

**UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR**

**SEDE ECUADOR**

**AREA DE LETRAS**

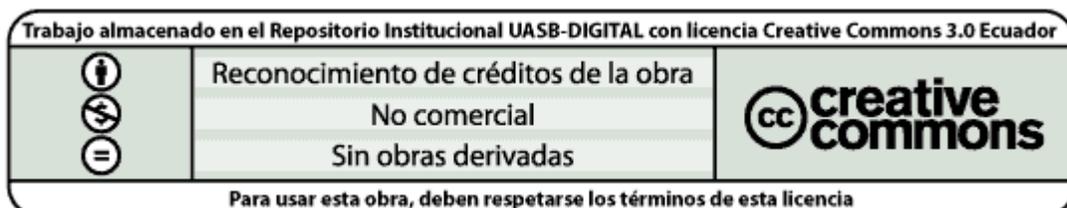
**MAESTRÍA EN ESTUDIOS DE LA CULTURA**

**MENCIÓN EN POLÍTICAS CULTURALES**

**VIDEOCLIP E INDUSTRIAS CULTURALES: Una mirada a las apropiaciones de contenidos en la cultura mainstream en el siglo XXI**

**Pablo Pesantes Almeida**

**2014**



## CLAUSULA DE CESION DE DERECHO DE PUBLICACION DE TESIS

Yo Pablo Pesantes Almeida, autor de la tesis intitulada **“VIDEOCLIP E INDUSTRIAS CULTURALES: Una mirada a las apropiaciones de contenidos en la cultura mainstream en el siglo XXI.”**

mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de Magister en Estudios de la Cultura con Mención en Políticas Culturales en la Universidad Andina Simón Bolívar,

Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

Fecha. ....

Firma: .....

**UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR**

**SEDE ECUADOR**

**AREA DE LETRAS**

**MAESTRÍA EN ESTUDIOS DE LA CULTURA**

**MENCIÓN EN POLÍTICAS CULTURALES**

**VIDEOCLIP E INDUSTRIAS CULTURALES: Una mirada a las apropiaciones de contenidos en la cultura mainstream en el siglo XXI.**

**Pablo Pesantes Almeida**

**Tutor: Alex Schlenker.**

**QUITO, ECUADOR**

**2014**

## Resumen.

Los años finales de la década de los noventa y el inicio del nuevo siglo, marcan el final de la reproducción del videoclip en la televisión como mecanismo de la *Industria Cultural*<sup>1</sup> para la reproducción y estrategia de comercialización de los grandes autores del formato audiovisual. Con el apareamiento de canales IRC (Internet RelayChat), los mismos que consisten en un protocolo de comunicación entre dos o más usuarios, se da el inicio la experiencia de compartir contenidos de videos musicales en línea.

Este fenómeno da pie al comienzo de la experiencia del videoclip en la web, el cual tiene un origen con la apropiación del consumidor que, por cuenta propia, digitaliza a sus artistas preferidos para compartirlos en distintos portales y organizar foros acerca de el debate del producto audiovisual que comparte junto con la posibilidad de un intercambio masivo en las redes, momento clave de reorganización de las lógicas de comercialización del formato y de la promoción de los grandes sellos discográficos en su afán de promulgar a los artistas que trabajan bajo su firma.

Este proceso conlleva a que el video clip como suerte de consumo cultural, incorpore la experiencia sensitiva de la comunidad global a través de portales como *You Tube*, *Blip TV* o *Vimeo*, y produzca un fenómeno conocido como el *fan video*: el mismo que consiste en la capacidad de los consumidores de productos audiovisuales (fans) especializados en adaptar herramientas tecnológicas para re-visionar productos y promoverlos en distintas plataformas virtuales.

---

<sup>1</sup> Concepto elaborado por Theodor Adorno y Max Horkheimer para referirse a la capacidad de la encomia capitalista para desarrollar los medios técnicos capaces de reproducir bienes culturales de forma masiva.

Dedicatoria.

Para el Tito y el Martin.

## CONTENIDO

**Introducción:** El videoclip: de la pantalla del televisor al computador. ....7

### 1 Capítulo Primero

Videoclip: Comercialización y nuevos movimientos. ....9  
Música y video: conjunción audiovisual. ....12  
De la sociedad de la imagen hacia la mutación.....16  
Vida *on line* y *off line*. ....20  
Tecnología y movimiento: mira al mundo en tu tv y no te arriesgues a salir de la pantalla. ....22  
Video Tecnología y Protesta Social. ....27  
Música e Identidad. .... 30

### 2 Capítulo Segundo

Construcción de Narrativas en los videoclips. ....36  
La época dorada del videoclip como videoarte. ....39  
El trabajo de Chris Milk y Adam Smith y la propuesta del *live act*. ....42  
La apertura del consumo: contingencias e intercambios. ....45  
El sampler la base de la construcción musical contemporánea: tomando prestado de todo un poco.50  
Analizando algunos fan videos. ....53

### 3 Capítulo Tercero

Apropiaciones e Intercambios. ....59  
La Hibridación Audiovisual. ....65  
Prácticas Artísticas en la red: Apropiaciones Y Posproducciones. ....70  
Canales de Reproducción: You Tube Como Medio. ....76  
Transmitibilidad y Transmutabilidad: digitalización de contenidos.....79  
**Conclusiones.** ....85  
**Bibliografía.** ....89  
**Listado de videos.** ....93

## **El videoclip: de la pantalla del televisor al computador.**

Con la intención de analizar como las nuevas tecnologías de la comunicación configuran una serie de mediaciones entre los usuarios de las mismas, el siguiente trabajo busca examinar la relación de el formato de los videos musicales con la industria que hace posible puedan llegar al consumidor en un momento en viaje en *mutación*, viaje que transita del espacio televisivo en el que aparecieron los videoclips en los ochentas hasta su reproducción técnica en el interfaz como forma de consumo contemporánea.

Considerar a los videos musicales como formato audiovisual abre una serie de debates de la función de los mismos que van desde la necesidad de publicitar a los artistas pertenecientes a un sello disquero hasta las apuestas visuales de directores que han utilizado este formato para realizar trabajos que proyectan elementos con una poderosa evocación emocional a través de la secuencialidad de imágenes cargadas de sensibilidades proyectadas en espacios cortos de tiempo.

Conceptos como el de reproductibilidad técnica y la pregunta por el aura de la obra artística, elaborados por Walter Benjamin; acompañaran la evolución del corpus de la investigación para intentar resolver la pregunta sobre qué es lo que cambia en la reproducción *ad infinitum* que un videoclip posee una vez que es subido a la web a través de un *upload* por parte de un usuario de una plataforma de reproducción.

Qué es lo que cambia en la obra en la época en que podemos someter a un formato audiovisual como el videoclip a su reproducción cuantas veces el usuario lo desee; Cómo esta serie de interrelaciones producen un viaje en que este ejercicio ligado a la posibilidad

de digitalizar contenidos y almacenarlos produce en los usuarios un sentimiento de apropiación de la obra en un momento en que las nuevas tecnologías y un espacio tecnológico permiten que estas apropiaciones puedan ser modificadas.

Estos son algunos de los debates que este trabajo pretende recorrer analizando el elemento de la influencia en el que los medios técnicos de reproducción de bienes culturales han configurado una serie de preferencias en el consumo de una sociedad ligada a la tendencia de asumir identidades a través de los marcos imaginativos a través de los medios de comunicación masiva.

# CAPITULO I

## **Videoclip: Comercialización y nuevos movimientos**

El aparecimiento del videoclip en la década de las ochenta marca una ruptura de las lógicas de comercialización del mercado de la industria musical planteando el origen de una nueva forma de reproducción técnica en la que sonido e imagen convergen en una unidad.

La música se constituye como un fenómeno social por naturaleza, su fuerza radica en la capacidad de constituir a un grupo de sujetos bajo un simbolismo que traspasa las relaciones en términos de espacio y tiempo, ya que su carga emotiva tiene un poder evocador hacia el otro, aunque éste se encuentre distante. La industria cultural, no tarda en captar la fuerza que tiene esta conjunción y prácticamente desde el momento mismo de la creación del videoclip, la lógica narrativa del formato impone una supremacía del consumo como parte del sistema cultural. “La música es narrativa y, como tal, funciona como un dispositivo de contar historias, capaz de poner en escena los sentimientos y pulsiones más vitales de lo humano, por medio de letras, ritmos, referencias, intérpretes y eventos. Su potencial está en que es un discurso emocional, pues está hecha para construir o reactivar los diferentes estados del alma y poner en escena nuestro repertorio sentimental”. (Rincón, 2008:163).

En 1981 la cadena musical MTV hace su aparecimiento en la comodidad del living del hogar, creando la expectativa del primer canal de televisión especializado en la rotación

de videos musicales -eso sí, únicamente para quienes pueden pagar su servicio de televisión por cable, Así por primera vez nos encontramos en un momento histórico de la promoción de las firmas discográficas en torno a la promoción de sus artistas en la televisión.

De esta manera, el nuevo sujeto audiovisual es un sujeto que construye su identidad a través de la imagen y que por medio de esta *migra* su condición. Plantear la relación del sujeto y su mediación con el espacio tecnológico liga la presencia del otro como la alteridad con la que se convive en el lugar que ocupamos para asentar nuestra huella, "...vivir en este espacio mutable, habitar sus lenguas, cultivarlas y construirlas y por lo tanto transformarlas en lugares peculiares, engendra nuestro sentido mismo de la existencia y revela sus posibilidades. "(Chambers, 94:34), de esta manera se incorpora en el movimiento y la presencia de una identidad que se enmarca en una identificación que no es fija y que está en permanente construcción,

Carlos Monsivais plantea que el cine encumbra ídolos a modo de interminables espejos comunitarios, haciendo uso de los sonidos del habla popular para imponerlos a sus usuarios. El videoclip resume la misma estrategia de una manera más efectiva: la historia con su trama, su climax y su desenlace final inesperado se cuenta en un poco más de tres minutos y, todo esto acompañado por un fondo musical; que más se puede pedir para desatar toda el ímpetu de un espíritu sin apartarse de la pantalla del televisor.

A partir de este punto es importante remarcar cómo las lógicas de producción, circulación y consumo son contextuales a la propuesta estética del video clip, y como a su vez estas atraviesan una serie de aprendizajes que se enmarcan en una serie de posibilidades

de la representación que escinden al video musical del sonido y propagan una imagen que es aún más poderosa.

Tomando a Deleuze podemos relacionar como el concepto de espacio *estriado* esta siempre ligado a un dominio de la visión, el filosofo caracteriza este concepto por la relación entre un espacio que se presenta en apariencia bajo la estructura normativa de las condiciones en que se desempeñan las relaciones sociales, el mismo se encuentra ligado a un régimen del dominio de la visión, "...lo estriado siempre tiene un logos" (Deleuze, 2000:486). Este dominio del campo visual es parte de un dominio estético unido a la artificialidad del sentido presente en el campo de las relaciones mediadas por las nuevas tecnologías.

Este análisis se encuentra enmarcado dentro de lo que consideramos una *Cultura Mainstream* o una corriente de preferencias mayoritariamente aceptadas en una sociedad alrededor de las tendencias que marcan sus gustos y tendencias de vida contemporánea a través de los *Mass Media* o medios de comunicación masivos.

Es importante remarcar que en el marco de un estudio de los Mass Media se encuentra íntimamente relacionado al acceso a las nuevas tecnologías en los canales sociales que posibilita la *World Wide Web*, los cuales marcan un espacio que ha sobrepasado las nociones físicas para incorporarse a los nuevos lenguajes relacionados a las *tecnologías de la comunicación*.

## Música y video: conjunción audiovisual

El video conforma un ecosistema audiovisual con pilares en el espacio mediático y el ciberespacio. Este sistema incluye el cine, la televisión, el cibercine, la cibertelevisión y el cibervideo. El video interrelaciona fluidamente el espacio mediático y el ciberespacio. En el ciberespacio los usos sociales e informativos del video se solapan en un proceso de comunicación horizontal global, de enorme potencialidad; pero que corre el riesgo de fragmentar la esfera pública, tal como venía siendo delimitada por los medios de masas (Díaz Arias, 2008:66).

Las nuevas formas de apropiarse de un *andar* y de un *sentirse juntos*, son nuevas lógicas que son aprendidas por el sujeto en una relación de tensión, ya que "...frente a las culturas letradas, ligadas a la lengua y al territorio, las electrónicas, audiovisuales, musicales, rebasan esa adscripción produciendo *comunidades hermenéuticas* que responden a nuevos modos de percibir y narrar la identidad" (Barbero, 2003:285), las mismas que marcan el paso de una narrativa oral y de la palabra escrita hacia la constitución de las imágenes en movimiento, las cuales presentan un salto durante el siglo XX; en este momento la posibilidad de la reproducción audiovisual se enmarca en una técnica y en una estética que desarrollan y dominan el encuadre y la composición de los planos, así como también los tiempos y espacios en el que se produce la narración audiovisual.

El auge de lo tecnológico abre la experiencia de la comercialización del cine y la posibilidad de una industria que luego dará paso al inicio del Mass Media con la comercialización del televisor, el mismo que impulsa a las nuevas tecnologías durante el siglo XX como el dispositivo que abre la necesidad de unas series de relaciones entre las experiencias visuales y la temporalidad de las sucesiones en un eje anacrónico a los hechos. "Con el advenimiento de la industrialización de la cultura y la masificación de la sociedad aparece otra fuente de valor que podríamos llamar el *entretenimiento* ligado a la existencia

del tiempo libre y del ocio; por tanto, a la colonización de la vida cotidiana por productos de la industria cultural” (Narváez Montoya, 2008:43).

Desde el inicio de la comercialización del cine la utilización de la propaganda, la cual nace con un fin político durante los periodos de guerra, abre la posibilidad de promocionar, ya sea en el orden político o económico, a un formato que tiene como característica la de ser elaborado en un breve periodo de tiempo para ser presentado previo a la proyección de un largometraje o entre el final de un film y el inicio de otro, iniciando una estética de narrativa de una proyección corta o videoclip.

La funcionalidad y la capacidad de llegar al consumidor audiovisual en el videoclip desde siempre está relacionada a la energía de una capacidad de conmover al espectador en un corto periodo de duración, esa eventualidad de emocionar al sujeto encuentra mayor eficacia tomando prestada la formula que el cine sonoro inaugura, la cual consiste en acompañar a cada gran producción con una musicalidad que converja en una mayor fortaleza de la imagen cuando esta se presenta acompañada de de una producción sonora para el largometraje o *soundtrack*, ya que en el origen del videoclip, lo visual se ajusta a la pieza musical.

En este sentido, “las variaciones del compas y velocidad del tema musical condicionan la duración del plano” (Audubert, 2003: 69), esta dinámica comienza a seguir a toda gran producción fílmica, y de la misma manera la intención propagandística tanto política como comercial, unifican a la imagen y al sonido en sus intenciones industriales.

Es de esta forma que el videoclip nace como un formato que toma características y funcionalidades muy variadas que van desde el marketing comercial pasando por la

publicidad política etc. “En toda sociedad se producen bienes y servicios cuya única característica imprescindible es poseer un valor de uso, es decir, alguna utilidad para la sociedad que los consume” (Narváez Montoya, 2008,31).

Si podemos remontarnos a buscar una etimología de la música encontramos que la naturaleza de esta presenta una fenomenología social, un elemento instalador de una colectividad, la música es desahogo, es la exposición de nuestro sentir como individuos y como colectividad, es una reminiscencia a nuestras sensaciones que nos conectan con otros sentires, es un elemento de añoranza con ese otro no presente es esa *presencia de una ausencia*, que toma mayor emotividad con la fuerza de la música como elemento simbólico.

La posibilidad de la grabación sonora nos muestra la eventualidad de representar la obra a través de la contingencia de la reproducción al infinito de la pieza musical, una paradoja se abre en la emergencia de reconocer la validez de la mediación tecnológica en el arte y la necesidad de preguntarse por la originalidad de la obra: es decir la pregunta plantea si esta escisión de tiempo y espacio para la reproducción, la cual ya no está en contacto con el artista y ahora se presenta atravesada por el dispositivo de reproducción, marcan una escisión con la misma presencia del autor desligando a una figura que el consumidor la siente como presente y ausente como lo habíamos nominado.

La necesidad de un acompañamiento musical escolta a lo visual junto a la consolidación de la imagen, formando el producto audiovisual. La unión de estos elementos que a su vez unen la emotividad de una estructura del sonido que conmueve en su naturaleza, conjugan la narrativita de la pieza con una nueva narrativa visual, presentando una evocación con una dimensión y profundidad nueva en el contexto histórico, esta

mixtura de poder presentar tres elementos narrativos (la musicalidad, la letra de la pieza musical, y el lenguaje visual), los cuales pueden presentarse muy acordes o a su vez unir tres narrativas muy distintas en un mismo elemento audiovisual. “Si los clips funcionan es desde luego, es porque hay una relación elemental entre banda sonora y banda visual, no siendo las dos totalmente independientes. Esta relación se limita a la presencia momentánea de puntos de sincronización, en los cuales la imagen imita la producción del sonido. El resto del tiempo, cada uno marcha por su lado.” (Chion, 1998:157).

Estas narrativas remiten al video y audio espectador en un sentir y en una evocación de sentimientos nunca antes presentes en la historia de la humanidad y si marcamos el inicio del videoclip junto al periodo de postguerra y su afán propagandístico, es importante también realizar el cruce de este fenómeno como un fenómeno de masas ciertamente, pero con un poder evocador en la juventud en especial, además podemos marcar el periodo de postguerra como el inicio de un estudio de la juventud como un elemento más en el que el fenómeno joven paso a ser una clase en sí mismo.

Con la rebeldía de la juventud y el estatus de la lucha en contra del *establishment*, esta nueva clase comienza a construirse principalmente en conflicto con las generaciones anteriores y a presentar los códigos de representación con sus pares. Los iconos de la pantalla grande que promulgaban el “*vive rápido muere joven*” presentaban un *nomadismo* generacional que rompe las estructuras del sistema, este nomadismo que los iconos cinematográficos promulgaban como estandarte de una lucha generacional, no fueron más que las herramientas de una industria cultural que iniciaba la identificación del sujeto joven el cual necesitaba ser escolarizado.

## *De la sociedad de la imagen hacia la mutación.*

La dinámica del movimiento, la cultura fast food, el paso de la identificación de los roles hacia una igualdad que acunaron los movimientos feministas presentaron la *mutación* del modelo de Talcott Parsons<sup>2</sup> hacia una revitalización del sistema, en esta nueva forma de organización se “está vivo cuando el sentido se encuentra presente en todas partes, y de manera dinámica: si el sentido está localizado, e inmóvil, el sistema muere.” (Baricco, 2008:71).

El inicio de una lógica multiculturalista entendida esta como la base del capitalismo tardío con el fin de sostener desde una posición social y económica un enmascaramiento de los discursos de la inclusión y la tolerancia, toman fuerza en la representación audiovisual de los grupos de clase, etnia y género históricamente relegados.

Los individuos otros al canónico comienzan a presentarse en la pantalla del televisor curiosamente con la aparición del color en las pantallas del cine y la televisión, esta consolidación de la sociedad aparentemente incluyente le da fuerza al videoclip, el cual se encuentra afirmado en este momento histórico como un formato híbrido listos para consolidar su utilidad en medio de las sociedades contemporáneas en que: la *fractalidad* y la *mixtura*, los saltos narrativos, la *hiperposición* y *yuxtaposición* de imágenes en un corto tiempo consolidan a la imagen con los valores culturales de la época moderna.

En esta sociedad dispuesta a consumir los flujos de la imagen y el movimiento, los objetos que se inscriben en nuestra mirada son rápidamente digeridos por el consumidor

---

<sup>2</sup> Sociólogo norteamericano que promulgo un estructuralismo funcionalista ligado a la autorregulación de la sociedad en base a la satisfacción de sus necesidades básicas.

que ya no quiere detenerse a observar que ha pasado por sus ojos, solo espera que el próximo movimiento, la próxima *new wave*<sup>3</sup>, llegue con nuevos elementos para ser consumida.

Plantear la relación del consumidor moderno y su mediación con lo tecnológico liga la presencia del otro como la alteridad con la que se convive en el espacio, pero ¿en qué términos conceptualizamos a el espacio?; si nos referimos a el lugar que ocupamos para asentar nuestro paso como consumidores tecnológicos este se incorpora en el movimiento y la presencia de una identidad que nunca es fija y que está en permanente construcción.

La dinámica de la identificación y la cosificación como mecanismos de control y orden, promulgando el estatismo o el sedentarismo de las formas de convivencia humana como mecanismo de control que se establece desde los discursos totalitarios y violentos toman respuesta en la necesidad de *una vida errante* como una forma de resistencia: “el impulso de la vida errante es uno de los polos esenciales de toda estructura social. Es el deseo de rebelión contra la definición de funciones [...] que convierte a todo el mundo en un simple engrane de esa máquina industriosa que es la sociedad.” (Maffessoli, 2004:33).

De esta manera la ideología de una vida errante se constituye por la fuerza de una transgresión en el movimiento ya sea físico o virtual, el mismo que defiende la no determinación de las identidades ante el afán normativo de una sociedad *panóptica*<sup>4</sup> en su afán coercitivo.

---

<sup>3</sup> Término que designa el paso de una tendencia de comportamiento cultural masivo hacia una nueva tendencia en construcción.

<sup>4</sup> centro penitenciario diseñado por el filósofo Jeremy Bentham, en 1791, cuyo concepto permite que apenas un vigilante observe a todos los prisioneros a la vez, sin que éstos sepan si están siendo, o no, observados.

La experiencia del *nómada* se liga al misticismo de él emprendimiento del viaje por el hecho del viaje en sí mismo, es decir por el ejercicio del movimiento de una experiencia que conlleve al sujeto errante en un movimiento en el que “estar fuera de sí es una forma de abrirse al mundo y a los demás” (Maffessoli, 2004:32).

La lógica del consumo tecnológico fagocita la seducción de la vida errante y del viaje para re-significar la figura del viajero físico, para vaciar el sentido de la experiencia de “un ocio necesario, la importancia de la vacuidad y del *no actuar* en el andar humano” (Maffessoli, 2004: 33). Presentar la lógica del viaje como el movimiento que sustenta la mentalidad del sujeto post moderno es destapar la metáfora del movimiento como el sostén de las *máquinas deseantes* que Deleuze presenta.

El viajero ya no es el sujeto que transgrede lo establecido en búsqueda de la experiencia que rompa el marco normativo, ahora el viajero pasa a ser “*turista*” como lo denomina Sygmunt Bauman, este es el sujeto en búsqueda ya no de la sabiduría de un devenir de lo impermanente del espacio y el tiempo presentes en la experiencia del viaje, ahora el turista va en afán de la obtención de ese “*oscuro objeto del deseo*” representado en el *souvenir*: “Los turistas se convierten en viajeros y privilegian los sueños agrídulces de la nostalgia por el calor de hogar porque así lo desean; ya sea porque lo consideran el plan de vida más razonable “dadas las circunstancias” o porque los seducen los placeres reales o imaginarios de un cosechador de sensaciones.” (Bauman, 2001:121).

Ahora podríamos también representar a ese turista en constante movimiento al que todos aspiramos a convertirnos a través del viaje virtual de nuestros ordenadores y dispositivos digitales con los cuales *navegamos* diariamente en una relación en la que

atravesar los portales web nos entrecruzan una representación con otra sin llegar al fondo de lo que la mirada puede inscribir, y más bien nos afianzamos en un salto, un constante salto que me entrega el poder estar aquí cuando lo desee estoy en otro portal en medio de esa posibilidad de satisfacer las necesidades virtuales que a su vez son reales en ayuda del tan anhelado mediador virtual llamado *link*.

La dualidad y el binarismo acompañan la metáfora de él viaje virtual para que este se sostenga como viaje deseante ya que en el movimiento la alteridad viene ser la constante presencia de la identidad del sujeto que ingresa a las condiciones del mercado de la manera en el que los sujetos deseantes esperan integrarse en el capitalismo tardío, “Los vagabundos saben que no se quedarán mucho tiempo en un lugar por más que lo deseen, ya que no son bienvenidos en ninguna parte.” (Bauman, 2001:122).

El vagabundo representa esa imagen de lo que le espera al mal consumidor aunque este sea un consumidor en red, al que se le recuerda constantemente que el status de *turista virtual* hay que ganárselo constantemente, ya que la “desgracia” de ser un *vagabundo* se la juega diariamente en los escenarios de la vida y el consumo cotidiano *on line* y *off line*.

## ***Vida on line y off line.***

El cruce de los mecanismos sociales y de la vida institucional acrecienta la idea de la ilusión y totalización de la noción de un sujeto que atraviesa una suerte de garantía de identificación en torno a su relación con el mundo socialmente institucionalizado a través de la construcción de una identidad de su imagen, la misma que en estos tiempos abren el debate de una identidad afuera del logos virtual del ordenador y otra adentro del mundo virtual y su relación en los distintos portales de intercambio que de alguna manera también influyen en nuestras actividades, es de esta manera que conceptualizo las nociones de hablar de una vida en línea y otra vida fuera de ella.

Este instante es el momento que se plantea como elemento clave para representar la artificialidad del sentido de la experiencia vivida cuando es atribuida únicamente a la experiencia del *logos* de lo tecnológico.

El sentimiento de rivalidad para consolidar a los sujetos como estructuras deseantes se aclara cuando se plantea que “creemos que el deseo es objetivo o subjetivo, pero, en realidad, depende de otro que da valor a los objetos:...El prójimo es el modelo de nuestros deseos.” (Girard, 2002:26), de esta forma entendemos que nuestros deseos no se presentan de una manera pura en lo que denominaríamos un inconsciente, el otro es el reflejo, lo especulativo y lo especular en una sociedad destinada al espectáculo como propone Guy Debord.

Según Slavoj Zizek la fantasía es una forma que tienen los sujetos para organizar este goce perdido, para manejar o domesticar esta pérdida traumática que no puede ser simbolizada y que está representado en los discursos sociales que plantean a ese *Gran Otro*

como la superestructura que plantea *las leyes del deseo* y por lo tanto también las del mercado que se sostienen en ese sujeto en viaje y ya no en la relación con la consecución del objeto deseado. “lo real refiere a lo que tiene existencia efectiva, mientras que lo que se denomina *imaginario*, nombra aquello que es representado, lo aparente.” (Reguillo, 2006:26).

Así mismo *Zizek* anuncia que “el cine es el último arte perverso, puesto que no te da lo que deseas, sino que te dice cómo desear.”<sup>5</sup> Es en esta presentación discursiva en que presenciamos el dominio de un logos, en el que el *estriamiento* y control de los cuerpos y su comportamiento toman forma, La resistencia de la mirada panóptica se yuxtapone en la apropiación de las nuevas tecnologías para re-significar el lugar en el que la mirada se presenta: “En los cambiantes intersticios de este mundo, ya sea desplazándose hacia las pautas acústicas de nuestro ritmo corporal o hacia el diseño tecno-surrealista de las simulaciones computarizadas. Está la apertura que redime y reconstituye nuestro ser.” (Chambers, 1994:32).

Las prácticas de nuestra condición como sujetos que se sustentan en el logos migran del sujeto nómada como supuesta resistencia, hacia un sedentarismo en movimiento tecnológico, ya que “la mayoría estamos en movimiento aunque físicamente permanezcamos en reposo” (Bauman, 2001:103).

La lucha por la apropiación de los discursos que atraviesan lo que consideramos “*real*” pasa a través de los contenidos que digerimos en los distintos portales tecnológicos ocurre a toda prisa en medio de un zapping en constante salto de la señal digital de la pantalla hacia la posibilidad de abrir las ventanas deseadas navegadas, todo esto en un

---

<sup>5</sup> Slavoj Zizek, *The Pervert's Guide to Cinema* (2006) <http://www.thepervertsguide.com>, Acceso 20-05-13

mismo dispositivo, esta dinámica presentan al individuo escindido entre su presentación física y su representación en un momento en el que podemos hablar de *cuerpos virtuales o cuerpos cyborg*, inaugurando una forma de habitar el espacio en medio de relaciones que se representan en la interfaz del world wide web.

Es importante no dejar de reconocer que este relacionamiento de la interfaz se ha presentado bajo la esperanza de la democratización de los usuarios en línea, de aquellos que han preferido la vida *on-line* para escapar del sufrimiento y del vagabundeo de los avatares del mundo *off-line*, pero es importante tomar en cuenta que:

...el cuerpo caliente y masculino de la Grecia clásica, el cuerpo frío y negado de esta época victoriana, el cuerpo disciplinado de la Europa protestante. El cuerpo sufriente de la tradición judeo-cristiana, el cuerpo andrógono de estas sociedades de consumo, el cuerpo virtual de la era de la tecnología. Cada periodo y cultura ha definido los atributos de los cuerpos y luego los ha modelado a través de lo que Foucault denominó "dispositivos de vigilancia y control"... (Reguillo, 2000:26.).

**Tecnología y movimiento: mira al mundo en tu tv y no te arriesgues a salir de la pantalla.**

El inicio del nuevo siglo, nos sirve de marco para analizar la era tecnológica como mecanismo de la industria cultural en la reproducción y estrategia de comercialización de los grandes discursos audio-visuales, los mismos que muchas veces los podemos relacionar con los discursos del miedo. "Los miedos contemporáneos constituyen, sin duda *un espacio de frontera*, es decir, ellos configuran un espacio-tiempo en el que confluyen de manera multidimensional, compleja, contradictoria y ambigua, elementos, figuras, procesos,

figuras, discursos, personajes, políticas, relatos y contrarrelatos que dificultan emplazarlos.”(Reguillo, 2006:25).

El aparecimiento de las nuevas tecnologías marca una ruptura de las lógicas de comercialización del mercado de la industria cultural planteando el origen de una nueva forma de reproducción técnica en la que sonido e imagen convergen en una unidad en la que la dominación del campo visual marca el camino de la reproducción. “Por supuesto se trata de una representación y no de la vida. Sería absurdo confundirlas, pero el análisis podría vincularlas sin creer que una es causa de la otra.”(Sarlo, 2001:78).

Sygmunt Bauman plantea que “*usar una máscara pública* es un acto de compromiso y participación y no de *descompromiso*, una retirada del *verdadero yo*, que opta por salirse de las relaciones y el involucramiento mutuos, una manifestación del deseo de quedarse solo y de dejar solo a los demás” (Bauman, 2005:104). De esta forma nos ligamos a un marco que nos brinda la posibilidad de asumirnos como sujetos que hemos optado por asumir los límites a cumplir en favor de una promesa de seguridad de vida que ocurre en la pantalla audiovisual de nuestro dispositivo audiovisual antes de una vida fuera de esta mediación.

El flujo constante y el movimiento son marcas en la que la promesa del progreso ha vedado la posibilidad de habitar a esa ciudad en el que la posibilidad de tropezar al recorrerla y de perderse en ella, entendiendo a esto como una forma de sumergirse en una incertidumbre en el momento de descubrirla ha sufrido una normalización que ha caminado de la mano de una numeración del espacio como lo presenta Walter Benjamín.

Este afán de control del espacio como un lugar “seguro”, ha desencadenado en el crecimiento de la lógica urbanista moderna un incremento de los lugares que Bauman denomina como un “*no-lugar*”; “un espacio despojado de las expresiones simbólicas de la identidad, las relaciones y la historia” (Bauman, 2005:111).

El discurso de un progreso sustentado en las relaciones de una *cultura del consumo*, es el atenuante que va a marcar el aumento de estos *no-lugares* y de un proceso modernizador de “...los modelos de comportamiento y los estilos de vida, desde las costumbres alimenticias a las modas vestimentarias, los modos de divertirse, las maneras de ascenso y los signos sociales de status.” (Barbero, 2003:280)

La relación de la ocupación de un espacio como *no-lugar*, nos refiere a la apropiación de un espacio al cual no se le ha asignado sentido alguno, “Los espacios vacíos están primordialmente vacíos de sentido. No es que sean insignificantes por estar vacíos, sino que, por no tener sentido y porque se cree que no pueden tenerlo, son considerados vacíos...” (Bauman, 2005:112).

Al plantear a la relación del espacio y el andar del movimiento del ser en su entorno, entonces nos preguntamos si la seguridad y la satisfacción de las relaciones interfaz corresponden a las características de los *no-lugar*?. Podríamos responder parafraseando a Baudrillard que: “El interfaz video sustituye toda presencia real, hace superflua toda presencia, toda palabra, todo contacto solamente a favor de una comunicación pantalla-cerebro-visual”.

Es justamente esta relación la que nos da la idea del cuerpo acorralado en el espacio digital, la que nos da la respuesta que nos encontramos en una re significación del espacio a

un lugar *otro*, el cual lo hemos aceptado voluntariamente para nuestra satisfactoria alienación. Es decir hemos aceptado las condiciones de nuestra mutación entendida esta como “Una innovación tecnológica que rompe con los privilegios de una casta, abriendo la posibilidad de un gesto a una población nueva.”(Baricco, 2008:95).

Dada esta relación, las preguntas que se establecen en torno al porqué y para qué asignar de sentido a los espacios toman una respuesta en la necesidad de una lucha política de la memoria, la misma que sirvan de ruta para la construcción de una identidad colectiva, puesto que “cuando en un sitio acontecen eventos importantes, lo que antes era un mero espacio físico o geográfico se transforma en un lugar con significados particulares, cargado de sentidos y sentimientos...” (Jelin y Langland, 2003:3) es decir en una resistencia de ese vaciamiento de un aparente *no – lugar* que es funcional a la lógica de producción de un modelo capitalista y especialmente en medio de este capitalismo tardío en el que la comercialización virtual ha sido un elemento para mantener vivo a este tan maltrecho sistema que aunque enfermo todavía mantiene su hegemonía.

Esta tensión dialéctica entre un modelo homogenizado del espacio en el que habitamos y la resistencia que se plantea por parte del sujeto, se enmarca en una lucha en la que la capacidad de agencia de los sujetos y los discursos del estado como modelo regulador se sobreponen de acuerdo al esquema teórico de Deleuze y Guattari sobre el espacio de *lo liso y lo estriado*; Los teóricos definen que: “las oposiciones simples entre los dos espacios; las diferencias complejas; las combinaciones de hecho, y los pasos del uno al otro; las razones de la combinación, que no son en absoluto simétricas, y que hacen que unas veces se pase del liso al estriado, y otras del estriado al liso”(Deleuze y

Guattari,2000:484), se producen en relación a movimientos de sobreposición y yuxtaposición del espacio.

El espacio de la vida urbana ha planteado al individuo como un sujeto que se reconoce en torno a su individualidad y que interactúan dentro de un mundo con sus pares en una estructura social en torno a una funcionalidad, “Cada entorno social promueve su propia clase de racionalidad, infunde su propio significado a la idea de una estrategia de vida racional” (Bauman, 2005:116).

La ideología moderna del consumo como contorno de nuestra identidad pasa a ser la herramienta que niega la posibilidad de analizar lo que está detrás de estos mecanismos. Históricamente la producción tecnológica se ha sometido a un proceso de reproducción, la misma que radica su técnica de la mano de la instrumentalización. Con el apareamiento de una productividad basada en las nuevas tecnologías, el sujeto esta en relación al consumo moldeando tendencias en el ámbito identitario.

El dominio del campo visual en el que se ejercen estas acciones, es parte de un dominio estético ligado a la artificialidad del sentido presente en el campo de las relaciones mediadas por las nuevas tecnologías, la posibilidad de interactuar con los sujetos y objetos dentro de un campo de significación de las relaciones diarias se ven negados ante la atracción de una estética visual de las nuevas tecnologías que inscriben la mirada en los artefactos que median nuestro vivir contemporáneo.

Esta relación de la mediación de los objetos sobre los sujetos fue parte de las preocupaciones de Benjamin al postular que “Las relaciones alternantes de los hombres en

las grandes ciudades... se distinguen por una preponderancia expresa de las actividades de los ojos sobre las del oído...” (Benjamin, 1980:52).

Una vez consolidado el proceso de modernización dentro de un modelo de sociedades globales y de mentalidad urbanística, hay que plantear un modelo de resistencia que posibilite el ocupar varios espacios ya sean estos físicos como virtuales como respuesta ante la flexibilidad del capital y su capacidad de difuminar toda alternativa de disidencia, en palabras de Deleuze: “*Nunca hay que pensar que para salvarnos basta con un espacio liso.*”

## **Video Tecnología y Protesta Social**

El reordenamiento del espacio entendido como el lugar en el que ocurren una serie de transacciones e intercambios entre los usuarios de un portal toman complejidad en lo que dominaríamos un movimiento “*real*” a lo que concierne a la posibilidad de interacción con otros y un movimiento “*virtual*” en la posibilidad de la acción con las redes que sustituyen a las acciones sociales y las transacciones comerciales; las cuales antes presentaban a una presencia en el momento de ejercer la acción.

Es importante recalcar como la posibilidad de aplicar las posibilidades del interfaz para acceder a la facilidad de las tareas que antes presentaban un desplazamiento físico y que ahora ocurren bajo un click de distancia, transforman la manera en que nos relacionamos.

Es decir se profundiza esta noción de constante movimiento pero ese movimiento se da en el confort del hogar en donde la comodidad de evitar la interacción con ese *extraño*, representado con un tinte violento y construido bajo la incuestionable pantalla de mi dispositivo audiovisual es resguardada en el living familiar frente al televisor. “La esencia de la civilidad, es la capacidad de interactuar con extraños sin atacarlos por eso y sin presionarlos para que dejen de serlo o para que renuncien a algunos de los rasgos que los convierten en extraños.” (Bauman, 2005:113).

El consumo que ha atravesado todas las presentaciones y representaciones en la variedad de portales tecnológicas ha encontrado un entrecruzamiento de las resistencias del control en la utilización de las plataformas como instrumento de resistencia y en la posibilidad de organizaciones y movimientos en lo que se ha denominado la era de *la protesta social 2.0*: “Facebook, Twitter, YouTube y los blogs de la red, los medios de comunicación social, han desatado una auténtica vorágine en nuestro mundo. Si hasta no hace mucho aún se lamentaba la apatía política de la juventud, hoy día la inteligencia del enjambre hace temblar a las altas jerarquías”<sup>6</sup>.

Esta utilización de las redes presenta una utilización del interfaz para aumentar la capacidad de organización y agenciamiento político de una población que a pesar de que en medida en que las ventajas de la utilización de los portales acrecientan la edad del usuario tiene en estos momentos la firma de un movimiento de jóvenes.

Estos movimientos sociales y tecnológicos han tomado notoriedad en acontecimientos ocurridos como es el caso de la primavera árabe, el movimiento de indignados, Okupa Wall Street o la reivindicación de la educación chilena; son colectivos

---

<sup>6</sup> Revista Humboldt, *Protesta 2.0*, <http://www.goethe.de>, Acceso 20-05-13

movilizados a través de una logística “virtual” para ocupar el espacio “real” , “... colectivo designará el proyecto de ensamblar nuevas entidades que hasta ahora no habían sido reunidas y que por ese motivo aparecen claramente como no compuestas de materia social.” (Latour, 2008:111).

La pugna por un modelo tecnológico postulado desde el eje del planteamiento de una razón universal moldea el comportamiento de los sujetos desde la construcción de un imaginario que merma la capacidad de agencia de los movimientos sociales y los desmantela dentro del discurso de la inclusión y la unidad; de forma en que el dialogo se caracteriza por ser inclusivo y el discurso de la tolerancia impide el apareamiento de fricciones. Todo esto con el fin de la priorización de la propiedad dentro del sistema de globalización.

Dentro de las relaciones productivas que el capital produce, se rescata los conceptos de enajenación como automatización de nuestras relaciones de toda índole producidas en correspondencia con el fetichismo del capital en nuestra época, en la que el hombre se auto cosifica dada la relación de la inversión del sujeto en objeto y del objeto en sujeto. “A este ethos elemental lo podemos llamar realista por su carácter afirmativo no solo de la eficacia y la bondad insuperables del mundo establecido o realmente existente, sino de la imposibilidad de un mundo alternativo.” (Echeverría, 1995:111).

El constante entrecruzamiento de los espacios en disputa entre lo normativo ligado al uso de nuevas tecnologías y a la utilización de estas como respuesta de un agenciamiento en contra del orden establecido remarcan el poder de los Mass Media como moldeadores de las conductas sociales en los canales que posibilita la World Wide

Web marcando el final del siglo bajo una nueva apropiación de los códigos de la reproducción, por lo que el concepto de la modernidad como eje cultural es atravesado por nuevas lógicas que sobrepasan al urbanismo físico. “Es que la experiencia nómada de la lengua, errabunda y sin morada establecida, que habita en el cruce de los caminos del mundo y sobrelleva el sentido de nuestro ser y de nuestra diferencia, ya no constituye la expresión de una sola tradición o historia.”(Chambers, 1994:17).

## **Música e Identidad.**

Proponer la construcción y elaboración de elementos musicales como una construcción sociocultural de la identidad de un grupo humano nos refiera a la construcción de una identidad que se inscribe en las propuestas que la música por su naturaleza genera, la música es la representación de un sentir colectivo, ahora es importante señalar que “Vivimos en una época en la cual la música creada en un lugar por una razón determinada puede ser apropiada de inmediato en otro lugar por una razón muy distinta[...]como experiencia la música tiene vida propia”(Firth, 2003:183).

La relación que la industria cultural ejerce entorno a la posibilidad de crear la ilusión de identidad de clase alrededor del consumo de lo que se presentaría como la necesidad de acceder a las últimas tendencias de autores y artistas que conforman la vanguardia de un género musical en particular impregnando una identidad del consumo a una supuesta alternativita *avant garde* ante la música consumida en sectores populares marcando una distinción, este discurso está ligado fuertemente a factores estéticos y étnicos que marcan una separación de clases. “Para las masas, la obra de arte sería una ocasión de

entretenimiento; para el amante del arte ella es un objeto de devoción.”(Benjamin, 2003:92).

La construcción de la obra musical refleja una experiencia que va desde el individuo hacia el grupo, es decir que es tanto individualmente experimentada como colectiva, en este proceso se realiza un paso que va desde la asimilación de la obra en nuestra capacidad cognoscitiva de un yo que admirara su estética hacia el reflejo de esta en sociedad, “La música parece ser una clave de la identidad porque ofrece, con tamaña intensidad, tanto una percepción del yo como de los otros, de lo subjetivo en lo colectivo”(Firth, 2003:41), por lo tanto la capacidad evocadora de la obra es móvil, nunca es fija, se encuentra abierta y se caracteriza por su flexibilidad y su movimiento ante cada representación ante la que se la someta.

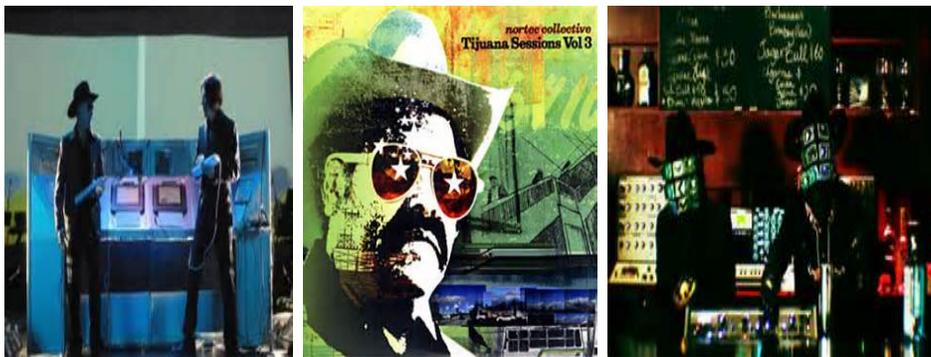
Dentro de los estudios de subalternidad que replantean las lógicas del saber y del poder como un legado de los estudios postcoloniales, se propone desde la periferia crear una resistencia ante el centralismo hegemónico sustentado en un logos. Los quiebres epistemológicos del pensamiento dominado por el capital, históricamente han tenido una agencia política en el sujeto subalterno, agencia que se representa en la actualidad dentro de la diferencia como respuesta de las ideas totalitarias dentro de un reconocimiento de lo complicado y conflictivo que es lo heterogéneo, que imposibilita las relaciones dentro de un orden positivista. “En síntesis, diferentes tipos de identidad musical, pero el modo de funcionamiento de la música en materia de formación de identidades es el mismo. La distinción entre cultura elevada y cultura vulgar no describe algo motivado por gustos diferentes, sino que es consecuencia de diferentes actividades sociales” (Firth, 2003:189).

Para ejemplificar los lugares donde lo *popular* se liga con lo *subalterno* para crear nuevas lógicas de representación me permito analizar el proyecto musical *Nortec*. Este fenómeno musical que nace al final del siglo XX en la ciudad fronteriza de Tijuana, lugar en el que Nestor Garcia Canclini realiza varios estudios y que ha sido bibliografía obligada para varios académicos que han publicado libros analizando esta corriente- consiste en el mestizaje o hibridación si se prefiere de dos géneros musicales antagónicos a priori, pero que ecualizados ante la tecnología, convergen en una sola función.

En *Nortec* se encuentra la diversidad de corrientes de la EDM (Electronic Dance Music) provenientes de la cultura occidental electrónica tan popular en Europa y que con su migración a Norteamérica fluyó *líquidamente* por el espacio de frontera que separa a Tijuana de los Estados Unidos; y, también a los corridos norteros mexicanos caracterizados con los temas de frontera como son el contrabando de narcóticos, apuestas ilegales, prostitución y todos los imaginarios y fantasías que la sociedad norteamericana descansa en Tijuana para escapar de la política coercitiva yanqui.

Los acordeones, trompetas, percusiones y contrabajos fluyen bajo los sonidos del acid house, jungle, progressive, trance, chill out, electro pop y la inmensa variedad de géneros de la electrónica contemporánea. La propuesta estética marca un discurso en el que el videoclip asociado al video arte acoge a las políticas de la frontera recogiendo a los populares anti-héroes que son las figuras y voces de una "...ciudad que puede proyectarse como un cuerpo humano, con sexo, corazón, miembros, pero también con sentidos: huele, sabe, mira, oye y se hace oír."(Garretón, 1999:199).

Las diversidades sexo genéricas, en especial los movimientos trans, el famoso capo de cartel, el turista buscando una noche en “lo que pase en Tijuana se queda en Tijuana”, el coyote, el burdel, los casinos, la cantina, la maquila, la migra; los personajes y lugares centrales de las historias audiovisuales que denuncian a través de un género que ecualiza la música de consumo de la juventud de clase media con el popular corrido para llegar a todo un grueso de la sociedad.



Fotogramas del proyecto Nor-Tec

Nor-tec es una propuesta alterna que se puede considerar como una relación dentro de una mundialización de los consumos culturales a nivel de sociedades consideradas como “periféricas”.

Cuando hemos conceptualizado al videoclip como un género que toma su fortaleza en la unión y a su vez en la convergencia de la imagen y el sonido junto a la narrativa de estas, posicionamos a este género dentro de lo que se denominaría un formato híbrido que fusiona imaginarios identitarios a través de la posibilidad de transmitir sentires. “A cada instante, en la radio comercial y en varios canales de televisión, se repiten los estribillos

que conformarán las mentalidades del pensamiento trivial y corriente de millones de adolescentes.” (Garcés Montoya, 2008:21)

Una distinción se marca entre los sectores que pueden consumir productos que tienen una mayor significación para quienes pueden manejar el idioma inglés como una segunda lengua, esta barrera lingüística nos posiciona también en una separación al marcar una elite de quienes están a la vanguardia de las nuevas tendencias.

Es relevante tomar en cuenta que muchos movimientos musicales en América Latina y su representación audiovisual que la acompaña están altamente influenciados por la música anglo americana creando un eslabón de mensajes a los consumidores que de alguna manera comienzan a acercarse cada vez más a una lógica Mass Media en sus contenidos, lo que denominamos como una vanguardia de la tecnología y la música. “En torno a las músicas e identidades se construyen las imágenes o las representaciones que circulan en torno al nosotros, pero también a los otros, al ellos.”(Villadiego Prins y Pereira González, 2008: 20).

El consumo cultural que comienza a marcar al sujeto dentro de una ilusión de identidad, la cual suele estaría ligada a la *tribu urbana* a la cual quiere adherirse, presenta la obligatoriedad de decodificar lenguajes varios que separen a esta de otras tribus, es decir identidades musicales ligadas al tribalismo urbano como *rockeros, metaleros o hoppers* plantean sus propios códigos, pero la lógica de la comercialización divide a las identidades de consumo dentro de una dinámica en la que se difuminarían; en el que el lenguaje se re-significa para simbolizar a una serie de nuevas fragmentaciones, es decir que el valor de uso no es la identidad en sí, y más bien se trata de la posibilidad de reconocer en la propia

secuencia como el elemento clave en el que se re-significan los patrones culturales que aceleran la identidad, transformando al nomadismo en la moneda de cambio.

De esta manera el rock no puede mantenerse estable, la progresión del ritmo tiene que acelerarse para generar ritmos como, *hardrock*, *hardcore*, o *new metal*. Así mismo los patrones de una industria cultural que los acompañan están prestos para proporcionar al consumidor los artificios necesarios para adoptar el papel a jugar en esta trama identitaria.

Entender la producción y el consumo musical como prácticas socioculturales supone necesariamente hacer un detenido examen al tipo de apropiación que se hace de la expresión musical. En este sentido, del lado de la producción de la música se observa que aunque la circulación de los productos musicales persigan fundamentalmente la comercialización y por tanto la ganancia. Lo cierto es que la producción musical tanto práctica socio cultural supone además el alcance de otros propósitos, como los de difundir ciertas sensibilidades. (Rincón y Estrella 2004:31).

Ante la necesidad de dividir el mercado de consumos musicales la adopción del video musical toma vitalidad justamente en la secuencialidad de música e imagen que no se encuentran necesariamente en un mismo orden narrativo, sincretiza la posibilidad de adaptarse a cualquier género comercial que se quiera promocionar, la contingencia de apropiarse del producto bajo una gran gama de géneros musicales plantean los códigos éticos y estéticos que van de la mano de la identificación del consumidor, el videoclip se presenta en todos los gustos y colores listo para ser fagocitado una y otra vez en su reproducción. “no hay acto ni acontecimiento que no se refracte en una imagen técnica, ni una acción que no desee ser fotografiada, filmada, grabada, virtualizada, que no desee confluir en esta memoria y hacerse en esta eternamente reproducible, la compulsión virtual es la de existir en potencia.” (Baudrillard, 1990:33).

## CAPITULO II: Construcción de Narrativas en los videoclips

Las historias y lugares comunes en el video musical luego de su masificación produjeron una suerte de base del formato que se presenta junto al aparecimiento de MTV (1981), cadena musical de televisión centrada en la promoción visual de los artistas pop de la época con un afán comercial centrado en la industria discográfica.

Este acontecimiento rompe en cierta manera con las antiguas distinciones de la obra artística dentro de un orden de *alta cultura* y *baja cultura*, y es más bien la masificación y los análisis de mercado es lo que dictará las ordenes del producto audiovisual en los nuevos espacios televisivos que abren al formato del video musical en las cadenas especializadas, las cuales gozan con la rentabilidad económica del videoclip como elemento propagandístico para los sellos disqueros. “El sociólogo de la música popular contemporánea se enfrenta a una masa de canciones, discos, estrellas y estilos que existen debido a una serie de decisiones, tomadas tanto por productores como por consumidores, sobre lo que es bueno”.(Firth, 2003:203).

El estereotipo del video musical en su aparición constituía en una narrativa en la que los músicos formaban el eje del marco visual, estos se construían a través de sujetos los cuales son vendidos en base a la posibilidad de seducción para los chic@s que querían ser como ellos, junto con el discurso cliché de la significación del *rock and roll* que tomo una base importante de la rotación de videos musicales con bandas como *Poison*, *Motley Crue* o

*Van Halen* por nombrar algunos ejemplos del *glam rock* como estética pop del momento se inicia una suerte de base del formato.

Estos estereotipos del video musical presentaban una firma ligada a un cliché en el que el tan esperado éxtasis del video musical estaba formado por la aparición estelar del elemento fálico: la guitarra eléctrica. La misma que sirve como proceso catalizador entre esta nueva mediación del video clip entre la música y la imagen, y es que la poderosa presencia de la guitarra conjuga una simbiosis manifestando nuevos signos y lenguajes en un formato intertextual. “La absorción de la música pop por la televisión contribuye a los procesos espaciales de desplazamiento y domesticación, así como a la proliferación y centralización de símbolos. Ofreciendo el aparato ideal para la difusión internacional del consumo y exhibición mediática.”(Berland, 1999:161).

Un quiebre separaba al videoclip del glam rock para darle total protagonismo a un solo de guitarra, lo cual marcaba una ruptura del video, una vez finalizado la trama regresaba para ser llevada a un final. Otros géneros musicales llegan a escena y comienzan a alterar la narratividad del video musical y a sacarlo de la incrustación de antaño; de igual manera la aparición de cadenas competidoras a la hegemonía de MTV, como VH1 (1985) y Much Music(1984) plantan la posibilidad de nuevas construcciones audiovisuales.

“Cualquiera puede tocar una guitarra” es el nombre de una de las canciones de la banda inglesa *RADIOHEAD*, que encontramos en su álbum debut “*Pablo Honey*” de 1993, esta afirmación comienza a plantearse como una ruptura en los noventas cuando la música empieza a utilizar con cada vez mas frecuencias programas de grabación que dejan de lado

la utilización de instrumentos físicos, construyendo pistas musicales en un orden de hiperposición de la estructura clásica de la música.

La rotación en las cadenas musicales de nuevas estructuras musicales coincide con el momento en el que la estructura sonora comienza a cambiar su representación visual a través de los videos musicales, los cuales también se acogen a nuevos saltos y estéticas de la imagen.

El grupo británico *Pink Floyd* es un ejemplo para ilustrar los cambios de la experimentación técnica en la producción musical que influenció a la realización de nuevas composiciones de la estructura musical previo al cliché de la música de la era del glam rock, el sonido de Pink Floyd comienza a distinguirse de manera muy particular, y sus canciones comienzan a romper la estructura de la melodía de sus contemporáneos.

La duración de cada track aumenta, el orden de la utilización instrumental no posee una secuencialidad determinada y se presenta la aparición de letras que presentaban la condición del hombre moderno en un proceso de alienación y cosificación que la modernidad capitalista imponía. Sus letras son un reflejo para millones que empiezan a reflejarse en la visión de estos músicos.

Esta visión de desencantamiento y alienación de la condición humana es claramente visible en la colaboración del director Alan Parker con los músicos para realizar en el año de 1982 la obra clásica cinematográfica *The Wall*. La historia que cuenta la vida de Pink, un músico al borde del desequilibrio mental y físico que bordea con la locura producida por un aislamiento social tiene una secuencialidad visual y narrativa con la música del undécimo álbum de estudio que acompaña a la producción.

La posibilidad de fragmentar el trabajo audiovisual con las pistas musicales para la promoción de los sencillos en un orden no lineal, impulso una técnica innovadora para la promoción del film, el sencillo *another brick in the wall*, fue la pista más popular del trabajo audiovisual a pesar de que el mismo no era el que iniciaba la historia de la narrativa visual. Un juego de fragmentaciones comienza a ser parte del manejo tanto visual como musical ligado al sentido estético de la banda, la lista de músicos influenciados por el sonido de Pink Floyd es innumerable, una ruptura en la forma de expresión artística de los videos musicales seria un legado por parte de la mítica agrupación.

## **La época dorada del videoclip como videoarte**

Grandes directores del cine como Jhon Landis y Martin Scorsese trabajan en megaproducciones de videoclips en los ochenta con Michael Jackson, así mismo un nombre muy importante del mundo de la publicidad como es el francés Jean Baptiste Mondino comienza una serie de videos de gran éxito con Madonna. Esta fórmula de promocionar a los grandes artistas a través de producciones audiovisuales elaboradas dentro de una compleja trama que no envidiaba en nada a las grandes producciones de largometrajes del cine de Hollywood inaugurará un periodo de éxito en este formato.

Los noventas comienzan a marcar la época dorada del videoclip revitalizado como un formato artístico, Michel Gondry, Sthephane Sednoui, Jhonatan Glazer, Marck Romaneck, Spike Jonze, Flora Sigismundi, Anton Corbin, Chris Cuningham, entre otros, comienzan a ser los nombres que comienzan a revitalizar el género inscribiendo una mirada distinta al formato acercándolo a un estilo ligado al videoarte.

El videoarte se aproxima bastante del videoclip en lo que dice respecto a los aspectos formales. La diferencia entre ambos está en la intencionalidad. El videoclip involucra lo artístico, pero trabaja en términos de divulgación comercial de determinado artista o grupo musical, por lo que tiende a atenerse a determinados patrones; ya el proyecto del videoarte, bien como su temática, es totalmente libre. (Araujo, 2009:22).

Las grandes producciones de estos autores se hacen comunes al trabajo junto a los ídolos musicales de la época que solicitan la firma de los mismos para promocionarlos musicalmente *Björk, Lenny Kravitz, The Chemical Brothers, Massive Attack, Red Hot Chili Peppers, David Bowie* algunos de los nombres comunes asociados al trabajo de estos directores.

¿Puede decirse que los Red Hot Chili Peppers o Madonna o Björk son la superación de algo, o un paso adelante respecto a algo? Puede que también lo sean, pero éste no es el tema. Su éxito está fundado, probablemente, más bien en la capacidad de dar un paso lateral, en su capacidad de generar una diferencia, sólida, bien estructurada, autosuficiente. Por otra parte, ¿no es esto lo que buscan de manera obsesiva las multinacionales de la música? Un sound diferente. (Baricco, 2008:184).

El reconocimiento del director en el videoclip marca la apertura del mismo en un momento de posibilidad de enmarcarse iconográficamente en el videoarte. Ya en la década de los noventa, en el que la experimentación musical comienza a ser tan amplia que conlleva a un crecimiento de distintos géneros con características visuales particulares, se empieza a aumentar la lista de directores del género que enmarcan estilos propios, dejando de lado el imaginario de los fans quienes consumían el videoclip asumiendo que sus realizadores son parte de la industria musical y que no tenían una propuesta artística fuera de los fines publicitarios.

En este momento de consolidación del género como heredero de las técnicas visuales que el avance cinematográfico poseía y, en un momento en el que la voz de los músicos más representativos de la época decidieron apostarle a una firma visual que represente un proyecto estético que conjugue sus sensibilidades artísticas propuestas en su trabajo, se abre la necesidad de directores visuales que conmuevan con la potencialidad de una proyección corta pero profundamente emotiva al consumidor del formato.

No es fortuito que muchos de los nombres que conformaron la generación dorada del video musical iniciaran este siglo con la producción de sus primeros largometrajes, Michel Gondry y Spike Jonze sean tal vez los más emblemáticos y pioneros en este salto del videomusical a las salas de cines. “*Being Jhon Malcovich*” (Jonze 1999) y “*Human Nature*” (Gondry:2001) sería el inicio de estos directores para representar los libretos del virtuoso guionista Charlie Kaufmann, mas tarde los directores apostarían con sus guiones propios a la gran pantalla.

Anton Corbin y Flora Sigismundi eligen no alejarse demasiado de su pasado musical y representan para la pantalla la vida de iconos musicales, Corbin retrata la vida del líder de la mítica banda *joy división*, Ian Curtis (1956-1980) de quien fue amigo personal y lo describe en el film *Control* (Corbin:2007) y Sigismondi proyecta la unión de una de la primera bandas de punk rock conformada únicamente por mujeres en el film “*The runaways*” (Sigismondi:2010).

Desde la aparición de lo que se considera el primer video musical “*Bohemian Rhapsody*” (1975), hasta las más innovadoras técnicas de animación y formatos 3D que no son desconocidos para el formato, el impulso televisivo del video ha dejado varias huellas

en su recorrido histórico, varios son los análisis que se realizan sobre el futuro del formato pero lo que está claro es que el *video mato a las estrellas de la radio*<sup>7</sup>, así como el internet lo hizo con las estrellas de la televisión.

### **El trabajo de Chris Milk y Adam Smith y la propuesta del *live act***

Ya a inicios de este siglo, el trabajo del realizador norteamericano Chris Milk y del inglés Adam Smith tienen varios ejes en común para ser analizados: los dos son altamente influenciados por los directores que conformaron la época dorada del videoclip y comparten generacionalmente propuestas del *live act* como expresión artística.

El *live act* es un concepto que tiene como idea el presentar en vivo una propuesta artística en plena ejecución y en *tiempo real* tomando este concepto en base al momento actual en que se presenta la obra, el mismo que es producido visual y sonoramente a través de toda una programación técnica combinando secuencias visuales y sonoras dentro de la diversidad que el espectáculo propone.

El concepto de presentar en vivo un concierto musical como una galería de arte en el que la experiencia de los asistentes se integra a un momento de éxtasis y de imposibilidad de la permanencia de la obra, se ve presente cuando Chris Milk trabaja junto a la banda canadiense *The Arcade Fire*, durante la presentación de su tercer álbum de estudio "*The Suburbs(2010)*". El concepto del acto en vivo en el que se muestra una serie de interrelaciones con los asistentes lleva el nombre de *Summer into dust*.

---

<sup>7</sup> *Radio kill the video stars*" de la banda norteamericana The Buggles fue el primer video musical con que se abrió la señal televisiva de MTV en 1981.



Fotogramas del live act “Summer into Dust” (2011) de Chris Milk

Otro ejemplo de las características de esta propuesta es la colaboración que el director Adam Smith presenta con sus pares ingleses “*The Chemical Brothers*” durante la puesta en escena de su live act que acompaña a la promoción de su séptimo disco de estudio “*Further*”(2010). Habiendo trabajado anteriormente en la puesta en vivo de su disco “*We are the night*”, el director pone en escena toda la fuerza en vivo del dúo inglés cuando presentan las pistas que los han caracterizado como un emblema de la electrónica mundial. Con el nombre “*Don’t Think*” se ha bautizado la propuesta visual que inclusive ha sido recogida con formato 3D y reproducida en las salas de video mundial; *Don’t Think* fue grabado durante la presentación del dúo ante 50.000 personas en el festival Fuji Rock en Japón.



Fotogramas del live act “*Dont Think*” (2012) de Adam Smith

Es así que en la escena contemporánea la experiencia artística del videoclip como video arte ha traspasado la materialidad de la imagen del televisor primero y del computador después, para incrustarse en las pantallas que acompañan obligadamente a los artistas en sus presentaciones en vivo. “Solo en la separación estricta del escenario y de la sala el espectador es un actor en pleno derecho. Pero resulta que todo concurre hoy en día a la abolición de esta fractura: la inmersión del espectador se vuelve algo fácil, interactivo ¿Apogeo o fin del espectador? Cuando todos se vuelven actores ya no hay acción ni escenario.”(Baudillard, 2002:204).

Resalto el trabajo de estos dos jóvenes realizadores por lo innovador de sus propuestas ya que además de poseer un amplio trabajo audiovisual con reconocidos artistas, la propuesta de crear un ambiente vivo que comparta la interacción de los asistentes a un concierto junto con la interrelación de la puesta en escena abre un espacio en el que nos podemos llevar a cabo la pregunta si el asistente se interrelaciona con la tecnología audiovisual o esta media el espectáculo en su totalidad. Según Jean Baudrillard “mientras el

objeto no está liberado más que en su función, el hombre, recíprocamente, no está liberado más que como utilizador de este objeto” (Baudrillard, 1999:17), por lo tanto la tecnología que media este tipo de interrelación basa su fuerza en un cooperativismo antes que en una imposición de lo tecnológico.

El trabajo de estos realizadores visuales es promocionado por diferentes disqueras y a pesar de que los directores trabajan con músicos cuyos contratos pertenecen a distintos sellos, su obra es también promulgada a través de discos compactos que contienen su material produciendo una suerte de alianza discográfica en torno al nombre del director, como ocurrió también con los nombres de la generación dorada.

El éxito de estos autores y de los que correspondieron a generaciones anteriores sobrepasan su popularidad y son rápidamente colgados en los portales web una vez que el apareamiento de los portales de reproducción abren la posibilidad del intercambio virtual, influenciando la reproducción de los usuarios y su rotación a través de links entre comunidades virtuales, este compartir tecnológico marca una ruptura y presenta a una industria que comienza a dividirse en las lógicas de distribución y a su vez inaugurar intercambios emergentes.

## **La apertura del consumo: contingencias e intercambios**

La posibilidad de una intercomunicación en red comienza a inscribirse en la búsqueda de identidad ligada al consumo, es decir el usuario en línea comparte opiniones, no es un sujeto pasivo y éste conforma una relación de comunicación con *otros* con quienes

compartir opiniones y esos otros comienzan a influenciar en el consumo. Eso si estos otros están despersonalizados y mediados por la interfaz, son la articulación de un cuerpo artificial, una prótesis de ese otrora ser de cuerpo y carne que augura un devenir histórico en el que “en el ultimo milenio construimos nuestras máquinas, y en este nos convertiremos en ellas. No debemos temer, porque así como ocurre con cualquier artefacto tecnológico, las absorberemos en nuestros propios cuerpos” (Featherstone, 2002:118).

En este momento bajo los conceptos analizados me gustaría realizar la pregunta, en relación a que se encuentran planteados estos *otros* que comienzan a influenciar en el consumidor digital, a que nuevos discursos y tramas identitarios nos estamos refiriendo. Previo a la resolución de estas preguntas quiero enfocarme en lo que varios autores comienzan a analizar como la apropiación de los contenidos visuales en línea o con mayor familiaridad se lo denomina el *fan video*.

La influencia del videoclip como videoarte realizado en los noventas le dio al formato una popularidad masiva que termina siendo un consumo de masas con la reproducción virtual masiva y gratuita una vez digitalizados estos productos e intercambiados ante las herramientas de las nuevas tecnologías e intercambios en la world wide web, ahora la aventura de editar los videos musicales de los artistas de moda bajo programas de edición nuevamente revitalizan al formato pero la discusión de en qué forma se encuentra plenamente abierta.

Quiero iniciar este recorrido con la iniciativa que tuvo el grupo Radiohead cuando presenta en el año 2001 la decisión de promocionar su primer sencillo del disco “*Kid A*” con la canción “*The National Anthem*”, este sencillo caracterizado por una estructura de

*trance music*, se publicitó a través de un concurso para jóvenes realizadores y artistas visuales familiarizados con el formato del videoclip para que sean enviados a una dirección web, de las miles de apuestas que los fanáticos enviaron, la agrupación escogió cinco, una por cada continente, para que sea rotada en las cadenas musicales de televisión de la región de cada ganador<sup>8</sup>.



Fotograma del videoclip “National Anthem” (2001) para América Latina de Juan Ferreyra.

Radiohead caracterizado por estar en la vanguardia tanto musical como visual considero, inició lo que se denominó como el fan video. Solo imaginarse la posibilidad de entrar en rotación en una cadena grande de videos incentivo a los realizadores aficionados a lanzar sus apuestas, el acercamiento de la banda con los fans fue visto como un acto de ruptura de los tradicionales modelos de intercambio por parte de los usuarios y marcaba la obligatoriedad por parte de la industria discográfica hacia nuevas lógicas de comercialización.

Radiohaed imparte otro golpe a la agonizante industria disquera cuando en el año 2007 promociona su álbum de estudio “In Rainbows” bajo un formato descargable un su página web y bajo la consigna de ser posible descargarlo si el usuario paga lo que crea

---

<sup>8</sup> <http://iefandart.blogspot.com/2006/08/radiohead-national-anthem-i-made-this.html>

conveniente por el valor del álbum, con la posibilidad de que si lo considera así la descarga puede ser gratuita.

Recapitular la emergencia del intercambio en línea nos regresa a el inicio del famoso primer distribuidor de archivos de música gratuito en formato mp3 *napster* (2000); la socialización de los contenidos entre usuarios comenzó a amenazar las ganancias millonarias de los sellos disqueros, el cambio de paradigma entre el utilitarismo y esta nueva especie de *networking* empezaba a construirse, aunque cabe recalcar que la filosofía de trabajo en red rápidamente sería re-significada en pos de una productividad capitalista tomando en cuenta que la socialización de contenidos aumenta la velocidad de todo tipo de actividades, incluyendo las relaciones de producción económica.

Otro ejemplo que me gustaría utilizar para tratar de acercarme a la pregunta de que está detrás de la opinión de los usuarios en línea de contenidos, la quiero hacer a través de la ejemplificación que nos puede dar el videoclip de la canción “*Next Girl*” del grupo “*The Black Keys*”<sup>9</sup>.

Para la promoción de este video la banda utiliza una estética de una producción de video casero en el que la narrativa cuenta una historia de un dinosaurio muy ridículo cantando la canción en una piscina llena de chicas en traje de baño, una especie de fan video deliberadamente elaborado, pero lo particular de este video es la forma en el que se promocionan los mensajes que aparecen a través de los caracteres que acompañan el trabajo.

---

<sup>9</sup> [http://www.youtube.com/watch?v=x\\_PrT25o8Vs](http://www.youtube.com/watch?v=x_PrT25o8Vs)

En estos la banda dice no hacerse cargo de este video de bastante mal gusto ya que fue una idea de la disquera la de promocionar este contenido que puede convertirse “viral” en la red, sin embargo los artistas tienen la intención promocionar la fecha del lanzamiento de su nuevo álbum, todo esto entre una broma y otra intencionalmente publicitaria.



Fotogramas del video “Next Girl” (2010) por “The Black Keys”

La conclusión de este video y que me conecta con la pregunta previamente formulada es que nos encontramos ya muy lejos del momento de la revitalización del formato del videoclip como videoarte y estamos en la puerta de la mirada de lo pasajero y del salto de la mirada, cualquier contenido se encuentra lejos de la relevancia de su estética y de la pregunta por el aura de la obra y, el mismo se concentra más bien en la posibilidad de comunicar el mensaje del consumo.

La velocidad y el alcance evocador de las imágenes sobrecargan los mensajes de lo que podríamos denominar una nueva era de una cultura *barroca y digital*. “En el corazón de esta videocultura siempre hay una pantalla, pero no hay forzosamente una mirada. La

lectura táctil de de una pantalla es completamente diferente de aquella de la mirada’ (Baudrillard, 1990:31).

Las nuevas tecnologías se han inscrito de una manera sutil en el cuerpo y la mente del ser alienado en su misma reconfiguración, es decir mientras todavía tenemos capacidad de reconocer la mediación de la tecnología en el trabajo moderno y su influencia para esta nueva adaptación de la alienación técnica de la producción contemporánea, la alienación en el campo del ocio ligado a la productividad todavía nos concierne un poco mas de resistencia porque seamos honestos en este tiempo de mediaciones la capacidad seductora de la pantalla nos lleva a pasar el tiempo frente al alienante dispositivo virtual.

## **El sampler la base de la construcción musical contemporánea: tomando prestado de todo un poco.**

“La tecnología digital aceleró sin duda el proceso por el cual componer significa citar” (Firth, 2003:194)

Presentar la relación de la mirada como predominio de sentido nos ha llevado a analizar algunas de las causas que sustentan el corazón de una video-cultura, pero el soporte de la producción visual ha sido respaldado a través de la música, elemento que independientemente de un soporte visual ha sido fragmentado en ayuda tecnológica en sus estructuras para representarse en mutación con los valores culturales, el análisis del ejercicio de la música elaborada en pistas de recomposición a través de *samplers* es un ejercicio de esta construcción.

El sampler como instrumento musical y ejercicio de composición refiere a utilizar grabaciones de piezas musicales que son guardadas en archivos digitales que pueden ser reutilizados en una nueva pieza musical cuando el usuario lo desee, creando la eventualidad de la reutilización de los sonidos a discreción del compositor y generando la capacidad de recrear una pieza musical en una infinidad de recomposiciones.

Para ilustrar la influencia del sampleo en la construcción musical actual quiero remontarme a la polémica que gira alrededor del tema de propiedad intelectual contemporáneo en la industria disquera anglosajona, la cual abre la pregunta: ¿hasta dónde el samplear pasa a ser un ejercicio de elaboración y cuando comienza a ser una simple apropiación?

En 1997 la banda británica *The Verve* promociona la canción *Bitter Sweet Symphony*, la cual utiliza un ritmo sampleado aparentemente robado sin permiso de la canción *The Last Times* de los *Rolling Stones*, estos demandaron esta apropiación ganando un juicio millonario por las regalías de el sencillo de los jóvenes músicos. Irónicamente los *Stones* iconos del nomadismo del rock and roll como ejercicio de rebeldía contra lo establecido se habían convertido en el símbolo del poder Mainstream de las disqueras y de la propiedad intelectual. “En suma, nuevas condiciones materiales arrastran consigo nuevas formas del uso, que a su vez reclaman una nueva sensibilidad jurídica” (Cárdenas, 2012:80).

El fenómeno de componer en base a la reedición de grabaciones de pistas antiguas ya se había vuelto popular en la escena electrónica con músicos como: *Daft Punk*, *Moby*, *Fat Boy Slim*, etc; pero su ejercicio de reeditar rompe la estructura de la pieza original

siempre, concluyendo con una creación que no es fácil de distinguir de la estructura musical de la melodía “*citada*”, el error de “*The verbe*” fue no modificar lo suficiente la pista.

La música sampleada parece tomar un auge ante ejercicio coercitivos, y la utilización de posibles sampleos hoy en día llega a una cantidad de innumerables apropiaciones. Producir y reproducir, parar, grabar y reacomodar sobre otra pista produce un ejercicio de creación de innumerables obras que marcan la configuración de la música pop en este tiempo.

Este ejercicio se vuelve asequible a cualquier usuario de un computador gracias a la utilización de un software de grabación y elaboración de pistas. “Con la tecnología digital todos devenimos productores de música, somos capaces de mezclar lo ya “*tocado*” para crear nuevas modalidades sonoras. Y ahí, por reciclaje cultural (somos los hijos de las músicas y nuestras tradiciones de significar e imaginar) terminamos siendo la sociedad donde todo se mezcla...”(Rincón, 2008:173).

El fan video como fenómeno de apropiación corre una suerte parecida a lo que podríamos definir como un *sampler visual*, presentar apuestas visuales por parte de los usuarios en el que las imágenes populares o clásicas del cine son utilizados no es nada raro, es decir encontrar la edición de un video que reutilice toda una apropiación de imagen, historias narrativas y líricas nos lleva a crear una trama narrativa tan complicada como ingeniosa a la vez.

## **Analizando algunos fan videos.**

Otra función atañe al uso propio de la computadora y consiste en el especial manejo de múltiples expresiones semióticas que no son realizables en otros medios. Ya no es únicamente retener y guardar la información, sino también desarrollar nuevas habilidades creativas, producir obras novedosas que en otras palabras pueden juzgarse como excéntricas, inconcebibles, insólitas( en otras palabras originales) ( Sorókina,2005:174).

Para aclarar el panorama quiero presentar el análisis de lo que es un fan video desde la visión de el usuario de youtube “*jthelms*”,<sup>10</sup> cuya información me lleva a su página personal en la cual descubro que sus versiones audiovisuales de los temas “*My body is a cage*” de los canadienses “*The Arcade Fire*” y “*All I Need*” de *Radiohead*, ganaron la posibilidad de ser expuestas en el Museo de la Imagen y Movimiento en la ciudad de Nueva York, dentro de una exposición titulada “*Espectáculo, El Video Musical*”<sup>11</sup>, exposición que rendía homenaje a los treinta y cinco años del inicio del formato y presentaba más de trescientos videoclips.

Exponiendo un recorrido desde los orígenes hasta el debate del futuro del formato, la muestra estudió los procesos de implicación de los usuarios o fans entre los cuales se encontraban estos trabajos.

---

<sup>10</sup> <http://jtylerhelms.com/>

<sup>11</sup> <http://www.movingimage.us/exhibitions/2013/04/03/detail/spectacle-the-music-video/>

“*My Body is a Cage*” es el tema en el que quiero detenerme primero, esta pieza se encuentra en el segundo álbum de estudio de los canadienses titulado “*Neon Album*”, disco promocionado con dos sencillos los cuales salieron a la venta en marzo del 2007, “*My Body is a Cage*” no fue elegida como sencillo y es el último track que cierra el álbum, este tema tiene un aura melancólica y la letra habla de un hombre que se siente enjaulado en su propio cuerpo, razón por la cual se encuentra impedido de acercarse a la persona que ama, pero en su cabeza aun guarda la llave de esa celda.

Ahora lo que me sorprende de este fan video es la utilización de la canción del 2007 para ser montada sobre las imágenes de la película del director Sergio Leone “*Once Upon a Time in the West*” (1968), la cual cuenta una historia acerca de la unión de un extraño misterioso que une fuerzas con un perseguido de la ley para proteger la vida de una mujer amenazada por parte de un asesino. Dos historias narrativas distintas, dos momentos históricos diferentes que conjugan en el momento de una edición no lineal de las escenas más emotivas del film.<sup>12</sup>



Fotograma de la película *Once upon a time in the West*



The Arcade Fire

---

<sup>12</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=Pyp34v6Lmcc>

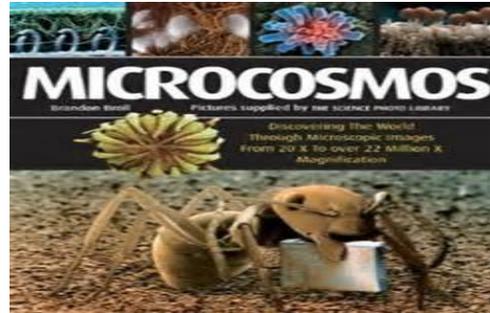
El otro video de este fan que fue elegido en la muestra del museo de imagen consiste en la utilización de “*All I Need*”, sencillo que fue adoptado para promocionar el álbum *in rainbows* (2007), el video oficial de la canción exterioriza una posición política de los músicos contra los medios de explotación del trabajo en el capitalismo tardío.

La narrativa del video oficial visualiza en una pantalla dividida la vida de un niño en condiciones precarias, el mismo que es obligado a trabajar y producir la producción de una fabrica ubicada en un país periférico de la hegemonía capitalista y lo contrasta con la vida privilegiada de un niño de un país rico en el que su vida consiste en el estudio y la recreación.<sup>13</sup> Este videoclip fue el resultado de una alianza entre los músicos y el proyecto social de la gigante MTV y su campana EXIT: (End exploitation and trafficking).

El usuario *jthelms* marca su apropiación a través de la utilización de la canción conjugándolo con la edición de las imágenes del documental francés *Microcosmos* de los directores *Claude Nuridsany* y *Marie Pérennou*, el cual se produjo en 1996. *Microcosmos* narra a través de técnicas de *slow motion*, la vida y desarrollo de los insectos. Bajo mi consideración personal desde un plano estético este fan video puede considerarse de mayor calidad que el video original, claro cabe recalcar que se trata de una edición de un trabajo previo. “Las cualidades de la imagen audiovisual, como dispositivo de producción de sentido, deben ser aprovechadas por todo realizador para construir los mensajes” (Rincón y Estrella, 2004:108).

---

<sup>13</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=DV1hQSt2hSE>



La reproducción técnica abre la posibilidad de volver a mirar un film, escuchar una canción o contemplar al objeto de estudio en un ejercicio en el que repetir es recrear la experiencia, es dar nuevos matices a un ejercicio de presentar otra mirada a la obra, ya que la misma está abierta al observador cuidadoso, la mirada hacia la obra siempre es otra en cuanto la percepción de quien la contempla lo hace en medida en que dejamos de ser quien fuimos, de esta forma la obra es objeto de un devenir que sobrepasa su historicidad desenmascarando a un objeto (la obra) que tiene una agencia propia.

Ante este ejercicio de apropiación de narrativas que de alguna manera han influenciado al nuevo autor a conjugar una edición que no respeta a los originales, vemos en marcha el ejercicio de poner a prueba una nueva producción, la misma que siempre esta mediada por la intervención de lo tecnológico, pero cabria abrir el debate de la resistencia de el consumo digital a través de la misma capacidad de moldear la reproducción desempeñando nuevos intereses, Walter Benjamin al respecto postula que:

...el interés en este desempeño es inmenso puesto que ante un sistema de aparatos ante el cual la mayor parte de los habitantes de la ciudad en oficinas y en fábricas deben deshacerse de su

humanidad mientras dura su jornada de trabajo ante el sistema. Son las mismas masas que en la noche, llenan las salas de cine para tener la vivencia de cómo el interprete de cine toma venganza por ellos no solo al afirmar su humanidad ante el sistema de aparatos, sino al poner esa humanidad al servicio de su propio triunfo. (Benjamin, 2003:68).

Me parece que el eje fundamental de la apropiación del original para digitalizar una propuesta audiovisual y apropiarse de esta para reconfigurarla gira justamente alrededor del postulado que Benjamin inaugura en su obra fundacional: “*la obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*”, dado que precisamente es la reivindicación de una humanidad mediada por lo tecnológico, la que empieza a preguntarse por su andar dentro de la relación de la mediación contemporánea.

De esta manera la *recreación de la repetición* abre la posibilidad de una *redención*, posibilidad de un acto pasado en el que recrear parte de un movimiento en el ejercicio de recapitular: la redención de la recreación, que retoma la capacidad creadora de lo que existió como un ejercicio de repetición hacia lo que se actualizara a través de lo virtual y de los acontecimientos que marcan el ritmo de un devenir.

La disputa del ser ha tomado una capacidad de agencia que va desde la resistencia de la mutación tecnológica hasta la utilización de los mismos espacios como re significación del sentido. Tratar de superar la condición y la limitación humana en pos de un progreso tecnológico en los ámbitos de producción es el medio de la lógica del capitalismo tardío.

Reinscribir las relaciones desde la misma superación de una humanidad que se sabe que la hegemonía cultural a despersonalizado, es apuntar un espacio de resistencia desde esa misma humanidad despersonalizada que quiere reconstruirse a partir de la utilización del espacio mediado por lo tecnológico para inscribir nuevas formas que nos devuelvan al carácter orgánico del ser, aunque este siga mediado, es decir realizar un ejercicio en el que “no se trata de temer o esperar, sino de buscar nuevas armas”.(Deleuze,2007:37).

## **CAPITULO III:**

### **Apropiaciones e Intercambios.**

La sucesión del espacio virtual de intercambio en el orden de las relaciones en la interfaz se construye en base a una funcionalidad, ya que el ejercicio de intercambiar contenidos pasa a ser un acontecimiento que traspasa la materialidad para ser recibido por un sujeto en mediación con un objeto (en nuestro caso de estudio el objeto se centra en dispositivos audiovisuales). El valor simbólico del acto de la relación entre el sujeto y el objeto pasa por una serie de funciones que van a estar subordinadas por el valor de uso que este presenta.

Si el objeto tecnológico muestra una disyuntiva está se encuentra en la problemática de que su objetivación principalmente tiene que ser táctil, es decir que la mediación de su presencia se da a través de la seguridad del usuario en entrelazar las funciones que lo caracterizan en un fin pragmático.

El cada vez mayor deseo de dejar a un lado la naturaleza táctica del objeto tecnológico nos lleva a preguntarnos sobre la apropiación del objeto ya no en su funcionalidad material y más bien su valor de uso se basa en la capacidad de información a la que nos refiere. “Mientras un objeto no está automatizado es susceptible de reordenamiento, de superación en un conjunto funcional más amplio. Si se vuelve automático, su función se consume. Pero también se termina: se vuelve exclusiva (Baudrillard, 1999:126).

Las relaciones con los objetos que posibilitan el intercambio virtual como los ordenadores, poseen como característica un grado muy alto de complejidad en sus funciones, es esta misma característica la que presenta la imposibilidad de cerrar su funcionalidad y automatizar al computador (por lo menos por ahora) como si sucede con otros objetos tecnológicos.

Este postulado de Baudrillard nos lleva a preguntarnos, acerca de la tensión que existe entre el usuario y su relación con *lo tecnológico*, ante una angustia del devenir de las relaciones entre la máquina y el sujeto, cuando este último busca una especie de certeza en definir y limitar las funciones de cada objeto tecnológico mientras simultáneamente la elaboración de instrumentos tecnológicos que sustenten el modelo de capitalismo tardío abren el diseño y la utilización de artefactos que superan los conceptos y funciones ante los que fueron ingeniados.

De esta manera encontramos un enlazamiento del orden socioeconómico en el que se sustenta la producción tecnológica y la proyección psicológica a la que le atribuimos una funcionalidad que va de la mano con la información de los medios de comunicación masiva, los mismos que son los encargados de desenvolver la maquinaria de un orden imaginativo a constituirse cognoscitivamente en modelos mentales que moldeen nuestra conducta.

La utilización del intercambio virtual del video musical es un ejemplo de esta serie de tensiones de un espacio tecnológico plenamente abierto y que escapa al automatismo de sus funciones; En esta conjunción de la técnica video-acústica quiero detenerme por el momento en el elemento que inicia el orden de la de la conjunción: la pieza musical.

El desarrollo de los instrumentos que hacen posible la sonoridad musical tiene un origen en los artificios que fueron creados en base a la resonancia acústica con el ambiente, dado que su función gira en torno a la posibilidad de la resonancia y la vibración, la estética del instrumento en sí no tuvo un perfil significativo hasta el inicio de una industria cultural que se hizo de la utilización de la energía eléctrica para re significar las posibilidades auditivas y las nuevas categorías de la elaboración musical.

Nombres como Lester William Polsfuss “Les Paul” (1915-2009) y Clarence Leonidas Fender (1909-1991), fueron pioneros en la elaboración de elementos musicales que brinden nuevas técnicas de producción sonora transformando la materialidad del instrumento junto con la estructura de la sonoridad musical y brindando una evocación para la construcción de nuevos elementos narrativos. “El cambio del material y del instrumento que se usa para cualquier tipo de expresión semiótica, es decir, la tecnología de la manifestación artístico-estética, intelectual o emocional, conduce necesariamente a las modificaciones formales y estructurales, de estas expresiones” (Sorókina.2005:158).

La creación musical contemporánea reabre el debate del siglo XIX frente a la tradición musical, debate que consiste en el desligarse de una idea de un purismo matemático y físico-acústico que habría en un aura de lo natural en la obra musical. La utilización de la tecnología de la composición abre un nuevo orden constructivo, no es que la música producida con la ayuda de elementos tecnológicos carezca de una secuencia en tono y espacio, pero los nuevos órdenes de construcción generan un rechazo a quienes se sustentan en una tradición de la naturaleza musical previa a la utilización de la grabación y la reproducción.

Quiero ejemplificar esta aseveración tomando como ejemplo al Dj británico *Jamie Lidell* y la construcción que realiza en su tema “*The City*”<sup>14</sup>. Lo que me parece realmente fascinante de la construcción de este tema y en especial cuando el músico lo hace en vivo, es la utilización de un *beat box*<sup>15</sup> producido por él, el cual inmediatamente pasa a ser grabado en un sintetizador que tiene otras secuencias para luego producir otros sonidos o beats con su voz, volverlos a grabar, y utilizarlos o reutilizar los beats anteriores modificándolos en su tonalidad.

El mismo Dj durante una entrevista realizada en el marco del festival internacional de música Avanzada y New Media Art “*SONAR*” (2013) en su edición en Barcelona define a la utilización de la música electrónica en el orden de la relación con la mediación y propone que para la utilización de elementos tecnológicos primero tienes que imaginar qué vas a hacer con ellos, luego se es capaz de crear. De esta manera cuerpo y máquina, articulación fonética y distorsión digitalizada de la acústica fonética, se reúnen en toda una elaboración y reelaboración de las posibilidades tecnológicas y la acústica fonética del ser.

El orden de elaboración de estas lógicas de la grabación musical, brindan elementos en que la tecnología permite toda una suerte de saltos de una tonalidad no secuencial que permite el compartir y grabar sonidos de diferentes fuentes, incluyendo la misma fuente vocal en tiempo real, todo esto dentro de una gran composición de carácter asociativo.

He aquí el motivo por el que la nueva metodología compositiva confiere en grado máximo a la obra de arte musical el papel de manifestación del ser[...]Puesto que en tal planteamiento, con sus vastos dispositivos de modulación, su perfectos ensamblajes sonoros, sus precisas “correspondencias”, junto con el “desarrollo” convergente de los temas y su implacable devanarse encuentra su más

---

<sup>14</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=y1oAkvH8TtU>

<sup>15</sup> Forma de percusión vocal que se basa en la habilidad de producir beats de batería, rítmos y sonidos musicales utilizando la propia boca, labios, lengua y voz.

lograda “representación” la visión de un Todo ordenado y coherente, que se manifiesta eternamente tanto en las formas sonoras o en el lenguaje del hombre como en el potente ritmo vital de la realidad entera”(Lisciani-Petrini,1999:18).

De esta manera la tradicional escala musical queda de lado por una serie de experimentaciones: grabar el tráfico de la ciudad o sonidos de la naturaleza, cualquier cosa que puede ser mezclada en una composición para que ésta pase a ser una estructura narrativa en el momento de una arquitectura que no carece de una secuencia y un orden, simplemente se trata de una lógica *otra* a la que estamos acostumbrados en una tradición de la producción y reproducción musical.

Así mismo, la posibilidad de la grabación sonora produce un fenómeno que a la vez que es hipertextual, también se vuelve *hiperglobal* y por supuesto en su comercialización, producir una canción que utilice instrumentos musicales de una o varias regiones del mundo para juntarlo con ritmos pop es una práctica frecuente por los músicos contemporáneos: “*Think Thank*”(2003), séptimo álbum de estudio de la agrupación de britpop “*blur*”, es un ejemplo de ello. Grabado en Marruecos la influencia de instrumentos de culturas *bereber*<sup>16</sup> se conjuga con el clásico sonido de la agrupación inglesa, brindando una muestra de que el *paisajismo* no se refiere necesariamente a la visualidad y abriendo la posibilidad de paisajes sonoros: “Un paisaje sonoro es cualquier campo acústico de estudio. Podemos hablar de una composición musical como paisaje sonoro...Podemos aislar un ambiente acústico como campo de estudio tal como podemos estudiar las características de un paisaje en particular”. (Schafer, 1977:7).

---

<sup>16</sup> Etnias nómadas autóctonas del norte de África

Esta posibilidad de mezclarnos en distintos paisajes sonoros nos abre las puertas a situarnos en medio de construcciones auditivas que tienen diferentes contextos socio históricos, la evocación que produce toda esta hiperposición de sonidos genera una estimulación con una altísima carga de sensibilidad, una *turbulencia emocional* como lo define Simon Firth.

La posibilidad de una intertextualidad dentro de la grabación audio-visual se puede ejemplificar regresando a lo visual cuando la banda irlandesa *U2* utilizó la frase del ex presidente de los Estados Unidos George Bush: *We Will Rock You* en medio de un discurso transmitido en televisión nacional en contexto con la guerra del golfo pérsico. Los irlandeses de *U2* decidieron samplear esta consigna junto con la música de la canción emblemática del grupo de rock *Queen*, en medio de las proyecciones visuales de su gira multimedia de 1992 bautizada *Zoo tv*.

Soy el *operador del calculador de bolsillo*, es la frase que utilizan los alemanes *Kraftwerk*, estos pioneros del género electrónico mencionan en su tema *pocket calculator*<sup>17</sup> (1981) la frase, “yo controlo y compongo, digamos que aprieto un botón y hago una canción”, pareciera que los músicos tenían muy claro el futuro y las posibilidades de estos nuevos paisajes electro sonoros de una reproducción mediada, yo compongo no la tecnología, es el ingenio del operador el que moldea la obra pero sin la instrumentalización técnica las posibilidades de reproducción no existirían; nuevamente nos encontramos en este entrelazado entre el cuerpo humano y la producción tecnológica, un cooperativismo en el que la relación objeto-sujeto objetivado toma el rol principal de esta trama. “Las máquinas solo producen máquinas. Eso es cada vez más cierto a medida que se van

---

<sup>17</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=eSBybJGZoCU>

perfeccionando las tecnologías virtuales. A cierto nivel de maquinización, de inmersión en la maquina virtual, deja de haber distinción hombre/maquina: la maquina está en los dos lados del interfaz. Quizá ya solo seamos su propio espacio, el hombre convertido en la realidad virtual de la máquina su operador en espejo.” (Baudillard, 2000:204).

### ***La Hibridación Audiovisual.***

La imagen del video musical que presenta una composición híbrida proveniente de la fotografía y el cine como legado del formato en el momento en que la imagen se apoyo de la música para evocar con mayor fortaleza el mensaje emocional que una narrativa video-sonora puede transmitir, muestra un registro hacia la mirada fuera de una temporalidad.

Esta produce fragmentaciones discursivas dentro de una construcción de secuencias que presentan una dinámica en el tiempo de la narración mas allá de un tiempo presente, ya que el elemento narrativo del videoclip juega con toda una serie de temporalidades en el contexto de la historia contada, así como los elementos que lo componen (imagen, sonido y texto) pueden seguir una linealidad o no.

La secuencialidad contemporánea del video ejerce en la percepción del espectador un efecto que se entrelaza de una manera muy particular, los códigos de la imagen que toman una impronta en exacerbar de fragmentos la pantalla, utilizan este recurso para dar un paso al costado al uso de una narrativa lineal.

La obra al carecer de un contenido narrativo que presente una historicidad tradicional, brinda un fenómeno que Frederic Jameson lo nomina como *la lógica cultural en el capitalismo tardío*. Trasladando así a la obra a una propuesta estética que corresponda a los valores culturales de la postmodernidad en la que las discontinuidades sustituyen los originales por el espectáculo de una cultura simulada. Es justamente esta simulación de la obra la que le permite a las masas romper la tradición de una devoción del arte y dar el paso hacia la manipulación del elemento artístico por parte del espectador.

Guy Debord en su libro *la sociedad del espectáculo* (1967), marca el camino hacia el cambio radical de las formas sociales en la cual los individuos son sugestionados al consumo pasivo de las imágenes que comienzan a ordenar el sustento de un orden de dominio estético, tras la velocidad y lo pasajero de la mirada se esconden modelos de control social. “Toda la vida de las sociedades donde rigen las condiciones modernas de producción se manifiesta como una inmensa acumulación de *espectáculos*. Todo lo que antes se vivía directamente, se aleja ahora en una representación.”(Debord, 2008:32).

El video musical como representación de los valores culturales de una sociedad espectacularizada, responden a un ensamble de la mirada que nunca permanece fija, se encuentra en constante renovación desde su formato hacia el espectador hambriento de mayor espectacularidad, la imagen nunca se congela y más bien confluye libremente en un entrecruzamiento de lo visual.

Se producen placeres imaginativos en este movimiento que va de lo experimental, apoyado en lo comercial, es una simulación de la vida más, que una recreación, es un

virtual que nunca traspasa la realidad del plano bidimensional de la pantalla y permanece en la imitación.

Para aclarar un poco el panorama propongo analizar el video de la canción “*imitation of life*”<sup>18</sup> (REM 2001). Este video consiste en un paneo de una ordinaria fiesta norteamericana al aire libre en el que suceden una serie de acontecimientos todos estos filmados en un solo plano. Durante este video musical la cámara realiza un ejercicio de zoom in y zoom out a cada una de las acciones que están aconteciendo en la trama de la narración, actualizando al instante toda una serie de encubrimientos y apariencias de lo que sucede entre los actores de esta fiesta barroca y digital.

Siguiendo la línea de Algirdas Julien Greimas y su propuesta del esquema actancial<sup>19</sup>, quiero analizar este video desde esta propuesta semiótica, entendiendo a los personajes de este videoclip como actantes, concepto que enmarca a los sujetos que llevan a cabo el rol que le corresponde a cada personaje o actor; en este esquema se utiliza un análisis del relato en el que el concepto del actante agrupa en una sola función distintos papeles que se encuentran en un mismo rol como pueden ser los de villano o el héroe; definidos por la acción que este realiza dentro de la trama en relación al objeto de su deseo.

En este esquema la relación de los distintos personajes se encuentran dentro de una confrontación de los contendientes, en este punto el “ser” y el “tener” configuran a personajes que se encuentran en constante cambio dentro de posibilidades de virtualización.

---

<sup>18</sup> <http://vimeo.com/50220378>

<sup>19</sup> Concepto semiótico narrativo en el que se analiza a cada sujeto en función a la acción que este realiza dentro de la trama en relación al objeto

El concepto de un “*hacer transformador*” entendido esta relación como el elemento que transforme el estado de correlación de deseo entre los sujetos y objetos, nos ayuda a entender la posibilidad de movilidad y de dinámica que tienen los personajes dentro de una estructura narrativa, la posibilidad del enmascaramiento; es otra de las características que se encuentra en el relato y que poseen los roles actanciales en una relación en el que “la sobredeterminación de los actantes según esta categoría del ser y del parecer da cuenta[...]de enfrentamientos de los héroes escondidos, desconocidos o reconocidos...” (Greimas, 1989:64).

Regresando al video musical podemos ver a Miachel Stipe, líder de la banda de rock norteamericana bailando y cantando mientras al mismo tiempo una pantalla de televisor ubicada en el extremo derecho reproduce su imagen, la letra de la canción habla de una serie de apariencias en el mundo de Holywood, en el que se intentan ver las cosas de una manera en lo que parece ser, podrían ser pero realmente no son; un fragmento de la letra de la pieza dice que esta serie de relaciones son “como un espectáculo de adolescentes un viernes en la noche intentándose verse bien como si en verdad no lo intentarían”(Stipe, *imitation of life*:2001, *la traducción es mía*).



*Fotogramas del video imitation of life, REM (2001)*

En este punto me gustaría ayudarme de la teoría del actor en red (TAR), diseñada por Bruno Latour para responder algunas incógnitas sobre la hibridación de los modelos de percepción y su influencia en las realidades sociales y virtuales.

La teoría del actor en red es un modelo de asociaciones en relación con otros actores ligados a distintos mecanismos de accionar colectivamente, es un reensamblaje de las teorías sociales ya que como Latour propone “lo social no designa algo entre cosas, sino un tipo de relación entre cosas que no son sociales en sí mismas”(Latour, 2008:19).

Atravesar lo que el autor denomina como *fuentes de incertidumbre* en las ciencias sociales, nos lleva a trabajar en indagaciones textuales en el que se proponen la no existencia de actores sociales predefinidos y más bien las relaciones se desarrollan entre actantes heterogéneos cuyas asociaciones se dan entre humanos y no humanos, es decir sujetos y objetos dentro de colectivos y la metodología de la investigación se presenta desde una realidad que siempre es híbrida.

Las tecnologías de la comunicación son un ejemplo de una interacción de colectivos que se sustentan en una relación entre sujetos y objetos con una agencialidad propia por parte de los actores, y a pesar que los discursos y prácticas relacionados a estas tecnologías puedan presentar un aire de automatismo en las funciones que desempeñan, es en realidad una serie de actos complejas y conflictivos los que se encuentran alrededor de estas.

## Prácticas Artísticas en la red: Apropiações y Postproducciones.

La producción artística se encuentra siempre ligada a los modelos económicos que acompañan el momento histórico en que es producida, de esta manera podemos observar como dentro de un momento primario de la modernización económica, en el que la producción respondía a la transformación de bienes materiales a través del inicio de nuevas tecnologías industriales, el arte a su vez se desempeñaba sus intereses en la transformación y elaboración de objetos artísticos.

Ahora, si nos situamos en un momento en el que la producción está basada en una economía de servicios como se presenta en el capitalismo tardío, vemos como el arte a su vez puede responder a estos valores y pasa a ser un trabajo que deja la transformación de materias primas hacia un modelo que profundiza su inmaterialidad en intercambios que cada vez se alejan más de la obra de arte como una presencia física, es decir nos acercamos a un momento en que el arte es un servicio entre otros que responde a la lógica cultural del capitalismo tardío siguiendo con la línea de Frederic Jameson.

Actualmente la red comienza a producir una serie de alternativas de espacios artísticos audiovisuales que han sido bautizados como net.art. Esta posibilidad de exponer diseños artísticos dentro de una plataforma virtual toma popularidad con exponentes como el artista Ben Benjamín el cual en 1997 diseñó el proyecto *superbad*<sup>20</sup>: "...plataforma de navegación construida como una estructura arborescente a partir de imágenes extraídas de diversos contextos y puestas en relación al azar. El usuario sigue los links sin un orden

---

<sup>20</sup> <http://www.superbad.com/1/muscle/index.html>

determinado, creando relaciones nuevas entre las imágenes y los textos extraídos de contextos con los que el usuario mismo pueden tener relación.”(Arias, 20012:163).

Esta instalación del net.art nos da una idea del arte en la época de la compulsión virtual como un ejercicio de montaje o una apropiación de un reciclaje visual que niega la posibilidad de remontarnos a un purismo de la obra, es más bien la sobrecarga del color, la saturación de la mirada, los saltos constantes que presentan una circulación de los objetos; en definitiva observamos como la sobrecarga de estimulación visual es una de las características que presentan los espacios del net.art.

Nicolas Bourriaud en su ensayo titulado “*postproducción*” muestra como dentro de una cultura contemporánea las artes se encuentran íntimamente ligadas a un proceso de producción y consumo, lo que marca la necesidad por parte de los artistas visuales a regenerar sus obras a través de trabajos previamente existentes, llevando a la obra a una serie de reflexiones en las construcciones de nuevos sentidos sin tener siquiera la intención de la búsqueda de una originalidad y más bien encontrar estos nuevos significantes intensificados en la relación que hay en los innumerables inserciones de todo lo que ha sido producido previamente.

Bourriaud no trata de enmarcar una suerte de nostalgia ante un postulado del *todo ya ha sido creado* y el arte se dirige hacia un marcar del final de su producción, en su lugar surge una nueva forma relacional de los contenidos estéticos lo que propone el autor como un camino para la creación de nuevas formas a las previamente establecidas. “Es obvio que no solamente podemos corregir una obra o integrar diferentes fragmentos de obras perimidas dentro de una nueva, sino también cambiar el sentido de esos fragmentos y

alterar de todas maneras lo que los imbéciles se obstinan en llamar citas” (Bourriaud,2009:40).

Para ilustrar este fenómeno quiero analizar otro ejemplo de lo que es la apropiación de los videos musicales en la red o como ya lo denominamos el fan video, esta vez vuelvo con una canción perteneciente a la banda de rock canadiense *The arcade Fire*, la cual se encuentra en el disco de estudio *Reflektor* (2013), y la canción lleva el título de *Afterlife*<sup>21</sup>.

Primero quiero trasladarme a la portada del álbum del disco *Reflektor*, en el cual aparecen las figuras de *Orpheus* y *Eurydice*, representaciones de la mitología griega. El mito de Orpheus cuenta la historia de un músico capaz de encantar a cualquier ser viviente con sus melodías, el mismo que se enamora y anhela desposar a la ninfa Eurydice, está el día de la boda con Orpheus sufre un accidente fatal, desesperado el músico baja a los infiernos en búsqueda de su amada.

Desde el siglo XVII el mito de Orpheus fue representado en el teatro en innumerables ocasiones, pero es la adaptación del dramaturgo y músico brasileño Vinicius De Moraes en 1950 tal vez la más original cuando llevó al escenario con el título de *Orfeo de la Concepción* a la obra; la misma en la que la adaptación se apropia de la narración clásica para conjugarla con elementos de la magia y la música afro-brasilera.

En 1959 un fenómeno muy interesante se da con la adaptación para el cine de la obra de De Moraes. Con el título de *Orfeo Negro* y bajo la dirección del francés Marcel Camus se filma en la ciudad de Rio de Janeiro una nueva adaptación de la obra ahora para la pantalla cinematográfica: la misma que contribuyó a aumentar la popularidad de la fiesta

---

<sup>21</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=r75BFcH4u2k>

del carnaval y en la cual se representa a Eurydice como una joven que llega a la ciudad por primera vez migrando del campo y a Orpheus como un conductor de ferrocarril y músico aficionado.



### *Fotogramas de la película Orfeo negro*

Todas estas series de apropiaciones y ediciones conjugan en la web en una reproducción de las escenas más emotivas del film de 1959 junto con la canción de los músicos canadienses en el año 2013. Lo curioso de este video musical apropiado y postproducido en el formato de un fan video es que se lo subió en la cuenta que los músicos poseen en el canal de reproducción web *VEVO*, es decir que hay una clara intención de comercializar el formato de fan video pero ahora apoderado por una Industria Cultural.

Son muchas las preguntas que giran alrededor de un ejercicio como este, tomando en cuenta que *VEVO* nace como un intento de unión corporativa de gigantes industriales entre los se encuentra google quien adquirió You Tube en el 2006, razón por la cual los

videos de Vevo se reproducen en You Tube para Latinoamerica ya que el canal aun no es disponible en la región.

El ejercicio de postproducir una obra permite al artista utilizar elementos narrativos fragmentarios previamente creados para cambiar sentidos y a través de estos ejercicios transmutar sentires en una nueva creación y como lo propone Barriaud ni siquiera es relevante el preguntar la vigencia del original, porque este ha sido mutado en un sentir otro.

Lo que no deja de presentarse es la constante de la Industria Cultural que es propia a la socialización de la obra en la época en que el arte responde a una economía de servicios, por lo tanto mi parecer es que nos tenemos que situarnos en dos momentos, el primero el del ejercicio de postproducir narrativas que toman fragmentos de originales para cambiar sentidos como ejercicio valido de creación artística y el segundo la imposibilidad de que esta no tenga que anexarse a una industria cultural si es que la obra quiere poseer visibilidad en *la época de la obra de arte dentro de una economía de servicios.*”El arte contemporáneo tiende a abolir la propiedad de las formas, en todo caso perturba sus antiguas jurisprudencias. ¿Nos dirigimos hacia una cultura que abandonaría el copyright en beneficio de una gestión del derecho del acceso a las obras, hacia una especie del esbozo del *comunismo de las formas?* (Bourriaud, 2009:39).

La sustentación de las formas de producción tradicionales se construyó históricamente a través de un pensamiento binario, el mismo que rige la dicotomía entre las cuales se edifican las diferencias que sustentan la elaboración de diferentes identidades como postula Homi Bhabha. Atravesar dicotomías como la de el espacio-tiempo, visual-

sonoro o copia-original son algunas de las intenciones del concepto de postproducir una obra.

Es decir que nos encontramos en un momento superador de la linealidad del relato histórico de la obra como eje que module la siguiente etapa de la construcción de univocidad del quehacer artístico, la ruptura se ha dado de esta forma, el anacronismo como resistencia al ordenamiento y referencia de la obra de arte con sus anteriores desliga los espacios y los orígenes.

La ansiedad que presenta el relativismo cultural de lo que el sujeto consume como forma de identidad ligada a los consumos de una industria cultural de una sociedad fractalizada, lleva a proliferar el ejercicio de la postproducción dentro de un eclecticismo no valido por carecer de un sentido lineal por parte de los defensores de un historicismo del arte. Los mismos que plantean al ejercicio de postproducir como una creación no valida por el hecho de salir de un sentido histórico como condición necesaria para la creación.

Me parece importante recalcar que postproducir es un claro ejercicio de la reutilización de las tecnologías de la comunicación como objetos que refuerzan el imaginario de la consolidación de los elementos que sustentan los modelos ideológicos de nuestra condición contemporánea dentro de un capitalismo tardío, pero es precisamente la utilización de ese eclecticismo el elemento que activa una agencia ante el pasivo consumidor de imágenes, hacia la posibilidad de re-significar en apuestas visuales la confrontación de los discursos totalitarios desempeñando nuevos intereses como propone Benjamin.

Tras la contingencia de los ejercicios de coartar las formas libres de expresar el arte a través de estas fragmentaciones que se re-significan, el mismo Bourriaud propone el concepto de una vida “*Radicante*”, el autor construye este concepto de la siguiente manera:

Apostemos a que la modernidad de nuestro siglo se inventará, precisamente, oponiéndose a cualquier radicalismo, condenando por igual la mala solución del re-arraigo identitario y la estandarización de los imaginarios decretados por la globalización económica... Ser radicante: poner en escena, poner en marcha las propias raíces en contextos y formatos heterogéneos, negarles la virtud de definir completamente nuestra identidad, traducir las ideas, transcodificar las imágenes, transplantar los comportamientos, intercambiar en vez de imponer. (Bourriaud, 2009:39).

El concepto de una modernidad radicante, nos lleva a un lugar en el que se busca escapar de los discursos que puedan definir una identidad, es el lugar en el que se decide despojarse de los orígenes y de la identidad como sujeto de expresión; y si es que tiene alguna esta se lleva siempre y cuando la misma pueda sembrarse en cualquier lugar en que la misma mutación que acompaña este concepto brinde un lugar para la construcción de nuevos lugares donde se pueda crear.

### **Canales de Reproducción: You Tube Como Medio.**

Siguiendo el postulado de Marshall McLuhan cuando propone que *el medio es el mensaje*, nos acercamos a la complicada relación que se engendra en un mundo de servicios en el que los artefactos técnicos no se agotan en las posibilidades que ofrece el medio, y más bien rebasan esta inscripción de ser netos exponentes de sus contenidos y pasan a ser un fenómeno que posiciona al medio más allá de una ontología del mismo como emisor.

Es decir, para que exista esta corriente de popularidad de You Tube como portal de reproducción, lo que el medio ofrece va mas allá de su capacidad técnica para cargar el contenido que se quiere compartir con los usuarios; el medio es un dispositivo que atraviesa sus herramientas en la web para subsumirse en una serie de usos y si se quiere porque no de abusos en una interrelación con los usuarios, siendo por la tanto el medio un elemento que va mas allá de los contenidos.

El medio expresa una mirada de lo complejo que se presenta el mundo de la comunicación ante la mediación técnica y la serie de interrelaciones que tienen que existir para presentar sus contenidos. “Mucha gente estaría dispuesta a decir que el significado o mensaje no es la máquina sino lo que se hace con ella. Respecto a las maneras en que la máquina ha modificado las relaciones con los demás y con nosotros mismos, no importa en absoluto que esta produjera copos de maíz o Cadillacs” (Mcluhan, 1998:186).

You Tube como medio posee toda la estructura para representar la visibilidad de lo que se quiere compartir, pero visualizar la cantidad de cargas de lo que se ha subido en el portal es impensable, así mismo la clasificación de la búsqueda está impedida en géneros y por lo tanto la búsqueda se limita a través de sugerencia de lo que se quiere compartir entre usuarios y por supuesto de la indispensable utilización de herramientas de búsqueda conocidas popularmente como navegadores.

Con respecto a la importancia de la ubicación de información en la web Lev Manovich comenta que “A finales del siglo XX, el problema no era crear un objeto de los nuevos medios, pongamos una imagen sino como encontrar ese objeto que ya existe en

alguna parte. Si queremos una imagen determinada, hay posibilidades de que ya exista...”  
(Manovich, 2005:80).

Por lo tanto cabría realizar la pregunta ¿a qué responde la visibilidad de la innumerable posibilidad de creaciones, producciones e inclusive de postproducciones que posee You Tube como medio? En este punto me parece interesante analizar a la virilidad como un fenómeno que rige la conducta en los canales de reproducción de la web como respuesta a los fenómenos de masas y que a su vez conectarían con la frase de McLuhan de que el medio es el mensaje.

Sergio Roncallo realiza la siguiente lectura acerca de las características que tiene la viralidad como fenómeno de reproducción de contenidos en torno a un posicionamiento de popularidad ante elementos culturales, Roncallo dice que:

Un upload no es más que una transferencia de información cuantificable, en el más llano de los sentidos. Se trata, simplemente de un cambio de ubicación en los datos que per se, no tienen mayor significatividad. Lo que se abre ante nosotros es, precisamente, la relevancia significativa de un medio que como You Tube logra modificar los modos de percepción de los usuarios...Se trata de, en últimas, de una suerte de aura que encuentra su fulcro en la masividad y que tiene un estatus que es a la vez cultural y expositivo (Roncallo, 2012:205).

Realizar un upload no significa bajo ningún motivo que este va a ser visible en la web, no importa la clase de contenido que este contenga, es únicamente la viralidad del contenido lo que va a producir su visibilidad. You Tube como medio posee la potencialidad de otorgar visibilidad a cualquier contenido pero es únicamente los asociamientos masivos y culturales los que otorgan una masificación de contenidos compartidos en internet, esta

puede ser una de las razones del porque principalmente los contenidos que son rápidamente compartidos principalmente poseen características comunes.

De esta manera hablamos de un canal de reproducción como un medio más allá de su ethos de mercado y cualquier posicionamiento estratégico en términos de marketing, lo que un canal como You Tube ha logrado es que sus funciones han sobrepasado cualquier estimación ante la cual fue diseñada, el canal de reproducción fue apropiado por los consumidores para impregnarle una identidad socialmente construida utilizando su reproductibilidad técnica para inscribirlo como un medio y mensaje. “A decir verdad, no estoy tan seguro de que la imagen serialmente reproducida pierda el carácter místico y, por consiguiente, su aura. Creo, mas bien, que la reproductibilidad técnica es una consecuencia necesaria de una sociedad en evolución y que el arte debe entrar en esta dinámica sin que por ello deba vulgarizarse ni perder su aura” (Roncallo, 2012:214).

## **Transmitibilidad y Transmutabilidad: digitalización de contenidos.**

A lo largo de esta investigación se ha conceptualizado a los videos musicales como elementos culturales mediados en relación con una industria cultural, es decir que responden a procesos de distribución por parte de un mercado ligado a el consumo masivo del formato, a pesar de que si bien es cierto muchas veces la inducción al producto audiovisual se origina de manera muy personal, detrás de este consumo siempre se liga una

suerte de *habitus*<sup>22</sup> de mercado y de identidad que conforman nuestra adaptabilidad al formato y a sus características narrativas tan variadas.

A su vez el autor tan ligado a las formas de producción poco tiene que hacer ante una estética atada a los consumos culturales de masas cuando los modos de representación responden a códigos estandarizados en función o servicio de modelos existentes y exitosos en lo que respecta a una rentabilidad económica, produciendo así toda una suerte de estereotipos.

A pesar de que los trabajos audiovisuales poseen una adaptación que posibilita el escapar a espacios estandarizados gracias a la característica de extrema hibridación en su elaboración, siempre se encuentran modos de representación que configuran una narrativa pre fabricada de éxito comercial, a pesar de que nunca llegando a ser un formato tan cerrado como algunos géneros televisivos como el *reality show*, formato que de una manera no casual y más bien causal llenó sus contenidos en la rotación de canales musicales.

Una muestra de esta relación es el de MTV, la viralidad del reality como género televisivo monopolizó los contenidos de este medio hasta el punto que las generaciones más jóvenes difícilmente puedan creer que algún día MTV fue un canal exclusivo a la rotación de videos musicales, nuevamente presenciamos que el medio es el mensaje. “Sobre la televisión. Algunos se han referido como un medio mucho más transparente y democrático, que *a todo mundo llega*, un *espejo de la realidad*, un resultado del consenso de deseos colectivizados,”(Duran Castro, 2012:116).

---

<sup>22</sup> Concepto de la teoría sociológica de Pierre Bourdieu entendido como un conjunto de estructuras socialmente estructuradas en las que los sujetos perciben y actúan en el mundo.

Es justamente en la televisión como medio en el que sabemos se produce el inicio del video musical en el momento de su aparición, donde nos detendremos a analizar el fenómeno de lo televisivo desde la perspectiva de Lev Manovich. La televisión en sus orígenes respondía a un espacio tecnológico analógico, es decir que la información se transmitía a través de las señales emitidas por los canales televisivos como medios de información, entretenimiento, espacio cultural etc.

En el momento que se inaugura el espacio televisivo era impensado hablar sobre la creación de medios focalizados a reproducir un solo aspecto de la información en específico, es decir era inesperado en ese momento el aparecimiento de franquicias mediáticas como son CNN, ESPN o la misma MTV por nombrar algunos ejemplos de las características que tienen los canales televisivos actuales.

El proceso de revolución de la información se basó en el cambio del modelo tecnológico de la reproducción televisiva de la transmisión analógica hacia la digitalización de contenidos. Este cambio de lo tecnológico ocurre causalmente en un momento histórico del paso de una economía de producción primaria industrial hacia la economía de servicios en un mundo globalizado, revolucionando todos los lugares que reproducen la transmisión de la información.

El aparecimiento de internet a su vez como medio tecnológico no hubiera sido posible sin la digitalización de datos para compartirlos en nuevas herramientas que posibilitan el movimiento constante y la posibilidad de compartir contenidos archivados de manera inmediata. Al preguntarnos que se transmuta con el paso de lo analógico a lo digital

en el compartir tecnológico la respuesta nos lleva a un salto cuantitativo y cualitativo en las variables de tiempo y espacio.

El momento en que lo televisivo como medio tecnológico que sobrecarga el espacio de lo visual consolida a una sociedad que sustenta en la mirada el predominio de todos los órdenes sensitivos cuando esta muta de lo análogo a lo digital; presenta también un cambio que va de la posibilidad del transmitir y reproducir, y que permite el ir de lo análogo hacia el poder de archivar y compartir que produce la digitalización.

Con el contenido digitalizado posible gracias a las nuevas tecnologías la relación de compartir datos acelera las posibilidades de intercambios a una velocidad instantánea, ahora la relevancia de analizar este cambio de tecnología en las actividades humanas nos lleva a remontarnos nuevamente hacia la pregunta de Benjamin acerca de que es lo que cambia en el aura del objeto artístico en el momento que es reproducido técnicamente.

Con lo digital el objeto artístico no solo se reproduce, también se apropia, comparte y moldea y no por eso deja de presentar un aura, claro está que esta cambia de una manera radical y en palabras de Barriaud de una manera *radicante* en el momento de representar a el aura del objeto artístico en su constante relación con la apropiación por parte de las masas. “Con lo digital la obra y la masa se hacen cosustanciales tanto como el arte y la política. Con su reproductibilidad y transmitibilidad, el archivo digital es archivo *en* la masa. La digitalización de la imagen tritura el aura, pero, al mismo tiempo, acentúa el carácter político de la obra de arte al acercarla a la masa como archivo transmisible.”(Cárdenas, 2012:93).

El cambio del modelo tecnológico nos conlleva a la pérdida de la transmisión análoga por parte de los grandes medios y a pesar de que todavía existen canales televisivos que transmiten su señal, la era digital amenaza su existencia dando paso a la consolidación de la imagen *transmitida* hacia la imagen *transmisibile*.

La primera presenta un empeño de lo que se transmite a través de una serie de intereses que se ejercen por parte de quienes tienen la capacidad de decidir que contenidos posee la señal televisiva, la segunda archiva y rompe con las variables de tiempo y espacio como ya lo habíamos señalado, desempeñando la aventura del compartir archivos digitales ante la aparente democratización en línea ya que no debemos suponer que esta se encuentra libre de discursos en mediación con la imagen ya que “El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediada por imágenes” (Deboard, 32:2008).

A puertas del final de la era análoga la cual permitió el transmitir señales televisivas, observamos una transmutación de los contenidos, destacando este cambio tecnológico como el marco que consintió la mutación y apropiación del formato de los videos musicales en la web. Sin la velocidad que la digitalización permite gracias al factor que la base de su tecnología consiste en archivar contenidos, no hubiera sido posible la modificación y la apropiación de estos por parte de los usuarios, ya que solo la tecnología digital y no la análoga hizo posible la apropiación y posterior montaje de cualquier contenido para ser modificado a discreción, creando toda la corriente de fenómenos *fandom* o fan videos.

En la investigación nos hemos detenido a analizar toda la serie de apropiaciones que este fenómeno produce en relación a los videos musicales y su indispensable conexión con la Industria Cultural, es importante recalcar que el *fandom* o *fan video* como ejercicio de apropiación de contenidos cruza cualquier upload digitalizado en la red, videos caseros, cortometrajes, largometrajes, etc. La posibilidad de la tecnología digital muto el camino y acelero la velocidad en el que cualquier contenido en línea pueda ser modificado y re-significado.

La digitalización abre la pregunta hacia ese *devenir máquinico* que Deleuze postula, el cual gira alrededor de las preguntas de la metamorfosis del hombre en relación a sus extensiones mecánicas que han traspasado el espacio físico de interacción y se han vuelto constitudinarias a nuestros recorridos de manera virtual, designando a algo que esta, lo percibimos y aun así designa tensiones y temores, es que la tecnología digital se ha transformado en algo significativamente real, tan real que sabemos que se encuentra en constante movimiento virtual.

## CONCLUSIONES

Analizar a los videos musicales y su inexorable relación con las Industrias Culturales como espacios de promulgación de los mismos, nos ha llevado a un estudio de la presentación del formato tecnológico video-acústico como una tecnología en términos de lo que Michel Foucault denomina “un conjunto de tensiones y fuerzas activas que se ejercen a través de determinados instrumentos, técnicas y procedimientos.”(Foucault, 2008:215)

Traspasar el espacio de lo tecnológico de la señal análoga en la televisión, espacio que abre el formato de los videos musicales, hacia la digitalización del formato en la red parte con la posibilidad de la apropiación del video, alejando a la obra del original y construyendo todo un ejercicio de compartir contenidos en red por parte de los usuarios tecnológicos.

Este ejercicio de reeditar trabajos audiovisuales ha sido analizado desde la perspectiva de autores como Walter Benjamin, Guy Debord, Jean Baudrillard, Nicolas Bourriaud, entre otros; estudiando toda una serie de interacciones en el que las nuevas tecnologías de la comunicación abren un espacio de búsqueda de *espectacularidad* que rompen con la tradición de la obra y atraviesan nuevas lógicas y fines en su reproducción y sostienen a la postmodernidad como la lógica del capitalismo tardío como sustenta Frederic Jameson.

En primer momento estudiamos y analizamos a la sociedad contemporánea en este afán de velocidad y movimiento de la mirada que ya no se inscribe en la contemplación de los objetos de estudio y en el que el análisis del sujeto actual nos lleva a la condición del

individuo que privilegia al *logos* sobre todos los sentidos, sustentando a lo visual con la consolidación del proyecto moderno.

En un segundo momento analizamos a las tendencias de comportamiento masivo a través de los medios de comunicación como los marcos que sostienen una serie de discursos que se impregnan en la experiencia del sujeto ligando una serie de interrelaciones del actuar humano con lo tecnológico, momento que abre el debate de las nuevas condiciones del individuo en un espacio en *mutación*, el cual reconoce al sujeto en mediación con el uso de las nuevas tecnologías, debate que se encuentra plenamente abierto.

Es en el concepto de Bourriaud de *Postproduccion*, en donde encontramos la herramienta de análisis de investigación que nos condujo a las lógicas que se esconden detrás de la cultura del montaje y de los saltos de edición no lineal, acercándonos con mayor fortaleza a un análisis de los fenómenos de apropiación entre los que se encuentra la modificación de los archivos digitales en la web conocida como fenómeno fandom o fan video, ejercicio que plantea a la producción de la obra artística en la postmodernidad como una constante suerte de apropiación que sabe su agencia se basa en la reproducción tecnológica, la misma que se utiliza como una herramienta de reminiscencia de una humanidad superada en búsqueda de desempeñar nuevos intereses como sostiene Benjamin.

Más allá de una pugna entre los sujetos y los objetos tecnológicos, el objetivo de esta investigación fue el analizar el ejercicio de apropiación y reedición de contenidos digitales en red y en específico el paso de los videos musicales en el formato en el que

aparecieron y su viaje en mutación hacia la apropiación del fan video como un análisis de la relación de lo tecnológico con lo cultural.

El salto del video musical de su formato análogo en la televisión hacia la digitalización en internet es un ejemplo de un ejercicio de una disposición que se encuentra abierta y escapa al automatismo tanto del objeto tecnológico como del usuario del objeto mientras estos sostengan la disputa entre las herramientas que sustentan nuestra condición de sujetos postmodernos en contraposición con una resistencia *radicante* entendida esta como el espacio de lucha contra una hegemonía cultural desempeñada en la construcción de identidades como espacio de lucha.

El ejercicio del compartir tecnológico se encuentra íntimamente ligado a nuevas relaciones en términos de espacio y tiempo, atrás quedaron los días en los que los fanáticos del formato del video musical esperábamos durante horas o inclusive días poder capturar con un poco de fortuna la presentación de nuestros artistas y directores favoritos en las cadenas televisivas designadas para la rotación del formato.

El movimiento como sostén de toda actividad en el capitalismo tardío, traslado el espacio de reproducción de la imagen video-acústica del videoclip de la televisión hacia la posibilidad de reproducirse al infinito en los canales web; descodificando y re-codificando toda una serie de lenguajes y sentires de una nueva mediación del sujeto en tensión con las nuevas tecnologías de la comunicación.

El transcurso de la investigación repetidamente encontró una serie de reflexiones sobre la condición del hombre actual en relación al uso de la tecnología; sin tener la intención de profundizar en la influencia de lo tecnológico como dispositivo regulador de

una humanidad mediada, es principalmente en los espacios culturales en los que se presenta esta relación en que conformamos el lugar de análisis y reflexión de este estudio.

Los videos musicales como formato desde su aparición se han sometido a los distintos cambios de lógica y comercialización de una Industria Cultural con mucho éxito dada la altísima capacidad de adaptación como característica esencial de su propuesta, así como también no solo han atravesado exitosamente el salto de la tecnología análoga a la digital y más bien han sustentado en parte este movimiento.

El video musical puede ser también un espacio de resistencia por parte del artista de la imagen y del sonido que busca escapar a la automatización del formato, el cual se puede presagiar seguirá vigente y entrañado en la cultura contemporánea. Llenar de una visibilidad la pantalla en el intercambio virtual produce una interactividad entre el usuario y el medio a través de un espacio en la que la pantalla se encuentra vacía previo a la impregnación de nuestros deseos.

Los videos musicales son una herramienta más para las masas, las cuales a veces se encuentran en búsqueda de espectacularidad y otras veces en búsqueda de una reminiscencia artística, lo que está claro es que el formato nos seguirá acompañando y desempeñando distintos intereses, sentires y placeres ante cada presentación y representación dentro de una cultura de la simulación.

## Bibliografía

- Arias, Juan Carlos. *Prácticas del ensamblaje y montaje en Internet: La singularidad de las apropiaciones artísticas*. En: *Codificar-descodificar: practicas, espacios y temporalidades del audiovisual en internet*. Universidad Javeriana, Bogotá, 2008.
- Audubert, Rosa. *El lenguaje en el Videoclip*, En: *La aventura textual, De la lengua a los Nuevos Lenguajes*, Stella, Buenos Aires, 1999.
- Baricco, Alessandro. *Los Barbaros: Ensayos sobre las mutaciones*, Anagrama, Barcelona, 2008.
- Baudrillard, Jean. *El sistema de los objetos*, Siglo Veintiuno, México, 1999.
- Baudrillard, Jean. *Pantalla Total*, Anagrama, Barcelona, 2007.
- Baudrillard, Jean. *Videosfera y sujeto fractal*, En: *Videoculturas de fin de siglo*, Catedra, Madrid, 1990.
- Bauman, Zygmunt. *La Globalización. Consecuencias Humanas*, FCE, 2001.
- Bauman, Zygmunt. *Modernidad Liquida*, FCE, Buenos Aires, 2005.
- Benjamin, Walter. *El autor como productor*, Ítaca, México, 2004.
- Benjamin, Walter. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Mexico, Itaca, 2003.
- Benjamin, Walter. *Sobre la fotografía*, Pre-textos, Valencia, 2005.
- Benjamin, Walter. *Tesis sobre la historia y otros fragmentos*, Contrahistorias, México, 2005.
- Berland, Jody. *Sonido, imagen y espacio social: video musical y reconstrucción mediática*, Hipetronix, Castelló, 1999.

- Boarriaud, Nicolás. *Postproducción: La cultura como escenario, modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*. AH, Buenos Aires, 2009.
- Boarriaud, Nicolás. *Radicante*, AH, Buenos Aires, 2009.
- Bolívar, Echeverría. *Ilusiones de la modernidad*, UNAM, 1995.
- Cárdenas, Juan David. *Lo visual interpela lo jurídico: el caso cinematográfico*. En: *Codificar-descodificar: practicas, espacios y temporalidades del audiovisual en internet*. Universidad Javeriana, Bogotá, 2008.
- Chambers, Ian. *Migración, Cultura e Identidad*, Amorrortu, Buenos Aires, 1994.
- Chion, Miachel. *La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*, Paidós, Barcelona, 1998.
- Deleuze, Gilles y Guattari, Félix. *Que es Filosofar*, Barcelona, Anagrama, 2007.
- Deleuze, Gilles y Guattari, Félix. *El Anti Edipo: Capitalismo y Esquizofrenia*, Barcelona, Paidós, 1985.
- Deleuze, Gilles. *La inmanencia: una vida...*, En: *Ensayos sobre biopolítica: Excesos de vida*, Paidós, Buenos Aires, 2007.
- Estrella, Mauricio y Rincón. Omar. *Televisión, pantalla e identidad*. Proyecto Latinoamericano de medios de comunicación, Quito, 2001.
- Feadherstone, Mike. *Cyberspace, Cyberbodies, Cyberpunk: Cultures of thecnology embodiment*, Sage Publication, London, 1996.
- Firth, Simón. *Música e identidad*, En: *Cuestiones de identidad Cultural*. Amorrortu, Buenos Aires, 2003.
- Garcés Montoya, Ángela. *La música es el parche*, En: *Industrias culturales, músicas e identidades*. Universidad Javeriana, 2008.

- Garretón, Manuel Antonio. *América Latina: un espacio cultural en el mundo globalizado*. Convenio Andrés Bello, Bogotá, 1999.
- Girard, René. *Veo a Satán caer como relámpago*, Barcelona, Anagrama, 2002,
- Greimas, A.J. *Del Sentido II: Ensayos Semióticos*, Madrid, Ed. Gredos, 1989.
- Haraway, Donna. *A manifestó for cyborgs: science, technnology, and socialist feminism in the 1980s, Feminism / postmodernism*. New York: Routledge, 1990.
- Latour, Bruno. *Reensamblar lo social*. Bs Aires, Manantial, 2008.
- Liscini-Petrini, Enrica. *Tierra en Blanco. Música y pensamiento a inicios del siglo XX*, Akal. Madrid, 1990.
- Maffesoli, Michel. *El nomadismo*. México.FCE, 2004.
- McLuhan, Marshall. *El medio es el mensaje*, Barcelona, Paidós,1987.
- Narváez Montoya, Ancízar. *El concepto de Industria Cultural, En: Industrias culturales, músicas e identidades*. Universidad Javeriana, 2008.
- Pereira González, José y Villadiego Prins, Mirla. *Una mirada a las interdependencias entre medios de comunicación, sociedad y cultura*, En: *Industrias culturales, músicas e identidades*. Universidad Javeriana, Bogotá, 2008.
- Reguillo, Rosana. “*Los miedos contemporáneos: sus laberintos, sus monstruos y sus conjuros*”, Bogotá, Universidad Javeriana, 2006.
- Reguillo, Rosana. *Emergencias de Culturas Juveniles. Estrategias del desencanto*. Bogotá: riorma.2000.
- Rincón, Omar. *lo bailao no se quita*, En: *Industrias culturales, músicas e identidades*. Universidad Javeriana, 2008.

- Roncallo, Sergio. *You Tube como medio aurático*. En: *Codificar-descodificar: practicas, espacios y temporalidades del audiovisual en internet*. Universidad Javeriana, Bogotá, 2008.
- Sarlo, Beatriz. *Tiempo presente. Notas sobre el cambio de una cultura*, Bs Aires, 2001.
- Slobin, Mark. *Subcultures Sounds. Micromusic from the west*, Wesleyan University, Londres, 1993.
- Sorókina, Tatiana. *La hipertextualidad del espacio musical*, En: revista Versión, México 2005.
- Žižek, Slavoj. *Deleuze*, En: *Ensayos sobre biopolítica*, Paidós, Buenos Aires, 2007.

## **Listado de videoclips oficiales**

Artista/Grupo: R.E.M.

Tema: Imitation of Life

Dirección: Garth Jennings.

Año: 2000.

Artista/Grupo: Radiohead.

Tema: National Anthem.

Dirección para América Latina: Juan Ferreyra.

Año: 2001.

Artista/Grupo: Radiohead.

Tema: All I need

Dirección: Steve Rogers.

Año: 2007.

Artista/Grupo: The Black Keys.

Tema: Next Girl.

Dirección: Chris Marss

Año: 2010.

## Listado de Videoclips Fandom.

Artista/Grupo: Radiohead.

Tema: All i Need.

Dirección: J. Tyler Helms.

Año: 2007.

Artista/Grupo: The Arcade Fire.

Tema: My body is a cage.

Dirección: J Tyler Helms .

Año: 2007

Artista/Grupo: The Arcade Fire.

Tema: Afterlife.

Dirección: The Arcade Fire VEVO.

Año: 2013.