

Alfredo **Alfonso** / Leticia **Lattenero****Video clip**

# Imagen institucional del rock

A  
M  
C  
L  
A  
J  
E  
S

[ 48 ]

Tramplajas

*Pensar el rock y su imagen determina un horizonte de representación múltiple. Lecturas, prácticas, cientos de jóvenes repitiendo estas lecturas adolescentes y sus intentos por multiplicar el sonido de sus ídolos establece una de las industrias de entretenimiento más fecunda. Este artículo presenta elementos que dan cuenta de esto y de su dimensión significativa. Pasen, escuchen y vean.*

**Alfredo Alfonso**

Docente e investigador de la Universidad Nacional de Quilmes y de la Universidad Nacional de La Plata.  
Vice Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, ALAIC.

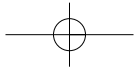
**Leticia Lattenero**

Licenciada en Comunicación. Investigadora y extensionista de la Universidad Nacional de Quilmes.

**Introducción**

En la representación, siguiendo a Silverstone<sup>1</sup>, se expresa un fragmento de la economía moral del hogar entendida como objetivación, como la exhibición de los pósters de los íconos del rock adolescente y juvenil, como disputas simbólicas por el universo de representación familiar. También, se puede identificar el rock

desde su disputa espacio temporal, es decir, como incorporación. La música que les gusta a los jóvenes de la casa: ¿se escucha sólo en su dormitorio, en su mp3 o en el equipo del living? Estas disputas también se representan en el consumo de canales temáticos de imágenes de rock, documentales o la utilización como banda sonora de otros espacios de representación visual, como



documentales o presentaciones de ciclos en donde se utiliza música de las bandas del momento. Incluso, el modo de participación de los jóvenes en los recitales, que comenzaron con un pogo de garage punk y que se multiplican hoy en cuanto recital callejero se organice, tiene su correlato: no sólo es necesario escuchar la banda, sino también verla. Los clubs de fans, las colas y las esperas interminables en la puerta de los hoteles donde se alojan las figuras lo demuestra.

La imagen del rock es la institucionalización de una industria y de una expresión juvenil que no descansa: *merchandising*, ropa, peinados, *pershing*, tatuajes, premios, circuitos nocturnos, discos, dvd, films y muchas otras operaciones de identificación de la industria se manifiestan a través de él. El rock es necesario para el sistema tanto como sus estrellas, con sus moldes y formatos, son necesarios para conservar el estímulo visual necesario en su sentido perenne. A su vez, claramente, miles de adolescentes y jóvenes se identifican y proyectan con y desde el rock de modo genuino, como campo de expresión creativo y urgente.

### Organización social

La modernidad estableció, desde sus orígenes, una organización social que estuvo pensada desde un sentido productivo y jurídico más que generacional o de género. El modo de organización para la paulatina incorporación social de la población en burgos y espacios no rurales en los siglos XVI, XVII y XVIII, y la compulsividad que este proceso significó en el XIX, (con mayor énfasis en la segunda mitad) confluyó en lo que

los ingenieros sociales de la época llamaron “sociedad”.

Este proceso continuó hasta mediados del SXX. Durante estas etapas, con mayor complejidad cuando los conglomerados urbanos se hicieron más y más densos, la vida se fue organizando desde una lógica industrial que organizó el tiempo de la narración vital en un sentido productivo-laboral y, también en un sentido de organización mercantil del ocio; en donde, mientras el estatus de infancia se comenzó a establecer masivamente, en ningún momento se pensaron parámetros estructurales para la dimensión juventud.

Durante siglos el concepto de juventud estuvo asociado a la preparación para la adultez, en un sentido en el que el carácter efímero adquirió valores muy significativos. Es decir, cuanto menos tiempo se transcurría entre la infancia y la adultez el reconocimiento era mayor porque se ingresaba al circuito productivo, se constituía como hombre y mujer con la entidad que la sociedad reconocía entonces, y con el correlato de vida útil y longevidad acotada en la que se circunscribía el ciclo vital.

Ejemplo significativo de esta carga de sentido de juventud efímera se observa en el caso de Rimbaud. El rostro de Rimbaud es un ícono de esto: un poeta que traspone la eternidad luego de haber producido su decisiva obra entre los 16 y los 19, pero que se escapa raudamente de la juventud, como si se tratase de una fuga.

### Trastocamiento social

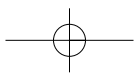
Los cuatro siglos transcurridos desde el origen de la modernidad hasta mediados del siglo XX establecieron este ritual de vida, mo-

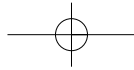
dificándose o adecuándose paulatinamente según las etapas, en esta narración en donde se pueden reconocer, por etapas, el estatuto de la infancia; una corta adolescencia; una etapa importante de una “población económicamente activa”, en donde socialmente se establece el ser adulto, constituye su familia, forma a sus hijos y se prepara para la ancianidad y la etapa final, la que, recordemos, estaba en las márgenes de la vida activa, en donde se esperaba el deceso.

A partir de la segunda mitad del siglo XX se produjeron diversas modificaciones producto de las consecuencias de las Guerras mundiales y la masificación del consumo como modo de organización. La crisis de la modernidad se hizo cada vez más palpable, y la creación y potenciación de un medio clave como la televisión (y su desbordante ubicuidad ténporo-espacial) habilitó un trastocamiento determinante en la imagen social.

Estructuralmente, modificaciones en la concepción de la relación reproducción/sexo, a partir del uso de anticonceptivos; el trabajo de la mujer fuera de su hogar y la consecuente modificación de los horarios de educación y acompañamiento de los niños, la presencia en esos horarios de la televisión; la incorporación de modelos de resistencia juvenil ligados a reclamos por la paz mundial asociados a consumos de drogas blandas y vida en comunidad que, en términos de Margaret Mead<sup>2</sup>, establece una relación cultural de plano de igualdad que llama *cofigurativa* en donde los pares establecen la referencia de futuro y de mundo posible.

Se trata de una sociedad en donde los padres ya no trazan el mo-





## Alfredo Alfonso / Leticia Lattenero

### Video clip. Imagen institucional del rock.

delo ni el futuro que está previsto en los términos tradicionales modernos, sino que se trata de inaugurar modelos sociales, protagonizarlos y validarlos a partir de la propia experiencia. El rock, como fenómeno de expresión de masas juveniles, es un condensador de estas lecturas.

#### Sentido de juventud

Este desplazamiento, precisa Martín-Barbero<sup>3</sup>, implicó un trastocamiento también del sentido de la idea de juventud “efímera” a juventud “eterna”. Esta concepción, que fue acuñada como una matriz de concepción social en los ‘60, actualmente fue incorporada sustancialmente por el mercado de consumo. Muchos de los que no acompañaron esas ideas iniciales, hoy comparten el ideal de una vejez sin arrugas y con fisonomía adolescente. Como modelo social, se pueden reconocer íconos del rock como la Mick Jagger y su “eterna” energía y el carácter roquero irreverente de los Rolling Stones en sus múltiples giras de despedida.

**Los precedentes del video clip pueden rastrearse alrededor de 1870 en los salones de baile, donde usualmente la música era acompañada por imágenes diapositivas**

La representación de la imagen del rock tiene su natural correspondencia en la organización de sentido que se ha dado el rock para su difusión: canales temáticos, que en el caso de MTV data de 1980, y un género audiovisual que fue complejizándose y transformándose con el devenir del tiempo en lo que se denomina videoclip. En la actualidad, las bandas líderes se apoyan en este mundo de representación de su imagen para sostener liderazgos y para multiplicar audiencia como parte sustantiva del *star system* en el que se apoyan. Los moldes estéticos en muchos casos se imponen a la calidad musical y las empresas especializadas en la fabricación de íconos juveniles, como podrían ser Mambrú o Bandana, utilizan tecnologías como el *play back* y la incorporación de músicos de sesión cuasi permanentes para las giras de presentación de los discos, ya que los “músicos” seleccionados para interpretarlos que conforman la banda, muchas veces no pueden sostener lo que se escucha en las grabaciones.

#### Genealogías. Imágenes para el sonido. Entre cajas musicales y discos digitales

A lo largo de la historia los sonidos y la música fueron acompañados por imágenes, y si consideramos un elemento mediador entre ambas, las cajas musicales son uno de los antecedentes más antiguos.

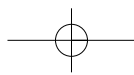
Los precedentes del video clip pueden rastrearse alrededor de 1870 en los salones de baile,

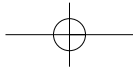
donde usualmente la música era acompañada por imágenes diapositivas.

Años después, la música y la imagen comenzaron a ligarse motivadas por el nacimiento del cine, pero aun así la música continuaba sometida a las imágenes. En 1920, Oskar Fischinger, cineasta de las vanguardias europeas, comenzó a generar películas de “música visual”, buscando que la imagen acompañara a los estilos clásico o de jazz. Además, realizó cortos publicitarios donde se combinaban artes gráficas con música, aplicó color y sonido utilizando la geometría, el espacio y el movimiento como recursos de relación con el tema musical.

Dentro del área cinematográfica, se estrena en 1927 “The jazz singer”, film que comienza a dar paso del cine mudo al sonoro, empezando a sincronizar las imágenes con el sonido. Poco después, llevando la tradición de Broadway al cine, nace “el musical”, género cinematográfico que modifica las narrativas clásicas, asociándoles música y baile. Estas nuevas formas culturales fueron entonces precedentes relevantes del video clip.

En cuanto a los elementos técnicos, uno de los antecedentes más importantes aparece en la década del 40 en EEUU. Se trata del “panoram” y funcionaba como una caja musical, puesto que poseía una pantalla que proyectaba imágenes en blanco y negro. Pero el “panoram” dejó de tener protagonismo con el surgimiento de la televisión, y es en la década del 50 cuando surgen en EE.UU. programas como “The Ed





Sullivan Show". Allí los artistas populares, generalmente del music-hall y el vodevil, se presentan a realizar sus performances y promocionar sus trabajos.

Es en esta década cuando Elvis Presley o Bill Haley aparecen en el cine, y de este modo cumplen otros roles además de ser cantantes. Una vez instalada esta tendencia, otros artistas comienzan a involucrarse en el universo del cine y una década después The Beatles deciden realizar su primer película. En 1964 se estrena "A Hard days night" dirigida por Richard Lester. En este film pueden rastrearse uno de los antecedentes más directos de la especie que nos interesa, ya que en la primera secuencia del film se presenta una puesta en escena musical del cuarteto, muy similar a lo que actualmente se identifica como video clip. Además, es en la película de Lester donde el ritmo musical define y determina a los personajes; y se comienzan a modificar las formas audiovisuales de mirar. Un año después, con el estreno de "Help", también bajo dirección de Lester, The Beatles dejarán una de las huellas más importantes en la historia del video clip.

Otro elemento tecnológico entró en escena, y en 1960 surge en Francia el "scopitone", que proyectaba imágenes a color en una pantalla de 16 pulgadas y en 16 mm. En Europa, este dispositivo permitía que grupos sociales marginados por la televisión tuvieran un espacio donde poder expresarse de forma visual; aunque el scopitone no pudo competir con la poderosa TV, sí quedó como registro de uno de los elementos antecesores del video clip.

Uno de los principales quiebres a nivel cinematográfico se genera en los 70 cuando aparece el film

*Performance* dirigido por Donal Camel, en donde actuaba el líder de los Rolling Stones, Mick Jagger. En este film, se mostraba al artista desde diversos ángulos, partiendo de la idea de fragmentar el relato audiovisual para poner en primer lugar a la presentación del cantante.

Pero, el momento clave, que presenta un antes y un después en la historia del video clip, se genera en 1975 cuando aparece "Bohemian rhapsody" del grupo Queen. El tema musical es convertido en video clip por el director Bruce Gower, con el objetivo de promocionar el álbum. El clip incrementó las ventas del disco, y tanto la industria televisiva como la cinematográfica observaron el éxito; es por ello que deviene en EE.UU. el programa de televisión llamado "The Kenny Everett video Show", que transmitía los videos que se producían.

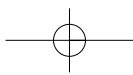
El momento más importante en la industria de la música, los videos y la TV se produce en la década de los 80 con la aparición del canal MTV. El 1º de octubre de 1981 comienza el primer canal dedicado exclusivamente a transmitir las 24 horas del día video clips. En ese mismo año, MTV también se expande a Europa, y es en 1983 cuando surgen

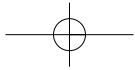
los top list de esta poderosa emisora.

Durante el año 83 se estrena el film *Flashdance*, que meses después será editado a tres minutos realizando; de este modo, una interconexión entre el cine, la promoción y el video clip. Y dos años después Michael Jackson impactará con su célebre "Thriller", clip dirigido por John Landis que genera con su aparición grandes cambios en las claves estéticas, narrativas y publicitarias de las imágenes en la música.

*MTV Brasil* surge en 1990, *MTV Latina* en 1993 y dos años después se crea *MTV Asia*. Es en la década de los 90 donde se producen los grandes cambios, mediante el concurso de dos fotógrafos: Anton Corbijn, que llevó a Depeche Mode a la cima gracias a imágenes manipuladas desde un laboratorio (mezcla de soportes y texturas, desenfoques, virados), y Jean-Baptiste Mondino que dirigió entre otras estrellas a Madonna en su "Justify for love". Asimismo, es importante destacar a Tim Pope, quién consiguió durante quince años continuar la imagen oscura de The Cure, a través de video clips innovadores y de gran calidad técnica, que lindan desde lo infantil hasta lo experimental y siniestro.

**INDYNAPOLIS**  
**FIESTA GRAND PRIX**  
 En VIVO  
 Soundblazer / Falso Primer Ministro /  
 Psicovendetta / My Té / Rey Mon / Elysees  
 Dj's  
 Luis Zerillo  
 Der Generator (Kraut Rock + Manchester)  
 Bolivian's Groove  
**21HS PUNTUAL**  
 Entrada **\$3**  
**Centro Cultural La Loma 23 e/ 40 y 41**  
**Febrero**  
 Instalaciones de Artes plásticas + Fotografía + Desfile de Indumentaria  
 Feria de Discos Independiente + Tragos exóticos + Escenario Hot + Body Painting





## Alfredo Alfonso / Leticia Lattenero

Video clip. Imagen institucional del rock.

Samuel Bayer, dirigió el video clip de Nirvana "Smells like teen spirit", lo que significó la llegada del grunge como corriente opuesta al rock de los ochenta, donde el aspecto y la imagen configuraban el todo.

A partir del 2000, y en los últimos cinco años, los vídeos musicales se han modificado convirtiéndose en formas únicas de expresión artística. Directores como Gondry, Sednaoui, experimentados creadores como Nigel Dick, innovadores como David Fincher y Alex Proyas dominan los espacios en el círculo del video clip y junto con una nueva generación de directores trabajan sentando las bases para los próximos video clips.

Por otro lado, es interesante destacar algunas características entre las industrias norteamericanas y europeas. En Francia, por ejemplo, la cantidad de productoras se incrementó en los últimos cuatro años en un 600%. Junto con las casas pioneras como Midi Minit o Bandits, cofundada en 1989 por Mondino, la nueva esencia es representada en compañías como Ninety Nine, cofundada por Seb Janiak, que se dedica a realizar vídeos "black", vídeos de hip-hop, rap, etc.

La gran diferencia entre los Estados Unidos y Francia es la formación de los directores: mientras que en América la mayoría de los directores viene de escuelas de cine, en Europa proviene de escuelas de arte, fotografía y diseño gráfico. De esta forma, la tendencia que se considera más vanguardista dentro del vídeo viene de Europa. Y dentro de esta incli-

nación, Francia ha engendrado a numerosos directores que trabajan para artistas británicos y americanos: Los Rolling Stones, Beck y The Chemical Brothers ya han trabajado con Michel Gondry; Neneh Cherry y Missy Elliot con Jean Baptiste Mondino; U2, Red Hot Chili Peppers, REM, Garbage y Alanis Morissette han usado los servicios de Stéphane Sednaoui.

Por la parte norteamericana, cabe destacar a Chris Cunningham, desde 1995 es conocido y internacionalmente como realizador de video clips, especialmente producidos Björk, Placebo, Autechre, The Auteurs, Leftfield, Portishead o Squarepusher. Los trabajos Windowlicker (1998, Aphex Twin), Frozen (1998, Madonna), Only You (1997, Portishead), Come to Daddy (1997, Aphex Twin) y All is full of love (1999, Björk) poseen los primeros premios de los mejores festivales de vídeo, televisión y publicidad del mundo.

Por último, puede apreciarse que a lo largo del tiempo, es la pluralidad audiovisual la característica común en la construcción del video clip. Esta característica también puede proyectarse a futuro con la incorporación de nuevos elementos y soportes tecnológicos (por ejemplo, poder ver videos a través de Internet o poder adquirirlos en formatos digitales), más y diversas fusiones de estilos, nuevos y variados códigos estéticos, y diferentes miradas sobre la cultura, la imagen y la música.

### Casos. Análisis de videoclip

Según Steve Jones, los videos musicales tienen como anteceso-

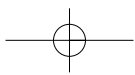
res a movimientos estéticos como el puntillismo, el dadá y el surrealismo. Estas corrientes influyen en su creación y se instalan dentro de la cultura popular. Por su parte, el cine como la publicidad son los antepasados más directos del video clip.

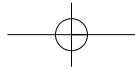
Una de las principales características de los videos es que evidencian una ruptura sobre las nociones tradicionales de tiempo y espacio. Es decir, se hace manifiesta una nueva forma de narrar que se regenera continuamente con la implementación de tecnologías, el estilo de época, las tendencias de modas y las problemáticas socio-culturales.

La lógica audiovisual en los clips se basa en la estimulación de la vista, en un primer plano; y en la del oído, en un segundo nivel. Los videos presentan una estructura fragmentada, y son como un *vitraux* dentro de otra ventana mayor que los contiene: la pantalla televisiva.

La creatividad del video clip está estrechamente vinculada a las fronteras difusas de lo real, lo verosímil, lo abstracto y lo irreal. El componente onírico se hace presente en la construcción de las imágenes y sus sucesivas acciones; los hechos no están atados a un anclaje con la realidad, pero si están obligados a los tiempos que marca una canción (aunque en algunas ocasiones, suelen excederse o resumirse). A veces, la música marca los ritmos de las imágenes, otras veces representa las letras o se buscan contrastes de la imagen sobre los sonidos.

Consideramos la inclusión de reflexiones sobre tres videos que





fueron reconocidos en distintas décadas y que han trascendido en la historia de la música y de la televisión. Ya sea por su creatividad, su momento de realización, la tecnología implementada o las repercusiones que se generaron: “Rapsodia Bohemia” del grupo Queen; “Thriller” de Michael Jackson y “Frozen” de Madonna son íconos concretos de que la fusión entre la música y las imágenes ubicadas con fines artísticos y comerciales pueden dejar marcas en la historia del video clip.

### **“Bohemian Rhapsody” Queen (1975)**

Es considerado el primer video clip de la historia y fue dirigido por Bruce Gowers, en 1975. Desde el comienzo, vemos como el nombre del video nos marca una pauta. Si tomamos la noción de “rapsodia” como una pieza musical formada por fragmentos o con trozos, las imágenes que se crearon para este video son coherentes y condicen con lo que se plantea en el tema.

A través de primeros planos, planos-detalles y medios, el director nos sitúa en dos espacios. El primero, es el fondo negro con los cuatro rostros. Y el segundo, el escenario, con luces de colores al fondo y los artistas del grupo: la guitarra, batería o con la voz de Freddy Mercury.

En primer lugar, se observa la primacía de un juego de luces, desde diversos ángulos sobre los rostros del grupo. Comienza con las figuras negras de los integrantes del grupo que se iluminan a medida que transcurre la canción. Luego, con la simplicidad de un fondo negro, e imágenes de las caras enlazadas por corte; el video sigue continua-

mente el ritmo de la música. Se han usado efectos como la sobreimpresión o la fragmentación, que se manifiestan a medida que se sucede la canción. Por ejemplo, cuando en el tema se realizan coros, en el video se repiten las imágenes de los integrantes, simulando ese efecto o cuando la voz se sostiene la imagen se prolonga. En otras partes de la canción, los integrantes están ubicados en un escenario con trajes ajustados y el pelo largo. Se van intercalando estos espacios, de forma rápida y lenta en la medida que lo indique la canción.

Rhapsody representa, como mucho de la producción creativa de Queen, la posibilidad de expresar una intervención que supere la instancia delimitada por la industria para el rock, la ruptura con los espacios previstos y la incorporación del mundo sinfónico, onírico y mágico en términos visuales. La multiplicación de las imágenes, un recurso reproducido hasta el hartazgo posteriormente, generará la sensación de totalidad: desde el rock hacia el infinito. Queen presenta en este material su rebeldía estético-visual, sentando las bases de un nuevo acuerdo: si la imagen quiere representar al rock, que se prepare para la expresión completa.

### **“Thriller” Michael Jackson (1986)**

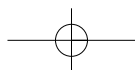
En este caso, el título del video clip nos ubica en una categoría específica, un género que indica el tema de la narración, al ser un thriller, es muy probable que se haga referencia al suspenso o al terror.

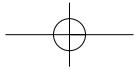
El video clip comienza como si fuera una película, y cuenta la historia de un chico que lleva a

su novia al cine. Antes de que comience la canción los personajes conversan y a medida que transcurre el clip, la relación se irá distanciando. Luego de tres minutos de duración de esta introducción comienza la canción. Se vuelve al comienzo, ellos están en el cine y cuando salen Jackson empieza a cantar y a bailar una coreografía. La cámara los sigue y se va acercando lentamente a los personajes. Michael canta y baila por las calles hasta llegar al cementerio. En este punto se desarrolla la escena de “terror” del clip y la música marca los ritmos del baile de los muertos. Se produce el tercer desdoblamiento de la historia, cuando se da a entender que era todo un sueño de la protagonista. Sin embargo, antes de que aparezcan los créditos, dedica un guiño al espectador sonriendo, sin que la chica se entere.

El director fue John Landis, y en este video clip vemos cómo se mantiene la estructura cinematográfica en la forma de contar la historia, en la manera de la cámara los sigue, en la creación de los espacios y personajes en los diálogos que se incorporan al comienzo y al final, y en el hecho de poner los créditos con música de fondo.

Michael Jackson expresa aquí una síntesis de su vida: un mutante estético sujetado por un sistema del que se beneficia, por un lado, y por el que es sometido, por el otro. Con *Thriller*, Jackson produce uno de los puntos más altos de identificación de una estética en toda la historia de Estados Unidos. Su campera de cuero, su corte de pelo (luego representado por un buen pensante y obsesivo estético como Prince) y sobre todo, su paso de baile de muñeco de goma hasta





Alfredo **Alfonso** / Leticia **Lattenero**  
Video clip. Imagen institucional del rock.

el día de hoy representa el objeto de certámenes internacionales de jóvenes bailarines.

**“Frozen”  
Madonna (1998)**

Desde el inicio el título de la canción manifiesta una especie de contradicción, la traducción es “congelado” y el paisaje elegido es un desierto. Sin embargo, el uso de las luces y los tonos oscuros, en la gama de negros y azules dan la sensación de un ambiente frío. El clip lo dirigió Chris Cunningham quien buscó generar también un ambiente sombrío y mágico que describa a la letra de la canción. El video clip se centra en la imagen de Madonna con un vestido negro, levitando por el desierto junto algunos cuervos. Además, aparece con sus manos cubiertas de dibujos realizados que tienen su significado en el Yoga. Se realizan primeros planos que recorren sus manos y su ropa junto a planos generales en donde se puede ver sobre el paisaje. Muchas de las imágenes siguen el recorrido de las aves, y por momentos se filma el suelo de una manera veloz. Llegando a fines de los noventa la categoría de video clip está defini-

da. En este caso en particular, puede identificarse claramente que la estructura y la lógica audiovisual están pensadas en función del género *video clip* propiamente dicho.

Por su parte, pueden verse las nuevas tecnologías implementadas en otro tipo de efectos especiales, y en la calidad de la imagen. La búsqueda de la originalidad se hace evidente en un contexto de competencia mucho mayor que en los 70 y principios de los 80.

**Consideraciones finales**

Este recorrido, en donde la imagen sintetiza procesos sociales y multiplica horizontes de representación, pretende establecer un punto de partida para pensar una articulación económica y cultural de la imagen roquera representada en el clip. Pero también su dimensión artística como género audiovisual independiente.

El cine es narración tradicional. Aunque se fracture el relato, como lo hace Godard, o lo “onirice” como Buñuel, las secuencias son siempre eslabones de un relato clásico. En el video clip, en cambio, la secuencia se sintetiza, provoca sentidos y acelera la lectura.

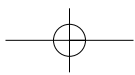
De allí surge la interpretación de los noventa como la década en la que la televisión argentina asumió un ritmo “clipista”, a través del uso de la informática y el sentido de aceleración del ritmo discursivo que habilita. Las producciones de *Cuatro Cabezas*, desde *CQC* y *El rayo* hasta *Algo habrán hecho por la historia argentina*, son tributarias de ello.

El discurso eufórico que precede la llegada de una nueva tecnología, como la posibilidad de producir cortos con los teléfonos celulares, reitera la mirada hegemónica que produjo la llegada del cine. El estudio del videoclip reconoce la intervención de esta euforia tecnofílica en la producción y la estética, así como de moldes de representación.

En esta propuesta se intentó darle dimensión a estas significaciones reconociendo tres íconos indiscutibles del consumo de masas en versión rock: Queen, Michel Jackson y Madonna, todos ejemplos en donde la “puesta del cuerpo” en la representación visual es una dimensión que enriquece y acentúa decididamente su producción musical.

El rock y su expresión institucional llamada videoclip guía consumos, miradas y estéticas. Produce representaciones sobre el presente y el futuro. Provoca sensaciones y habilita excesos. Denuncia enajenación y corrobora diversidad cultural. Contribuye a la sublimación de un mundo libre. Establece, de algún modo, la organización icónica de las “tácticas del débil” referidas por De Certau en términos generacionales. Y mientras tanto, seduce, convoca y proyecta.

**El cine es narración tradicional.  
Aunque se fracture el relato, como lo hace Godard, o lo “onirice” como Buñuel, las secuencias son siempre eslabones de un relato clásico. En el video clip, en cambio, la secuencia se sintetiza, provoca sentidos y acelera la lectura**



## Notas

1 Silverstone, Roger, *Televisión y vida cotidiana*, Amorrortu, Buenos Aires, 1996. El autor británico propone dos categorías, dentro de la dinámica del consumo, que vinculamos en el texto. Sobre **objetivación**, afirma: "se revela en la exhibición y, a su vez, revela los principios clasificadores que dan forma al sentimiento de una casa, y al sentimiento de su lugar en el mundo. Estos principios clasificatorios tienen su origen en las percepciones y en las pretensiones de status y, a su vez, definen las diferencias de género y de edad según se hayan construido esas categorías en el seno de la cultura de cada casa. La objetivación se expresa en el uso pero también en las disposiciones físicas de los objetos dentro del ambiente espacial del hogar". Por su parte, sobre **incorporación**, precisa: "las tecnologías son funcionales. Quien las compra puede tener presente otros rasgos, y en realidad

pueden servir a otros fines culturales. Las funciones pueden cambiar o desaparecer. Para ser funcional una tecnología tiene que encontrar su lugar en la economía moral de la casa, específicamente en tanto se incorpora a las rutinas de la vida cotidiana. Las dimensiones de las temporalidades de la televisión y sus usos, por ejemplo, están sujetas a su incorporación en la temporalidad de una casa, por la propia orientación temporal y horaria de esa casa".

2 Margaret, *Cultura y Compromiso*, 1970.

3 Martín-Barbero, J., "Jóvenes: des-orden cultural y palimpsestos de identidad", en *Viviendo a toda*, Bogotá, Siglo del Hombre, pp. 22-37.

## Bibliografía

JONES, STEVE.

*Cohesivo pero no coherente: videos musicales, narrativa y cultura*, Universidad Nacional de Wisconsin, Estados Unidos, 1989.

MARTÍN-BARBERO, J.

"Jóvenes: des-orden cultural y palimpsestos de identidad", en *Viviendo a toda*, Bogotá, Siglo del Hombre, Pp. 22-37.

MEAD, MARGARET.

*Cultura y Compromiso*, 1970.

SAUCEDO TEJADO, DIEGO.

*Historia del video-clip. Formato Clip. Primera parte*. En: Blog- estabolsanoesunjuguete. Julio 2004.

<http://estabolsanoesunjuguete.blogia.com/2005/111502-historia-del-video-clip.php>

SEDEÑO, ANA MARÍA.

*Video clip musical: desarrollo industrial y últimas tendencias internacionales*. Universidad de Málaga (España). En: Ciencias Sociales Online, Vol. III, No. 1. Universidad de Viña del Mar – Chile. Marzo 2006.

[www.uvm.cl/csonline/2006\\_1/pdf/videoclip.pdf](http://www.uvm.cl/csonline/2006_1/pdf/videoclip.pdf).

SILVERSTONE, R.

"Televisión y consumo", *Televisión y vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu, 1996, Pp. 179-220.

VILLAGRÁN FERNÁNDEZ, MARIO.

*Intentio video-clip: lecturas en la búsqueda del lector modelo de la videomúsica*, Universidad Autónoma Metropolitana. México D. F., Julio del 2003.