *Lethal Industry*, y, Faithless, *God is a DJ*. A lo largo de la sesión, la magia del DJ hará posible que la música le brinde la oportunidad de crear algo que él -y también ella- es perfectamente consciente que funcionará hasta el amanecer, a modo de catalizador, descarga de adrenalina y catarsis colectiva para el goce y el placer, cual plasma el *Rythm of the Night* de Alex C. feat. Yasmin K, *Drop That Low (When I Dip)* de Tujamo y, *Can't take it*, de Breathe Carolina & Bassiackers feat. CADE. En este punto, los videoclips insisten en tres factores fundamentales -por no decir capitales- en la construcción mitogénica de la imagen del DJ:

1. Su papel 'sacerdotal' como 'celebrante' y conductor del desarrollo 'litúrgico' de la sesión.
2. La propiciación que verifica mediante la música desde la participación a la 'comunidad' con el público.

3. El apropiacionismo del simbolismo cristológico-mesiánico como respuesta a la necesidad de que toda celebración se sensibilice por signos visibles y/o iconogramas cargados de expresividad e intención significativa.

La Iglesia católica no habla por casualidad de *ars celebrandi* cuando quiere referirse a la liturgia como una realidad 'epifánica' (García, L., 2017, p. 185); es decir, al conseguirse mediante ella la entrega profunda, incondicional, absoluta y sincera del individuo a la comunión con lo divino que emana de ella misma, traduciendo y transmitiendo la vivencia de lo sobrenatural, lo misterioso y lo invisible que la naturaleza no puede expresar o explicar. En cuanto presidente de la asamblea y actor de la palabra, el sacerdote debe emplear sus dotes 'artísticas' para contribuir al buen ritmo de la acción litúrgica y lograr que su misión de celebrante sea realmente efectiva en todo el marco de la celebración (Pardo, A., 1981, p. 22). El DJ encarna ese rol sacerdotal en el contexto de la sesión y así lo captan los videoclips al presentarlo en un estadio de concentración máxima ante la mesa de mezclas que hace las veces de 'altar', inmerso en las acciones y gestos 'sagrados' que acompañan el 'acto creador' sobre el que proyecta toda su vida interior como individuo y todos sus sentimientos y facultades: memoria, entendimiento, voluntad, percepción, intuición, aprendizaje, afectividad... Desde ese lugar preeminente interviene, controla y dirige el ritmo de la 'ceremonia', igual que el sacerdote hace lo propio desde el presbiterio respecto a la función religiosa, interiorizándola en lo más profundo de sí mismo. **[Fig. 1]**

Broughton & Brewster sentencian al respecto:

hoy en día (sin ofender a los sacerdotes y párrocos que lo hacen lo mejor que pueden) el DJ es el que desempeña este papel. El DJ es el que preside nuestros festivales de trascendencia. Como ocurría con el hechicero, sabemos que es un tipo normal, sólo hay que mirarlo, pero cuando hace desaparecer nuestra rutina diaria con tambores sagrados y figuras de bajo santificadas, estamos preparados para pensar que él es un dios, o como mínimo un intermediario sagrado, aquel hombre que puede contactar con el grandísimo para escuchar nuestras plegarias (2006, p. 16).



Fig. 1. Tiësto. Fotograma de *Lethal Industry*. Fotografía: Archivo autor

No en balde, uno y otro precisan de una profunda preparación mental previa para que nada falle y, en última instancia, su labor logre encauzarse para realizarse, plena y adecuadamente, en una auténtica 'celebración artística' (Pardo, A., 1981, p. 24). El silencio del auditorio sirve de preludio a la aparición de ambos en el escenario, justo en el instante en que se consuma esa 'trascendencia' de sus personas que los convierte en mediadores o intermediarios entre Dios y los fieles (Schmidt, L., 2012, p. 63). El proceso comporta una noción de 'separación' entre el individuo corriente y 'mortal' que, despojado entre bambalinas de sus limitaciones como ser humano, se reviste acto seguido del individuo 'transfigurado' o 'trascendido', 'elevándose' a la vista de todos -desde la cabina o el altar- como oficiante del culto a lo sagrado. [Fig. 2]



Fig. 2. En su condición de 'hijos de Dios', las poses 'a lo divino' son habituales en la imagen DJ. Fotografías: Mixmag 1994 (ed. USA) / facebook.com

Terminada la consagración, la propiciación orienta la secuencia litúrgica hacia la comunión -es decir la consumación del sacrificio-, vehiculando así dos actos que se completan sin limitarse ni confundirse (Pérez, J., 1951, p. 271). En nuestro caso, la propiciación nace del ofrecimiento 'sacrificial' de la música por el DJ, estimulando la participación como actividad esencialmente comunal y social. En el contexto de la sesión, esa participación es más que nunca la que suele darse en los ritos y ceremonias de iniciación, produciendo estados mentales colectivos de una intensidad extrema. Teniendo en cuenta que hablamos de un proceso progresivo, los movimientos y acciones que permitirán al grupo alcanzar la deseada comunión no se diferencian de los habituales en cualquier otra parte de la representación, pues la participación en el 'ritual' ha sido vivida de una forma tan intensa desde el inicio de la sesión que la implicación del individuo no podría considerarse un estado imaginado, sino real a todos los efectos (Barfield, O., 1965, p. 32).

No puede olvidarse que la mayor parte de las formas antiguas del culto conferían un carácter sagrado a la música y el baile, confiando a un individuo carismático la función de 'conectar' lo terreno y lo divino. En nuestro tiempo, el DJ impide que esa cadena mística se

rompa, pues las *dance sessions* permiten participar del rito hasta 'ser uno' con el universo entero o, al menos, con muy vastos fragmentos de él. En otras palabras, la comunión del DJ con el público revela según Keil (2001, p. 263) «esa capacidad de desafiar la lógica, de desafiar las denominadas leyes de la contradicción y de insistir en la identidad, de insistir en la participación», escenificando «momentos sociales en los que se perciben estos sentimientos de 'mismidad' y de 'deseo de fusión'» que sacan lo mejor de nosotros mismos al dejarnos arrastrar por la música.

*Lethal Industry*⁵ refleja 'documentalmente' el deliberado y constante apropiacionismo del simbolismo cristológico a favor de los DJs, por cuanto «Dios es un DJ» (Broughton F. & Brewster, B., 2007, pp. 232-245). Esta idea persiste más allá de los videoclips, pues está unida ancilarmente a las letras de los temas. Así las cosas, *God is a DJ*, de Faithless, insiste en la condición de la *DJ Culture* como una 'iglesia' de la que fluye la energía positiva capaz de acabar con las amarguras de este mundo y también de sanar las heridas de cuerpo y espíritu por el poder del Gran DJ: Dios⁶. *God Music*, de Dumonde, deifica directamente los sonidos que habrán de conducir a los 'fieles' por el camino de la salvación⁷. En el videoclip, una pareja experimenta el desencanto tras darse un beso que hace aflorar sus miedos y frustraciones. Desnudos como Adán y Eva, el Dios-Música los unirá finalmente en cuerpo y alma a través del cristal en el que deja impreso su nombre.

En este contexto no puede sorprender que el DJ se presente siempre a los 'fieles' con los brazos abiertos en cruz. Si en la celebración eucarística los brazos extendidos de Cristo estrechan al mundo entero, el sacerdote y el DJ también recuerdan con ese gesto que «la comunión lejos de seguir al sacrificio [...] forma parte de él como participación del altar» (Pérez, J., 1951, pp. 271-272). La *Imitatio Christi* verificada por el DJ, ¿revela acaso su aspiración a ser reconocido hijo de Dios, el gran DJ como hemos dicho? Así parece confirmarlo una pintoresca iconografía tipo *meme*, donde el mismo Jesucristo asume el rol de sus 'hermanos' DJs ante la mesa de mezclas. **[Fig. 3]** Estas imágenes de la *DJ Culture* discurren en paralelo -aunque en sentido inverso- al ejercicio apropiacionista de los DJs, tomando como base ya sea creaciones de nuevo cuño -como dislocaciones de obras artísticas de los estilos políticamente correctos del pasado-, o bien, testimonios gráficos de la piedad popular. De todas formas, con ello se demuestra que las imágenes religiosas necesitan ser entendidas -también hoy- como huellas históricas de las etapas históricas y los mundos que ayudaron a construir (Morgan, D., 1999, p. 208), incluido el nuestro.

⁵ En realidad, el videoclip es un corte de la presentación en vivo *Tiësto in Concert 2*.

⁶ *God is a DJ* (Ayalah Deborah Bentovim/James Catto/Maxwell Alexander Fraser/Rollo Armstrong). «Esta es mi iglesia/Aquí es donde curo mis heridas/Está en gracia natural/O contemplando el modo de vida joven/está en tonos menores/Soluciones y remedios/Enemigos que se hacen amigos/Cuando termina la amargura/Esta es mi iglesia/Está en el mundo al que me he convertido/Contenida en el rumor/Entre la voz y el tambor/Está en el cambio/La justicia poética de causa y efecto/Respeto, amor, compasión/Esta es mi iglesia/Aquí es donde curo mis heridas/Por esta noche,/Dios es un DJ». Letra original inglesa en: lyricfind.com (traducción propia).

⁷ *God Music* (Juergen Mutschall/Dominik De Leon). «Ahora deja que la música sea tu Único Dios/Y deja que esta atmósfera te guíe/Por la senda del recto camino/A la pura plenitud,/Sin el Juicio Final/el fin de los días/voy por mi camino/Dios Música/voy por mi camino/Dios Música». Letra original inglesa en: musixmatch.com (traducción propia).

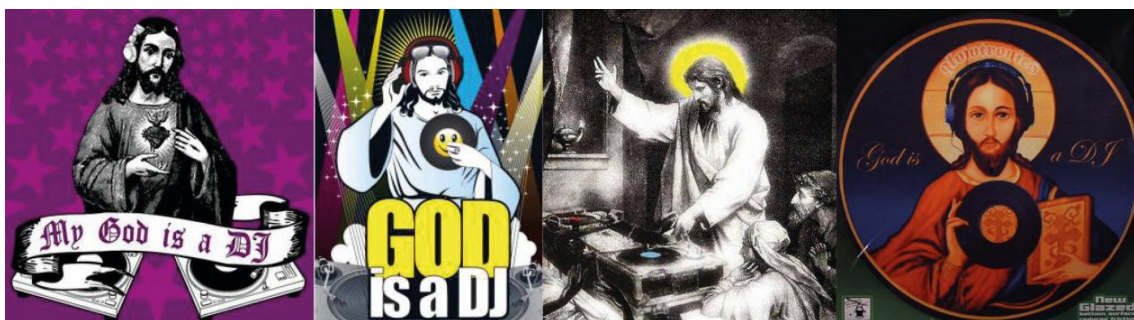


Fig. 3. Jesucristo también es DJ. Fotografías: Archivo autor.

Lethal Industry es nuevamente un videoclip antológico en tal sentido. Más allá de los gestos bendicionales y la flagrante emulación del iconograma más poderoso visualmente hablando de todos los tiempos, el DJ 'crucificado' vampiriza una 'imagen-símbolo', siendo consciente de su condición polisémica como 'imagen-tipo'; cualidad que lo hace más interesante a niveles mediáticos por su carácter atemporal y versátil. Transfigurado de esa manera, Tiësto -Tijds Michiel Verwest- asume sin ambages su condición de epicentro de una auténtica 'teofanía' multimedia, donde el despliegue de luces y láseres emulan resplandores 'divinos', similares a las 'potencias' cristológicas⁸ o haces de rayos que brotan de la cabeza de algunos de sus compañeros más 'endiosados' por el público y la crítica, como David Guetta [Fig. 4]. Está claro que si el DJ no nace con los atributos de Cristo los consigue mediante la tecnología punta, en un evidente giro neobarroco que nos recuerda algo fundamental para la sociología del siglo XVII y para la del XXI: es más importante 'parecer' que 'ser'.



Fig. 4. La iconografía del DJ-Mesías vampiriza los atributos cristológicos. Fotografías: djalex64.skyrock.com/Daniel González González.

⁸ Las 'potencias' son un atributo cristológico derivado del nimbo crucífero medieval, en la forma de tres haces o rayos de luz. Recuerdan la triple condición de Cristo como Mesías, Profeta-Sumo Sacerdote y Rey, haciendo alusión a las tres potencias del alma o facultades intelectivas que Cristo, en su condición de hombre perfecto, posee en su total plenitud: Memoria, Entendimiento y Voluntad.

Propiciación, participación y comunión despejan el camino a la catarsis: la purificación, liberación o transformación interior suscitadas por una experiencia vital profunda, asociada a la sesión como no podía ser de otra manera. El público celebra su juventud, sexualidad y energía, «adorando la vida a través del baile y la música (...) Un verdadero gran DJ puede hacer que toda la sala sienta, sólo por un momento, lo más parecido al amor» (Broughton F. & Brewster, B., 2006, p. 16). *Elements*, de Neo Cortex, y *Blame*, de Calvin Harris feat. John Newman, ofrecen dos modos distintos –aunque convergentes– de entender la catarsis DJ haciendo uso de un lenguaje alegórico más clásico.

La letra de *Elements* es hermosa e inspiradora al sugerir las líneas maestras seguidas en el videoclip⁹. Un grupo de jóvenes celebra una fiesta en una vivienda dejándose llevar por la música, el frenesí y el deseo. Una chica tira por descuido un recipiente de cristal con una planta. Cuando la tierra se esparce por el suelo entran en escena los cuatro elementos, moviéndose entre los presentes para desatar todo tipo de pasiones y sinergias propiciando la catarsis del grupo hasta el amanecer. Desde la filosofía del mundo antiguo al pensamiento renacentista, los cuatro elementos eran los constituyentes básicos de la materia ayudando a explicar el comportamiento de los procesos vitales y las propias emociones. Los tres componentes masculinos de Neo Cortex –Heiko Lempio, Jan Miesner y Lars Boege– encarnan al fuego, el agua y la tierra, en tanto la vocalista, Alexandra Prince, asume la personificación del aire. Los cuatro revelan su identidad al espectador contra otras tantas pantallas de fondo, donde los respectivos elementos aparecen en su ser natural. Como en otras tantas ocasiones, la cultura visual recicla y remodela, adaptándolos a sus intereses, los temas clásicos. De hecho, *Elements* anticipa el uso del motivo por parte de Bill Viola en su videocreación *Martyrs*, (*Earth, Air, Fire, Water*) (2014), concebida a modo de predela en cuatro actos, donde dos hombres y dos mujeres se ven sometidos a otros tantos suplicios, ejecutados con la fuerza –en este caso destructora– de los cuatro elementos.

Blame, de Calvin Harris, es un sugerente producto de concepción cinematográfica neobarroca, realización impecable y preferencia por interiores recargados, efectos lumínicos y mensajes retóricos. Tras un preludeo con créditos, el DJ y John Newman componen en habitaciones separadas sendos cuadros escénicos que evocan los inquietantes interiores pictóricos de Edward Hopper, ‘revisitados’ en clave surrealista por el fotógrafo Gregory Crewdson. Como los personajes de Hopper/Crewdson, ambos figuran en soledad y silencio, ausentes, melancólicos, con sentimiento de culpa y acompañados de una hermosa joven –¿muerta?/¿dormida?– sobre la cama, metáfora de la inapetencia sexual nacida de la falta de deseo. Sin embargo, la música es la mejor salida a los problemas. De ahí que el videoclip se detenga en los misterios de la noche y la catarsis alcanzada por unas chicas que salen a divertirse. Al sumergirse inesperadamente en contenedores de agua –fregadero, refrigerador,

⁹ *Elements* (Heiko Lempio/Jan Miesner/Lars Boege). «Siente este fuego muy dentro de ti/Ardiendo con fuerza donde no puedas esconderte/Une los elementos esta noche/Y siente la luz/Cuando la oscuridad llegue demasiado fuerte/No olvides que no estás solo/Une los elementos esta noche/Y siente la luz/Y siente la luz». Letra original inglesa en: lyricfind.com (traducción propia).

charco, bañera-, son engullidas y arrastradas por la corriente hasta salir directamente al jardín del paraíso donde el sol brilla entre una vegetación exuberante. Recordando las creaciones de Bill Viola, en *Blame* se impone ese mismo ritual de 'inmersión-muerte-resurrección' donde el agua es el factor renaciente a las excelencias de esa 'nueva' y saludable vida que, aunque no será eterna por ahora, devendrá en interesante y gratificante.

4. *Aurea mediocritas y modus vivendi*

Quizás sea el DJ el legítimo heredero del *new romantic* en la iconoesfera moderna cual paladín de la música electrónica y la 'cultura de club'. Gran parte de sus actitudes y perfil psicológico coinciden con aquel, aportando valores idiosincrásicos y, sobre todo, una conciencia existencial propia. En realidad, el DJ se aparta en su *modus vivendi* del concepto de 'megaestrella' millonaria que fomentan y se asocia a algunos de los representantes más mediáticos y conocidos del gran público. Bastante reacio a una notoriedad mayor de la precisa, el DJ reivindica a través de los videoclips esa *aurea mediocritas* que le permite permanecer de incógnito la mayor parte de su tiempo -entregado a la creación y la producción musical en su casa/estudio-, aunque inmerso en una doble vida cuya otra cara se revela al 'transfigurarse' y manifestarse 'hierofánicamente' en la apoteosis de la sesión; esto es, cuando su música suena ante un sinnúmero de seguidores. De ahí que en la personalidad e imagen de numerosos DJs se detecte un abierto contraste entre la extroversión forzada que supone someterse a una exposición pública masiva y la introversión natural con la que se desenvuelven sus relaciones y gestos más cotidianos, sus aficiones y momentos de distensión y ocio, cual refleja *The Nightfly*, de Piet Blank & Jaspa Jones. En videoclips como *Someday*, de DJ's @ Work, priman otros valores: compañerismo, amistad y espíritu colaborativo. Aunque sus componentes -Herby F, Lenny McDustin y Ole van Dansk- cuentan con trayectorias profesionales independientes, el producto se presenta como exaltación del trabajo en equipo que el grupo desarrolla en un estudio, entendido como un maravilloso laboratorio nigromántico desde donde se garantiza 'la tierra prometida' a los adeptos que vayan uniéndose 'místicamente' a su música¹⁰. Por su parte, en *Silence*, de Delerium, una carrera continua por parajes naturales donde una atleta sirve de guía a su compañero ciego constituye una metáfora de la generosidad y solidaridad que deben reinar en el mundo DJ.

Music, del finlandés Darude -Ville Virtanen-, tipifica la inclinación de muchos/as de sus colegas por rentabilizar las posibilidades testimoniales del videoclip, acercándolo al documental para visualizar/reflexionar aspectos interesantes o importantes bajo la óptica del DJ. El argumento invoca su día a día al encontrarse de gira mundial. A diferencia de las grandes estrellas, no precisa de *staff*, ni de séquito, ni de impedimenta, ni de despliegues publicitarios, ni de frivolidades o caprichos. Se mueve solo, se maneja solo y viaja solo con total

¹⁰ *Someday* (Herby F/Lenny McDustin/Ole van Dansk). «En algún lugar, de alguna manera, algún día/Desearía que estuvieras aquí, te sigo a la tierra prometida/En algún lugar, de alguna manera, y algún día/Ha llegado la hora, tómate en tus brazos esta noche./En algún lugar, de alguna manera, y algún día». Letra original inglesa en: lyricfind.com (traducción propia).

libertad; su equipaje, como cualquier mortal, y la compañía imprescindible de las gafas de sol que delatan su timidez, le ayudan a mantener el deseado anonimato. Ninguna persona que lo viera sospecharía quien es en realidad, aunque siempre es quien quiere ser y quien desea se perciba que es: simplemente, un buen chico –o chica–. En este sentido, las gafas de sol desempeñan un papel iconográfico similar en él a lo que el antifaz o la máscara suponen para la caracterización de los protagonistas de la novela y el cómic de aventuras o superhéroes: un instrumento que preserva la doble identidad/personalidad del individuo, garantizándole la discreción necesaria para no ser reconocido. Si bien, desde la perspectiva del público, la máscara/gafas de sol opera «como un mito de consolación de nuestros propios fracasos y nos susurra cuán poco saben los demás de nuestra oculta, poderosa y fascinante personalidad real» (Gubern, 1974: 225). [Fig. 5]



Fig. 5. Las gafas de sol, máscara de los nuevos 'superhéroes'. Fotografías: Archivo autor.

Music también nos informa de la misión 'sagrada' del DJ: un hijo de Dios cuya vida discurre, en gran parte, de aeropuerto en aeropuerto recorriendo los cinco continentes. Desde allí surca los cielos sobre las nubes para venir a la tierra a 'redimir' al mundo, haciéndole grata la existencia gracias a la música. Aunque sus admiradores se resistan a creerlo, no tiene superpoderes: es de carne y hueso y necesita del avión para volar de un lugar a otro. No menos valioso para él es el dispositivo mp3 con el que controla sus temas, remixes, vídeos, contenidos especiales y la agenda de sus eventos –gigs– que determinan sus viajes por el mundo.

Aunque en lo cuantitativo todavía existe un predominio masculino en el universo DJ, el clip no desaprovecha la oportunidad de aproximarse a las cuestiones de género en el contexto del movimiento, a través de una situación *ad hoc* recreada con insistencia en *Music*: cada vez que Darude se encuentra en un aeropuerto se cruza con una misteriosa chica con la que termina estableciendo complicidad, ante la reiterada coincidencia de ambos en un mismo 'no-lugar', aunque en dirección a destinos distintos. Gracias a su dispositivo mp3 –idéntico al de su compañero– finalmente descubrimos y reconocemos en ella una compañera DJ y se lanza un

aviso a navegantes: aparte de 'hijos', Dios también tiene 'hijas'¹¹ [Fig. 6]. En efecto, «como en otros mundos musicales las mujeres eran invisibilizadas en los relatos, libros y documentales que narraban la historia de la música electrónica, donde la capacidad innovadora aparecía siempre en manos y oídos de varones» (Blázquez, G. A., & Rodríguez, R.M., 2019, p. 95).



Fig. 6. Darude. Fotograma de *Music*

Sin duda, se trata de un hermoso mensaje que cuestiona la hipersexualización/cosificación/objetualización de las mujeres por parte -todavía- de un buen número de videoclips y productos mediáticos vinculados al *clubbing* y a los DJs más 'divos'. En este contexto, *Age Of Love*, de la DJ belga Charlotte de Witte, es un canto a la camaradería, el compañerismo, la complicidad, la empatía y la igualdad, deseosa como tantas mujeres DJs «de vivir de la música y de transmitir esa pasión» con vocación y amor a su trabajo (Rodríguez, R.M., 2018, p. 66). El videoclip asume una escenografía minimalista, sencilla y contundente como la idea que se transmite, en mitad de un paisaje industrial donde únicamente aparecen los dos cámaras -de cuya presencia da cuenta un efectista plano a vista de dron- y la propia DJ junto a su colega Enrico Sangiuliano, [Fig. 7]

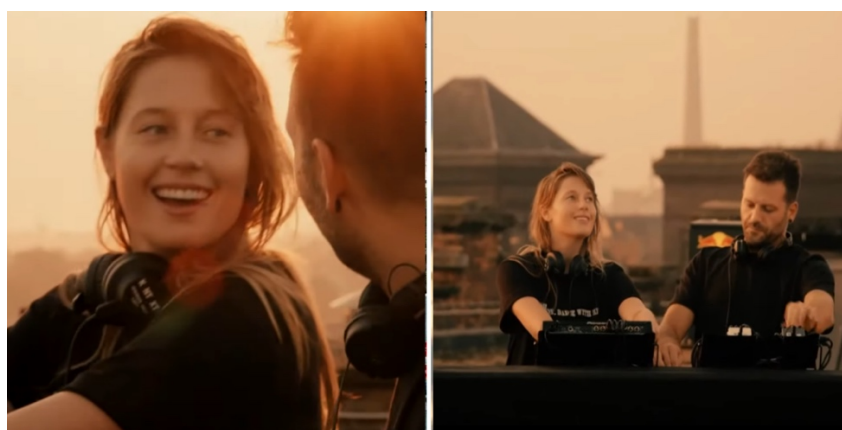


Fig. 7. Charlotte de Witte & Enrico Sangiuliano. Fotogramas de *Age Of Love*.

¹¹ Existe otra versión de *Music* con un final alternativo, donde la muchacha es una azafata que coincide con el DJ en pleno vuelo. No obstante, prevaleció la versión original por su evidente significación paritaria y feminista. Recuérdese la gran tradición histórica finlandesa en la institución parlamentaria de la igualdad entre hombres y mujeres desde 1906.

5. La 'exculpación' testimonial y el DJ-redentor

El DJ es consciente de la 'profanación' del ritual de música a raíz del consumo de drogas, alcohol, pastillas... y una serie de actos violentos a cargo de los usuarios de la discoteca, tan contrarios a su forma de ser, pensar y actuar. Así se explican clips 'exculpatorios' de la leyenda negra del mundo *clubbing* como, por ejemplo: *Overdose*, de Tomcraft, y *Too many times*, de Kai Tracid. *Overdose* narra una historia de traición, asesinato, infidelidad y crueldad compulsiva protagonizada por una chica sin escrúpulos que, como nueva Salomé o *femme fatale*, riega de sangre la discoteca al son de sus caprichos¹². Mientras tanto, el DJ elude su implicación y responsabilidad en los hechos; él no es culpable de la maldad del ser humano al que, en cambio, siempre aspira a hacer feliz.

Esa reflexión y preocupación de la cultura DJ sobre el tema se capitaliza en el proceso autodestructivo de la protagonista de *Too many times*, una atractiva mujer que frecuenta la sala cada noche sumergiéndose en un bucle oscuro de consumo de sustancias, bebidas alcohólicas y libertinaje sexual. El distanciamiento y reprobación del DJ hacia conductas disolutas de quienes actúan ajenos al verdadero sentido de su música, se derivan en *Too many times* hacia un sentimiento, primero, de empatía y afecto mutuos y, finalmente, de amor entre el DJ y la joven. La letra del tema y el argumento del clip subrayan la preocupación de él al contemplarla diariamente en tan lamentable situación personal, a la que ha llegado como víctima de la soledad, la frustración y la depresión¹³. Ella se siente avergonzada cuando se percata que él la observa en su comportamiento desde la torre de marfil de su cabina. Al sufrir un colapso por intoxicación en la pista de baile, el DJ lo abandona todo, arroja los discos y corre a salvarla. Gracias a la respiración boca a boca, logra ganar tiempo para que llegue la ambulancia. Él permanece a su lado en el traslado al hospital, preludio de un final idílico donde triunfa el amor con la pareja plácidamente recostada en un jardín bajo la dorada luz de la tarde.

Aunque no lo parezca por la movilidad viajera y la intensidad de la puesta en escena, ser DJ conlleva un estilo de vida organizado, disciplinado y casi eremítico; además de solitario e introspectivo -que no antisocial, ni privado de vida personal-, por la necesidad de dedicarse en cuerpo y alma al proceso creativo y a la 'redención' musical. Así se palpa en *Release me*, de Darude, toda una invitación a compartir su espacio familiar y círculo afectivo más íntimo a través de la reflexión verídica que el DJ hace de sí mismo, como un padre cuyas sesiones por

¹² *Overdose* (Eniac/DJ Tomcraft). «Ella no tiene suficiente cocaína,/Ella no tiene suficiente fiesta,/Ella no tiene suficientes chicas,/Ella no tiene suficiente.../Ella no recibe suficiente dinero,/Ella no tiene suficientes putas,/Ella no está suficientemente enganchada,/Ella murió de una sobredosis... ». Letra original inglesa en: lyricfind.com (traducción propia).

¹³ *Too many times* (Kai MacDonald). «Demasiadas veces has estado drogado/ Demasiadas veces te escapaste, no necesitas llorar/ Demasiadas veces tu cuerpo yace despierto/ Demasiadas veces estas pastillas que tomas/ Demasiadas veces te has despertado deprimido/ Demasiadas veces pones tu vida a prueba/ Demasiadas veces has hecho este viaje/ Demasiadas veces te has resbalado/ Demasiadas veces tu cuerpo no puede soportar/ Demasiadas veces has cometido un error/ Demasiadas veces no te has dado cuenta/ Demasiadas veces tu mente se paralizó». Letra original inglesa en: lyricfind.com (traducción propia).

los cinco continentes le hacen pasar bastante tiempo fuera de casa separado de su hijo. El niño intenta llevar lo mejor que puede la añoranza de Darude, haciendo dibujos donde lo plasma en la cabina del DJ ante el público entusiasmado que lo aclama cuando remezcla su icónico tema *Sandstorm*. Es indudable que la misión de ser 'evangelista de la música' conlleva sacrificios personales, difíciles de comprender desde fuera.

En una dirección similar se alinea *Silence* de Tomcraft, en realidad un cortometraje documental más que un videoclip. Describe 24 horas en la rutina de un DJ visitante -invitado a pinchar- en una prestigiosa sala de fuera de su país de residencia, desde que el local cierra al amanecer con los rayos del sol hasta que abre de nuevo a la noche. Desde ahí van describiéndose sus acciones en sucesivas secuencias temporales: regresar al hotel, ducharse, dejarse caer en la cama por el cansancio, dormir profundamente con auriculares para no oír absolutamente nada, levantarse, lavarse la cara, hacer sus necesidades fisiológicas básicas, desayunar, hacer algún ejercicio nadando en la piscina del hotel, pasear, algo de turismo por la ciudad y vuelta al club para retomar su trabajo nocturno. La imagen del protagonista en albornoz sentado en el WC resulta sincera y desmitificadora, antes que crudamente prosaica.

6. Conclusiones

Los videoclips de la *DJ Culture* canalizan convicciones, puntos de vista e incluso posicionamientos críticos que delatan distintas 'sensibilidades' acerca de lo que 'debe' y 'no debe' hacerse. También transmiten un modo más o menos uniforme de entender la construcción de la imagen personal sin cerrar las puertas al individualismo, la libertad personal, la pluralidad y la diversidad. Plenamente convencidos de su misión musical 'evangélica', los y las DJs ejercen su misión 'redentora' desde esa dualidad que distingue la persona -ser humano- del personaje -'mesías'-. Inserta en la trama de los videoclips con sutileza, tales premisas reivindican/evidencian que los y las DJ son tan 'normales' en cualquiera de sus aspectos como cualquiera. No son deidades, ni extraterrestres, ni superhéroes: se trata, sencillamente, de un hombre o una mujer.

7. Referencias bibliográficas

- Barfield, O. (1965). *Saving the Appearances. A Study in Idolatry*. New York: Harcourt, Brace & World, Inc.
- Blázquez, G. A. & Rodríguez Correio, R. M. (2019). *Keep on moving*. Mujeres DJs en la escena electrónica de la ciudad de Córdoba. *Contracampo. Braziliam Journal of Communication*, 38-1 (93-107).
- Broughton, F. & Brewster, B. (2006). *Historia del DJ. Desde los orígenes hasta el garage*. Barcelona: Robinhood.
- (2007). *Historia del DJ 2. Desde el house hasta la actualidad*. Barcelona: Robinhood.

- Castiñeiras González, M.A. (1995). *Introducción al método iconográfico*. Santiago de Compostela: Tórculo.
- Durá Grimalt, R. (1988). *Los vídeo-clips: precedentes, orígenes y características*. Valencia: Universidad Politécnica.
- (1989). Remodelación de los temas clásicos en los medios de masas. *Cuadernos de Arte e Iconografía*, 11-4 (303-309).
- García Gutiérrez, L. (2017). El *Ars Celebrandi* al servicio de la participación litúrgica. *Tabor. Revista de Vida Consagrada*, 33 (185-204).
- González, M. (2016). *Dance. Electronic music. Historia, cultura, artistas y álbumes fundamentales*. Barcelona: Redbook.
- Gubern, R. (1974). *Mensajes icónicos en la cultura de masas*. Barcelona: Lumen.
- Keil, C. (2001). Las discrepancias participatorias y el poder de la música. En Cruces Villalobos, F. (Coord.), *Las culturas musicales. Lecturas de etnomusicología* (pp. 261-272). Madrid: Trotta.
- Morgan, D. (1999). *Visual Piety. A History and Theory of Popular Religious Images*. Berkeley-Los Ángeles-London: University of California Press.
- Panera Cuevas, F. J. (2007). *Barroco y Neobarrocos. El Infierno de lo bello*. Salamanca: Ayuntamiento-DA2 Domus Artium.
- Pardo, A. (1981). *Liturgia de la Eucaristía (Selección de documentos posconciliares)*. Madrid: Marova-Paulinas-PPC Regina-Verbo Divino.
- Pérez de Urbel, J. (1951). *La Santa Misa. Estudio histórico, teológico y litúrgico*. Madrid: Semilla.
- Rodríguez Correio, R.M., (2018). *Hacerse DJ: el pasaje de público a artista en el caso de unas mujeres en el mundo de la música electrónica de Córdoba*. *Síntesis*, 9 (63-75).
- Sánchez López, J. A. (2019). Músicas urbanas, videoclips y nuevas mitogenias. En Calderón Roca, B. (Coord.), *Cultura visual, música y medios de comunicación: educación y valoración del patrimonio desde la democracia*, (en prensa).. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Schmidt H., L. (2012). El hombre como ser-trascendente. Una perspectiva judeocristiana. *Revista de Bioética Latinoamericana*, 10 (53-99).