

**NOTHIN' BUT A GOOD TIME
OBSERVACION CULTURAL SOBRE LA ESTETICA EN EL
VIDEOCLIP. (1981-1991)**

Juan Sebastián Ortiz de Zaldumbide Lucero.
C.C. 80 195 454

**Trabajo de Grado para optar por el título de
Comunicador Social.**

Énfasis de Publicidad.

**Director
Sergio Roncallo Dow.**

Pontificia Universidad Javeriana.
Facultad de Comunicación y Lenguaje.
Carrera de Comunicación Social
Bogotá. Enero de 2008.

"La universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por sus alumnos en sus tesis de grado. Sólo velará porque no se publique nada contrario al dogma y a la moral católica, y porque las tesis no contengan ataques o polémicas puramente personales. Antes bien, se vea en ella el anhelo de buscar la verdad y la justicia".

**Artículo 23 del Reglamento Académico
Resolución No.13 de 1946.**

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA – FACULTAD DE COMUNICACION
Y LENGUAJE
CARRERA DE COMUNICACION SOCIAL

RESUMEN DEL TRABAJO DE GRADO

Este formato tiene por objeto recoger la información pertinente sobre los Trabajos de Grado que se presentan para sustentación, con el fin de contar con un material de consulta para profesores y estudiantes. Es indispensable que el Resumen contemple el mayor número de datos posibles en forma clara y concisa.

I. FICHA TÉCNICA DEL TRABAJO

1. Autor:

Juan Sebastián Ortiz de Zaldumbnide Lucero

2. Título del Trabajo: **NOTHIN' BUT A GOOD TIME (Observación Cultural sobre la Estética en el Videoclip (1981-1991).)**

3. Tema central: **Estudio cultural sobre la estética visual del videoclip durante la década del ochenta.**

4. Subtemas afines:

- Estética audiovisual.
- Consumo cultural.
- Cultura pop.

5. Campo profesional: **Publicidad.**

6. Asesor del Trabajo: **Sergio Roncallo Dow.**

7. Fecha de presentación: Mes: **Enero** Año: **2008** Páginas: **70.**

II. RESEÑA DEL TRABAJO DE GRADO

1. Objetivo o propósito central del Trabajo: **Realizar una observación cultural sobre la estética visual en el videoclip durante la década del ochenta, teniendo en cuenta el impacto de MTV en la cultura popular, la ramificación de los géneros musicales y la influencia del cine, la televisión y la publicidad en la imposición de una estética visual determinada en la década del ochenta.**

5. Contenido

1. **MTV y su impacto en la cultura popular. (1981-1991)**
2. **La seducción de lo visual. (1981-1991)**
3. **La música hecha imagen.**

6. Autores principales

- **Andrew Goodwin: El papel de MTV en el desarrollo de la cultura popular y la imposición de nuevas formas audiovisuales.**
- **Saul Austerlitz: La historia del video musical y su papel en la hibridación entre géneros tanto musicales como audiovisuales.**
- **Arlindo Machado: El paso del videoarte al videoclip en un formato televisivo.**
- **Sergio Roncallo: La estética en el videoclip.**

7. Conceptos clave (Enuncie de tres a seis conceptos clave que identifiquen el Trabajo).

- **Consumo Cultural.**
- **Música.**
- **Cine.**
- **Estética.**
- **Televisión.**
- **Moda.**

5. Proceso metodológico.

Trabajo de Grado motivado principalmente por una pasión y realizado de manera teórica. Tuvo como base vivencias (insights) con respecto a la música, la publicidad y los medios audiovisuales, para finalmente llegar a una observación cultural acerca de la estética en el videoclip

6. Reseña del Trabajo

Este trabajo tiene como fin, analizar la influencia de la cultura en la realización de videos musicales, así como el impacto de éstos sobre la cultura popular. Un análisis cultural acerca de la influencia del canal de televisión por cable MTV para empezar, sirve de abrebocas para lo que en los siguientes capítulos dan prueba de una observación cultural sobre la seducción de lo visual y, finalmente un análisis en el que se ejemplifican las teorías planteadas en los capítulos anteriores con productos audiovisuales (videoclips) representativos de la década de los ochenta.

III. PRODUCCIONES TÉCNICAS O MULTIMEDIALES

1. Formato : Material escrito y multimedia.

Duración para audiovisual: _____ minutos.

Número de cassettes de vídeo: _____

Número de cassettes de audio: _____

Número de disquettes: _____

Número de fotografías: _____

Número de diapositivas: _____

2. Material Multimedia Tipo: **Disco Compacto**. Número de discos compactos: **1**.

3. Descripción del Contenido: **Tres videoclips en formato .mpeg para ser leído en Quicktime Player o Windows Media.**

PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO
- Único Formato aceptado por la Facultad -

Profesor Proyecto Profesional II: Sergio Roncallo Dow.

Fecha: Mayo 22 de 2007 Calificación: 4.2

Asesor Propuesto: Sergio Roncallo Dow.

Tel.: 316 741 3644

Coordinación Trabajos de Grado:

Fecha inscripción del Proyecto: Mayo 22 de 2007

I. DATOS GENERALES

Estudiante: **Juan Sebastián Ortiz de Zaldumbide Lucero.**

Campo Profesional: **Publicidad.**

Fecha de Presentación del Proyecto: **Mayo 22 de 2007**

Tipo de Trabajo: **Teórico y sistematización de experiencia**

Profesor de Proyecto Profesional II: **Sergio Roncallo Dow.**

Asesor Propuesto: **Sergio Roncallo Dow.**

Título Propuesto: **Análisis estético del videoclip de los años ochenta.**

A. PROBLEMA

1. ¿Cuál es el problema? ¿Qué aspecto de la realidad considera que merece investigarse?

Analizar la estética creada a partir del “boom” del videoclip de los años ‘80.

¿Por qué es importante investigar ese problema?

Por el hecho de que es importante saber los orígenes de las cosas, considero que es importante saber de dónde viene lo que vemos hoy en día, dónde se empezó a crear una industria de estética en un vehículo comunicativo masivo.

2. ¿Qué se va investigar específicamente?

Los materiales que utilizaré para la investigación son: textos sobre estética, video, cine, televisión, arte e historia de la década de los '80; y videografía de distintos artistas y bandas de música de distintos géneros de la década en mención.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo General:

Analizar los diferentes factores que puedan dar cuenta de la implantación de un cierto tipo de estética en la juventud de los años '80 por medio del videoclip como objeto de consumo masivo.

2. Objetivos Específicos (Particulares):

Analizar los orígenes del videoclip desde otros medios de comunicación y productos audiovisuales inspiradores en la creación de éste.

Buscar, por medio de un número determinado de videoclips de varios artistas o grupos musicales, una tendencia en cuanto a la estética se refiere, contenidos los factores de moda, colores y estilos de vida.

A partir de lo encontrado en el objetivo específico anterior, ver cómo esas tendencias hicieron que la producción de todo tipo de arte se viera tan influenciado por las estéticas impuestas por el videoclip.

Sintetizar todo lo anterior, por medio de ejemplos de casos concretos en donde se dé cuenta de la implantación de una determinada y muy característica estética, con el fin de dar respuesta al problema general del trabajo de grado

III. FUNDAMENTACIÓN Y METODOLOGÍA

A. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1. ¿Qué se ha investigado sobre el tema?

Hay textos de diferentes autores relacionados con el tema, bien sea desde el videoclip como tal, la estética en éste, el videoarte y la música.

2. ¿Cuáles son las bases conceptuales con las que trabajará?

Hay tres grandes conceptos comprimidos en un gran vehículo dentro en este trabajo de grado: la estética, la imagen y la música, convertidos en uno sólo, el videoclip en la década de los '80.

B. FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA

1. ¿Cómo va a realizar la investigación?

La investigación la voy a realizar por medio de bibliografía física y digital de fuentes primarias y secundarias, videografía y, sobre todo, mucha pasión.

2. ¿Qué actividades desarrollará y en qué secuencia?

El cronograma está organizado de la siguiente manera: durante el semestre de Proyecto Profesional II voy a tener listo el primer capítulo de la tesis y lo que alcance del segundo, en el semestre destinado para el trabajo de grado, ya con más tiempo para dedicarle, planeo terminar la tesis antes de que finalice el semestre, para así poder hacer las correcciones que tenga que hacer y no atrasarme en la entrega final

3. Bibliografía básica

- Machado, A (2000) *El paisaje mediático*. Libros del Rojas. Buenos Aires.

- **Goodwin A (1992).** *Dancing in the distraction factory. Music Television and Popular Culture.* University of Minnesota press. Minneapolis.
- Huffman, K. R. (1990). *Video Art: What's TV Got To Do With It?* En: Hall, D & Fifer, S (1990). *Illuminating Video: An Essential Guide to Video Art.* Aperture. New York.
- Machado, A (1994). *El video y su lenguaje.* En: Videocadernos. VI. Ed. Nueva Librería. Buenos Aires.
- **Sibilla, G (1999).** *No Sense Makes Sense on MTV. Il videoclip e il flusso neotelevisivo.* Lexia, Roma.
- Torres, M. & García A. (1997). *Videoclip: Modelo para armar.* Tesis de Grado. Comunicación Social. Pontificia Universidad Javeriana.
- Austerlitz. S (2007). *Money For Nothing. A History Of Music Video From The Beatles To The White Stripes.* Ed. Continuum. New York, London.
- Roncallo, S. (2004). *Aproximación Estética Al Videoclip. (Un viaje audiovisual de Platón a Trent Reznor).* Tesis de Grado de Magister en Comunicación. Comunicación Social. Pontificia Universidad Javeriana.

Este trabajo está dedicado a la música, pues sin ella la vida no tendría sentido.

Con cariño y gratitud a mis papás, a Richard Tamayo y a Sergio Roncallo.

TABLA DE CONTENIDO.

INTRODUCCION

1. MTV Y SU IMPACTO EN LA CULTURA POPULAR. (1981-1991)

1.1. Pop Goes The World. **Men Without Hats.**

1.2. Rock N' Roll Party Town. **Gwar.**

1.3. We're Not Gonna Take It. **Twisted Sister.**

1.4. Walk This Way. **Aerosmith & Run DMC.**

1.5. Where Have All The Good Times Gone! **Van Halen.**

1.6. Down In A Hole. **Alice In Chains.**

2. LA SEDUCCION DE LO VISUAL. (1981-1991)

2.1 The Line Begins To Blur. **Nine Inch Nails.**

2.2. You Might Think I'm Crazy. **The Cars.**

2.3. I Will Follow. **U2.**

2.4. The Sun Always Shines On TV. **Ah-Ha.**

2.5. Always Something There To Remind Me. **Naked Eyes.**

3. LA MUSICA HECHA IMAGEN.

3.1. No Sleep 'Till Brooklyn. **Beastie Boys.**

3.1.1. Género Musical.

3.1.2. Figura De Los Artistas.

3.1.3. Influencia De Otros Géneros (cine, tv, etc.).

3.1.4. Narrativa O No Narrativa.

3.1.5. Armonía Y Contrapunto.

3.2. Well, Did You Evah! **Iggy Pop & Deborah Harry.**

3.2.1 Género Musical.

3.1.2. Figura De Los Artistas.

3.1.3. Influencia De Otros Géneros (cine, tv, etc.).

3.1.4. Narrativa O No Narrativa.

3.1.5. Armonía Y Contrapunto.

3.3. Dancing With Myself. **Billy Idol.**

3.2.1 Género Musical.

3.1.2. Figura Del Artista.

3.1.3. Influencia De Otros Géneros (cine, tv, etc.).

3.1.4. Narrativa O No Narrativa.

3.1.5. Armonía Y Contrapunto.

CONCLUSIONES.

BIBLIOGRAFIA.

ANEXO. CD con los vídeos analizados en formato .mpeg.

INTRODUCCION.

Desde pequeño he sido muy cercano a la música, no por tener a un músico en la familia o serlo yo, sino porque mi papá trabajaba en la casa disquera CBS, la misma que unos años más tarde sería comprada por la multinacional japonesa Sony Music Entertainment. A la corta edad de seis años empecé a interesarme en la música que había en mi casa, discos de Queen, Santana, The Band, Pink Floyd, The Who, Michael Jackson, Hombres G, Toreros Muertos y Prisioneros, entre muchos otros. Poco a poco me fui acostumbrando a hacer mis tareas del colegio mientras escuchaba música. Entre más crecía, mayor era mi interés en la música y más eran los discos que me regalaba mi papá.

Cuando llegó a Colombia el *compact disc*, recuerdo muy bien que, por ser hijo de un empleado de la CBS, yo fui uno de los primeros del colegio en tener los famosos CD's. Los primeros que tuve fueron el *Greatest Hits 1* de Queen y el *Janis Joplin's Greatest Hits*. Con el paso del tiempo, en el colegio Lycée Français Louis Pasteur de Bogotá, encontré a mis compinches con pasiones similares a las mías, el *basketball* y el *rock*. La segunda me apasionó más que la primera. Mis gustos empezaron a evolucionar poco a poco y en el año de 1994 compré los cuatro primeros CD's con la plata de mi mesada, *Nevermind* (1991) de Nirvana, *Metallica (The Black Album)* (1991) de Metallica, *Spaghetti Incident?* (1993) de Guns N' Roses y *Vs.* (1993) de Pearl Jam. Fue gracias a esta compra, de la que el único álbum que aún conservo es el último, que me interesé por el *grunge* y el *heavy metal*. Compré más y más discos, grabé muchos más *cassettes* (la mayoría me los robaba de la biblioteca del colegio para grabarles encima) y grabé en formato *Beta* los conciertos *Live*

Shit (1991) de Metallica en San Diego y *Use Your Illusion Live In Tokio* (1992) de Guns N' Roses.

Mi vida ya giraba en torno al *rock*, esto me trajo algunos problemas de atención en mis clases del colegio, de hecho recuerdo la frase de Mr. Franck Susini, mi profesor en cuarto de primaria: " ¡Juan Sebastián! ¿Es que acaso me tengo que poner aretes y pintarme el pelo como rockero para que me ponga atención?". Siempre estaba en clase leyendo las letras de las canciones y escribiendo en la parte trasera de mis cuadernos los nombres de mis bandas favoritas. A los doce años de edad ya tenía el pelo largo y quería tatuarme (cosa que, afortunadamente, no hice sino hasta los veintitres). Como era de esperarse, me expulsaron del colegio, pero la pasión seguía intacta, desde aquella época hasta el día de hoy me he dedicado a coleccionar música, pasando por la etapa *grunge*, *metalera*, *clásica*, *setentera* y *ochentera*, pero siempre con *rock* metido en mi cabeza y mi corazón.

Cuando entré a la Universidad hace ya cinco años, el cine y la publicidad se sumaron a mi pasión por la música. Durante la carrera, me dediqué a coleccionar películas, aunque sin dejar de lado la música. En séptimo semestre, bajo la dirección del profesor y amigo Richard Tamayo, pude canalizar mis pasiones hacia un trabajo de grado que, más adelante, con la ayuda de mi asesor Sergio Roncallo, cogería forma hasta convertirse en el trabajo que, en este momento, presento antes ustedes y fue así como llegué al tema de mi tesis, combinando la pasión por el cine, la publicidad y, sobre todo, la música.

Esta tesis es para mí, un trabajo vivencial más que académico y en ella busco probarme como observador cultural. Considero que es un trabajo digno de ser escrito porque, aparte de ponerme a prueba

con respecto a mis más grandes pasiones, pienso que es un tema interesante de analizar al ver cómo el fenómeno de la cultura popular hoy en día está volviendo en recurriendo a sus inicios en busca de una nueva identidad para la década que se avecina. Es cuestión de detenernos por un momento a ver las tendencias en la moda y la música actual para percatarnos de que estamos volviendo a lo básico, a lo fundamental. Aunque muchos piensen lo que está pasando como un retroceso innecesario, yo, personalmente, lo considero absolutamente necesario y digno de ser analizado para poder dar el paso siguiente, a lo que nos depara la nueva década, a esto yo lo llamo así: *Back to basics to step forward*.

1. MTV Y SU IMPACTO EN LA CULTURA POPULAR (1981-1991).

"Smells Like Youth Culture"

Saul Austerlitz.

- *Vídeo. (Del ingl. video, y éste del lat. video, yo veo) 1. m. Sistema de grabación y reproducción de imágenes, acompañadas o no de sonidos, mediante cinta magnética. 2. m. Grabación hecha en vídeo. 3. m. Aparato que graba y reproduce mediante cintas magnéticas imágenes y sonidos procedentes de la televisión o de otro aparato de vídeo.¹*
- *Videoclip. (Del ingl. videoclip). 1. m. Cortometraje, generalmente musical, de secuencias breves y formalmente inconexas, usado con frecuencia en publicidad.²*

En 1991, diez años después del lanzamiento del canal de televisión por cable MTV en Estados Unidos, Nirvana lanzó su segundo trabajo en estudio, tal vez el más exitoso de esta banda, titulado *Nevermind*. El primer single de este álbum, *Smells Like Teen Spirit* (Bayer: 1991), se convirtió en el himno por excelencia de la siempre doliente e inconforme adolescencia en Estados Unidos y el mundo entero.

Fue en este momento cuando se empezó a hablar de la cultura juvenil, pues fue tan grande el impacto que causó, tanto el tema como su respectivo videoclip, que despertó la angustia en los padres

¹ www.rae.es/video

² www.rae.es/videoclip

y el grito de libertad y rebelión de los jóvenes. Como todo fenómeno cultural, éste también tienen varios precedentes importantes.

Entre ellos, tal vez el más importante, ocurrió diez años antes en el caluroso mes de agosto de 1981 en Estados Unidos, MTV, la primera cadena de televisión por cable dedicada veinticuatro horas al día, siete días a la semana a transmitir los videoclips de las bandas más importantes del momento en Estados Unidos y Europa principalmente. El canal entró pisando fuerte con el primer videoclip transmitido, muy dicente de los objetivos de negocio de los creadores de MTV, este vídeo era *Video Killed The Radio Star* (Mulcahy: 1979) de la banda británica The Buggles. Este tema de la banda, contenido en su primer trabajo discográfico titulado *The Age Of Plastic*, era una perfecta premonición para el lanzamiento del canal, pues como en cualquier otro negocio, especialmente el del entretenimiento, había que sacrificar algunos elementos para poner otros en funcionamiento, el vídeo que mata a la estrella de radio, un tópico muy sugestivo e incentivo para las bandas, una manera de comunicar que quien no está en la era del vídeo, sencillamente, no existe.

Este fenómeno fue un campanazo de alerta a todas aquellas bandas en progreso, las cuales se conformaban con tener unos cuantos *Hits* en la radio, pues se convertía en casi una obligación tener un videoclip si, eventualmente, se quería llegar a ser alguien, pues los jóvenes ya no iban a estar pegados a la radio o sus discos tan constantemente como lo hacían antes, ahora podrían, además de escuchar, ver a sus artistas preferidos las veinticuatro horas del día. No circunstancialmente, como lo hacían antes viendo, por ejemplo, *A Hard Day's Night* (Lester: 1964) o *Help!* (Lester: 1965) de The Beatles, *Tommy* (Russell: 1975) de The Who y los "live performances" de Pink Floyd en sus conciertos, así como el vídeo

(obra maestra) de *Bohemian Rhapsody* (Gowers: 1975) de Queen y *Ashes To Ashes* (Mallet, Bowie: 1980) de David Bowie, así como los largometrajes. Ahora, con la llegada de MTV, los jóvenes amantes de la música podrían tener acceso a estas obras en el momento en que quisieran.

Al tener finalmente la oportunidad de ver y escuchar al mismo tiempo a sus artistas preferidos, los jóvenes ahora podían adoptar estéticas nuevas, copiar (por feo que suene) maneras de vestirse, comportarse, maquillarse, peinarse, moverse, bailar, hablar y pensar el mundo.

Puede no parecer algo nuevo, pues es cuestión de ver a los "bad boys" de comienzos de la década del sesenta tipo *James Dean* o a los hippies de finales de la misma, a los punks de finales de los setenta en Londres o New York y, si se quiere, a los nacientes metaleros de también comienzos de los setenta en Birmingham, liderados por Black Sabbath y Judas Priest.

Pero la diferencia es que ahora estaba tan a su alcance, que podían tomar elementos de cada una de estas "modas" y crear la suya propia. Esto gracias a la edad de madurez a la que llegaron el rock y el pop, pues los géneros se fueron creando década tras década, cada uno con una estética determinada de las cuales se podían tomar elementos representativos de cada una y crear así una estética propia.

Por ejemplo, MTV transmitió dentro de su programación videoclips de Def Leppard, A Flock Of Seagulls, David Bowie, Lionel Richie y Motley Crue, entre otros. Al ver todos estos videoclips, uno tras otro, día tras día, fácilmente un joven podía llegar a tener el peinado de Mike Score (A Flock Of Seagulls), combinado con una camiseta de la

bandera británica como las usaban los integrantes de Def Leppard, el maquillaje tipo Ziggy Stardust (alter ego de David Bowie) y el bigote de Lionel Richie con los pantalones de cuero como los usaba Tommy Lee de Motley Crue.

A lo que voy con el anterior ejemplo, es que, de un momento a otro, más específicamente, desde la noche del primer día del mes de agosto de 1981, poco a poco, los jóvenes tuvieron en sus manos un “racimo de oportunidades” de donde escoger quiénes querían ser para la nueva década que empezaba, quiénes querían ser en su juventud y hasta de pronto para el resto de su vida. Pudieron finalmente combinar cosas que antes no hubieran sido “combinables” y mucho menos bien vistas ante los ojos de los demás, su cuerpo y su vida eran un lienzo en blanco con el cual podían hacer lo que quisieran.

Con la llegada de MTV a la vida de los jóvenes del mundo, vinieron muchas cosas más aparte de lo mencionado anteriormente, entre ellas, una estética visual basada, no solamente, en la forma de verse o comportarse de las personas, sino también en el aspecto visual de los vídeos, una estética en cuanto a la combinación de los colores, la técnica de grabación y edición, así como los efectos visuales que marcaron en la década de los ochenta un hito de innovación y experimentación, provocado por las bandas, sus manejadores y realizadores de videoclips en su afán por hacer parte de este movimiento.

1.1. "Pop Goes The World."

Men Without Hats.

Durante esta primera etapa de MTV, más específicamente desde 1981 a 1983, la programación del canal se basaba en lo que Andrew Goodwin define como el *New Pop* inglés y el *AOR* (Álbumes Orientados al Rock), para el cual agrega, [...] *en este periodo, MTV se identificaba plenamente con la llamada segunda Invasión Británica de actos de pop-sintetizado [...]*³ A esto, el autor agrega en seguida que un aspecto dominante era el "look" distintivo que le dio el *New Pop* y *AOR* a MTV para ser realmente vanguardista en el momento de establecer sus imágenes de anti-narrativa o anti-realismo ante los ojos de muchos críticos audiovisuales.

Este "look" que adoptó MTV en su primera etapa, fue el primer síntoma de una estética contagiosa como la que describí anteriormente, dominada por la irreverencia y la liberación, por así decirlo, tanto del formato televisivo del canal y la técnica en la realización de los vídeos, como en la personalidad de los televidentes del mismo.

Esa tendencia de la anti-narrativa o del anti-realismo audiovisual se resumía en desprender los clips de la realidad, desapegarlos de lo antes visto y dejar la imaginación volar, con el fin de transmitir, más que un videoclip, una experiencia sensorial a través de una pantalla. [...] *los propios videoclips, generados en gran parte por la Industria Musical Británica tienden hacia el abandono de la narrativa, y los*

NOTA: Todas las traducciones de ahora en adelante son realizada por mí.

³ Goodwin, Andrew. "Dancing In The Distraction Factory." Cap. 6, Pág. 133.

nuevos grupos pop de esta era quisieron dejar atrás el realismo monótono de los vídeos de “performance” [...]”⁴

2.2. “Rock N’ Roll Party Town.”

Gwar.

Para empezar a hablar de la segunda etapa de MTV, que va de 1983 a 1985, cito a Andrew Goodwin, quien, en el sexto capítulo de su obra *Dancing In The Distraction Factory*, explica lo siguiente [...] [...] El impacto de MTV tanto en la audiencia como en la industria durante sus primeros diecisiete meses fue insignificante y – como Denisoff (1998) reporta – muchos integrantes de MTV ven a Enero de 1983 como el verdadero comienzo del nuevo servicio, en parte porque es éste el punto en el que pasa a estar disponible para los guardianes cruciales de los medios de Manhattan y Los Ángeles [...]”⁵

Para esta segunda etapa de MTV, el *New Pop* que dominaba la programación del canal quedaba en el pasado, para abrirle camino a otro ritmo originario del Reino Unido, el *Heavy Metal* (la mayoría de ese *Heavy Metal* hoy lo conocemos como *Hair* o *Glam Metal*, pues el *Heavy Metal* actual es muy diferente) que traía bandas legendarias de la década del setenta de este género como KISS, Alice Cooper, Judas Priest, Iron Maiden, Motorhead, Thin Lizzy y AC/DC. Aunque pocas de estas bandas eran de origen estadounidense, el impacto que tuvieron en ese país fue arrollador e inspiraron a muchos jóvenes a formar su propia banda de *Heavy Metal*, tal fue el caso de bandas como Quiet Riot, Metallica, Twisted Sister y Ratt, entre otras, quienes empezaron a ganar popularidad entre el público “underground” de los Estados

⁴ Goodwin, Andrew. “Dancing In The Distraction Factory.” Cap. 6, Pág. 134.

⁵ Goodwin, Andrew. “Dancing In The Distraction Factory.” Cap. 6, Pág. 135.

Unidos gracias a la popularidad de la bandas británicas en el mundo y luego, gracias a MTV.

Para este punto ya no importaba qué tan bien lucieran los integrantes de estas bandas, importaba más su música, aunque en algunos casos, como lo es el de Twisted Sister, su imagen era una mezcla entre los cueros de Judas Priest, la fealdad de Lemmy Kilmister (Motorhead) y el maquillaje (sin llevarlo a extremos) de KISS. Otros, como en el caso de Metallica o Slayer decidieron hacer de su imagen una fusión de elementos característicos del misticismo de Alice Cooper y Ozzy Osbourne con la sencillez de Motorhead y Thin Lizzy con vicios *Punk*. Nuevamente aquí se ve este racimo de oportunidades en la creación de estética de los rockeros de la época, podían construir su imagen con base en lo que ya conocían, tomando los elementos que quisieran para crear un estilo propio.

El *Heavy Metal* era (y es) un género musical en el cual se encerraba mucho misticismo y penumbra, pero MTV tenía algo preparado para tanta oscuridad. Van Halen, banda estadounidense formada en 1975 por los hermanos Eddie y Alex Van Halen junto al vocalista David Lee Roth entraron con un sonido menos pesado tanto musicalmente como en el contenido de sus líricas (mucho más light), pero a su vez más elaborado en cuanto al virtuosismo de sus músicos. Sin embargo el punto de quiebre entre las bandas de *Heavy Metal* antes y después de Van Halen, no se resumía tan sólo a los aspectos mencionados anteriormente en este párrafo, ellos trajeron el color y la fiesta a la oscura escena metalera. Sus letras hablaban de fiesta, alcohol, mujeres, playa, amor, playa y sol, sí, el calor californiano le había cambiado la cara al *Heavy Metal*. Con un aspecto más jovial, ropas coloridas y cabellos rubios acompañados de la distinción del padre del *Glam*, David Bowie, la feminidad de Deborah

Harry (Blondie) y la exentricidad de Steven Tyler (Aerosmith), Van Halen creó un estilo, el *Glam Metal*.

El papel de MTV en la conversión del *New Pop* al *Heavy Metal* y luego al *Glam (Hair) Metal*, fue fundamental pues, tal y como lo explica Andrew Goodwin, [...] *así como MTV se expandió desde los principales centros urbanos de los Estados Unidos de las costas hacia las ciudades y pueblos del interior del país, necesitaba lograr el impacto necesario en sus nuevas demografías apelando a los gustos rockeros. Además de esto, la cadena ya había dejado de depender únicamente de un pequeño número de videoclips de origen Europeo . Estos aspectos se aliaron para generar el apadrinamiento de MTV sobre las bandas de heavy metal [...]*⁶

Jóvenes de todo el país tenían a su alcance la programación de MTV, veían nuevas formas inspiradoras, veían a Van Halen y Def Leppard siendo buenmosos y buenos músicos a su vez, les gustaba, MTV estaba logrando su cometido. Gracias a esto surgen nuevas bandas, en enormes cantidades, cada una con una característica distintiva aunque con el mismo estilo de las demás. Se empezaron a escuchar nombres como Poison, Warrant, Whitesnake, Cinderella, Bon Jovi, Motley Crue, Extreme, White Lion, Trixter y Faster Pussycat, entre muchos otros. Se empezaron a ver vídeos rodados en clubes desnudistas como *Girls! Girls! Girls!* (1987) de Motley Crue, autos deportivos con modelos (Tawny Kitaen) en ellos como *Here I Go Again* (Callner: 1987) de Whitesnake, motocicletas y autos rugientes como en *Fallen Angel* (Callner: 1988) y *Unskinny Bop* (Callner: 1990) de Poison, deportes extremos como en *Just Like Paradise* (1988) de David Lee Roth o sencillamente fantasías juveniles como en *Hot For Teacher* (Angelus, Roth: 1984) de Van Halen. Aunque las fechas de muchos de los vídeos que aquí menciono no corresponden

⁶ Goodwin, Andrew. "Dancing In The Distraction Factory." Cap. 6, Pág. 135.

precisamente a la época en la que MTV vivió su segunda etapa, sí son producto ella.

1.3. "We're Not Gonna Take It."

Twisted Sister.

Una parte de este contraataque la lideró Dee Snider, vocalista de Twisted Sister, por iniciativa propia. Su labor era combatir el veto que proponían ciertos grupos religiosos y de padres de familia contra el *Heavy Metal*, tal y como sucede en películas como *Footloose* (Ross: 1984) y *Detroit Rock City* (Rifkin: 1999), donde un grupo de padres fundamentalistas y retrógradas se proponen privar a sus hijos aquello que más les gusta hacer, "rockear".

Volviendo al tema, Dee Snider, no sólo expresa su inconformismo ante la ceguera de quienes quieren vetar su música, a través de canciones y videoclips como *We're Not Gonna Take It* (Callner: 1984) o *I Wanna Rock* (Callner: 1984), sino que lleva el caso hasta los tribunales abriendo su presentación con un contundente "Mi nombre es Dee Snider señorías, soy cantante de una banda llamada Twisted Sister y lo crean o no, no bebo, no fumo ni consumo drogas", donde es él quien asume el papel de representante en la defensa de las bandas de *Heavy Metal*.

[...] En 1985, una audiencia del Senado fue instigada por la PMRC (Centro de Recursos Musicales de Padres), quienes querían introducir un sistema de alerta en el que se etiquetaran todos los álbumes con material ofensivo. (por ejemplo, O para temas que trataran de ocultismo, S para sexo, D para drogas, V para violencia, etc.) Dee Snider, John Denver, y Frank Zappa testificaron en contra de la

censura y el proyecto de sistema de alerta. Este sistema nunca fue implementado, pero el resultado del juicio provocó lo que hoy es el sello genérico « Parental Advisory : Explicit Content » (Consejería Paterna : Contenido Explícito).⁷

Lo que no sabían los opositores del *Heavy Metal* era que entre más trataran de censurar y entre más disco tuvieran el famoso *Parental Advisory : Explicit Lyrics*, más ventas se iban a producir, de la misma manera en que, volviendo al tema de *Footloose* y *Detroit Rock City*, entre más lo prohibían más interesante es.

Habiendo logrado esta “victoria” del *Heavy Metal* en los tribunales, en este mismo año, MTV lanzó al aire el primer programa enteramente dedicado al *Heavy Metal*, se llamaba *Heavy Metal Mania* y era conducido por Dee Snider, quien presentaba noticias sobre las bandas, entrevistas con sus integrantes y rotaba vídeos de las bandas pertenecientes a este género.

En sus vídeos, las bandas de metal volvieron a lo básico, vídeos de performance, en su mayoría con elementos como los mencionados anteriormente en los ejemplos de vídeos de *Heavy (Hair) Metal*.

[...] A diferencia de los artistas de New Pop, en los actos del metal no había interés de incursionar en nuevos artificios o en mostrar su modernismo irónico. Entre ediciones hechas con el zumbido de los dedos subiendo y bajando por los trastes de las guitarras, músicos vestidos de jeans subiendo y bajando de sus buses de gira constantemente, y los fanáticos sudando y meciéndose en los estadios de Norteamérica, la anti-narrativa y anti-realismo del New Pop rápidamente quedó archivado en la historia de MTV. [...]⁸

⁷ http://en.wikipedia.org/wiki/Dee_Snider

⁸ Goodwin, Andrew. “Dancing In The Distraction Factory.” Cap. 6, Pág. 136.

1.4. “Walk This Way”.

Aerosmith & Run DMC.

Al comenzar su tercera etapa en 1986, MTV tenía ganadas dos batallas, ahora se enfrentaba a una más, esta vez en contra de los grupos que tildaban al canal de sexista y racista. Tratando de incursionar en géneros distintos que ablandaran las relaciones con las comunidades negras y feministas de los Estados Unidos, las directivas del canal decidieron, en febrero de 1985, mermarle al reinado que tenía el *Heavy Metal* en el canal para, peligrosamente, abrirle paso al *Hip-hop*. [...] *el cual empezó en las quemadas calles del Bronx (NY) a mediados de la década del setenta [...]*⁹ Aunque necesaria, esta decisión no fue muy acertada, pues los ratings bajaron considerablemente, ya que el público habitual del canal no recibió bien el cambio . [...] *El porcentaje de audiencia cayó desde un pico de 1.2 en el último período de 1983 hasta un 0.6 en porcentaje de audiencia durante el mismo período de 1985. [...]*¹⁰

En enero 1985, MTV lanza un nuevo canal llamado Vh-1 (Video Hits 1) [...] *un canal de videos musicales las veinticuatro horas del día dirigido a un público objetivo desde los veinticinco hasta los cincuenta y cuatro años de edad. [...]*¹¹ Con esto, MTV buscaba equilibrar los daños causados por la incursión en el *Hip-hop* y la disminución de *Heavy Metal* en su programación. Pero esta nueva estrategia no resultó ser tan eficaz, tal vez crear un nuevo canal de nicho no era la solución para subsanar los problemas.

⁹ Austerlitz, Saul. “Money For Nothing.” Cap. 2, Pág. 42.

¹⁰ Goodwin, Andrew. “Dancing In The Distraction Factory.” Cap. 6, Pág. 136.

¹¹ Goodwin, Andrew. “Dancing In The Distraction Factory.” Cap. 6, Pág. 137.

En medio de varias crisis, entre las cuales se encontraban, el manejo del nuevo canal, la batalla contra la fama de racistas y la salida del presidente del canal, el inicio de la tercera etapa de MTV, significaba lo mismo que al comienzo de la segunda etapa, el *make-or-break*, sólo que en esta ocasión estaban más cerca del *break* por el mal funcionamiento del *make*, la mejor (y tal vez única) solución por el momento era devolverle la prevaencia al *Heavy Metal* en la programación del canal, sin dejar de lado el amplio repertorio de rock y pop conseguido en sus años de existencia.

Luego de la crisis, hubo tres factores (bandas o temas) determinantes en la superación de la misma y la conquista de la gloria del canal. En primer lugar, así como The Buggles con su *Video Killed The Radio Star* fue premonitorio para dar inicio a MTV, también lo fue Aerosmith a dúo con los raperos de Run DMC con su tema *Walk This Way* (Small : 1986), aunque no fuera la intención, se podría decir que le enseñaron a MTV qué camino emprender o, más bien, cómo caminar para limar las asperezas y resentimientos para con el canal e incluso entre los géneros que pretendían incluir simultáneamente en su programación.

El impacto de esta fusión lo explica Saul Austerlitz de la siguiente manera, [...] *Walk This Way* puso, literalmente, a los chicos de Queens (NY) a romper las paredes que los separaban de sus amigos "hard-rockeros" y, mientras el video pretendía acercar al Rap y el Rock, fue igualmente un símbolo de la garra necesaria para que el Hip-hop diera el paso hacia el amplio mundo pop. Run-D.M.C. está en el cuarto oscuro, mientras Aerosmith, bañado en luz, rockea en el escenario. (Steven) Tyler debe utilizar la base de su micrófono para romper el primer hoyo en la pared, pero los raperos son claramente

las estrellas del vídeo, irrumpiendo en el escenario en un concierto de Aerosmith y robándose el show. [...] ¹²

En segundo lugar, se suma al profético tema de Aerosmith con Run DMC, la aparición de The Beastie Boys, [...] *un grupo musical neoyorquino fundado en 1979. Comenzaron tocando hardcore punk en sus primeros discos, pero más tarde comenzaron a experimentar como pioneros del hip hop y el rap, convirtiéndose en referencia fundamental de los mismos. También han editado discos basados en el funk y el jazz y no es infrecuente que en sus discos de hip hop incluyan algún momento de rock o punk o algún corte acústico. [...] Su primer LP 100% Rap fue producido por el legendario Rick Rubin. Este fue el mítico "Licensed To ill" de 1986 (Def Jam Records), que llegó a ser el primer disco de rap en ganar multiplatino, debido en gran parte a la enorme popularidad de sus temas "Fight For Your Right (To Party)" y "No Sleep 'Till Brooklyn" (con la colaboración del guitarrista del grupo thrash metal, Slayer, Kerry King) y el más electro "Brass Monkey". [...] ¹³* El hecho de ser tres jóvenes blancos haciendo "Rap- Hip-hop- Hardcore- Punk" y contando con la colaboración en uno de sus temas de uno de los insignia del mundo del *Trash* como lo era (y sigue siendo) Kerry King, dejó a un lado el mito de que los blancos no podían "rapear" al mismo tiempo que "roqueaban". Otro respiro para MTV...

Por último, apareció Living Colour, una banda dedicada a hacer *Funk-Metal* que se formó en 1983, para darse a conocer más tarde en 1988 con su álbum *Vivid*, cuyo mayor éxito (ganador de un Grammy) fue el tema *Cult Of Personality* de alta rotación en MTV.

¹² Austerlitz, Saul. "Money For Nothing." Cap. 2, Pág. 43.

¹³ http://wikipedia.org/wiki/Beastie_Boys

*[...] La cuestión del racismo se resolvió, básicamente gracias a dos desarrollos: la emergencia de la música rap crossover que combina formas musicales de blancos y negros, y el éxito del acto Heavy Metal negro de Living Colour, quienes fueron incluidos fuertemente en 1989. [...]*¹⁴

A lo anterior, se sumaron proyectos como el *Bring Tha Noize* (1991) de Anthrax con Public Enemy y bandas dedicadas al *Funk-Rock* como Red Hot Chili Peppers y al *Funk-Metal* como Faith No More, Primus y, más adelante, Rage Against The Machine, entre otras.

Como lo expone Andrew Goodwin y, como si hubiera sido parte de una conspiración para salvar a la ya súper institución MTV, fue gracias a estas incursiones artísticas y culturales que se produjeron a mediados de la década del ochenta, que le dio a la cadena el rumbo hacia el éxito rotundo. *[...] Junto con el Heavy Metal, el Rap hizo historia en el éxito de la música Americana en la década del ochenta, y goza de su propio programa en MTV – Yo ! MTV Raps. A otros tipos de música le fueron asignadas franjas horarias para sus propios programas (Club MTV, Headbanger's Ball y 120 Minutes, programando música dance, rock pesado y música "alternativa", respectivamente). [...]*¹⁵

¹⁴ Goodwin, Andrew. "Dancing In The Distraction Factory." Cap. 6, Pág. 137.

¹⁵ Goodwin, Andrew. "Dancing In The Distraction Factory." Cap. 6, Pág. 137.

1.5. "Where Have All The Good Times Gone!".

Van Halen.

El redireccionamiento que se le dio al canal tomó un rumbo enfocado hacia el entretenimiento yendo más allá de sólo transmitir videos musicales, su idea era afianzar la cultura popular que se iba imponiendo con el pasar de los años, para terminar desglosando este término de cultura popular a cultura juvenil y, eventualmente, a cultura MTV, para magnificar precisamente el éxito y la influencia del canal sobre la juventud. La cultura MTV empezó a sonar durante la tercera etapa de MTV en los ochenta sobre la cual enfatice en el punto anterior.

Aunque conservando la esencia musical de MTV, la programación del canal dejó de ser puramente enfocada a los videoclips, incluyendo en su programación programas temáticos de interés cultural para los jóvenes, como noticias sobre los artistas, programas de humor, caricaturas, juegos de concurso e incluso llegó a apadrinar eventos por fuera del canal como conciertos y vacaciones, más precisamente en *Spring Break*. En cuanto al contenido musical de MTV, durante el tercer cuarto de la década, la programación del canal seguía incluyendo ritmos como *Heavy Metal*, *New Pop*, *New Wave* y *Hip-hop* en la misma manera en que lo venía haciendo, este último por cierto, iba creciendo cada vez más dejando atrás por completo la idea de racismo que alguna vez se tuvo sobre la cadena. Para la gente era cada vez mayor el anhelo de aparecer en MTV, todo el mundo quería su MTV, los jóvenes regían su vida de acuerdo con las pautas que dictara el canal.

Lo anterior se produjo, en gran parte, gracias a la variedad creciente de nuevos formatos televisivos que lanzaba el canal y al buen criterio para escoger a sus *VJ's* y *hosts* en sus programas, lo cual resultaba en un reto aspiracional para los espectadores, cada vez más querían ser lo que veían en sus televisores, tanto en MTV como en los programas directa o indirectamente influenciados por el fenómeno cultural que produjo el canal además de su carácter expansionista en el que, unos años más tarde, llegarían a tener un MTV dedicado a la cultura específica de cada continente.

Aunque el canal fuera lo suficientemente variado en su programación, el síndrome del cambio en MTV durante su tercera etapa fue tan veloz y eficaz, que en los últimos años de la década, el público se había vuelto mucho más exigente de lo que era en un comienzo, los jóvenes espectadores fieles al canal se cansaban de lo mismo, especialmente en cuanto a géneros como el *Heavy (Glam) Metal* que veía su reinado en el canal y el mercado de la música derrocado por varios factores, entre ellos la falta de creatividad para hacer algo realmente innovador, la llegada de nuevos géneros, la superficialidad que los distinguía, los excesos y las disputas de egos entre integrantes de las bandas, lo cual llevó a la desintegración de muchos de estos grupos.

1.6. "Down In A Hole".

Alice In Chains.

Para finales de la década, eran pocas las bandas de *Glam* que seguían conformadas y rotando en MTV, mientras que un género en crecimiento aparecía de entre la nada, era algo así como *La Venganza de los Nerds*, jóvenes músicos fuera de la moda, fuera de la sociedad,

incomprendidos y con sed de venganza ante una sociedad que les imponía formas de verse y comportarse. Influenciados por las bandas de *Punk*, *Post-Punk*, *Harcore* y el *Rock Alternativo*. Tales como R.E.M., The Pixies, Neil Young, Tom Petty & The Heartbreakers, The Smiths, The Clash, Faith No More, Iggy Pop & The Stooges, The Ramones y The Velvet Underground, entre otros.

Desde el frío Seattle, capital del estado de Washington en Estados Unidos, estos jóvenes (no todos eran de Seattle, pero es allí donde inició este género) llegaban con temas relacionados con melancolía, oscuridad, soledad, drogas y suicidio convirtiéndose en voceros de lo que todos sabían que existía, pero nadie se atrevía a decir. Chicos con algo más en su cabeza que machismo, alcohol, dinero, fiesta y mujeres fáciles, integraban estas bandas insignia del naciente género como Nirvana, Jane's Addiction, Pearl Jam, Soundgarden, Sonic Youth, L7, Stone Temple Pilots, Mudhoney, Blind Melon, Smashing Pumpkins, Hole, The Breeders, Alice In Chains y Green River, entre muchas otras bandas (además de otras cuyos temas eran más oscuros y llevaban a extremos el tópico de la depresión como Nine Inch Nails, Tool y Ministry, pertenecientes al género del *Rock Industrial*) salieron de un hoyo negro para hablar de la problemática de los jóvenes estadounidenses, de temas que los agobiaban constantemente en su lucha por ser ellos mismos sin ser juzgados en una sociedad conformista en la cual ellos no tenían cabida.

Aunque la mayoría de estas bandas alcanzaron su popularidad en un fugaz lapso de unos cinco años durante la década del noventa, fue a finales del ochenta cuando se empezaron a hacer sentir en el mundo de la música y, así como para nadie era un secreto el inminente final del *Glam*, tampoco lo era el éxito que prometía ser la revolución *Grunge* en Estados Unidos y el mundo entero.

Los personajes a la cabeza de MTV sabían perfectamente qué camino debían tomar, pues vieron cómo esa Cultura MTV que ellos mismos crearon estaba entrando en una etapa de cambio radical, en donde lo superficial pasaba a un segundo plano para abrirle paso algo mucho más profundo para los adolescentes de la nueva década que se avecinaba. La trivialidad y el vacío intelectual de los ochenta culminaron en un encuentro con ellos mismos, en donde el libertinaje sexual era neutralizado por la enfermedad mortífera del SIDA, la rebelión, el *Grunge* y las drogas eran la respuesta a los problemas sociales concernientes a la juventud norteamericana.

La aparición del *Grunge* produjo en MTV un cambio en cuanto a su manera de percibir las preocupaciones de los jóvenes a puertas de la nueva década y a puertas de su décimo como canal aniversario al aire, tomando un rumbo más serio y más interesado en las problemáticas a su alrededor demostrando, en cierta manera, una madurez como canal culturalmente influyente y versátil que hubiera sido imposible de alcanzar en sus años de inmadurez.

Álbumes como *Bleach* (1989) de Nirvana, *Daydream Nation* (1988) de Sonic Youth, *Louder Than Love* (1989) de Soundgarden, *Facelift* (1990) de Alice In Chains y *Nothing's Shocking* (1988) de Jane's Addiction, dieron los primeros campanazos de una nueva generación que se adueñaría por completo del trono en la música con álbumes como *Ten* (1991) de Pearl Jam, *Blood Sugar Sex Magik* (1991) de los Red Hot Chili Peppers y *Nevermind* (1991) de Nirvana, en el que estaba incluido el tema mencionado al comienzo de este capítulo, *Smells Like Teen Spirit*, el cual marcó el fin del *hairspray* y las *material girls*, para dar paso a una nueva de muchos cambios para MTV y es que, hoy en día, las décadas (culturalmente hablando) empiezan cuando el canal empieza una nueva, por ejemplo, 80's (1981-1991), 90's (1991-2001), etc.

En la entrada del *grunge* como nuevo género musical que entra a reinar en MTV, desplazando sobre todo al *heavy metal* y al y al *new wave*, termina mi labor en este capítulo, pues el apogeo de este género se da durante la primera mitad de la década del noventa, momento para el que ya no aplica este análisis, pues es específicamente sobre la década del ochenta según MTV (1981-1991). Es así como paso a mi siguiente capítulo, enfocado a la estética visual de los ochenta.

2. LA SEDUCCION DE LO VISUAL (1981-1991).

"She's Got The Look"

Roxette.

- *Estético, ca. (Del gr. sensible). 1. adj. Perteneciente o relativo a la estética. 2. adj. Perteneciente o relativo a la percepción o apreciación de la belleza. Placer estético. 3. adj. Artístico, de aspecto bello y elegante. 4. f. Ciencia que trata de la belleza y de la teoría fundamental y filosófica del arte.*¹⁶
- *Visual. (Del lat. visuālis). 1. adj. Perteneciente o relativo a la visión. 2. f. Línea recta que se considera tirada desde el ojo del observador hasta un objeto.*¹⁷
- *Seducción. (Del lat. seductiō, -ōnis). 1. f. Acción y efecto de seducir.*¹⁸

Desde sus inicios hasta la fecha, MTV ha ganado un poderío que va más allá de ser simplemente reconocido como el pionero en su género televisivo. Entre muchos factores que serán a continuación expuestos a lo largo de este capítulo, la influencia estética de MTV como principal impositor de moda en la década del ochenta, resulta determinante el análisis sobre la seducción de lo visual.

¹⁶ www.rae.es/estetica

¹⁷ www.rae.es/visual

¹⁸ www.rae.es/seducccion

(Puede parecer, a lo largo de este capítulo, que le doy muchas vueltas al fin de este análisis, pero considero pertinente contextualizar y ejemplificar antes de analizar.)

2.1. "The Line Begins To Blur."

Nine Inch Nails.

A finales de la década del setenta y comienzos de la década del ochenta, se vivía una etapa de transición entre la muerte y el nacimiento de diversos géneros musicales.

En Nueva York, por ejemplo, dos generos musicales en decadencia concluyeron en una convergencia necesaria para sobrevivir a la nueva década que se avecinaba. Por un lado, el movimiento *punk rock* estadounidense popularizado por bandas como The Ramones y The New York Dolls, cuya guarida se encontraba en el CBGB's del East Village (el barrio bohemio por excelencia de la isla de Manhattan). Y por otro lado, el movimiento *disco* fiestero de The Bee Gees y Gloria Gaynor, cuya guarida era el Studio 54, el cual albergaba a la crema y nata de la sociedad neoyorquina (ubicado en uno de los sectores más lujosos de la ciudad, en la calle 54 oeste de Manhattan).

En ese momento, con la urgente necesidad de convergir para sobrevivir, se creía casi imposible encontrar qué o quién pudiera lograr unir los dos géneros más populares de los setenta en la capital del mundo. Aunque no todo estaba tan perdido como se creía, músicos y artistas que frecuentaban ambos lugares, le encontraron la solución ante la inminente extinción de los dos géneros y lograron convertirlo en uno sólo. Deborah Harry (Blondie), tomando elementos del *punk rock* y el ambiente fiestero de la música *disco*, logró

convergir los dos géneros en un exitoso *New Wave* americano. La nueva ola traía consigo el colorido de la fiesta, el inconformismo del *punk*, la excentricidad de Andy Warhol y el glamour de David Bowie en un sólo género.

Del otro lado, en Inglaterra se vivía un fenómeno parecido, un género en decadencia, dos en crecimiento y uno importado se tomaban las calles de Londres.

Por un lado el *punk* clásico de The Sex Pistols y The Exploited, entre otros, estaba terminando un cortísimo ciclo de éxito. Mientras el *New Pop*, representado por bandas como Duran Duran y Human League, entre otras, nacía como el contrapunto ante el radicalismo *punk*, creando un género más estilizado en cuanto a tecnología y complejidad musical. Por otro lado, bajo la influencia de viejas leyendas como Led Zeppelin y Black Sabbath, el *heavy metal* se tomaba los bares de la ciudad en los que cada vez gustaban y sonaban más las bandas como Motorhead y Judas Priest, entre otras. Con un sonido más extremo en cuanto a velocidad, distorsión, potencia y técnica musical frente a los demás géneros, el *heavy metal* aparecía como la principal amenaza para el *punk*. Sus líricas cargadas de misticismo resultaban más interesantes que las de los Sex Pistols, por ejemplo, que hablaban de, en resumen, ir en contra de cualquier cosa. Por último, la importación del ritmo tradicional jamaicano, el *reggae*, hacia Gran Bretaña, daba una nueva visión sobre la música y la vida en sí.

El trabajo de lograr una convergencia entre géneros tan distintos como el *punk*, *new pop*, *heavy metal* y *reggae* en el país del viejo continente resultaba mucho más complejo que en Nueva York, ahí sí que no parecía haber quien lograra una combinar géneros tan distantes el uno del otro, aunque la idea tampoco era crear un

monstruo que contuviera todos en uno ni pretender encontrar similitudes donde no podía haber. Pero genios hay y soluciones plantean. Bandas como The Clash y The Police fueron pioneras en convergir el *punk* con el *reggae* para crear el *new wave* británico. Por su parte, Iron Maiden (con Paul Di'Anno en la voz líder) logró convergir el *punk* con el *heavy metal* dejando a un lado el misticismo de este último y dando un aspecto más de "metalero callejero". Por último, Billy Idol, ex voz líder de la banda Generation X, logra llegar al punto de convergencia entre el *punk* y el *new pop*, dando a luz un género que más adelante sería el título de uno de sus álbumes como solista, el *cyberpunk*. Las soluciones estaban planteadas, se logró mezclar un género agonizante como lo era el *punk* con los tres nacientes sin crear un monstruo de cuatro cabezas que hubiera significado la muerte de todos, un horripilante "*heavynewreggaepunk*".

A lo que voy con el anterior resumen sobre los muy bien logrados híbridos musicales producidos entre finales de los setenta y comienzos de los ochenta en Londres y Nueva York, es a lo siguiente. La convergencia entre géneros musicales tan diferentes debía traer consigo una convergencia entre estéticas visuales diferentes. Punto de partida a mi análisis sobre la estética visual de la década de los ochenta.

2.2. "You Might Think I'm Crazy."

The Cars.

Tras la anterior introducción sobre la mezcla de géneros que se produjo a comienzos de la década en cuestión, retomo nuevamente el tema de MTV como transmisor de estética a través de

la visualización musical e impositor de moda.

Las nuevas tendencias de pensamiento evolutivo que se construían poco a poco a comienzos de los ochenta gracias a la popularidad de la televisión por cable, eran una oportunidad para los jóvenes de dejar a un lado el encasillamiento del cual sufrían en décadas anteriores, el amanecer del nuevo decenio les recibía con el incentivo de cambiar quienes venían siendo para ser ahora más, más que antes, más que los demás.

En la introducción del primer capítulo de esta tesis doy un ejemplo que traigo a colación nuevamente citándome a mí mismo sin caer en redundancia. [...] *Por ejemplo, MTV transmitió dentro de su programación videoclips de Def Leppard, A Flock Of Seagulls, David Bowie, Lionel Richie y Motley Crue, entre otros. Al ver todos estos videoclips, uno tras otro, día tras día, fácilmente un joven podía llegar a tener el peinado de Mike Score (A Flock Of Seagulls), combinado con una camiseta de la bandera británica como las usaban los integrantes de Def Leppard, el maquillaje tipo Ziggy Stardust (alter ego de David Bowie) y el bigote de Lionel Richie con los pantalones de cuero como los usaba Tommy Lee de Motley Crue. [...]*¹⁹ Este ejemplo, lo traigo nuevamente en este segundo capítulo para dar una visión de lo que pasaba en aquel entonces, ampliando el público objetivo a que me refiero en él hasta los otros medios de comunicación, especialmente los audiovisuales, impresos y radiales. Es decir que lo inmediatamente anterior, es con el fin de dar cuenta de cómo un medio audiovisual como lo es MTV, sirvió de inspiración a otros medios. Fue tal la bonanza que significó MTV para la televisión de la nueva generación, que todos quisieron tomarlo como un ejemplo a seguir.

¹⁹ Ortiz de Zaldumbide, Juan Sebastián. Nothin' But A Good Time. Observación Cultural Sobre La Estética En El Videoclip. (1981-1991). Cap. 1, Pág. 3.

2.3. "I Will Follow."

U2.

En primer lugar voy a hablar acerca de la publicidad, haciendo una comparación estética con respecto a la impuesta por el canal de videos musicales. Del consumo cultural que transmitía MTV hubo quienes vieron una oportunidad de convertirlo en consumo de marcas e identidades, tal vez el más claro ejemplo es el de la marca de gaseosa Pepsi, cuyo momento de mayor recordación fue la década de los ochenta con su slogan *The Choice Of The New generation* (1984). Sacando provecho del éxito de MTV, la estrategia de posicionar a la gaseosa como la bebida de la nueva generación generaba un sentimiento aspiracional similar al que generaba MTV sobre los jóvenes. A lo que Pepsi se dedicó en este momento fue a tomar las actitudes, maneras de hablar y de vestirse de los presentadores del canal, además de apadrinar a grandes artistas *pop* como imagen de su marca tales como Michael Jackson y Madonna. Lo que parecía una alianza entre MTV y Pepsi, no era más que un abre bocas a lo que estaba pasando en ese momento, todos querían ser Pepsi y todos querían ser MTV, los colores, la manera de vestirse, los peinados y en general la manera de verse tanto en los comerciales de la gaseosa como en el contenido del canal, era a lo que los jóvenes aspiraban, entre más Pepsi o más MTV fueran, más incrementaba su popularidad y prestigio entre los demás.

Al ver lo que su principal competidor estaba logrando, The Coca-Cola Company reaccionó a no dejarse quitar el mercado, dando un vuelvo total en su publicidad, haciéndola igualmente aspiracional, pero desde un punto de vista diferente. La que antes se enfocaba hacia la familia en su totalidad quería convertirse en la de los jóvenes, diferenciándose de Pepsi en el sentido en que la aspiración

que tuvieran estos jóvenes tuviera un enfoque más emocional. Invitando a disfrutar cada momento como si fuera el último y no quedarse atrás en el placer de ser joven con su slogan *Catch The Wave* (1986). A través de imágenes en sus avisos y comerciales en los que siempre los protagonistas eran jóvenes disfrutando de una Coca-Cola en los momentos más sencillos pero a su vez más importantes de su juventud, la empresa pretendía convertirse en la bebida que patrocinara esos momentos. Por esto, a diferencia de Pepsi, Coca-Cola no apadrinaba a grandes artistas pero patrocinaba conciertos y fiestas. Sin embargo, la estética visual planteada en su publicidad seguía el ejemplo impuesto por MTV.

El otro fenómeno publicitario que, aunque entró más adelante, fue la marca italiana Benetton. La cual, gracias a MTV, se enfocó hacia la diversidad tanto étnica y cultural, como en sus diseños, de múltiples colores vivos atractivos a los ojos de los jóvenes de la época que veían una constante explosión de color en cualquier cosa de aquel entonces. La diversidad cultural y musical que mostró MTV a lo largo de la década fue la inspiración al nuevo enfoque de la publicidad de Benetton, la cual tuvo tanta acogida que finalmente adoptó su slogan como parte fundamental en el nombre de la marca, pasaba de ser sólo Benetton a ser United Colors Of Benetton. En su publicidad, esta marca mostraba un estilo de vida aspiracional en cuanto a la apertura de la mente y la ruptura de las barreras culturales, parecían campañas hechas por Unicef, sólo que con ánimo de lucro, pues no dejaban de lado la oportunidad de mostrar sus diseños.

El último ejemplo publicitario que voy a mencionar en este punto es sobre la marca de ropa deportiva alemana Adidas. [...] En 1986, el grupo de hip-hop Run DMC, fue contratado por Adidas para

*promocionar su línea de ropa de calle. [...]*²⁰ La marca optó por una estrategia parecida a la de Pepsi en el sentido en el que optaron por un patrocinio de exclusividad sobre un famoso grupo musical como Run DMC, pero a diferencia de Pepsi, Adidas segmentó su mercado dirigiéndose a un nicho en particular, el creciente público de *hip-hop*, de constante rotación en MTV en el año en que la banda lanzó su disco *Raising Hell* (1986) en el que se incluía el tema *My Adidas*. Su idea era posicionarse como la marca de ropa deportiva número uno entre los simpatizantes del género del *hip-hop* de las comunidades negras de los Estados Unidos.

El fin de dar estos ejemplos de la influencia de las marcas a través de su publicidad es mostrar cómo éstos expusieron una estética visual inspirada en lo que MTV venía haciendo, para convertirla en su negocio por medio de estrategias exitosas que generaran en sus usuarios potenciales un aspecto aspiracional por ser, como lo dije anteriormente, ahora más, más que antes, más que los demás.

2.4. "The Sun Always Shines On TV."

Ah-Ha.

Voy a hablar, en primer lugar, del papel del cine y, en segundo lugar del papel de la televisión en la implantación de la estética que en este capítulo de mi trabajo de grado estoy analizando, pues son elementos fundamentales en este estudio.

El mejor camino para, por así decirlo, tocar las emociones, miedos, aspiraciones, deseos y dudas de los jóvenes, era hacerlos sentir identificados con personajes que compartieran características

²⁰ <http://wikipedia.org/wiki/Adidas>

similares a las de cualquier adolescente "ochentero". La única manera de lograr que esto se produjera era reunir toda esa cantidad de cualidades, defectos y emociones en un sólo personaje con quien pudieran identificarse plenamente sin sentirse avergonzados. Producto de esto son las *teen movies*, películas de adolescentes para adolescentes y protagonizadas por adolescentes. Producto de las *teen movies* son los *teen idols*, jóvenes actores con la gran responsabilidad de encarnar a millones en un sólo personaje.

Tal es el caso de, tal vez la joven actriz más popular de la década, Molly Ringwald, quien protagonizó películas como *Sixteen Candles* (Hughes : 1984) donde encarnaba a una adolescente próxima a su decimosexto cumpleaños con las dudas y preocupaciones de cualquier chica de su edad que sentía el rechazo de sus amigos del colegio y termina ganándose al joven más popular del colegio quien se enamora perdidamente de ella, *The Breakfast Club* (Hughes : 1985) en donde encarna, a diferencia de la anterior, a la chica plástica del colegio a quien le toca compartir con un grupo de compañeros, cada uno distinto a los demás (de diferentes parches) un sábado de castigo en la biblioteca de su colegio y termina creando un cierto vínculo afectivo con quienes no lo tenía antes por prejuicio social y *Pretty In Pink* (Deutch: 1986) en donde hace el papel de una niña que vive en el lado más pobre de la ciudad pero relacionándose con la gente de clase alta, en esta película se muestran las situaciones de un rechazo por su status social y luego la aceptación finalmente por lo que es y no por lo que tiene, dando una esperanza, por así decirlo, a todas aquellas jóvenes que sufren de la misma problemática. Molly Ringwald gracias a estos tres papeles fundamentalmente se convierte en un ícono pop con quien se sienten identificadas las adolescentes de la época y esto le da el status de la reina de la *teen movies* de los ochenta.

Claro está que no todas las *teen movies* de las que hablo tratan de la misma temática, *The Goonies* (Donner : 1985) por ejemplo, es la historia de una pareja de hermanos (Mickey y Brand Walsh) que al ver que sus padres están en la quiebra, deciden reunir a su grupo de amigos para emprender una expedición en busca del tesoro del pirata Willy, pero para lograrlo tienen que superar numerosos obstáculos incluyendo a los Fratelli, una familia de delincuentes italoamericanos, que quieren arrebatárles el tesoro y si es necesario aniquilarlos.

Otro ejemplo, diferente de los anteriores es la película *Ferris Beuller's Day Off* (Hughes : 1986) donde Mathew Broderick encarna a un joven popular al que le gusta divertirse y decide tomarse un día de clases libre para pasarla bien, aunque con ciertos encuentros y situaciones inesperadas que se le atraviesan con el fin de acabar con su diversión, Ferris logra su cometido y pasa un día excelente.

Footloose (Ross : 1984) con unos jóvenes Kevin Bacon y Sarah Jessica Parker, narra la historia de un joven ciudadano que, por cosas de la vida, llega a parar a un pueblo pequeño donde no conoce a nadie y se hace popular dentro de su colegio gracias su gusto por la música y el baile que trae de la gran ciudad, pero que no es bien visto por los adultos del pueblo, quienes se rigen por el fundamentalismo de su religión, finalmente el personaje de Bacon juntos con sus amigos logra el permiso para realizar la fiesta de *prom* en el pueblo.

Sólo por destacar algunas de las películas más importantes en la formación cultural de los jóvenes de los ochenta, presento una lista escogida por mí de las que, considero, jugaron un papel importante en el desarrollo de una estética audiovisual de la década. [...] *Bill And Ted's Bogus Journey* (Hewitt : 1991), *Back To The Future* (Zemeckis : 1985), *Weird Science* (Hughes : 1985), *Edward*

Scissorhands (Burton : 1990), *Weekend At Bernie's* (Kotcheff : 1989), *The Lost Boys* (Schumacher : 1987), *License To Drive* (Beeman : 1988), *Karate Kid* (Avildsen : 1984) y *Stand By Me* (Reiner : 1986) [...] ²¹, entre muchísimas otras. Estas películas, son íconos de la cultura pop "ochentera" y por esta razón es que considero, generaron el suficiente impacto como para contribuir en gran medida a la implantación de la estética visual que caracteriza a la década del ochenta.

En los *shows* de televisión seré más breve, no porque signifiquen menos que las películas, sino que al ejemplificar con películas, éstas también representan lo que se veía en televisión en muchos casos. Me parece pertinente tomar como principal ejemplo televisivo a la famosa serie *Miami Vice* (Yerkovich : 1984) protagonizada por Don Johnson y Philip Micheal Thomas. Esta es quizás, la serie de televisión definió la estética y la moda "ochentera" por excelencia. Las aventuras de dos detectives de Miami encubiertos que desenmascaran y encarcelan a narcotraficantes, delincuentes comunes y asesinos, con historias traídas de los cabellos en los que se resalta el heroísmo de la policía estadounidense, puede que no resulte muy interesante. Pero el principal factor de éxito de esta serie no son las aventuras y la mediocre actuación de su reparto sino el hecho de haber marcado un hito estético en la moda a nivel mundial. La actuación era lo de menos, la historia era lo de menos, incluso las locaciones no importaban, siempre y cuando *Sonny* (Don Johnson) y *Rico* (Philip Micheal Thomas) se vieran bien. Sus vestimentas de colores pastel, hombreras, pantalones "bombachos", gafas Ray-Ban, su habilidad para realizar acrobacias que sólo ellos podían hacer y el hecho de que no se despeinaran or un segundo así estuvieran en el momento de mayor acción del episodio, era lo que realmente importaba de esta serie, gracias a esto su éxito. Fue tal el impacto en

²¹ www.imdb.com

la moda que causó *Miami Vice*, que incluso sirvieron de inspiración en la imagen de muchos músicos y actores de la época como Robert Palmer, Hall & Oates, Vanilla Ice, Jean Claude Van Damme, David Hasselhoff y Steven Seagal. *Miami Vice* es, bajo mi criterio, la muestra fehaciente de que la belleza vende y mucho, tal y como se demostró más adelante en otras series de la década del noventa como *Beverly Hills 90210* (Star : 1990), *Baywatch* (Berg, Bonnan, Schwartz : 1989) y en la actualidad con *The O.C.* (Schwartz : 2003) De no ser por *Sonny y Rico* nada de esto hubiera ocurrido. En este punto siento que he dado el mejor ejemplo de lo que quiero demostrar acerca de la influencia de las series de televisión ajenas a MTV en cuanto a la moda de la década de los ochenta. Es por esto que me limito a, simplemente, hacer mención de las demás series importantes de la época. [...] *Family Ties* (Goldberg : 1982), *The Fall Guy* (Larson : 1981), *The A-Team* (Cannell, Lupo : 1983), *Magnum* (Belisario, Larson : 1980), *Automan* (Larson : 1983), *Manimal* (Bail, Haller : 1983), *Growing Pains* (Marlens : 1985), *Alf* (Fusco, Patchett : 1986), *Remington Steele* (Butler, Gleason : 1982), *V : The Final Battle* (Heffron : 1984) y *Knight Rider* (Haller : 1982) [...] ²², entre otras.

Pepsi, Coca-Cola, Benetton y Adidas, marcas importantísimas en el desarrollo de una estética particular "ochentera" pusieron de moda las sonrisas, los colores, la libertad de ser joven, la apertura de la mente y la aceptación de otras culturas por medio de la publicidad. Molly Rongwald, Kevin Bacon, Corey Haim, Corey Feldman y Mathew Broderick encarnaron los anhelos, sentimientos, emociones y miedos con que se identifican los jóvenes de la década de los ochenta e incluso, de hoy en día, dando vida a personajes lo suficientemente cercanos a ellos como para darles un aire de esperanza en su complicada adolescencia. Don Johnson, Philip Michael Thomas, Tom

²² www.imdb.com

Selleck y Pierce Brosnan le devolvieron la elegancia y el glamour a la moda de los ochenta humanizando al héroe de acción y estilizando el arte de atrapar maleantes.

2.5. "Always Something There To Remind Me."

Naked Eyes.

Para concluir este capítulo es necesario repasar los temas que se han tocado y explicar a dónde se quiere llegar con cada uno de estos temas.

En primer lugar, se habló acerca de la convergencia entre géneros por sobrevivir en Nueva York y Londres, los responsables de lograr crear una alternativa que resultara exitosa fueron, por un lado Blondie con su *new wave* americano, Billy Idol con su *cyberpunk*, The Police y The Clash con su *new wave* británico y, por último, en orden mas no en importancia, Iron Maiden en su era Paul DiAnno y la convergencia entre el *heavy metal* y el *punk*.

En segundo lugar, muy superficialmente se trató el tema de la combinación de estilos, apoyándome sobre todo en la estética particular de algunas de las bandas de alta rotación y popularidad en el canal MTV, un ejemplo en el que me cito yo mismo para hilar el contenido del análisis.

En tercer lugar, se habló del rol de la publicidad en la adopción de una estética y estilo de vida determinado, ejemplificando casos de marcas como el de Pepsi, Coca-Cola, Benetton y Adidas, por parte de los jóvenes en búsqueda de identidad.

En cuarto lugar, el *boom* del cine adolescente y las nacientes estrellas generadoras de identificación entre los jóvenes, cuyas situaciones de vida eran muy similares a las reales y, por lo tanto, tal vez sin quererlo, se convirtieron en líderes y modelos a seguir en todos los aspectos.

Quinto, aunque contenido en el cuarto, la perfección de un estilo retratado en la pantalla chica por héroes de carne y hueso transmisores del glamour aspiracional que despertó el deseo de querer llegar a un punto de distinción antes considerado inalcanzable.

Ahora es el momento de reunir estos aspectos con el fin de determinar máximo tres tipos (sólo por mencionar algunos pocos) de estética con respecto a la década del ochenta, tomando como referencia a tres grandes influencias estéticas y poder, en el capítulo final de este trabajo de grado, apoyarme en estas referencias para el modelo de análisis en los videoclips.

Tomo como primera referencia musical a Deborah Harry, líder de la banda que lleva como nombre su apodo, Blondie, por su versatilidad como artista y sabiendo las principales influencias que la llevaron a convertirse en un modelo estético a seguir. Musicalmente su carrera muestra influencias fuertes de dos géneros en especial que, como lo mencioné anteriormente, llegó a convergir hasta crear un sonido propio, se trata del *postpunk* cuyo representante máximo, bajo mi concepto, es Iggy Pop, con quien Debbie haría dúo en *Well, Did You Evah!* (1990) y se evidencia esta influencia en su tema *One Way Or Another* (1979), la *balada pop* de finales de la década del cincuenta como las que cantaba Olivia Newton-John en la primera parte de la película *Grease* (Kleiser : 1978) (Debbie tomó el papel de ella, *Sandy*, en la poco exitosa secuela del film), influencia que demuestra en su tema *In The Flesh* (1977) y, la última de sus

influencias es la música *disco* tipo Gloria Gaynor, la cual se puede evidenciar en su tema *Heart Of Glass* (1979). Aunque si bien ninguno de los temas que tomo como ejemplo para evidenciar sus influencias pertenece a la década del ochenta, es esa versatilidad la que tomo en cuenta para considerarla la pionera de un género que reinó en aquella época. [...] Su imagen va desde la pin-up que le da lo mismo interpretar rock en el club neoyorkino CBGB's que estar bailando disco en el archiconocido Studio 54. [...] ²³ Esa versatilidad, ese atrevimiento a irse del CBGB's al Studio 54 y viceversa constantemente demuestran el coraje ejemplar para implantar una estética determinada que combina el glamour con la dejadez *punk*, el prototipo de *sex symbol* mezclado con el la sencillez *rockera* creó en Debbie Harry un estilo que influenció en los ochenta a estrellas como Cindy Lauper (la fealdad hecha estilo), Madonna, Nena, Kate Pierson de B-52's, Dee Lite, Siouxsie & The Banshees y la vocalista líder de la banda Berlin, Terri Nunn, por ende, a las jóvenes de la década quienes seguían paso a paso el ir y venir estilístico de estas artistas. Es por esto que, Deborah Harry, con su estilo medio *New York Dolls*, medio Iggy Pop, medio Marilyn Monroe, medio *Saturday Night Fever* (Badham : 1977), medio CBGB's y medio Studio 54, termina siendo Blondie, la mayor influencia en la estética femenina en la década del ochenta.

Lo mismo logra reunir Billy Idol con su *cyberpunk* quien crea una combinación similar sólo que, él influencia en cuanto a un *synth-pop-punk* de bandas "ochenteras" como Joy Division (New Order por ende), Roxette, The Cure y Roxy Music, entre otras. Cabe anotar que una de las influencias directas de Billy Idol en cuanto estilo y fusión musical proviene del maestro David Bowie (para mí el más grande e iniciador de todo lo que se ve). Su influencia *cyberpunk* sobre otros artistas determina de igual manera un estilo que combina, el jean, el

²³ http://wikipedia.org/wiki/Deborah_Harry

cuero y los taches del *punk*, con la estilización futurista del *new pop* y el pelo oxigenado con *hairspray* como el de Mike Score de A Flock Of Seagulls o Johann Hölzel, más conocido como Falco. De igual manera que Debbie Harry y a sabiendas de que los personajes que menciono bajo la influencia de Billy Idol gozaron de gran popularidad en la década en cuestión, se puede decir que Idol es mi segundo ícono pop dador de estética "ochentera".

Mi tercer ícono estético de los ochenta, aunque no menciono en este capítulo, lo traigo a colación desde el impacto cultural de MTV del primer capítulo, The Beastie Boys, con los cuales voy a empezar a analizar y determinar en qué medida fueron influencia directa en cuanto a la estética de los ochenta. En esta década de nacimiento musical para muchos géneros, Beastie Boys, tres chicos blancos de Nueva York, supieron darle el giro pertinente a su música para romper con la barrera entre el *hip-hop* y el *rock* al igual que Run DMC en temas como *King Of Rock* (1985). De la misma manera, rompieron con la imagen (un poco racista) que se tenía sobre el *hip-hop* y su estrecho vínculo con la delincuencia, no negando ese vínculo, sino confirmándolo, sólo que en este caso no era problema de los negros, ellos eran blancos y vándalos, tal vez por eso tuvieron tanta aceptación por parte de las dos razas.

Con un estilo *funky*, estos *raperos-hardcoreros*, de jeans entubados, sombreros de cuero e insignias de automóviles robadas colgando de sus cuellos (Volkswagen, por ejemplo), estos "rompetodo" transmitían una imagen fresca dejando claro que la sencillez seguía siendo bienvenida en la década del *hairspray*, fueron una gran inspiración para bandas de *funk-metal* y *funk-metal* de la talla de Faith No More con las rimas y voz estridente de Mike Patton, así como para los Living Colour y Red Hot Chili Peppers. [...] *Funk Rock es una fusión de rock con funk. Muchos instrumentos se incorporan a la*

música, pero la base del sonido está definida por un bajo fuerte o batería y guitarras eléctricas. Los ritmos de bajo y batería están influenciados por la música funk pero con mayor intensidad, mientras que la guitarra puedes ser influenciada, tanto por el rock como por el funk, usualmente con distorsión. [...] ²⁴ Tal y como está en temas como *No Sleep Till Brooklyn* (1986) de Beastie Boys o *Epic* (1989) de Faith No More.

Es este, entonces mi análisis sobre la estética visual en la década del ochenta, claramente no traigo a colación todos los géneros, pero de cada uno menciono algo, aunque dando más importancia a unos sobre los demás. Deborah Harry, Billy Idol y Beastie Boys son las tres influencias estéticas que analizo a profundidad en este capítulo, sin mencionar las demás influencias musicales, del cine y de la televisión.

²⁴ http://wikipedia.org/wiki/Funk_rock

3. LA MUSICA HECHA IMAGEN.

"This Video's For You"

Saul Austerlitz.

Con el fin de evidenciar la temática tratada en el capítulo anterior, a continuación, en este tercer capítulo, voy a dar una definición específica sobre qué es un videoclip y luego voy a analizar, a partir de lo visual, tres videoclips representativos de la década del ochenta, en donde observaré los siguientes factores : 1. Género musical; 2. Figura del artista; 3. Influencias de otros géneros (cine, tv, etc.); 4. Narrativa o no narrativa y, por último; 5. Armonía y contrapunto entre imagen y música. Así como mi análisis en el capítulo anterior finalizó específicamente sobre el trabajo de tres artistas, son vídeos de ellos los cuales analizaré. *No Sleep 'Till Brooklyn* (Menello, Dubin: 1987) de Beastie Boys, en primer lugar. *Well, Did You Evah!* (Cox: 1990) de Deborah Harry junto a Iggy Pop, en segundo lugar. Y *Dancing With Myself* (Hooper: 1983) de Billy Idol, en tercer lugar. Por último, a partir, nuevamente, de la temática tratada a lo largo de este trabajo de grado, observaré y analizaré las similitudes que se encuentren entre estos tres videoclips que tomo como ejemplo.

[...] El videoclip es un fenómeno artístico y expresivo cuya importancia para la consolidación del imaginario contemporáneo no puede ser desconocida, así como su capacidad para sintetizar en un lapso tan breve como la duración de una canción elementos que recoge del arte de vanguardia que van desde el collage, propio del

cubismo, pasando, como lo afirmaba Machado, por el videoarte y sus (re)interpretaciones de la lógica onírica del surrealismo. [...] ²⁵

3.1. “No Sleep ‘Till Brooklyn.”

Beastie Boys.

3.1.1. Género Musical.

Hay tres géneros musicales en los cuales se puede clasificar este tema, *hip-hop*, *hardcore* y *funk-rock*. Esto es, en gran medida, debido a que son estos los géneros por los cuales se caracteriza a los Beastie Boys y con los cuales sus integrantes autodenominan su música. Ellos son los pioneros del *hip-hop* hecho por blancos sin perder la esencia que éste le significa a su público objetivo. Son además, unos de los primeros en romper la barrera entre el *heavy metal* y el *rap*, demostrando que de este híbrido pueden salir grandes resultados en cuanto a lo musical. Su muy estratégica alianza con grandes músicos metaleros, como lo es Kerry King, guitarrista de Slayer, les hizo ganar puntos con los fanáticos de ambos bandos, hecho que, de no haber ocurrido, no nos estaríamos deleitando hoy en día con bandas como Faith No More, Primus o Rage Against The Machine con sus líricas cargadas de una rebeldía burlesca, tal y como las contenidas en muchos de los temas de los Beastie Boys.

3.1.2. Figura de la banda.

La congruencia entre la personalidad de la banda, sus influencias musicales y lo que pasaba en la década en que fue rodado el vídeo, quedan evidenciados en este *No Sleep ‘Till Brooklyn* (Menello, Dubin: 1987) en el sentido en que, estéticamente hablando, los Beastie Boys adoptan, casi de manera camaleónica, cada una de

²⁵ Roncallo Dow, Sergio. “Aproximación Estética Al Videoclip.” Cap. 3, Pág. 164.

las formas que los han venido definiendo a lo largo de los años. Es uno de los primeros vídeos importantes de la banda, por lo tanto es aquí donde se empieza a ver la formación de una figura constante tanto en la imagen de la banda en general como en sus vídeos.

Al inicio del videoclip, los miembros de la banda llegan a la oficina de un empresario de conciertos siendo ellos mismos con su *look* niños desaliñados, contrario a lo que reinaba en el momento como lo era el *glam*. Debido a su figura estética y la falta de instrumentos propios del *Rock & Roll*, el empresario los rechaza cerrándoles la puerta, literalmente, en la cara. Uno ó dos segundos después, reaparecen ante su puerta con un *look* de acuerdo con la moda *glam* del momento (1987) y guitarras a sus hombros, presentándose como la banda de *rock* que el empresario ha estado esperando, el empresario les da la bienvenida y los invita a pasar al escenario y empezar su show. En la escena siguiente, ya sobre el escenario, el manejo de luces, vestimenta de la banda y pose de *rockstars* en la que se encuentran son el vivo reflejo de los vídeos de *live performance* tipo Poison o Def Leppard.

Luego de la introducción de guitarras distorsionadas y actitud *rockera*, las rimas del *hip-hop* empiezan al mismo tiempo que personajes del público desenmascaran a los falsos *glameros* dejándolos en ropa interior. Es en ese momento cuando entran a ser ellos mismo nuevamente, la actitud sobre el escenario cambia al igual que sus ropas con una entrada estelar luciendo orgullosamente sus atuendos habituales característicos de los *raperos* "ochenteros". A medida que avanza el vídeo, su *look* de delincuentes juveniles que hacen *hip-hop* parece no disgustarle al público *rockero*, el cual estaba esperando, claramente, a una banda de *heavy metal* y no precisamente a los Beastie Boys. La figura de la banda, sin embargo, contiene cierta empatía con el público *rockero*, pues son jóvenes

como ellos con ganas de destruir lo que a su paso encuentren, su *look* delincuencial es similar al del *rockero* rebelde por excelencia, portando "trofeos" que simbolizan su vandalismo, cuero es sus ropas y gafas de sol, los tres integrantes de la banda proyectan una imagen descomplicada y muy vivencial de su natal Nueva York. En la tercera parte del vídeo, sorpresivamente irrumpe Kerry King, guitarrista de la banda de *thrash metal*, Slayer, reiterando lo delgada que era, para aquel entonces, la brecha que separaba el *hip-hop* y del *heavy metal*. La presencia de esta figura forrada en cuero, taches y pelo hasta la espalda, se roba el espectáculo durante estridente el solo de guitarra. La imagen de King, en contraste con la de los Beastie Boys, es mucho más fuerte y madura, él no parece un adolescente vándalo sino un delincuente de talla mayor. Mientras los Beastie Boys hacen de las suyas tras el escenario, el guitarrista se roba el show con su *live performance* característico de los vídeos de las bandas de *heavy metal* en donde las luces colores pastel iluminan el escenario y engrandecen al artista quien siempre está en compañía de una voluptuosa modelo, aunque el vídeo finalice con un giro inesperado en el cual es un gorila quien sale ganando y no la banda o el guitarrista invitado.

3.1.3. Influencia De Otros Géneros (cine, tv, etc.)

La historia que narra la entrada del vídeo puede ser, fácilmente, un fragmento de una comedia característica de los ochenta en donde se ridiculiza a los protagonistas en situaciones un tanto humillantes, pero teniendo siempre presente que serán ellos quienes ganarán la batalla contra sus opositores. Para mí, el más claro ejemplo de similitud con el cine es la película *Revenge Of The Nerds* (Kanew: 1984), en donde un grupo de desadaptados (compuesto por *nerds*, vagos, gordos y "feos") pasa por todo tipo de humillaciones y rechazos, pero termina cobrando venganza, ganando popularidad y

robándose el *show* en su entorno social. Es tan clara la influencia de esta película en el videoclip que hasta los Beastie Boys tienen un parecido físico con algunos de los personajes del film.

El giro inesperado al final del vídeo, en que es un gorila quien se lleva a la súper modelo con él, da cuenta de otra influencia clarísima por parte, en primer lugar de la literatura y en segundo lugar del cine nuevamente. La influencia por parte de la literatura se remonta a tres siglos atrás cuando las Fábulas (1668) del poeta francés Jean De La Fontaine (1621-1695) humanizaron a animales con comportamientos característicos del hombre. De La Fontaine ha sido inspirador de otros escritores, artistas y cineastas. Es por esto que también se le puede llamar a la intervención del gorila en el vídeo como una influencia del cine sin remontarlo a tantos siglos de diferencia. De no ser por De La Fontaine, probablemente nunca hubiera existido uno de los personajes de ficción más populares del cine, *King Kong* (Cooper, Schoedsack: 1933) y, de no ser por *King Kong*, probablemente el videoclip de *No Sleep 'Till Brooklyn*, no terminaría con un gorila llevándose a una modelo en sus brazos.

3.1.4. Narrativa o no narrativa.

En este punto, cito las líricas de la canción que da nombre al videoclip de los Beastie Boys, *No Sleep 'Till Brooklyn*, con el fin de hacer una comparación entre la temática que trata la letra con las situaciones que pasan en el vídeo.

No sleep till - Brooklyn!
Foot on the pedal
Never ever false metal

Engine running hotter than a boiling kettle

My job ain't a job
It's a damn good time

*City to city I'm running my rhymes.
On location
Touring around the nation*

Beastie Boys always on vacation

*Itchy trigger finger
But a stable turntable*

*I do what I do best
Because I'm willing and able.
Ain't no faking
Your money I'm taking*

*Going coast to coast to watch all the girlies shaking.
While you're at the job working nine to five
The Beastie Boys at the garden
Cold
Kickin' it live.*

*No sleep till -
Another plane
Another train
Another bottle in the brain*

*Another girl
Another fight
Another drive all night.
Our manager's crazy
He always smokes dust*

*He's got his own room at the back of the bus.
Tour around the world
You rock around the clock*

*Plane to hotel
Girls on the jock.
We're trashing hotels like it's going out of style*

*Getting paid along the way
'cause it's worth your while.
Four on the floor ad-rock's out the door*

*M.C.A.'s in the back because he's skeezin' with a whore.
We got a safe in the trunk with money in a stack*

With dice in the front and Brooklyn's in the back.

*No sleep till -
No sleep till Brooklyn! No sleep till Brooklyn!
Ain't seen the light since we started this band*

*M.C.A.! Get on the mike
My man!
Born and bred Brooklyn
U.S.A.*

*They call me Adam Yauch
But I'm M.C.A..
Like a lemon to a lime
A lime to a lemon*

*I sip the def ale with all the fly women.
Got limos
Arena
TV-shows
Autograph pictures and classy hos*

*Step off homes
Get out of my way*

*Taxing little girlies from here to L.A..
Waking up
But I get to sleep*

*'Cause I'll be rockin' this party eight days a week!
No sleep till -
No sleep till Brooklyn! No sleep till Brooklyn!*²⁶

La relación de las imágenes con respecto a la letra de la canción se resume únicamente a ciertos fragmentos en los que se narran ciertas situaciones que ocurren en la trama del vídeo, algunos de alta relevancia y otros más bien irrelevantes. Por ejemplo, en el fragmento que da inicio a la canción,

*[...] Foot on the pedal
Never ever false metal [...]*²⁷

hay una narrativa clara de lo que ocurre en el vídeo. Luego de que embaucan al empresario haciéndole creer que son una banda de *heavy metal*, se desenmascara la banda y aparecen los Beastie Boys, una banda que mezcla *hip-hop* con *rock*, pero "never ever false metal", nunca jamás una banda de *metal* falso. En ese punto, la congruencia entre lírica e imagen da cuenta de un pequeño fragmento de narrativa en el vídeo, con lo que introducen a la temática del resto de la canción, son ellos mismos y eso es lo que les importa.

²⁶ http://www.lyricsmode.com/lyrics/b/beastie_boys/no_sleep_till_brooklyn.html

²⁷ http://www.lyricsmode.com/lyrics/b/beastie_boys/no_sleep_till_brooklyn.html

Del resto de la letra de la canción, se podría decir que es autobiográfica, pues hablan de sus giras, sus aventuras, sus pilaturas y de la vida de *rockstar* (aunque en este caso no sean precisamente *rockeros*). El segundo fragmento en el que se ve narrativa en el vídeo se reduce, simplemente, a una frase.

[...] *Autograph pictures and classy hos* [...] ²⁸

En esta parte de la canción se refieren con una jerga de *rapero negro* a una mujer fácil, la palabra *hos* es del *slang* de las calles para "whores", que traduce prostitutas. Cuando, en la canción dicen esto, sale volando el micrófono de la mano de uno de los integrantes de la banda y se le introduce en la boca a una *classy ho*, que en realidad para lo que el vídeo es, podría ser cualquiera de las mujeres que en él aparecen. Es esta la parte narrativa a la que yo llamo irrelevante a diferencia de la primera que traje a colación en esta parte del capítulo.

3.1.5. Armonía y Contrapunto.

La armonía entre las imágenes y la música existe únicamente en dos momentos que se repiten a lo largo de este vídeo creando una especie de *loop* armónico. Esta armonía se reduce al orden en que cada uno de los tres integrantes de la banda hace su rima correspondiente a la canción. Es decir, cada vez que alguno hace su rima, es él quien se apodera del fragmento del videoclip, la cámara casi siempre está enfocando hacia el que está cantando (o todos) o, en el caso de Kerry King, tocando. La armonía siempre está marcada por el que "protagoniza" cada fragmento del vídeo

Los pocos momentos en que hay contrapunto es cuando, en el

²⁸ http://www.lyricsmode.com/lyrics/b/beastie_boys/no_sleep_till_brooklyn.html

vídeo, se desarrollan situaciones en las que la banda no hace *lipsync* o su guitarrista invitado no está enfocado por la cámara. Por ejemplo, cuando enfocan la cámara sobre el público asistente al concierto, cuando los Beastie Boys están en la parte de atrás del escenario robando la caja fuerte o cuando aparece el gorila con la modelo en el cierre del videoclip, es cuando no hay armonía entre la música y la imagen y se torna en un contrapunto momentáneo.

3.2. "Well, Did You Evah!"

Deborah Harry & Iggy Pop.

3.2.1 Género Musical.

[...] *Well, Did You Evah!* es una canción escrita por Cole Porter para su musical *Du Barry Was A Lady* de 1939, donde fue representado por Betty Grable y Charles Walters. Fue también grabada por Bing Crosby y Frank Sinatra en 1956 para la película *High Society*. [...] ²⁹. Sin embargo, la versión de este tema en la que voy a centrar mi análisis en esta parte del capítulo es la realizada por Iggy Pop y Deborah Harry en 1990, incluida en el álbum en beneficio del SIDA, *Red Hot + Blue* (1990). Mientras que la versión original de la canción pertenece al antiguo género *big band swing*, la versión de 1990 combina elementos del *rock* y el *pop* combinando algo de distorsión en la guitarra con bajo y batería llevando un *riff* constante a lo largo de la canción, aunque sin desprenderse del todo del ritmo característico de la música popular de 1925 a 1955.

Siendo Iggy Pop el padre del *post-punk* y Deborah Harry la madre del *new wave americano*, logran combinar en este *Well, Did You Evah!* de 1990, estos dos géneros de una manera muy particular que da como resultado un *pop rock*, tal vez un poco ajeno a sus

²⁹ http://en.wikipedia.org/wiki/Well,_Did_You_Evah!

géneros habituales, pero con gran influencia de ellos. Este *pop rock*, producto de un híbrido entre dos géneros, se combina además con el *swing* de mediados del siglo XX, hecho que lleva a pensar en una nueva incursión por parte de Deborah Harry en los híbridos por los cuales se caracterizó su música y su gran influencia en otros artistas, siendo ella influenciada por Iggy Pop. La analogía que propongo para explicar lo anterior es la siguiente : Iggy (abuelo), Debbie (hija), *Well, Did You Evah!* (nieto). Este tema, además, devolvió a los dos artistas la fama que, por algunos años de finales de los ochenta, habían perdido, aunque sin olvidar su reconocimiento como unos de los más influyentes en la música de esta década.

3.2.2. Figura De Los Artistas.

En este vídeo de *Well, Did You Evah!* (Chrysalis: 1990), la figura de los artistas varía entre siete personajes encarnados por Iggy Pop y Deborah Harry, cada uno con un estilo en particular, muy diferentes el uno del otro, pero con la constante de que siempre están en pareja (aunque en ningún momento se especifica si la relación que sostienen es amorosa o de amigos solamente), con la misma figura estética que denota una misma condición social. A continuación, voy a analizar la figura de cada uno de estos personajes en sus dos intérpretes cronológicamente durante el transcurso del videoclip.

El primer papel que adopta el dúo es el de una pareja (pueden ser amigos, novios o esposos, no se especifica) de jóvenes citadinos, comunes y corrientes. Con respecto a Debbie Harry, con la estética particular de los ochenta, chaqueta forrada en parches de colores, collar y aretes grandes, maquillaje exagerado y peinado "despeinado" característico de la época. Iggy Pop, por su parte, al parecer más refinado con una camisa abotonada hasta el cuello, peinado reforzado

con gel y un *blazer* juega un papel más serio en esta escena del vídeo.

El segundo rol de los personajes en el videoclip muestra una imagen que llevaría a pensar en una figura estética más cercana a la de los intérpretes en su vida diaria, aunque tal vez menos *punk*. Con actitud y *look rockero*, forrados en un estilo refinado con chaquetas de cuero y gafas oscuras, lucen como los *rockstars* que son. Combinan en sus vestimentas géneros y actitudes por las cuales han sido influenciados en sus carreras como, por ejemplo, el *look* "James Dean" pero más ciudadano, más Nueva York. En esta escena, más específicamente desde el segundo 34 al 39, hace una pequeña aparición secundaria el *rockero* afroamericano, en aquel entonces en ascenso, Lenny Kravitz, cuya breve aparición refuerza la actitud y el *look rocker* cosmopolita que pretende mostrar la escena.

La tercera personificación por parte de Debbie Harry e Iggy Pop es diferente a las anteriores. En esta ocasión, encarnan, aparentemente, a una pareja perteneciente a una clase social más baja, probablemente granjeros, pues están rodeados de animales de todo tipo. Estas conclusiones las saco debido a la figura que muestran en la personificación de estos roles, pues su vestimenta es menos *fancy* que en las anteriores escenas. En este caso, Iggy Pop con una gorra tipo camionero americano y una camisa no muy llamativa da la impresión de la que hablé al principio del presente párrafo, de granjero, mientras Debbie Harry, con un cierto tipo de elegancia de clase media, da la sensación de ser una ama de casa que espera a su hombre y se arregla a diario para aparentar más de lo que es o tiene. Sin embargo, en segundo plane aparece una pareja de *yuppies* con una vestimenta mucho más refinada y un estilo propio del llamado joven ejecutivo neoyorquino (en este *look* se utiliza la palabra "*swellegant*" que no existe sino dentro de la canción). Esto tal vez

con el fin de reforzar la figura campirana de los artistas en primer plano.

Inmediatamente después, en la siguiente escena, el papel reemplaza el campirano de la anterior para convertir a los intérpretes en nuevos personajes totalmente opuestos, pertenecientes a una clase social mucho más elevada, con un estilo *snob* casi de la realeza. Con un smoking plagado de condecoraciones y una banda (presidencial) atravesada, Iggy Pop, en el papel de caballero de alcurnia, lleva del brazo a una Debbie Harry, quien utiliza la misma banda atravesada que él, el pelo muy elegantemente recogido y joyas finas. Hasta el momento, el papel que juegan los personajes en esta escena es el que menos podría encajar con su figura *postpunk-new wave*, pues aunque sí son dignos de pertenecer a la realeza del *rock*, muy probablemente, ante los ojos de la Corona, no serían dignos de pertenecer a la realeza inglesa, como lo encarnan en sus personajes. Sin embargo, los atuendos *snob* no permiten la deshumanización que para muchos la clase social significa, están en un mercado rodeados de personajes comunes y corrientes como se ven en cualquier ciudad.

En la siguiente escena, Iggy Pop y Debbie Harry entran a jugar un papel totalmente opuesto al anterior en el que parecían los príncipes de Gales, en esta ocasión, siguiendo en el contexto urbano de Nueva York, su rol es el de unos *homelesses* o indigentes, por así decirlo, quienes alrededor de hogueras se calientan en la fría noche a falta de un techo donde vivir. Su *look* desaliñado con ropas viejas, menos maquillaje y el peinado más desordenado, se podría decir que se acerca un poco más a la figura *punk* de Iggy Pop, aunque tal vez llevada al extremo de la indigencia y la dejadez absoluta, más por falta de recursos que por falta de gusto.

La sexta escena del vídeo muestra a unos Iggy y Debbie más cercanos a los que se ven en la cuarta, aunque sin pretender hacerlo parecer personajes de la realeza. Sus vestimentas evocan a las del *swing* de los años treinta en los bailes de salón, con orquestas y decoraciones principalmente basadas en el estilo *kitsch*. Por su medio de transporte y sus ropas elegantes es que llego a esta comparación que puede ser a su vez con el fin de hacer una especie de tributo a la época en que, originalmente, fue escrita. El smoking de Iggy Pop, su peinado y las condecoraciones en su saco, así como el pelo recogido de Deborah Harry, sus joyas y su vestido, reflejan un tipo de *snob* similar al que se muestra en la cuarta escena del vídeo.

En la séptima escena, los personajes caen en el crimen organizado, no como indigentes sino como ladrones de bancos, con un estilo propio de películas como *Ocean's Eleven* (Soderbergh: 2001) o *Bandits* (Levinson: 2001), más refinados y profesionales. Su figura estética en este caso puede ser aplicable para cualquier momento del siglo XX o XXI, pues utilizan como disfraces unas máscaras comunmente utilizadas por los ladrones de bancos. Parecen refinados en cuanto a que su profesionalismo se ve reflejado en el plan, tanto de ataque como de escape, pues el vehículo en el que huyen es un clásico deportivo al que no todo el mundo tiene acceso.

Mi conclusión en cuanto a los múltiples personajes que adoptan los intérpretes en este vídeo es que la reafirmación de la versatilidad que los caracteriza en su música, sólo que esta vez interpretando a personajes en condiciones muy distantes la una de la otra.

3.2.3. Influencia De Otros Géneros (cine, tv, etc.).

En este vídeo es evidente la influencia del cine en cuanto a interpretación de los personajes por parte de los artistas, el hecho de

que sea en blanco y negro en su totalidad, la composición musical basada en diálogos entre los personajes, el papel de los personajes secundarios, las locaciones utilizadas para el rodaje y los efectos especiales.

La caracterización de los personajes muestra una evidente influencia del cine y la televisión, pues las situaciones que recrean en cada uno de sus papeles son escenas que evocan a películas y series televisivas ya emitidas. En este sentido, la caracterización se resume en *insights* por parte del director del vídeo con respecto a sus propias influencias acomodadas muy delicadamente sobre la temática de la canción. Por ejemplo, la escena en la que van Iggy Pop y Debbie Harry caminando por la calle forrados en cuero y portando gafas oscuras, recuerda en cierta medida a los personajes de Sandy y Danny en *Grease* (Kleiser: 1978).

En 1990, cuando fue realizado el videoclip en cuestión, la tecnología ya había avanzado bastante y el cine a color era una realidad remontada a muchos años atrás, el hecho de realizar un videoclip, en la era del color, en totalidad en blanco y negro, refleja una añoranza por lo pasado, un tributo al cine en sus inicios, un tributo al trabajo de Orson Welles y Gene Kelly a mediados del siglo XX. El retomar este tipo de elementos del cine, le da al vídeo además la connotación de antigüedad que tiene la canción original, como mostrando lo que pasaba en aquella época en la relación entre música e imagen.

La composición original de la canción *Well, Did You Evah!* por parte de Cole Porter, contiene en sí elementos propios del cine, la lírica dialogada con música de fondo recuerda a películas como *Singin' In The Rain* (Donnen, Kelly: 1952), *Mary Poppins* (Stevenson: 1964) y *Tommy* (Russell: 1975) en donde la musicalización de los

diálogos y "dialoguización" de las líricas llevan al cine a los musicales de Broadway. Este tipo de influencias llevan a pensar en este videoclip como un musical de años anteriores traído a la modernidad de los ochenta.

La ciudad de Nueva York es el lugar elegido para el rodaje de este vídeo, casual o no casualmente, la cuna de los musicales de Broadway e inspiración de uno de los antiguos intérpretes de la canción en cuestión, Frank Sinatra. Además de esto, es la ciudad en la que se han desarrollado más historias en el cine, gracias a la facilidad de adaptación a cualquier género del cine o televisión. En este vídeo, locaciones como la del Central Park, el SoHo y Midtown de Manhattan, Brooklyn, Queens y campos aledaños a la ciudad, han sido utilizadas en diferentes películas a lo largo del siglo XX. Por eso, el hecho de que el videoclip sea rodado en la ciudad de Nueva York, da una idea sobre la influencia del cine en él, historias tan sórdidas como románticas han sucedido en la capital del mundo, historias similares a las que narra el vídeo.

Los efectos especiales que se utilizan en el videoclip son, aunque precarios en comparación con otros que hemos visto, influencia directa del cine de ciencia ficción. La aparición del planeta Marte al inicio y final del vídeo le da una colorización utilizada en el cine para transformar películas rodadas en blanco y negro para convertirlas a películas a color. La aparición de un personaje, aparentemente irrelevante en la historia, como lo es el dragón que atraviesa el cielo de la ciudad, es influencia del cine y la literatura con personajes de ficción como King Kong de *King Kong* (Cooper, Schoedsack: 1933) y Falcor de *The Neverending Story* (Petersen: 1984), de este último, un dragón simpático, la influencia viene de la historia antigua Imperio Chino y los poemas épicos de la Edad Media. Los relámpagos rebotando en los pararrayos de los rascacielos de

Manhattan son elementos de películas de suspenso y terror, cuyo máximo representante es Alfred Hitchcock, pionero en efectos especiales en sus películas, pero también bajo la influencia de las novelas de Stephen King.

3.2.4. Narrativa o no narrativa.

Para dar inicio a este punto, cito las líricas de la canción que da nombre al videoclip *Well, Did You Evah!* de Iggy Pop y Deborah Harry, con el fin de hacer una comparación entre la temática que trata la letra con las situaciones que pasan en el vídeo.

*Debbie: I have heard, among this clan, you are called the forgotten man.
Iggy: Is that what they're saying? Well, did you evah!
Both: What a swell party this is!*

*Iggy: And have you heard the story of a boy, a girl, unrequited love?
Debbie: Sounds like pure soap opera. I may cry.
Iggy: Aw...
Both: What a swell party this is!*

*Iggy: What frails!
Debbie: What cocks!
Iggy: What broads!
Debbie: What jocks...
Iggy: What furs! They're beautiful!
Debbie: Why, I've never seen such...
Both: yuppity!
Debbie: Neither did I.
Iggy: It's all just too...
Both: swellegant!*

*Debbie: This French champagne...
Iggy: (Domestic!)
Debbie: so good for the brain.
Iggy: That's what I was gonna say!
Debbie: Well, you know you're a brilliant fellow.
Iggy: Thank you, I am!
Debbie: Hehe, drink up Jim.*

*Iggy: So... have you ever been out to L.A. lately?
Debbie: Well no, not recently.
Iggy: Well, I went there and had a rent-a-car and all...
Debbie: Oh, really?
Iggy: Yeah and I got invited to Pia's house... Pia Zadora's house...
Debbie: Really? Oh.
Iggy: Yeah.
Debbie: Was it nice?*

Iggy: Well, I didn't... I didn't go!
Debbie: Oh! Hehe.
Iggy: It woulda been swell though!
Debbie: Shoulda gone!
Iggy: It woulda been elegant!
Debbie: Elegant.
Oh wait, look... look who's coming in now... can you believe it?
Iggy: ...I hear they dismantled Pickfair.
Debbie: They did.
Iggy: It wasn't elegant enough. Hehe!
Debbie: Yeah. Probably full of termites.
Iggy: Yeah.

Both: It's great!
It's grand!
Wa wa wa wa wa wa wa wa wonderland!
La la la la la la la la la la la.
We sing so rare, like old Camembert.

Iggy: Have you heard the dying star - she got bit in the Astar bar.
Debbie: Sauced again! Well, did you evah...
Both: What a swell party this is!

Have you heard?
It's in the stars.
Next July we collide with Mars.
Well did you evah!

What a swell party.
What a swell party.
What a swellegant elegant, (sm) party...
Debbie: Smarty?
Iggy: Party... yeah!
Debbie: A smarty party?
Iggy: I am! A smarty! I'm pretty smart!
Debbie: You are a smarty for coming to this party.
Iggy: Yeah, that's right!
Debbie: Well piss off.
*Iggy: Hehehe, that's good! I like that.*³⁰

En esta parte del capítulo, tras leer la letra de la canción y observar detenidamente el videoclip, me doy cuenta de que hay una narrativa presente casi en la totalidad del vídeo, pues las líricas narran cada momento en la imagen. En esto es de gran ayuda también, el hecho de que gran parte de la canción se presente a manera de diálogo entre los personajes, pues este elemento facilita el hecho de que la narración se pueda reflejar en las imágenes que se

³⁰ http://www.goldlyrics.com/song_lyrics/blondie/the_best_of_deborah_harry/well_did_you_evah_most_of_all/

muestran en el vídeo. Un claro ejemplo de narrativa es en el fragmento que dice así:

*Have you heard?
It's in the stars.
Next July we collide with Mars.
Well did you evah!*³¹

Mientras en el diálogo de la canción, Debbie Harry e Iggy Pop, conjuntamente, cantan esta parte de la letra, en la imagen aparece, sobre el blanco y negro fundamental del vídeo, un círculo rojo que representa al planeta Marte acercándose a la tierra. Otro ejemplo de narrativa en el videoclip con respecto a la letra.

*Iggy: What frails!
Debbie: What cocks!
Iggy: What broads!
Debbie: What jocks...
Iggy: What furs! They're beautiful!
Debbie: Why, I've never seen such...
Both: yuppity!
Debbie: Neither did I.
Iggy: It's all just too...
Both: swellegant!*³²

En este punto, al inicio de la canción, cada uno de los personajes principales narra lo que en las imágenes va pasando, empezando por los animales y terminando, con un tono burlesco en la apariencia y actitud de los *yuppies* que se encuentran en segundo plano de la escena. Siento que por esta parte, traer a colación más ejemplos redundaría en la evidencia de la narrativa de las líricas de la canción en las imágenes que en el vídeo pasan simultáneamente.

³¹ http://www.goldlyrics.com/song_lyrics/blondie/the_best_of_deborah_harry/well_did_you_evah_most_of_all/

³² http://www.goldlyrics.com/song_lyrics/blondie/the_best_of_deborah_harry/well_did_you_evah_most_of_all/

3.2.5. Armonía y Contrapunto.

La armonía en este videoclip es constante hasta las dos últimas escenas pues, en todas las anteriores, la armonía está determinada por quién esté "llevando la batuta" de la canción, esto hace que no sea difícil el trabajo de observación, pues es cuestión de observar el vídeo y determinar cómo los cambios varían dependiendo de la parte que a cada uno de los cantantes le toca.

Cuando Debbie Harry está cantando, el enfoque principal de la imagen es ella, cuando Iggy Pop está cantando sucede lo mismo. Cuando se refieren a los animales, por ejemplo, a medida que se menciona cada uno, la cámara los enfoca de acuerdo con el orden de la letra, en el momento en que comentan sobre la demolición de un edificio, la imagen en pantalla es la demolición de un edificio y cuando mencionan el inminente choque de Marte con la Tierra, en la imagen aparece el círculo rojo que simboliza a Marte. La armonía en este vídeo está mucho más enfatizada sobre las líricas de la canción con respecto a las imágenes que en los *beats* de la batería o el bajo.

En la última escena, la armonía entre imagen y música desaparece de la manera en que se venía manejando, ya no cambia la imagen de acuerdo con quien está cantando o lo que la historia está narrando, sino que se limita a repasar imágenes de locaciones y personajes secundarios terminando en un contrapunto, esta vez, marcado por la parte técnica musical. Al final de cada *beat* de bombo x 2, redoblante x 1 y platillo x 1 (repetidamente y en aumento rítmico), cambia la imagen a algún otro personaje o locación del vídeo. Cambia en algo así como un "tum, tum, tan, tss". Es así como concluyo la combinación entre armonía y contrapunto en este vídeo, en el que la armonía se hace presente durante la introducción y nudo de la historia, pero desenlaza en un contrapunto musical.

3.3. "Dancing With Myself."

Billy Idol.

3.3.1. Género Musical.

Para iniciar esta parte del capítulo, voy a comenzar hablando sobre las influencias en la carrera musical de Billy Idol, empezando por su influencia por parte del *punk* y David Bowie, y termino esta introducción citándome a mí mismo en el capítulo precedente a este, en el que hablo sobre la hibridación musical que llevó a Billy Idol a crear su propio género, el *cyberpunk*. [...] *Vivió en Worthing antes de acudir a la Universidad de Sussex, solamente un año, antes de unirse al Bromley Contingent, formado por fans de los Sex Pistols. Durante este período, Idol decidió convertirse en músico, y formó su propia banda, Generation X, en 1976. Además, se convirtió en vegetariano porque quería parecerse a David Bowie. [...] ³³ [...] Billy Idol con su cyberpunk quien crea una combinación similar sólo que, él influencia en cuanto a un synth-pop-punk de bandas "ochenteras" como Joy Division (New Order por ende), Roxette, The Cure y Roxy Music, entre otras. Cabe anotar que una de las influencias directas de Bylli Idol en cuanto estilo y fusión musical proviene del maestro David Bowie (para mí el más grande e iniciador de todo lo que se ve). Su influencia cyberpunk sobre otros artistas determina de igual manera un estilo que combina, el jean, el cuero y los taches del punk, con la estilización futurista del new pop y el pelo oxigenado con hairspray como el de Mike Score de A Flock Of Seagulls o Johann Hölzel, más conocido como Falco [...] ³⁴*

Utilizando las dos anteriores citas es que defino el género musical del artista cuyo videoclip voy a analizar en esta última parte

³³ http://es.wikipedia.org/wiki/Billy_Idol

³⁴ Ortiz de Zaldumbide, Juan Sebastián. Nothin' But A Good Time. Observación Cultural Sobre La Estética En El Videoclip. (1981-1991). Cap. 2, Pág. 34.

de mi trabajo de grado. El vídeo es *Dancing With Myself* (Hooper: 1983), y el género musical lo defino como un híbrido entre el *punk* de Sex Pistols y *new wave americano* de Blondie, el cual llamo *cyberpunk*.

3.3.2. Figura del Artista.

La figura estética que caracterizó Billy Idol a lo largo de toda su carrera como artista siempre fue la misma, al igual que su música, su figura estética representa un híbrido entre sus raíces *punk* y *new wave*. Él construyó su imagen a partir de elementos característicos de sus ídolos y mayores influencias musicales, creando un personaje lo suficientemente versátil como para acomodarse en un lugar privilegiado en su género musical. Los elementos de inspiración fundamentales en la creación de su personaje fueron, la "sonrisa" (más bien, mueca enfatizada en el lado izquierdo de su labio superior) de Johnny Rotten de los Sex Pistols, el cuero y los taches popularizados por Rob Halford de Judas Priest, el pelo tinturado y peinado con gel heredados del padre del *glam*, David Bowie y el baile un poco estrambótico de Elvis Presley.

Este conjunto de elementos heredados de otros grandes de la música hicieron de la figura de Billy Idol, inclasificable dentro de cualquier género musical, pues su figura estética era la de un *punk* vestido como *metalero* con el glamour de una súper modelo encerrados todos en el cuerpo de un bailarín, un, valga la redundancia, *cyberpunk*.

3.3.3. Influencia de Otros Géneros (cine, tv, etc.).

En el videoclip de *Dancing With Myself* (Hooper: 1983) la influencia del cine se resume, principalmente, bajo dos posibles

parámetros, primero un futurismo pesimista y dos, una percepción del presente en un mundo paralelo. Ejemplo de esta influencia sobre el vídeo son películas como *Creature From The Black Lagoon* (Arnold: 1954), *Night Of The Living Dead* (Romero: 1968) en el sentido en que las criaturas que, en el videoclip en cuestión, tratan de apoderarse del alma de Billy Idol, recuerdan a los muertos vivientes en busca de sangre y carne humana de la película de George A. Romero y los monstruos creados por Jack Arnold; *Mad Max* (Miller: 1979) influye en la colorización y personajes "traídos de los cabellos" que utiliza Idol en su vídeo y ; *Blade Runner* (Scott: 1982) en cuanto a la visión pesimista del futuro y la recreación de la invasión de los *replicants* (humanos creados artificialmente) de la película, pero estéticamente diferentes en el vídeo.

Otra gran influencia en este videoclip se remonta a cinco siglos atrás, cuando Hyeronimus Bosch (1450-1516), más conocido como "El Bosco" realizó su obra de arte *El Jardín De Las Delicias* (1480-1490), la cual [...] *En la historia del arte es considerada como una de las obras más fascinantes, misteriosas y atrayentes. Se trata de una obra de gran simbolismo, que todavía no ha sido completamente descifrada; como el Carro del Heno y el Juicio Final, el Jardín de las Delicias se sustrae a cualquier clasificación iconográfica tradicional. Sin embargo, se acepta que la obra tuviera una intención moralizante comprensible por la gente de la época, ya que, por ejemplo, Felipe II, alguien poco sospechoso de herejía, estuvo interesado en el cuadro y lo adquirió.[...]*³⁵. [...] *En sus obras abunda el sarcasmo y la imaginería de tipo onírico, y lo grotesco. Una de las explicaciones para esto es que 'El Bosco' aún se encuentra imbuido por la cosmovisión medieval repleta de la creencia en hechiceras, la alquimia, la magia, los bestiarios, los tesoros, las hagiografías... Además, en el 1500 abundaron los rumores apocalípticos. Esto incide*

³⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/El_Jardín_de_Las_Delicias

para que 'El Bosco' intente desde sus pinturas dar un mensaje moralista, si bien de un moralismo nada pacato sino, por el contrario, satírico; y si 'El Bosco', tiene mucho de medieval, por otra parte nos anticipa al humanismo de la Edad Moderna. [...] ³⁶. No hay forma de que yo pueda afirmar que en el vídeo de *Dancing With Myself*, Billy Idol intente dar un mensaje moralista o tenga una creencia firme en hechicerías, pero lo que sí puedo afirmar es la influencia, principalmente en el detalle del infierno de la obra *El Jardín De Las Delicias* de El Bosco, en el videoclip, más específicamente en la imagen que se muestra desde el minuto 01:54 hasta el minuto 01:56.

Aunque no es influencia sobre el videoclip, sino de éste sobre otros realizados más adelante, cabe traer a colación el ejemplo del vídeo de *Thriller* (Landis: 1983) de Michael Jackson en donde los muertos vivientes (también influenciados por *Night Of The Living dead*) realizan coreografías al igual que al final del vídeo de Idol, y *Wild Boys* (Mulcahy: 1984) del grupo *pop* británico Duran Duran, en donde los personajes parecen una réplica de los utilizados en *Dancing With Myself*, aunque con más rasgos de mutantes.

3.3.4. Narrativa o no narrativa.

Para dar inicio a este punto, cito las líricas de la canción que da nombre al videoclip *Dancing With Myself* de Billy Idol, con el fin de hacer una comparación entre la temática que trata la letra con las situaciones que pasan en el vídeo.

³⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/El_Bosco

*On the floor of Tokyo
Or down in London town to go, go
With the record selection
With the mirror reflection
I'm dancing with myself*

*When there's no-one else in sight
In the crowded lonely night
Well I wait so long
For my love vibration
And I'm dancing with myself*

*Oh dancing with myself
Oh dancing with myself
Well there's nothing to lose
And there's nothing to prove
I'll be dancing with myself*

*If I looked all over the world
And there's every type of girl
But your empty eyes
Seem to pass me by
Leave me dancing with myself*

*So let's sink another drink
'Cause it'll give me time to think
If I had the chance
I'd ask the world to dance
And I'll be dancing with myself*

*Oh dancing with myself
Oh dancing with myself
Well there's nothing to lose
And there's nothing to prove
I'll be dancing with myself*

*If I looked all over the world
And there's every type of girl
But your empty eyes
Seem to pass me by
Leave me dancing with myself*

*So let's sink another drink
'Cause it'll give me time to think
If I had the chance
I'd ask the world to dance
And I'll be dancing with myself*

*Oh dancing with myself
Oh dancing with myself
If I had the chance
I'd ask the world to dance*

Oh, Oh, Oh, Oh

Dancing with myself

*If I looked all over the world
And there's every type of girl
But your empty eyes
Seem to pass me by
Leave me dancing with myself*

*So let's sink another drink
'Cause it'll give me time to think
If I had the chance
I'd ask the world to dance
And I'll be dancing with myself*

*Oh dancing with myself
Oh dancing with myself
If I had the chance
I'd ask the world to dance*³⁷

Tras leer la letra de la canción y observar el videoclip, noto que no hay ningún tipo de narrativa, aparte de ver a Billy Idol y uno o dos personajes secundarios bailando (*dancing with themselves*), que ligue al vídeo con la canción, la cual da la impresión de ser mucho más optimista y alegre a lo que muestran las imágenes. De hecho resulta hasta contradictoria la parte de la canción en la que dice,

*If I had the chance
I'd ask the world to dance*³⁸

pues, en vez de dejar al mundo bailar, lo que hace es expulsarlo del *rooftop* en el que se encuentra y, no es sino hasta el final, que los deja volver a subir y acompañarlo en su baile. Está claro que los personajes que comprenden al mundo del que hablo no son los ideales, pero son los únicos que Billy Idol tiene a su alrededor en el vídeo.

Por lo tanto concluyo esta parte del capítulo con la plena seguridad de que no hay una narrativa evidente en el videoclip, el

³⁷ <http://www.azlyrics.com/lyrics/billyidol/dancingwithmyself.html>

³⁸ <http://www.azlyrics.com/lyrics/billyidol/dancingwithmyself.html>

optimismo y la alegría de las líricas no concuerdan con el pesimismo del videoclip. Sin embargo, está muy bien realizado desde el punto de vista estético, aunque vayan en contravía las imágenes y la letra.

3.3.5. Armonía y Contrapunto.

La armonía música-imagen en este videoclip empieza desde el minuto 00:04 en donde, al mismo tiempo que entra el *beat* de la batería, entra la imagen donde se prende la luz del edificio en primer plano y aparece el interior del mismo. En el minuto 00:07, entra el *riff* de guitarra al mismo tiempo que entra la imagen del artista, quien se empieza a acercar lentamente hacia la cámara. En el minuto 00:10 es cuando entra el *riff* de bajo, mientras que en la imagen aparecen las primeras criaturas que le dan vida al tinte bosconiano del vídeo. En el minuto 00:18 es cuando entra la voz, mientras que en la imagen aparece Billy Idol nuevamente, pero en un cuarto con poca luz haciendo el *lipsync* de la canción. Hasta ahí es la armonía de la primera parte de la canción, la cual se pierde por un momento, hasta que, en el minuto 01:40, cuando Idol se "conecta" a unos fusibles de energía eléctrica, mientras que en la canción a medida que se repite un susurro en los minutos 01:40, 01:42, 01:45, 01:47 y 01:48, la imagen en congruencia con el audio (el susurro), muestra a las criaturas, una por una, volar por los techos y caer al suelo de la calle aledaña al edificio donde se recrea el vídeo. Nuevamente la armonía desaparece temporalmente en el vídeo, hasta que desde el minuto 02:15 hasta el 02:25, en donde el *dancing with myself* que se canta entra al mismo tiempo en que en la imagen aparece el artista bailando con sólo. En la última parte del videoclip, la armonía entre música e imagen está nuevamente determinada por la voz, desde el minuto 02:52 hasta el grito final en el minuto 03:05, Billy Idol repite constantemente la palabra *sweat* y, cada vez que la repite, la cámara

enfoca, bien sea a alguno de los personajes del vídeo o al propio cantante desde diferentes ángulos y distancias.

Este es, entonces, el vídeo en el que mejor puedo ejemplificar la armonía entre música e imagen, pues el contrapunto que en él se encuentra es casi tan nulo, que resulta indigno de ser mencionado como un factor determinante en el desarrollo del videoclip.

CONCLUSIONES.

En la realización de este trabajo de grado aprendí, entre otros aspectos importantes, cómo un medio audiovisual puede generar tanto impacto en la cultura popular de una determinada generación. Cuando hablo de impacto, me refiero a modificaciones importantes en cuanto a fenómenos como el estilo de vida, la moda, la influencia sobre otros medios y la iniciativa para continuar impactando, teniendo como herramienta principal la creatividad, culturalmente.

Además de lo anterior, comprobé teorías que antes estaban únicamente en mi percepción sobre el videoclip, pero que pueden ser aplicadas a casos reales. A partir de mi trabajo como observador cultural pude darme cuenta de que no estoy tan lejos como pensaba para llevar a cabo un análisis sobre la cultura popular, en este caso guiado por la pasión y el gusto por un determinado género musical y audiovisual. Debido a esto es que considero pertinente traer a colación mi punto de vista acerca de la estética de los ochenta antes de la realización de este trabajo y después de él. Antes, yo pensaba que la estética visual "ochentera" provenía principalmente de la influencia del cine, de lo que se veía en películas como las citadas en el segundo capítulo de mi trabajo de grado, pero lo que veo hoy, después de haber realizado la investigación pertinente, es que la influencia principal en cuanto a la estética visual "ochentera" proviene del *boom* del videoclip en la década en cuestión, popularizado por la cadena MTV.

Siendo mi carrera la de Comunicación Social con énfasis en Publicidad, la realización de este trabajo puede no parecer muy cercano a la publicidad, pero lo está en el sentido en que tanto el videoclip como la publicidad se basan en estrategias para generar

consumo cultural. Por esto las alianzas entre bandas y productos de consumo masivo como lo cito en el segundo capítulo de mi trabajo, por eso Adidas tiene presencia en los videoclips de Run DMC o Michael Jackson en los comerciales de Pepsi y, son estos los aspectos que me llevan a pensar que en realidad hay una estrecha relación entre la publicidad y los vídeos musicales como generadores de cultura popular. Pues en los dos se pretende vender un producto a través de un medio de comunicación que pretende impactar en su público objetivo con la meta de crear comportamientos o maneras consumir a su imagen y semejanza.

Para apoyar lo anterior, considero importante traer a colación el siguiente ejemplo que me dijo un profesor de la Universidad en clase alguna vez, Jesucristo era un director creativo de una agencia llamada El Cielo, que quería vender un producto llamado Dios. Para lograr vender tenía que recurrir a la creatividad, enfocada más específicamente al *copy*, a la palabra. Para lograr vender su producto se ingeniaba nuevas formas para hacer creer a la gente que su producto era el mejor del mercado. Como en aquella época los medios de comunicación no tenían mucho alcance, se consuguió a doce trabajadores que se encargaran de difundir su palabra, la palabra de Dios. Es decir, que dieran a conocer el producto de una manera que encantara a su público objetivo y todos quisieran copiarlo. El don de oración de Jesús y sus adeptos tuvo tanto impacto en aquella época que, incluso hoy en día hay millones de personas en todo el mundo que siguen obedeciendo la palabra del primer publicista de la historia. A lo que voy con este ejemplo es a hacer una comparación entre el consumo de cultura que existía en aquella época y en el presente, Jesús podría fácilmente ser un Leo Burnett o un Spike Jonze, todos con la misma misión, vender un producto, bien sea tangible o audiovisual con el fin de implantar estilos de vida, cultura popular. Conceptos de la Comunicación Social como la

narrativa audiovisual son importantes para vender productos y para implantar medios de consumo cultural. Es por esto que considero este trabajo de grado como un aporte a la Comunicación Social en el sentido en que la observación cultural también puede determinar alternativas de generar consumo y construir cultura.

(Aclaro que con el ejemplo de Jesucristo no pretendo mostrar mis inclinaciones religiosas, las cuales por cierto son totalmente contrarias a las que en él menciono, no soy creyente y para mi Jesús es el muy bien logrado personaje principal de una novela de ficción llamada la Biblia.)

Finalizo mi trabajo de grado reafirmando mi punto de vista sobre la importancia que puede alcanzar la llamada *cultura pop* en el papel de la comunicación basada en el *insight*, entre más estrecha sea la brecha entre lo que se ve y lo que se es, mejor es el impacto en la comunicación.

BIBLIOGRAFIA.

Libros y textos

1. Goodwin, Andrew. (1992) *Dancing In the Distraction Factory. Music Television and Popular Culture*. University Of Minneapolis Press. Minneapolis.
2. Austerlitz, Saul. (2007) *Money For Nothing. A History of the Music Video from The Beatles to The White Stripes*. Ed. Continuum. New York, London.
3. Machado, Arlindo. (1994). *El video y su lenguaje*. En: Videocadernos. VI. Ed. Nueva Librería. Buenos Aires.
4. Roncallo, Sergio. (2004). *Aproximación Estética al Videoclip. Un Viaje Audiovisual de Platón a Trent Reznor*. Tesis de Grado de Magister en Comunicación. Comunicación Social. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.
5. Huffman, K. R. (1990). Video Art: What's TV Got To Do With It? En: Hall, D & Fifer, S (1990). *Illuminating Video: An Essential Guide to Video Art*. Aperture. New York.

Internet

6. <http://wikipedia.org>
7. <http://www.rae.es>
8. <http://www.imbd.com>
9. <http://www.mvdbase.com>
10. <http://www.allmusic.com>
11. <http://www.goldlyrics.com>
12. <http://www.azlyrics.com>
13. <http://www.lyricsmode.com>