



**UNIVERSIDAD METROPOLITANA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN.
FACULTAD DE ARTES Y EDUCACION FÍSICA
DEPARTAMENTO DE ARTES VISUALES**

**EL VIDEOCLIP COMO OBRA DE ARTE
EN LA CULTURA POSTMODERNA**

**MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE
PROFESOR DE ARTES VISUALES**

ALUMNA: ALEJANDRA CAROLINA ROJAS SALAZAR

PROFESOR GUÍA: KARINA ANDREA GUERRA PINTO

SANTIAGO, 2020

A Constanza, mi lucero del atardecer.

A Mauricio, mi pilar.

Agradecimientos

Desde que egresé de la carrera, el año 2007, han surgido muchas dificultades para poder terminar esta etapa de mi vida, a pesar de aun así poder dedicarme a la docencia, sin embargo, han sido muchos quienes me han animado a seguir adelante y concluir.

Primero, agradecer a mi compañero de vida, Mauricio, por su amor, constancia y apoyo continuo. A mi madre y mi hermana Valentina, por todo el cariño necesario. A mi hija Constanza, por ser mi luz e inspiración.

Agradecer también el apoyo de mis compañeros y amigos de carrera, a Jocelyne y Patricia por el cariño, ánimo y apoyo académico, a Danton por su amistad férrea y confianza en mí, y a Miguel Ángel que gracias al conocerme bien, pudo iluminarme en la elección de este tema de investigación, que siempre estuvo ahí pero nunca me fue evidente. También gracias a mis amigos de la vida, en especial a Matías, Ana María y Diana, por animarme y quererme siempre.

Agradecer a las miles de horas frente al televisor desde mi infancia, viendo videos musicales una y otra vez, ya que gracias a esas horas de ocio tengo en mi mente y corazón el amor hacia las artes y la música como un todo.

Agradecer también al Departamento de Artes Visuales, a la UMCE, por recibirme de vuelta y darme la oportunidad de cerrar este ciclo y poder titularme a pesar de tantos años de abandono. Y, por último, agradecer a mi profesora guía, Karina, por recibirme y soportar a esta estudiante rezagada tan dispersa y errática con esta investigación.

Contenido

Agradecimientos	3
Resumen	5
Introducción	6
Postmodernismo	7
Obra de Arte	13
El videoclip.	18
Lo audiovisual y lo postmoderno	26
Lo postmoderno y lo artístico.	35
Lo artístico y el videoclip.	42
El videoclip, ¿una obra de arte en la escuela?	54
Recursos audiovisuales en la escuela: acceso y limitaciones	55
Ventajas.	59
Desventajas.	59
¿Por qué usar el videoclip en la sala de clases?	60
Sugerencias para Artes Visuales.	62
Análisis de videoclip.	64
¿Como analizar un videoclip?	65
Pauta de análisis.	66
Conclusiones	73
Fichas ejemplo de videoclip.	75
Aha – Take on Me	76
Jamiroquai - Virtual Insanity	78
Red Hot Chili Peppers - Can´t Stop	80
Directores destacados.	82
Spike Jonze	82
Michel Gondry.	83
David Fincher	84
Otros directores destacados.	85
Videoclips sugeridos según contenido de Artes Visuales.	86
Bibliografía	87

Resumen

La expansión de la televisión, la evolución del concepto del arte, el surgimiento de nuevas tendencias, el aumento del consumo y la globalización de los contenidos pueden ser de los videos musicales en el mundo se ha presentado como evidencia de la globalización de los mercados internacionales y de una supuesta homogenización estética. Desde sus inicios en la década de 1980, con su punto más alto en la década de 1990 y ahora con su adaptación al contexto de las nuevas tecnologías debido a la vigencia de YouTube, el videoclip se ha catalogado como el referente estético de diversas generaciones. Sin embargo, más allá de considerarlo un producto rápido, comercial e inmediato, se empieza a reconocer como la esencia misma de esta nueva cultura globalizada, pero con un bajo reconocimiento de sus características estéticas. Es en ese punto donde se presenta una guía para reconocer y estudiar estas características visuales de los videos musicales y tomar estos aspectos para utilizarlos en la educación de las Artes Visuales. Para hacerlo nos adentramos en debates estéticos no solo sobre las relaciones entre imagen y sonido sino que también en elementos plásticos y técnicos, y aunque asumimos la canción como el texto que motiva esta obra audiovisual, este análisis, nos permite iniciar interpretaciones más rigurosas y profundas al estudio del fenómeno videoclip y su reconocimiento como obra de arte actual.

Palabras claves: videoclip; estética; posmodernidad; educación; audiovisual.

Introducción

Cuando nos enfrentamos al concepto de Arte, y en especial al de Artes Visuales, vemos como la idea de progreso, evolución e innovación se refleja en la diversidad y aumento de expresiones artísticas a la actualidad, llegando incluso al cuestionamiento del concepto de Arte. Es acá donde el postmodernismo ejerce su influencia al contemplar a la cultura popular y sus cruces debido a la globalización. Así como las vanguardias se basaban en la innovación y la experimentación, el arte postmoderno revisita y relea los métodos clásicos, las formas y estilos artísticos del pasado y evidencia el eclecticismo, cambiar de un estilo a otro, creando una mezcla de estilos, reinterpretando y repitiendo información; el resultado es esta mezcla indiscriminada de elementos y contenidos que en muchos casos pareciera no tener razón alguna.

Los estudios acerca del videoclip se enfocan en gran parte en su función publicitaria, ya que inicialmente su objetivo fue ser un instrumento clave para la industria musical a la hora de promocionar sus productos, convirtiéndose también en un referente audiovisual de los cambios producidos en la estética de la música pop desde la década de los 80's, e incluso de los 90's. Se apropia de variados elementos que ya existían en otros géneros audiovisuales y los rearticula tomando un nuevo contexto y les otorga nuevos significados. Y es a raíz de estos nuevos significados que en la presente Memoria de Título nos enfocaremos en analizar la evolución y características del pensamiento postmoderno, su concepción y modificación del concepto de lo artístico, y como estos aspectos incluyen e influyen al videoclip como obra artística y fiel ejemplo del pensamiento postmoderno. El Marco Teórico está basado en los conceptos de Postmodernismo, Obra de Arte y Videoclip, donde posteriormente analizaremos cada aspecto, y así poder dar un material conceptual básico que aporte e incentive la investigación más a fondo, lo que queda, por supuesto, al libre albedrío de cada docente.

Postmodernismo

Cuando hablamos de Posmodernidad nos referimos al proceso de transformación cultural de la modernidad a partir de la década de 1970 que incluye a movimientos culturales, artísticos, filosóficos que se dedicaron a cuestionar los paradigmas de la modernidad, y su vigencia universal y atemporal.

Pensadores como Fredic Jameson, Jean François Lyotard, entre otros, han sido algunos de los principales promotores de la visión postmoderna del hombre y del mundo. Para ellos, la crisis de las grandes ideas, la gran influencia que ha ejercido la tecnología y los grandes medios de comunicación de masas, la mutación de una gran parte de los valores morales, políticos y estéticos y además la presencia de una agresiva, individualista y desencantada visión de mundo, parecen ser las grandes líneas en la que se encuentran nuestras sociedades de consumo, en una actual época de precariedades y desencantos.

Para comprender la posmodernidad es necesario comprender primero a la modernidad. Esta palabra, inicialmente popularizada por Rousseau muestra una época y una forma de pensamiento cuyos antecedentes los podemos encontrar en el Antropocentrismo del Renacimiento, sin embargo no tomaría forma hasta el siglo XVIII, gracias a el movimiento de la Ilustración, la Revolución Francesa y la Revolución Industrial, los cuales fueron fundamentales para este giro de la historia.

La modernidad se propuso dentro de sus postulados el paso de la tradición al cambio, lo que se denominó como “progreso”. Ese es su fin último. Este progreso correspondía a una visión lineal y evolutiva del tiempo, cuyo logro sería posible con tres elementos principales: el dominio de la razón, el desarrollo tecnológico y la consolidación de un estado nacional. Para esto se buscaba promover el conocimiento (la ciencia y la razón), y que este conocimiento se tradujera en fórmulas que cualquiera pudiera comprender, para así ser utilizadas como armas contra el fanatismo religioso y sus tradiciones e ideas no comprobadas. También se buscaba consolidar el estado nacional separándolo de la Iglesia y su subjetividad, creando un nuevo modelo político más adecuado como la democracia, basado en la separación de poderes (con esto surge además la necesidad de suprimir toda unión a la monarquía absoluta) y con el derecho a la libertad incondicionada de los ciudadanos ya que gracias a esa libertad era posible regir su destino y progreso; y gracias a esta autonomía es posible desarrollar todas las potencialidades económicas que conlleva la industrialización causada por el aumento del conocimiento. Pero se observarían los efectos de este modelo en los siglos

siguientes: se expande el Imperialismo, aparece la ideología comunista, el nacionalismo exacerbado, conflictos armados.

El concepto de posmodernidad lleva muchos años en discusión acerca de cómo trata el destino del presente histórico, donde lo *post* era abordado como fin de la historia, fin de las ideologías, y más específicamente como el fin de la modernidad. De modo que los conceptos en torno a la pregunta sobre la posmodernidad varían de una visión y tesis, depende de quien las observe y analice.

Los autores que más trabajaron este debate acerca de lo postmoderno junto con Lyotard, fueron Habermas, Jameson y Lipovetsky, quienes serán nuestra base de análisis. Para Lyotard (1979), la posmodernidad constituye el momento histórico donde las sociedades desarrolladas y el proyecto de liberación de la humanidad promueven sus primeros cuestionamientos. La crisis del pensamiento moderno comienza cuando la filosofía y la ciencia descubren que no son universales ni infalibles, que son incapaces para encontrar una “verdad” única, lo que conlleva a la desvalorización de las ideologías modernas. Después de sucedida la Segunda Guerra Mundial se iniciaría el momento donde los relatos sobre la justicia, conocimiento y libertad, discursos claves para forjar la idea de modernidad (la premisa de la historia y el progreso del conocimiento hacia las libertades humanas como hablamos antes), se habían vuelto, en su fin último, algo confuso. Dicha situación marcaría el fin del algo que sería la modernidad y los discursos y representaciones que sustentaban a la sociedad occidental. La posmodernidad visibiliza y profundiza este quiebre.

Algunos de los objetivos de la modernidad fue pretender dar sentido a la vida social en función de principios tan abstractos como el conocimiento, la razón y el progreso. También buscó someter a los individuos a ese proyecto social negando las diversidades, sus propia identidades y subjetividades, y no tomó en cuenta como la aparición de la tecnología y la técnica dinamitaron esos conceptos abstractos. Estas son algunas de los quiebres que llevaron a la obsolescencia de las ideas modernas y justamente provocó la crisis social y cultural de las sociedades que la posmodernidad se encarga de reflejar. Esto propone una historia conformada de divagaciones, regresos y rupturas, que no tienen un fin último, sino que es compleja y no posee una meta que la oriente.

Conceptos como verdad, razón, ciencia, orden, progreso, estado, nación, han sido imprescindibles para la modernidad. Todos ellos se han levantado como principios universales para

la humanidad, tal como antes la religión lo fue. De allí que el tema central de Lyotard, la posmodernidad se presenta como deslegitimación de los discursos que sustentan la modernidad. El conocimiento el cual era uno de los medios de la liberación y la emancipación humana, se ha convertido en una fuerza más de producción, así que no existiría en ella un proyecto de emancipación, como en la modernidad. El saber se habría trasladado a las instituciones y transformado en meros tecnicismos, ya no comparables con las ideologías y los grandes discursos liberadores que habían sustentado la idea de modernidad, expresados en lo que Lyotard llamó los *metarrelatos*: la Ilustración, el marxismo, la dialéctica (Lyotard, 1987). La posmodernidad se había convertido en la puesta en duda de estos grandes relatos. Finalmente, también cobra importancia como se divulga el saber. La idea del conocimiento según la modernidad, se transforma y los conceptos de verdad y razón se vuelven relativos. Lyotard dice, a propósito de las instituciones que estaban encargadas de legitimar el saber “(...) *sólo gozaban de legitimidad en la medida en que contribuían a la emancipación de la humanidad*” (Lyotard, 1987, pág 91)

Culpar a la modernidad por el camino que tomaron los acontecimientos en la historia, sería desechar el gran proyecto Iluminista, y por eso la crítica de Habermas está más enfocada en que el proyecto moderno no puede ser olvidado y puede ser útil, porque es un proyecto incompleto. Habermas dirá:

*(...) el decisivo confinamiento de la ciencia, la moralidad y el arte a esferas autónomas separadas del común de las gentes y administradas por expertos, lo que quede del proyecto de modernidad cultural es sólo lo que tendríamos si abandonáramos del todo el proyecto de modernidad*¹

Con estos dos autores, la posmodernidad señala un momento presente que se considera complejo ante las ideas presentadas por la modernidad, donde el objetivo final del progreso de la humanidad se tornaba lleno de dudas y presentaba una valoración más alta del momento presente. La propuesta de la posmodernidad como agente deslegitimador de los discursos de liberación, no es condición para devaluar los discursos en general, sino solo aquellos que no son parte de la tan importante emancipación del hombre.

¹ Jürgen Habermas, “La modernidad, un proyecto incompleto” en Hal Foster, La posmodernidad. México, Editorial Kairós, S. A., 1985, pág. 20.

Los cambios que suceden post II Guerra Mundial tanto en lo social como en lo económico (expansión del capitalismo, sociedad de masas) también determinan una modificación en el pensamiento del individuo. Esto se refleja en el arte y la cultura de la postmodernidad, observándose una sustitución del tiempo por el espacio como elemento central y determinante. Las siguientes palabras de Fredric Jameson en su artículo sobre el postmodernismo resultan muy claras al respecto:

“Sin embargo el decaimiento de la afectividad puede resultar también caracterizado, en el contexto más limitado de la crítica literaria, como el decaimiento de los grandes temas del alto modernismo acerca de las temporalidades, los misterios elegíacos de la durée (duración) y la memoria (algo que debe ser entendido completamente como una categoría de la crítica literaria asociada tanto al alto modernismo como a las propias obras). En cambio se nos ha dicho a menudo que ahora habitamos lo sincrónico en lugar de lo diacrónico, y creo que resulta al menos empíricamente discutible que nuestra vida cotidiana, nuestra experiencia psíquica, nuestros lenguajes culturales, están hoy en día dominados por categorías espaciales antes que temporales, como sucedía en el período precedente del alto modernismo). (Jameson, 1991, p. 16)

Para Jameson todo lo respecto al tiempo y la temporalidad, son temas del pasado. En el año 2003 publicó «El fin de la temporalidad», un artículo donde afirmaba:

¿Después del fin de la historia, qué? No se divisan nuevos comienzos, sólo puede ser el final de algo más. Pero el modernismo ya terminó hace tiempo y con él, presumiblemente, el tiempo mismo, del mismo modo que se ha rumoreado mucho con que el espacio ha sustituido al tiempo en el esquema ontológico general de las cosas. Como mínimo el tiempo se ha convertido en un ser inexistente y la gente ha dejado de escribir acerca de él. Los novelistas y poetas lo han abandonado asumiendo, de modo enteramente plausible, que había sido ampliamente tratado por Proust, Mann, Virginia Woolf y T.S. Eliot y dejó pocas

oportunidades de innovación literaria para el futuro. Los filósofos también lo dejaron dado que, aunque Bergson seguía siendo letra muerta, Heidegger todavía seguía publicando un libro póstumo al año sobre el asunto. (Jameson, 2003, p. 695)

Para seguir hablando de postmodernidad, Lipovetsky aporta en sus trabajos su tesis acerca del individualismo, llamado individualismo narcisista, el cual considera clave para el entendimiento de la posmodernidad. A partir de eso surge un nuevo paradigma antropológico y una nueva moral en contraste a lo sucedido durante la Modernidad, un tránsito del individualismo caracterizado por la competencia, búsqueda de la moral y revolucionaria, a un individualismo hedonista, narcisista e intimista, por lo cual el autor llega a decir que “vivimos una segunda revolución individualista”.

Dice Lipovetsky (2000) que en esta cultura posmoderna surge la apatía ideológica, la cual es provocada por el exceso de información que a su vez provoca una total dispersión de los pensamientos, de la conciencia. La define como una sociedad “*en que reina la indiferencia de masa, donde domina el sentimiento de reiteración y estancamiento, en que la autonomía privada no se discute, donde lo nuevo se acoge como lo antiguo, donde se banaliza la innovación, en la que el futuro no se asimila ya a un progreso ineluctable, [...] la gente quiere vivir en seguida, aquí y ahora, conservarse joven y no ya forjar el hombre nuevo, [...] no tiene ni ídolo ni tabú*” (pág 5).

Al surgir las nuevas tecnologías, como las de comunicación, se forma un nuevo escenario: triunfa la cultura de masas y la cultura del consumo. Es ahí donde empieza a constituirse también la condición postmoderna, al observar la separación de los valores, la pérdida de la fe en la trascendencia de las grandes ideas y el desasosiego generado por el hastío frente a una cultura absolutamente mercantilizada y mecanizada. Se cuestiona si esta es la promesa del progreso que alcanzaríamos.

Lyotard, Jameson y Lipovetsky sostienen en sus diversas obras respecto al tema que el postmodernismo como tal reflexiona sobre hechos concretos, sus responsabilidades y consecuencias. Basándonos en este momento, la filosofía posmoderna asume su momento histórico, intenta responder su contexto e intenta comprender el malestar de las sociedades consideradas post industriales. Estas sociedades han adoptado el modelo industrial y además capitalista, y al adoptarlo obtienen beneficios de la estabilidad y riqueza generada por este.

Si la razón y la verdad ya no son absolutos, la posmodernidad propone una diferenciación subjetiva y una diversidad. La desintegración de los individuos, el triunfo del estado de bienestar y sus consecuencias, el derrumbe de los grandes metarrelatos y la pérdida de una orientación histórica favorecen esta diferenciación. Entonces los miembros de la sociedad no buscan normalizarse con el gran conjunto, sino que diversificarse, distinguirse del resto.

Para los posmodernos, la obsolescencia de los grandes metarrelatos no ha dejado en cambio en su lugar un discurso nuevo y esperanzador, sino que ha dejado, en cambio, una sociedad de consumo absolutamente hipermercantilizada e individualista. Ha dejado una sociedad fragmentada, un gran fracaso de la modernidad. Por ello, el que el pensamiento posmoderno saque a la palestra esto no quiere decir que lo interprete como un reajuste hacia un nuevo futuro. Los posmodernos acusan a esta variación como un signo de división del orden social, expresando más bien una crisis histórica en la humanidad.

Obra de Arte

A lo largo de la historia el hombre ha elaborado declaraciones y vestigios de diversas maneras, y muchas de ellas han llegado hasta nosotros en forma de obras de arte. Pero en esta manera de entender las manifestaciones artísticas ha estado latente un aspecto de fondo que desde siempre ha ocupado un espacio trascendental tanto en la filosofía como el campo del conocimiento: ¿Qué es una obra de arte?

Arte es un concepto extenso y casi inaccesible quizá debido a su misma aptitud de dinamismo. Inicialmente los académicos de los siglos XVIII y XIX basados en la escuela renacentista, formularon como canon un sistema de bellas artes según el cual la pintura, la escultura y la arquitectura conforman las tres expresiones artísticas capitales del espíritu artístico. Este canon consideró una manera definida de mirar y analizar las representaciones que dentro de este sistema era capaz de producir el hombre. La cuestión sobre esta suposición es la capacidad que tiene este canon de poder proyectarse sobre objetos que no fueron creados como piezas artísticas y que a través de este sistema son observados e interpretados en clave artística.



Detalle de "La Creación" de Miguel Ángel Buonarroti

En el Renacimiento, la apreciación del objeto artístico estuvo marcada por la teoría artística que reivindicaba la naturaleza intelectual de la obra de arte y el destacar la autoría del artista como su principal gestor estético. Giorgio Vasari instauró el término Renacimiento (*rinascita*) y siendo el uno de los principales teóricos del arte en la época, en sus obras se dedicó a destacar los tecnicismos de la pintura, escultura y arquitectura para así demostrar que el auténtico objetivo de ellas es la imitación de

la naturaleza. El contexto teórico creció con estos nuevos elementos de discusión insistiendo en la creación artística como una actividad creadora personal en el que resalta el paradigma creativo e intelectual de Miguel Ángel como artista múltiple. Es por ello que en la edad moderna se produce el progreso donde el arte deja de ser mecánico, técnico, y se aparta del modelo artesanal, iniciándose un aspecto mucho más liberal de él.

En el texto *La ciencia como vocación* (1919), Max Weber señalaba que durante el Renacimiento tenía absoluto sentido concebir la ciencia como un "arte verdadero", o como el camino hacia la "verdadera naturaleza". Para la perspectiva moderna una idea como la anterior resulta impensable. En ella se está confundiendo a la ciencia con "sabiduría" y se está analizando bajo esa misma premisa a la moral y a la ética; no está claro lo que se entiende por "arte" y menos aún el "arte verdadero" a menos que volvamos al concepto de imitación de la naturaleza, pero aún así bajo lo que se está significando con el concepto de belleza y sobre lo que hoy aún llamamos "bellas artes", surgen problemas con la verdad y con el arte que se ha tratado como artesanía.

El pensamiento ilustrado aporta de manera importante en este paso hacia la definición del concepto de arte. A diferencia del pensamiento humanista del Renacimiento, los hombres de la Ilustración reflexionaban acerca del arte como una idea que debía dejar de depender de los poderes del Estado o la Iglesia, y que esta subordinación debía suceder solamente de un aspecto estético, así de la pintura, por ejemplo, podía ignorarse de que se trataba o un palacio podía dejar de ser analizado por su contexto político y pasar a serlo únicamente por su aspecto artístico.

Immanuel Kant, el gran intelectual de la ilustración, determina que:

“El arte en tanto que habilidad del hombre, se distingue también de la ciencia como poder, de saber; como la facultad práctica, de la facultad teórica; como la técnica de la teoría (como por ejemplo, la agricultura de la geometría). Y así una cosa que se puede hacer, desde que se sabe lo que se ha de hacer, y se conoce suficientemente el medio que se ha de emplear para alcanzar el efecto deseado, no es precisamente del arte. No se debe buscar el arte más que allí donde el conocimiento perfecto de una cosa no nos da al mismo tiempo la habilidad necesaria para hacerlo” (Kant, 1983)

Sin embargo, hasta este punto, la definición de arte sigue descansando en la observación de una pieza artística delimitada o en sus técnicas. Bajo esta idea, la evolución de los museos fue vital. En el siglo XIX se determinó que el espacio natural de la obra de arte fuera la colección, y en esta visión, el museo junto al desarrollo del arte fuera de las élites intelectuales y sociales consagró esta nueva mirada del Arte y del objeto.

Durante el siglo XX que el concepto de arte inicia una constante revisión. Ya con las vanguardias surge la primera gran crisis del sistema del canon clásico, pero lejos de anular este concepto, la consecuencia fue un reforzamiento y el nacimiento de un cierto conservadurismo en la obra de arte.

En la actualidad, el desarrollo de nuevas propuestas artísticas plantea un profundo análisis de los mecanismos y estrategias que posibilitan el discurso del arte. El eclecticismo y la falta de solidificación de las nuevas iniciativas instalan una gran interrogante sobre esta problemática. La profecía de la eminente muerte del arte, planteada por Hegel en el siglo XIX, sigue suscitando las más variadas interpretaciones. Si, en la actualidad nos situamos bajo esta premisa, ¿estaríamos en presencia de un cadáver? ¿Pero cómo entender entonces la proliferación de nuevas obras de arte?

Duchamp instala un concepto de obra de arte Duchamp que da profundos cambios en la forma de observar y analizar al arte. ¿Pero cómo explicamos esta nueva visión del fenómeno artístico? Una posible respuesta podemos encontrarla en la voz de Ernst Gombrich. Para éste la historia del arte occidental, en relación a la imagen que representa al mundo, es la historia del aprendizaje de la realidad en que está sumergido el sujeto, y donde el sujeto es el principal protagonista.

“No existe, realmente, el Arte. Tan sólo hay artistas. Estos eran en otros tiempos hombres que cogían tierra coloreada y dibujaban toscamente las formas de un bisonte sobre las paredes de una cueva; hoy, compran sus colores y trazan carteles para las estaciones del metro. Entre unos y otros, han hecho muchas cosas los artistas. No hay ningún mal en llamar arte a todas estas actividades, mientras tengamos en cuenta que tal palabra puede significar muchas cosas distintas, en épocas y lugares diversos, y mientras advirtamos que el Arte, escrita la palabra con A mayúscula, no existe, pues el Arte con A mayúscula tiene por esencia que ser un fantasma y un ídolo” (Gombrich, 1997)

En esta línea, la obra tiene importancia pero no como un objeto único y sagrado, sino como su propia ruina: tratamos de observar la obra como no un algo que pertenece a un momento o situación histórica, sino que la ruina no puede ser reconocida en ninguna representación o símbolo, así que este acto revelará solo al espectador como ente alegórico. El espectador es el fin último. Y es ahí donde se propone que cualquier objeto puede adquirir la categoría de obra de arte y que ésta

puede existir sencillamente porque se le da al objeto en cuestión la condición de arte. Duchamp descontextualización y recontextualización los objetos y los firma, se convierten en obra de arte, e instala una práctica por la cual incluso se puede prescindir de la realidad física de la obra.

Las obras de Duchamp, sus ready-made, inician una profunda y aún actual interrogante respecto a la materialidad de la obra de arte. Se empieza a cuestionar el concepto de gusto, ya que tal vez empieza a alejarse de la noción de la misma obra. La crítica de Duchamp se instala en la esencia misma de lo que hoy conocemos como Estética, entendiendo por estética la disciplina que durante el siglo XVIII une los conceptos de belleza y arte.

No obstante, es la defensa de la naturaleza intelectual de la pieza artística, que ha estado presente desde el humanismo y la ilustración la que finalmente guía a un cambio radical de la obra de arte llegando inclusive a considerar su desvinculación con la materia para dar mucho más preferencia sustancia al concepto de esta. El arte pasa a ser una elaboración intelectual moderada por la presencia de un discurso interpretativo en el que la presencia del espectador pasa a ser determinante pues se considera parte del proceso de la misma naturaleza artística de la obra. Así llegamos así a la postura postmoderna en la cual la experiencia del espectador pasa a ser parte de los procesos de producción artística mediante su propia construcción intelectual que convierte dicha experiencia en arte.

“... sabemos referirnos a los estados mentales de los otros en virtud de sus manifestaciones en la acción y en sus productos, tal que en la medida que una obra es resultado de las intenciones del artista es posible identificarlas en el resultado de su acción” (Danto, 2002: 190).

Danto postula que cada obra de arte es como un símbolo escrito en un lenguaje y por eso una forma de pensamiento, y además reflexiona respecto a la percepción de la obra, la cual considera como la habilidad para reconocer de qué tratan las imágenes, tener una disposición a “consentir una falsedad literal” (Danto, 2002: 185) En ese sentido, nuestra forma de percibir atenderá a las propiedades físicas de los objetos e identificará diferencias en éstos. Ello implica que no podemos percibir sino propiedades físicas —aun si la percepción aprende de la interpretación



Marcel Duchamp – “Roue de bicyclette”, 1913

de las imágenes, no significa que aprenda a percibir propiedades intencionales sino que solo son formas de distinguir y organizar los objetos. De ahí que frente a un cuadro observemos una mancha azul y digamos que es el mar. Establecemos una identidad artística sobre algo que, en términos físicos, carece de ello. Las características que podíamos identificar en una obra de arte esta vez pierden validez y ya no tienen sentido. Ahora bien, esta conexión entre percibir e interpretar nos lleva a la resolución de que una obra de arte no es sólo un objeto con propiedades físicas, sino que el espacio donde manifiesta las propiedades que se le han impuesto es entregado íntegramente por la interpretación del espectador. Cuando encontramos que una obra de arte es un botella o una caja de jabón, el arte está aislando la opción de seguir apoyando la falsedad literal. Nuestra apreciación no estaría capacitada para diferenciar entre un objeto común y una obra de arte. Los criterios para diferenciarlos no son tampoco las propiedades perceptivas de los objetos poseen.

Plantear actualmente la identificación de una obra en términos de lo que contiene, Danto lo caracteriza como la propiedad de ‘representar’ de la obra (tener un tema, tratarse de algo). Así, la interpretación alude inicialmente a este sentido amplio del término ‘representación’. Pero aún así, no basta con la naturaleza representativa que la obra posea, sino que también ese contenido debe ser parte del levantamiento de un significado.

La Historia del Arte ha convertido a la obra de arte en la razón en sí misma del estudio histórico, ha enfocado su campo de trabajo en concebir el Arte como un objeto material y concreto, que significa aspectos muy cerrados y específicos y con valor en si mismo. Pero el hecho de que la naturaleza del objeto artístico ha cambiado, compromete la necesidad de buscar una visión más extensa que permita abarcar todas las posibles expresiones, que lleve a revelar la importancia de la obra de arte, no como un objeto que representa algo, sino como un mediador de significados.

La Historia del Arte clásica concibe las obras de arte como objetos pasivos que pueden ser diseccionados y analizados de una forma objetiva. Pero después de analizar todas las actuales variantes del objeto artístico podemos darnos cuenta de que esta idea es muy restrictiva, las obras de arte son entes orgánicos, vitales, que forman parte de nuestra realidad, la construyen y están en constante vínculo con todo lo que las rodea. Este nexo continuo facilita que su mensaje o significado no sea algo acotado, sino que, al contrario, asume significados y sentidos del entorno que las rodea, e incluso son capaces de generar significados y sentidos nuevos.

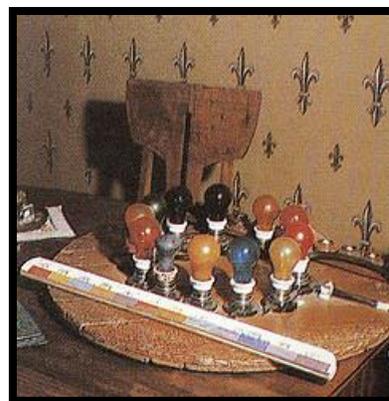
El videoclip.

En la actualidad existen muchísimos tipos de manifestaciones artísticas, desde las más clásicas como la pintura, la escultura, y más contemporáneas como el cine, o la performance. De cada una de ellas han surgido ramas que se entrelazan entre ellas mismas, y una de las quizás más actuales es el videoclip.



“Órgano de luces” confeccionado por Alexander Rimington cerca del 1900.

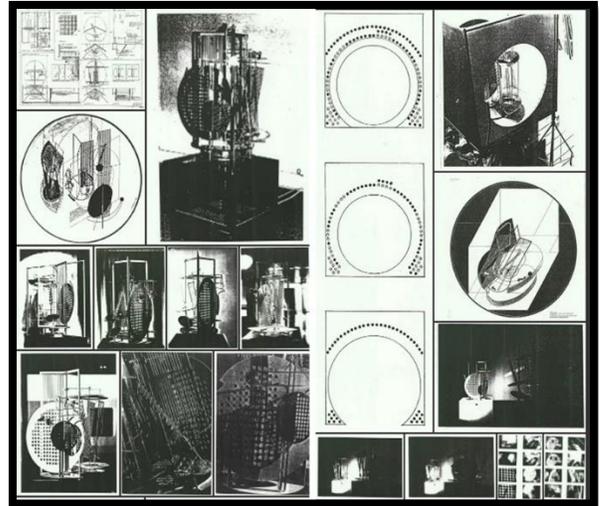
artefacto denominado cromola o *clavier à lumières*, cuya naturaleza solo sería revelado durante el propio concierto. Su estreno, a pesar de los animosos patrocinadores y el teatro repleto, fue un fracaso. Pocos entendieron que no era un simple foco de luces de colores, que este novedoso instrumento había sido creado para mostrar que el Prometeo había sido escrita con el fin de que el público experimentaran la sinestesia que buscaba Scriabin. Al no entender, la gente fue abandonando el recinto, y la obra tanto como



“Calvier a lumieres” Teclado de luces que Alexander Mozer construyó junto a Alexander Scriabin.

el *clavier a lumieres*, olvidados. Sin embargo este aparato era en realidad una mejora del órgano de luces de Alexander Rimington, un instrumento sinestésico concebido en torno a 1900 y que fue perfeccionado posteriormente. Lo que diferenciaba a este instrumento de los anteriores era que no confinaba la luz en el espacio finito de una pantalla — como en la tecnología previa, basada en la fotografía—, sino que la proyectaba hacia afuera igual que un proyector de cine. Otros ejemplos se remontan alrededor de 1877, cuando en algunas presentaciones musicales en Inglaterra se presentaban diaporamas junto con las canciones. Durante

el desarrollo de la Bauhaus algunos artistas trataron de producir música virtual, como caso de Werner Graeff y Kurt Kranz por medio de cintas de cine. Por otro lado, Kurt Schwerdtfeger y Ludwig Hirshfeld-Mack utilizaban un instrumento de proyección construido por ellos, el *Reflectorial Color Play*, donde presentaban capas de paneles que eran controladas a mano y proyectadas en la pared o telón, creando formas geométricas en colores, dependiendo de la pieza musical que estuviese sonando.



Imágenes proyectadas por Weiss Schwarz y Kurt Kranz 1929

Pero gracias al nacimiento del cine sonoro surge una evidente conexión entre la imagen y la música, principalmente observada en la película *“The Jazz Singer”*, de Alan Crosland (1927). Años posteriores surge la comedia musical norteamericana. Durante esta década, George Pal realiza cortos musicales para Philips, y además realiza filmaciones con músicos de jazz como Duke Ellington. En 1940, Oskar Fischinger filma *“Fantasía”* para la empresa Disney, donde se encuentra la secuencia de *“An American March”*, siendo una evidente muestra de la potente conexión entre la música y la imagen.



“The Jazz Singer” de 1927.

En los inicios de los cincuenta, los cortos musicales surgen en Estados Unidos gracias a los *Panoram Soundies*, unas máquinas con pantalla y altavoz en los que se podía ver y escuchar la interpretación de una canción por algo de dinero. Se cuidaban todos los detalles donde aparecía el cantante o las bandas en conciertos realizados en llamativos escenarios. Pero tras la aparición de la televisión, ya que este último medio

trabajaba con mucha mejor calidad en imagen y sonido, estos aparatos llegaron a su fin.

El cine empieza a tener un enfoque más comercial y para ello hace uso de todo lo que tenga a su alcance para llegar a más público, como las apariciones musicales, algo que ya se había trabajado en los años cuarenta con el género musical y Busby Berkeley, Gene Kelly y Vicente Minelli, entre otros. Esto muestra una evidente y productiva unión entre la música y el cine, incluyendo en sus historias trozos de canciones bailadas y actuadas.

El rock and roll y su difusión mediante la radio, el vinilo y la consecutiva entrada del televisor en los hogares de Estados Unidos está mucho más ligado al videoclip. Se crean proyectos como el “*The Jailhouse*” (Richard Torpe, 1957), con Elvis Presley, ensalzando y utilizando su figura como estrella ícono de multitudes. La industria audiovisual empieza a notar lo rentable que puede ser esta unión y retroalimentación entre las estrellas y la industria, dando ganancias para ambos.

Durante esta época, la película musical más importante fue “*A Hard Day’s Night*” (Richard Lester, 1964). Lester toma diversas inspiraciones desde el cine underground, el Cinema Verité, la Nouvelle Vague y el Free Cinema inglés, y gracias a estas fuentes se pueden observar innovaciones concretas en el lenguaje audiovisual, como la inclusión de historias de documental y ficción, diálogos e interrupciones musicales alternadas, o la cámara lenta.

Al mismo tiempo se inicia la comercialización de las primeras cámaras portátiles de video Sony, la *Portapak* (Sony DV-2400), acercando este medio al público y dando un uso más amateur pero renovado al formato video. Los artistas que trabajan con este nuevo recurso empiezan a trabajar más el concepto de cine experimental que el de la televisión comercial, dando inicio al vídeo de creación o videoarte. Este uso experimental sitúa a los artistas en contra del enfoque comercial de la televisión, y como parte de estos ensayos se empiezan a producir los primeros intercambios del mundo audiovisual con otras disciplinas, confluyendo artistas desde la plástica, el teatro, la música, etc., favoreciendo el surgimiento de creaciones multidisciplinares y colaborativas, y dando así al video la etiqueta de ser uno de los soportes más utilizados para la experimentación y la libertad creativa.

En contraposición a estos cuestionamientos, en 1975, Bruce Gowers junto a Freddy Mercury, realizan el que ha sido reconocido como el primer videoclip de la historia, y fue filmado para el grupo Queen para la canción “*Bohemian Rhapsody*”, lo que ayudó a que este grupo alcanzara la fama y reconocimiento a nivel popular y comercial, convirtiendo este trabajo en un

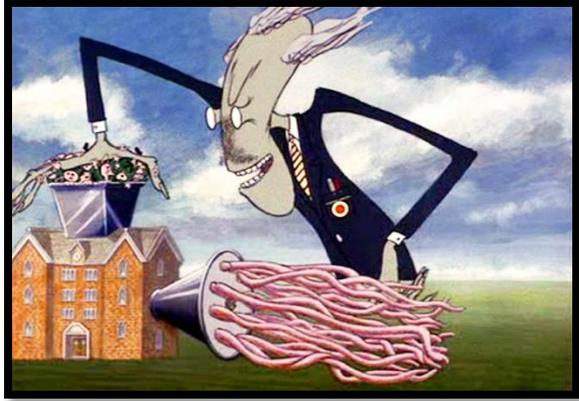
verdadero éxito en aquellos años. A partir de aquel experimento, la apuesta se hizo inevitable para ir en busca de nuevos proyectos, grupos y solistas que se pudieran relanzar bajo el formato del videoclip.



Escena del videoclip "Bohemian Rhapsody" de Queen.

"Decidimos hacer una filmación del tema y que la gente lo viera. No sabíamos cómo lo iban a valorar o a recibir. Para nosotros sólo era una variante del teatro. Pero fue una locura, y desde entonces todo el mundo lo ha hecho. En los primeros tiempos hacías un álbum y luego salías de gira justo después, pero, a veces, tardabas cuatro o cinco meses ante de llegar a un país. Nos dimos cuenta de que un vídeo podía llegar a mucha gente en muchos países sin realmente tener que estar allí, y podías publicar un disco y un vídeo simultáneamente. Todo sucedió muy rápido y ayudó mucho a las ventas de discos" (Mercury, 2007:117).

Mientras sucedía la discusión con el videoarte respecto a su veracidad artística, la libertad creativa que este poseía llega al mundo comercial y su trabajo con la música, como la labor de George Dunning en "Yellow Submarine", película de dibujos animados con música de The Beatles y el documental "Let it be", de 1970, "Quadrophenia" (Franc Roddam, 1979) y la ópera-rock "Tommy" (Ken Russell, 1975) con el grupo The Who. En los ochenta se debe destacar el trabajo de Alan Parker junto a Pink Floyd, que dio paso a "The Wall" (1982).



“The Wall” – Pink Floyd

El video empieza a ser un soporte válido para el mercado, y el videoclip surge como una producción audiovisual auspiciada por el mercado de la música para lograr mayor audiencia. Los videoclips empiezan a trabajarse como cortos publicitarios cinematográficos, se llama a conocidos directores de cine, se gestan megaproducciones. Se convierte en un importante apoyo comercial a la música que es escuchada por

la masa, desde el rock y sus variantes, y extendiéndose también a otros estilos de música. En este sentido, el formato video ingresa al mercado, se introduce en la industria cultural ya que es aceptado y reconocido el impacto que este ejerce en el público y así empieza a utilizarse el video de forma masiva en el negocio de la música, publicidad y espectáculo. La relación del videoclip con la publicidad es clara dado que sus fines son promocionales y comerciales, fundamentalmente.

Durante los años ochenta y noventa, el videoclip comienza a formar parte de la cultura occidental gracias a la globalización. Un ejemplo es la puesta en marcha en Estados Unidos de MTV, un canal de cable con la intención de emitir videoclips durante las veinticuatro horas del día. Su primer video al aire fue Video Killed The Radio Star, del grupo The Buggles. La frase “video killed the radio star, pictures came and broke your heart” casi parece premonitoria con respecto a lo que vendría después con la industria musical, la estética del video, con la explosión de la radio y los televisores arrumbados nos recuerda a las videoinstalaciones de los ochenta, y se termina mostrando la utilización de la TV como objeto de exposición, y junto a esto se muestra este símbolo de tecnología y de consumo como un objeto artístico. Lo anterior marca tendencia en la elaboración de los clips posteriores, se les da lugar a la experimentación y a la utilización de más elementos al servicio para problematizar en torno a las narrativas de estos. Entonces, el producto se concibe como género de consumo masivo; se comienza a adoptar referencias de otros lenguajes y formatos tales como el cine, la televisión, el cómic, la publicidad, etc.



“Video kill the radiostar” – The Buggles

“El primer canal por cable completamente musical, transmitido en estéreo vía satélite, 24 horas al día. Mostrará modernos vídeos de artistas contemporáneos interpretando su música. Estos vídeos son más que solo una grabación de una banda tocando y cantando. Son interpretaciones visuales sumamente estilizadas de la música. Usando las más avanzadas técnicas de vídeo. Y el sonido es transmitido a través de altavoces estéreos, llevando la forma en la que la gente ve la televisión a una dimensión completamente nueva” (García Soto, 2016: 48).

Con la llegada de los noventa y posterior a la época de oro del videoclip, el formato pasa por un momento algo más crítico, ya que el público deja de atender levemente a las propuestas, ya que no existirán mayores avances en cuanto a las novedades que entregará el género.

Los avances de las tecnologías de información son tratadas en los noventa en el videoclip, convirtiéndolo en imán de espectadores. El video, ya incluido en la industria artística y cultural va abandonando el concepto de arte-vida por la que se caracterizó en sus primeros usos de aficionados y de artistas para terminar siendo la unión de arte y un producto X. Si exponemos esto según un enfoque meramente funcional, al filmar un video que de por si tiene un fin comercial, éste abandona la visión personal que el artista posee del mundo, y pasa a expresar solo una visión del producto para el cual ha sido contratado.

Como buen producto inicialmente comercial, este necesita ser llamativo para el público. Y es en ese momento donde se llama a cineastas y artistas para nuevas creaciones, dándole un giro y

más cercanía con el mundo audiovisual y artístico. Tenemos ejemplos como Martin Scorsese con Michael Jackson, David Lynch con Nine Inch Nails, Brian de Palma y Bruce Springsteen, Sofia Coppola y The White Stripes, Gus Van Sant con Red Hot Chili Peppers, Spike Jonze con Beastie Boys, Wim Wenders junto a U2, y Jim Jarmusch con Talking Heads.

La aparición de nuevos estilos musicales convierte a esta etapa en un momento muy ventajoso para la industria. El abanico de propuestas es cada vez mayor y el videoclip se transforma en algo que empieza a dar lugar a mayores experimentaciones narrativas y visuales donde el cine o en otros lenguajes audiovisuales difícilmente se permiten realizar.

Como se dijo anteriormente, el videoclip se inició con una simple sucesión de imágenes donde el músico toca en vivo, de la mano con el surgimiento del cine. Con el surgimiento de la televisión y de las nuevas tecnologías se originan nuevos lenguajes donde el videoclip ya no es visto solo como un refuerzo comercial del mundo musical, para potenciar la compra de todo tipo de producto (en este caso, la banda o solista) o el desarrollo de las técnicas publicitarias. Actualmente nuestra percepción está siendo invadida de lo inmediato, lo artificial, de imágenes perecederas, imágenes virtuales que van cambiando, mutando y olvidándose, a pesar de la existencia de la web como almacén visual, y es el arte una de las disciplinas que más aporta a este enriquecimiento. El desarrollo audiovisual requiere de información de esta imaginería virtual y cultural ligado a la sociedad, donde surge una continua retroalimentación y es ahí donde vemos que estamos ante la constante e interesante expansión de un auténtico mercado, la industria de la imagen y de nuevos lenguajes.

Para poder dar una definición más clara de este formato es necesario señalar que en su naturaleza convergen otros lenguajes que resultan ser la conformación de este género audiovisual. Los videoclips son el resultado de la unión de temas como el discurso, el cine, la fotografía, las artes plásticas, el diseño, y con el surgimiento de la misma televisión se provoca una retroalimentación con sus formatos, como el noticiero, programas de concursos, y además se incluye el cómic, la danza y el teatro o teatralidad.

Body y Weibal (1987, citado en Sedeño, 2007) definen al videoclip como “*una forma de arte dinámico donde lo musical y lo visual se combinan. Con eso se logra un efecto único que sería imposible sin la interacción entre ambas partes. La forma ideal es la música visual, una fascinación combinación de disciplinas que se complementa mutuamente, esa combinación de formas y música crea ilimitadas posibilidades de expresión artística*”² Finalmente el videoclip ordena las expresiones de la imagen y el sonido, de forma intencional, utilizando diferentes recursos plásticos, musicales y narrativos para comunicar y así dar a entender a grandes rasgos un formato constituido por dos principios elementales para su creación; la música y la imagen, cuyo fin es la traducción del sonido a la forma, creando así una especie de música visual, muy acorde a las nuevas generaciones que ha crecido bajo el amparo del lenguaje audiovisual y sus diversas manifestaciones.

² Body, V. y Weibel, P. (1987). *Clip, Klapp, bum: von der visuellen Musik zum Musikvideo*. Köln: Dumont Taschenbücher. Traducción por Sedeño A.

Lo audiovisual y lo postmoderno

La interacción con las pantallas en nuestras vidas se hace cada vez más cotidiano, ya sea con la televisión, celular, computador, tablet, cine, etc. Es tan fuerte esta presencia que se ha vuelto muy difícil imaginarnos nuestro diario vivir sin ellas. Como observan Lipovetsky y Serroy (2009, p 12) hay “*pantallas en todos lados y a todo momento (...) para ver y hacer todo. Pantalla de vídeo, pantalla en miniatura, pantalla gráfica, pantalla nómada, pantalla táctil: el siglo que comienza es el de la pantalla omnipresente y multiforme, planetaria y multimedia*”. Nuestras relaciones son dirigidas e intervenidas por una gran cantidad de pantallas interconectadas, muchas de ellas, nos muestran el mundo; señalando modos de ver, vestirse, pensar, comer, vivir; nos muestran el mundo tal como es, y además nos ponen en presencia de realidades que son editadas y construidas para ser observadas, siendo además el reflejo de las individualidades, flujos constantes de información objetiva y subjetiva, nihilista y encocada en el narcisismo actual. Para Lipovetsky y Serroy (2009, p. 23), “*estamos en el tiempo de la pantalla-mundo (...) El arte (arte digital), la música (videoclip), el juego (videojuego), la publicidad, la conversación, la fotografía, el saber, nada más escapa completamente a las mallas digitales de la nueva ecranocracia*”.

El inicio más certero respecto a la definición de lo audiovisual fue con la cinematografía, aunque podemos considerar al cómic como un antecedente del funcionamiento de la comunicación audiovisual, en como integra texto e imagen. En este sentido volvemos a señalar la experimentación e innovación asociados a los movimientos de vanguardia que buscaban una unificación “cinematográfica” de imagen y texto.

Al sincronizarse lenguajes sonoros y visuales surge el lenguaje audiovisual como un producto que interrelaciona diversos lenguajes para elaborar un concepto. Cuando discutimos los diferentes lenguajes y y como se interrelacionan en el texto audiovisual, podemos darnos cuenta que en este método visual se pueden identificar los lenguajes verbal-escrito, imaginaria, escenográfico y gestual, y en el sistema sonoro, los lenguajes de la música, los ruidos y el verbal oral. Nilton Hernandez (2005, p. 228) destaca también que “*tomas de cámara, sonidos, músicas, iluminación, escenarios, figurinos entre muchos otros elementos posibles, construyen un todo de significación.*”

Con el progreso de las nuevas tecnologías en la televisión, los avances tecnológicos y sociales fluyen de forma tal que han potenciado de forma mutua todas las expresiones audiovisuales. Aunque el medio televisivo no ha sustituido nunca el mundo del ciberespacio, es actualmente donde se ha hecho más explícito que ambos medios se ven mutuamente perfeccionados, para así dar nacimiento a nuevas estructuras híbridas como Youtube, Netflix, televisión móvil, etc). Con una frecuencia que va en aumento, las actuales tendencias interactivas en las tecnologías basadas en el uso de una pantalla están basando sus tácticas en eliminar la observación pasiva de los mensajes que son emitidos por los medios de masas más antiguos como la radio o la misma televisión. A par con esta idea, la ampliación de las redes digitales ha permitido que surga una cultura transmedia donde la audiencia de los diversos medios se ha convertido en un tipo de usuario altamente participativo que además de consumir cultura también la produce y divulga.

En este caso, al referirnos al arte, el cual ha sido desde sus inicios un potente instrumento comunicativo, no se queda al margen de todos los progresos tecnológicos que han sucedido hasta hoy en día y ha logrado adaptarse y beneficiarse de sus avances e incluso ha logrado introducir nuevas estrategias comunicativas en estos nuevos medios de masas.

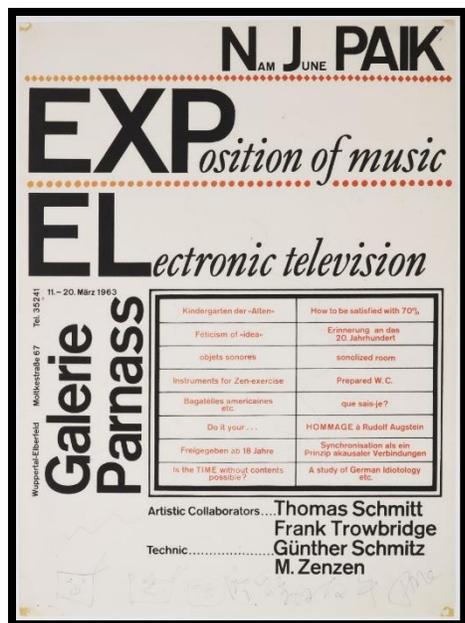
Desde un punto de vista de la Historia del Arte, la práctica artística ha debido capturar todo lo referente a los avances y creación de nuevos instrumentos tecnológicos tras cuestionarse el concepto de arte, durante la primera mitad del siglo XX. Al superarse una especie de tecnofobia que se desarrolló durante el Romanticismo, las Vanguardias Históricas abrieron la puerta a un productivo desarrollo artístico (Carrillo, 2004, p. 162). Posteriormente, las Neovanguardias empiezan a entrar en un periodo donde finalmente, y a partir de una gran variedad de disciplinas que surgen gracias a este hecho, la obra de arte se vincula completamente a las nuevas tecnologías de la era digital.

Un ejemplo de esta vinculación del arte con las nuevas tecnologías es observar cómo las producciones artísticas audiovisuales, tal como el cine o el videoarte han generado cambios en muchas estrategias comunicativas de la televisión o Internet repercutiendo de forma directa en la sociedad, y a su vez estas mismas creaciones y sus responsables han absorbido y aprendido de estas innovaciones tecnológicas, proponiendo nuevos contenidos y críticas al mismo sistema del cual son parte. Así podemos observar una relación e influencia recíproca existente tanto en las

experimentaciones comunicativas y sociales del arte como de las imágenes y los medios de masas actuales.

Como principal medio de masa audiovisual y ejemplo de medio postmoderno podemos referirnos a la televisión. Desde que se generó la primera transmisión pública televisiva en 1926 (Gran Bretaña), se iniciaría una carrera apresurada por convertir a la televisión en una industria. Se consideró de vital importancia el llegar de forma generalizada a un público para que así apreciara a la televisión como una necesidad y un espacio dedicado a la información y al entretenimiento a través de crear y manejar una nueva cultura de masas focalizada en la fama, la belleza, el deporte y la política. A partir de eso y a lo largo de su historia como medio audiovisual el espacio televisivo dio paso a múltiples hibridaciones de variados géneros de la cultura popular, generándose entre otros, mezcla entre cine y televisión generando los telefilms o series, con ejemplos como *Twin Peaks* emitido en 1990 y 1991, creado por David Lynch, *Six Feet Under*, realizado por HBO, *CSI*, emitida por la cadena CBS, creada por Anthony E. Zuiker y producida por Jerry Bruckheimer y *Lost*, emitida por la ABC, escrita por Jeffrey Lieber, J.J. Abrams y Damon Lindelof. También se da la unión entre el cine y el teatro, generando las sitcom con ejemplos actuales como *Seinfeld*, *Friends*, *The Simpsons*, *How I Met Your Mother* y *The Big Bang Theory*. Este fenómeno de hibridación también se desarrolló en el arte de algunas Vanguardias de principios del siglo XX, no obstante fue durante las Neovanguardias de la segunda mitad de aquel siglo cuando el vínculo entre tecnología y arte y las prácticas híbridas acontecen de forma más frecuente. Sin duda, las Neovanguardias fueron dependientes de este contexto donde el auge comunicacional y tecnológico, y la sociedad industrial en la que estaban inmersas, sin embargo fue una fuente para así poder criticarla, defenderla o utilizarla como solo un medio para crear sus propias obras.

Un ejemplo de esta hibridación postmodernas de disciplinas y de la utilización de las nuevas tecnologías audiovisuales es el movimiento Fluxus surgido en 1958. Las piezas fluxus “suceden”, uniendo música, acción, palabra, acción y además contando con artistas de distintas disciplinas. Esta forma manifiesta una manera interactiva de producción artística. La primera obra artística donde se empleó un aparato de televisión fue “*Deutscher Ausblick*” (1958) del artista fluxus Wolf Vostell. Pero si nos enfocamos en los discursos artísticos referentes a la televisión, las primeras



Afiche Exposition of Musik-Electronic Television, 1963

obras más que nada abordaban a este aparato de forma crítica y presentándose ante él de forma agresiva. Se promovía en él un juicio a aquel “mueble” que anestesiaba a los espectadores. Nam June Paik, pieza clave en el movimiento Fluxus, se refirió en sus obras al televisor siempre desde un punto de vista crítico. Sin embargo a pesar de utilizarse el televisor-objeto en el arte, las aportaciones artísticas en torno a las imágenes, al espacio televisivo y al tiempo son mayores y más concretas. Paik, en 1963, llevó a cabo la Exposition of Musik-Electronic Television en la que se presentaron, entre otras obras, doce televisores cuyas señales habían sido distorsionadas por el artista, modificando las imágenes emitidas, y que además iban acompañadas de producciones de música electrónica ³

Actualmente algunos artistas defensores y detractores de la televisión han sido llevados mediante la experimentación a trabajar en la red Internet, y es que la televisión e Internet conforman los verdaderos soportes visuales de los siglos XX y XXI. Por ello, no es extraño que ambos medios tengan similares habilidades artísticas de comunicación interactiva, influyéndose mutuamente. En relación a la televisión, su modo de difusión de contenidos acotaba esa interactividad. Es así como artistas como Pierre Huyghe pudieron integrar gracias a una enorme creatividad la interacción de la ciudadanía en la televisión. La obra Mobile TV (1995-1997) proporciona un estudio móvil y un sistema de retransmisión para que cualquier persona pueda realizar un programa de televisión ⁴ Estos mini programas donde el ciudadano común y corriente pasa de receptor a protagonista, se emitieron por el canal France 3. Debido además a las características que posee Internet, este tipo de acciones recíprocas se ha visto masificada en el Net.art, donde uno de sus primeros manifiestos postula que el desarrollo de la obra por parte del usuario sea realmente la obra en sí.

³ Más información en Media Art Net. “Exposition of Music-Electronic Television” s.f <http://www.medienkunstnetz.de/works/exposition-of-music/>

⁴ Mas información (en francés) http://i-ac.eu/fr/collection/102_mobil-tv-PIERRE-HUYGHE-1995

Es indiscutible que los paralelos entre estos medios son el resultado de una situación que se ve representada en este comentario de José Luis Brea: *“Cada medio realiza la ley del que le precede (...) que Internet se televisa, se someta a las lógicas del medio de comunicación de masas, parece, ciertamente, su más inmediato futuro”* (2002, pp. 126-127)

Una vez surgidas estas expresiones creativas en la red, no fue extraño que las disciplinas audiovisuales (cine, televisión, videoarte y sus híbridos, entre otros) se adaptasen a los procesos de desarrollo tecnológico. Los monitores de televisión y los ordenadores tienen en común diversas características: ambos son catalogados como un objeto-mueble que ocupa un lugar en gran parte de los hogares del mundo, ambos poseen espectadores-usuarios los cuales disfrutan de un espacio virtual de información audiovisual; y ambos además nos entregan diversas rutas gracias al zapping o la navegación online por las direcciones URL.

Por otra parte, el cine experimental se sumerge en la red incorporándose en la base de datos para así recorrerla, hacerse parte de ella y trabajar de forma hipertextual con los mismos usuarios. Por ejemplo, en 1994 se elaboró el primer proyecto de cine hipertextual titulado “Waxweb” del director de cine independiente David Blair. En la web de la obra se puede reproducir de forma normal la película “Wax or the discovery among the bees (1991), o también se pueden seleccionar algunas escenas mostrándose así una variedad de enlaces con imágenes, representaciones en 3D, textos, y audio, entre otras opciones, para así poder establecer una conexión con el usuario de forma personal y única ⁵

Un suceso que provocó un cambio sustancial en Internet y por lo tanto en las manifestaciones artísticas audiovisuales fue el nacimiento de la Web 2.0 en el año 2004. Si bien es cierto que se podían generar e incluir información en la red, el usuario debía tener algunas habilidades informáticas. Sin embargo, la Web 2.0 logró fomentar instancias como las redes sociales, los blogs y diversos espacios para compartir fotografías y videos, como Flickr, Facebook, Blogspot, etc. Estos permitieron que cualquier usuario, tuviera habilidades o no pudiera generar contenidos, abriendo así nuevas opciones de experimentación en la creación artística a través de la red. Indudablemente desde el surgimiento de la Web 2.0 los contenidos en línea han crecido de forma exponencial gracias a un público ansioso por dejar sus vestigios en el ciberespacio.

Un ejemplo de esta creación y difusión creativa es el proyecto de Youtube “Life in a Day” (2011) el cual necesitó de la participación de la comunidad. Los participantes, que trabajaron de

⁵ Se puede ver la película en Waxweb: sf. <https://www.waxweb.org/>

forma voluntaria, debían grabar un trozo de su vida cotidiana del día 24 de julio de 2010 y subir estas producciones a la red. Una vez aceptadas las propuestas, el director Kevin MacDonald seleccionó y editó el material audiovisual para así elaborar un documental de noventa minutos que pretendía evidenciar a las generaciones posteriores cómo era un día común en el planeta durante el año 2010. Esta producción tuvo su estreno en Youtube y aún se puede encontrar en esta web de forma gratuita.



Muestra “YouTube Play”, Museo Guggenheim, Nueva York

También se puede destacar respecto a la hibridación del arte videográfico-Youtube la iniciativa “YouPlay: Bienal de Video Creativo” del año 2010, la cual fue producida por la Fundación Guggenheim y Youtube en colaboración con HP. Esta convocatoria se traduce en un intento de analizar cómo afecta la

tecnología sobre la creatividad, y éste llamado se dirigió a la comunidad virtual con la idea de que los usuarios que estaban interesados participasen subiendo a través de Youtube una obra propia de video que no durara más de 10 minutos. Nancy Spector, miembro de la Fundación Guggenheim, afirmó respecto a esta experiencia lo interesante de: *“la idea de observar cómo el video en línea emerge progresivamente como una forma de arte en sí mismo”* (Reuters, 2010). El proyecto recibió 23.000 propuestas audiovisuales con integrantes de 91 países. Inicialmente, los miembros del jurado seleccionaron 125 videos que se pueden revisar en el canal de Youtube Playbiennial ⁶ los cuales fueron clasificados en las siguientes categorías: narrativa, no narrativa, experimental, musical, documental y animación, para finalmente realizar una segunda selección con 25 videos que serían rproducidos en los mseos Guggenheim. Esta original experiencia integró a las organizaciones artísticas pertenecientes a los circuitos masivos y contemporáneos de difusión de imágenes. Sin embargo, como comenta Luis Deltell, esa búsqueda de innovación y exprimentación

⁶ Canal oficial en Youtube: YouPlay: Bienal de Video Creativo <https://www.youtube.com/play>. Playlist de los videos seleccionados en <https://www.youtube.com/playlist?list=PLB0B491FFD0287E6E>

en el ámbito artístico del video y la creación audiovisual solo dio lugar a una selección de creaciones donde *“la inmensa mayoría de ellas son piezas completamente convencionales en su lenguaje cinematográfico”* (2010, p. 7). Esto puede entenderse como lo dominante y masivo que ha llegado a ser el cine como medio masivo y así mismo creativo.

Ya que hablamos de cine inicialmente se toma como la fecha oficial de su nacimiento el 28 de diciembre de 1895. Los hermanos Lumière mostraron sus películas en el Salón Indien de París, uno de los primeros *“La llegada de un tren a la estación de Closat”*, mostraba una locomotora que parecía salirse de la pantalla. Su éxito que comenzó a declinar cuando el público empezó a cansarse de contemplar la vida cotidiana que ofrecían sus proyecciones: *“Salida del trabajo”* o *“Tráfico”*, todas ellas, en un único plano fijo.

Si realizamos una búsqueda en la web, si revisamos sitios y diccionarios no especializados, encontraremos que audiovisual es un adjetivo que nos sirve tanto para dirigirnos a aquello que une el sentido de la vista y el oído en forma de imágenes y discurso grabado o música de fondo. Además notaremos que cuando se habla del tema, nos encontraremos más que nada con el término medios audiovisuales.

Es este caso y en muchos otros, los medios audiovisuales son los aparatos físicos que captan y reproducen imágenes y sonidos. Si nos referimos a medios en nuestros días, estamos hablando de proyectores de imágenes, grabadoras de video y de audio, computadoras, memorias USB, televisores, pantallas, etcétera. Pero si hablamos de medios audiovisuales haciendo referencia a este tipo de soportes ¿Cómo nombramos a los televisores o a las plataformas de internet, por enumerar algunos? ¿En que punto lo que es audiovisual y no es lo define la intervención de la tecnología?

Lipovetsky (2004, 240) destaca al videoclip como la representación extrema de lo que él denomina *“cultura express”*. Con una visión algo negativa con respecto a este formato, Lipovetsky se enfoca en que la función del videoclip no es la creación de imágenes con una base de una pieza musical, sino que su objetivo es la sobreexcitación del espectador mediante el cambio inesperado y la sorpresa, declarando incluso que *“nos hallamos ante los índices I.P.M. (ideas por minuto) y ante la seducción-segundo”* (2004, 240). Este rasgo se asocia con la cultura postmoderna, al igual que la narrativa diversa y la dispersa formalidad desarrollada por el videoclip. Es un símbolo de vanguardia audiovisual, siempre haciendo uso de las últimas técnicas innovadoras y estéticas

estimulantes. Ocupa todo lo necesario, cualquier tradición iconográfica, estética, todo sirve. Todo puede ser citado, reelaborado o refundido en un video musical, pero, como se sabe, no todo vale. Cada videoclip acota un repertorio, un clima visual; elige del gran catálogo audiovisual de la humanidad, lo refunde y lo hace funcionar en su musicalidad formal, musicalidad del contenido, su musicalidad de lo real.

También podríamos decir que los videoclips provocan "seducción" (Baudrillard, cit. por Grosso, 1997a), vinculaciones personales, comprometen atracciones hacia el mundo y sus interacciones socioculturales y del imaginario. Ello, junto a la velocidad de la estimulación tanto visual como musical nos sumerge en variadas conexiones con sucesos y expresiones artísticas que *configuran, movilizan o densifican* nuestros "cosmos de bolsillo". El constante flujo de codificaciones y decodificaciones socioculturales, ya sean imaginarias o discursivas, traspasan los videoclips de difusión masiva, generando variedad de lecturas, asociación y disociación, conectividad y fallas. Podemos pensar que algunas experiencias músicovisuales nos lleven a recaer y reemplazar conexiones con otras figuras, mediante membranas multidireccionales hacia regiones diversas, una experiencia que el posmodernismo se ha encargado de destacar y de utilizar a su favor. Calificar la experiencia del videoclip como una experiencia real, es poner hincapié en las conexiones con nuestros mundos e imaginarios y los mundos e imaginarios de otros. Esas realidades efectivas nos hacen actuar, pensar, decir, recalando también que estas variadas codificaciones sociales y culturales, los textos músicovisuales trabajan sobre lo que ya se ha hecho, lo que se está haciendo y lo que ya se desechó.

Chalkho en su artículo *Transdisciplina y percepción en las artes audiovisuales*, presenta el término "ente audiovisual" para apuntar a "la obra o pieza audiovisual como unidad, o sea a la obra en su totalidad" (Chalkho, 2004, p. 34). Esto implica que un ente audiovisual no sólo trata del contenido artístico que éste posea, sino que también el formato en el que se expone y el soporte físico que lo sustente. Y de este mismo artículo, se puede extraer el concepto de "objeto audiovisual" como "aquel fragmento o recorte de un ente audiovisual que se aísla para su estudio" (Op. cit.).

Por su parte, Michel Chion ocupa el término "medios audiovisuales" como un producto artístico que puede ser reproducido: "...las películas, la televisión, y los medios audiovisuales en general, no se dirigen sólo a la vista. En su espectador –su <<audio-espectador>>- suscitan una

actitud perceptiva específica que, en esta obra, proponemos llamar la audiovisión” (Chion, 1993, p. 1). No obstante, el mismo Chion más adelante presenta una idea muy diferente a las propuestas anteriores, aunque en este caso se enfoca en la idea de la percepción, el concepto de la *“ilusión audiovisual”*. Este concepto se enfoca en la manera en la que percibimos sonido e imagen, en especial cuando vemos una película.

Iury Lech cuando usa el término de videoarte realiza una clara diferenciación entre éste y el cine: *“el videoarte, [...] se gestó como un instrumento ideológico estético para combatir, con sus mismas armas, a la adictiva banalidad de la televisión”* (Lech, 2009, pp 8-9). *“El videoarte, esa creación audiovisual para muchos, metafísica, es la disciplina artística del presente mejor capacitada para sustituir a un agotado Séptimo Arte...”* (op. Cit., p. 12).

¿Entonces, en qué momento lo audiovisual pasa a ser una obra de arte? ¿Cómo podemos entender lo audiovisual en las artes? Generalmente en los créditos de alguna producción artística surge el nombre de alguien encargado de los audiovisuales, o que en alguna performance exista una persona encargada de la parte visual, o personas que dicen que se dedica a hacer audiovisuales, y aún así entendemos de que se trata. Entendemos que se dedica a realizar videos con sonido. Y clasificar todo como cine, sería incorrecto, ya que el cine es un producto que involucra diversos campos de estudio que en muchos casos no están presentes en otro tipo de producciones audiovisuales.

Lo postmoderno y lo artístico.

Uno de los quiebres en el ámbito artístico durante el rompimiento de los paradigmas modernos fue el cambio de visión con respecto a la función de la obra de arte. Y este quiebre junto a la evolución de las mismas tecnologías potenciadas en la época moderna pero pensada con otros objetivos fue lo que dio paso a la experimentación en ellas.

Los artistas de la vanguardia de principios de siglo se reconocían a si mismos como agentes de negación, destrucción y erradicación de todas las formas tradicionales de arte. “La negación es creación” (tomado de la dialéctica hegeliana y propagada por Bakunin o Nietzsche bajo el título de “nihilismo activo”) inspiró a los artistas de la vanguardia que a su vez se sintieron con el poder de crear nuevos iconos para así destruir los antiguos. La obra de arte moderna fue medida por su radicalidad y por lo lejos que había llegado el artista al destruir la tradición artística.

Una de las observaciones más elementales en esta nueva visión postmodernista del mundo es el surgimiento de los medios de masa actuales como una inmensa máquina de producción, y por ende más extensa y efectiva que el Arte Contemporáneo. Las imágenes que entregan estos medios están mucho más impregnadas en la consciencia pública, de una manera mucho más profunda que cualquier obra de arte. Esta eliminación del artista de la práctica de la producción de las imágenes es muy dolorosa para el sistema del Arte Contemporáneo porque al menos al inicio del Modernismo, los artistas habían querido ser radicales, atrevidos e ir más allá de las limitaciones. Los cambios que han sucedido desde los años 60' en el mundo se ha reflejado tanto en la cultura juvenil como en el arte, siendo ambos aspectos retroalimentados mutuamente ya que el arte toma elementos de la identidad juvenil y estos jóvenes se sienten atraídos por este arte más rupturista, y todo eso sumado a los cuestionamientos de los metarrelatos, termina convirtiendo al arte en algo superficial, íntimamente ligado a los valores tradicionales rotos que genera esta cultura de masas. Esta cultura y cambio de paradigma también sugería abrir más espacios para todos, de forma democrática, para que el arte de “élite” pudiera llegar a más personas, sin embargo, este terminaría convirtiéndose en una simple mercancía y con esto se daría origen a la alta producción en el arte.

En estos aspectos, los medios nos muestran las imágenes de lo que está pasando en la actualidad. En contraste a los medios de masa, las instituciones del arte son lugares de comparaciones históricas entre el pasado y el presente, entre la promesa de igualdad original y la realización de esta promesa, por lo tanto, poseen los medios y poseen los lugares para un discurso

crítico. Esto puede producirse porque cada discurso de este tipo necesita comparar, un marco, una técnica que pueda valorar y desvalorar que pueda ser aplicada al fenómeno de la cultura actual. Dado el clima cultural las instituciones de arte son prácticamente los únicos lugares donde se puede dar ese retroceso con su respectivo análisis y comparación histórica. Bajo estos términos, el contexto del arte es casi irremplazable porque está situado firmemente para este análisis crítico y desafiante de lo que el espíritu de la era de los medios de comunicación.

Al entender que arte posmoderno se entiende como una forma de producción cultural, que refleja y depende de determinadas condiciones culturales, entonces, lejos de marginar los aspectos sociales y culturales del proceso de expresión y formalización artística se considera, al contrario, que estos son indispensables para cualquier debate estético. El arte constituye una especie de comentario sobre la cultura y se halla enmarcado y condicionado por ella, y por ende la crítica posmoderna toma forma de una crítica cultural. La función de críticos y maestros es analizar el arte en su contexto cultural.

Ahora bien, también hay que ser crítico frente a la alienación que genera un consumo masivo, disperso e irreflexivo de imágenes. Y bajo esa premisa, se debe reconocer que recibimos constantemente imágenes de todo tipo, a un nivel de producción y distribución de imágenes con las cuales el artista con sus habilidades manuales no puede competir. Parece que el artista, el último artesano de la modernidad presente, no tiene posibilidad de rivalizar con la supremacía de estas imágenes generadas por esta maquinaria de los mass media.

Sin embargo, el uso que hace el arte posmoderno con los objetos e imágenes expone el colapso cultural del mundo, utilizando estas imágenes sometiéndolas a un proceso constante de reapropiación y reciclaje, mostrando la superficialidad, la unión y la ilusión de este colapso, y criticando así mismo esta nueva realidad.

Artistas como Cindy Sherman y sus autorretratos, Sherrie Levine y sus fotografías a otras fotografías y Lillian Schwartz con su manipulación de imágenes de forma digital, trabajan cada una a su manera los conceptos tan propios de la modernidad como la autoexpresión, originalidad y propiedad. Conciben su arte como un comentario a las ideologías y formas de representación dominantes y trabajan con la fotografía y otros medios tecnológicos que podrían considerarse medios especialmente posmodernos

Los posmodernos cuestionan la distinción entre la cultura elevada o de elite y la cultura en su conjunto y sostienen que su clasificación como producción cultural de tipo popular y étnico por un lado y bellas artes por el otro es una farsa en el contexto actual de una sociedad global. Por eso denuncian la fuerte connotación social y cultural de palabras como “obra maestra” y caracterizaciones de “artista” en términos de genio mítico que para trabajar necesita aislarse del resto de la sociedad. El posmodernismo hace caso omiso del misticismo que envuelve a buena parte del arte moderno y de la pureza de intenciones que suele atribuirse a sus autores. Los artistas posmodernos, por su parte hacen públicas sus motivaciones personales conscientes de que estas guardan alguna relación con la sociedad, e incorporan símbolos sociales a su trabajo. La crítica posmoderna desafía al elitismo de la modernidad tardía.

La comunidad posmoderna del arte se ha orientado hacia cualidades de distensión y ha relativizado la importancia atribuida a una “buena” estética o a un “buen” diseño. La cultura popular tan denostada por la crítica moderna, adquiere otro rango con la posmodernidad, al reconocerse su valor central en la vida cotidiana. La posmodernidad se caracteriza por la apertura y voluntad expresa de apropiarse de imágenes de la cultura popular y otras fuentes. Pese a un marcado interés por la alteridad, se hace hincapié en la superposición e interrelación de artes y culturas. La apropiación funciona a menudo en el arte posmoderno como una declaración sobre los cauces que de hecho siguen las imágenes en su constante movimiento y transformación a través de la cultura popular, la cultura elevada y así sucesivamente.

Si seguimos hablando del arte y el postmodernismo, de forma obligada debemos recordar a Duchamp, ya que, desde su aparición dentro del circuito del arte moderno, éste ha trabajado como una elevación de las “cosas simples” el estatus de obra de arte. Esta movilidad crea una ilusión de que la obra de arte es de por sí algo más alto y superior que lo que es real. Pero desde que el arte contemporáneo pasó por una larga autocrítica que también ha sido parte de su esencia, el nombre “arte” se usa no solo para engrandecer, sino que también como una forma de denigración. Ahora es muy común escuchar que algunas cosas son “simplemente arte” y esta denominación puede ser incluso peor que decir que son solo objetos. El poder de nivelación del arte moderno y del contemporáneo trabaja en ambos sentidos, valorizando y desvalorizando al mismo tiempo.

Duchamp ha sido considerado como uno de los artistas más importantes del siglo XX. El abordó principalmente la crítica a la pintura de caballete, el desarme del signo; la anulación de la

concepción moderna de obra; y la trascendencia del contexto donde se desenvuelve la experiencia artística. Dada esta influencia en los artistas posteriores, ellos se enfrentan a la situación de tener que destruir el “YouTube Play” organizada por el museo Guggenheim de Nueva York es ese espacio. medio por el cual concretaban su discurso; así de esta manera, la ruptura se hace parte de la creación de la obra. Bajo esta lógica, esta postura de Duchamp se presenta como el fin de una época, o la revocación definitiva de la idea clásica de arte; pero ¿cuáles son las singularidades de este desarme que realiza Duchamp?

El trabajo de Duchamp inicialmente se enfoca en reemplazar a la pintura como obra visual por la pintura-idea, a pesar de que inicialmente se dedicó a investigar como funcionaba el concepto de movimiento, todo desde el fauvismo al cubismo. Sin embargo, el haberse finalmente alejado de la pintura bajo ninguna circunstancia significó un fin de su actividad productiva, sino que instala una nueva manera de entender la producción artística gracias a su primer *ready-made*, “Rueda de bicicleta”. La aparición de los ready-made proponen una pregunta fundamental: ¿cuáles son las características y momentos para poder denominar obra de arte a un objeto cotidiano? Las propiedades esenciales del ready-made se podrían resumir en lo siguiente: son obras que son objetos cotidianos, sencillos y desechables, objetos neutros. Los ready-made se señalan como un estilo no plástico, porque en su sentido más trascendente es una obra artística que se retroalimenta, ya que surge a través de la crítica, y la crítica surge a partir de la obra. En general, el ready-made es una excusa para plantear una serie de ideas donde se reflexiona el contexto de la obra, haciéndola parte de la obra misma, idea que transforma la lectura de obra clásica. Bajo esta postura, lo que define que un simple objeto pase a convertirse en arte, es la pérdida de la función del mismo. El ready-made elimina la idea de la técnica del artista he incorpora el gesto del artista, donde con el objeto elegido se genera un desorden que al mismo tiempo logra concretar una serie de diversos significados y lecturas.

Debemos entender entonces a los ready-made como la representación en la cual el mundo y su esencia está en decadencia, quebrando paradigmas y cuestionándose sus fines amparados por la antigua modernidad. Esta observación establece un paralelo con la teoría no aurática del arte de Benjamin (2003), donde la reproducción técnica (cine y fotografía) revela esta condición fúnebre de la obra de arte. En esta línea, la obra es importante pero ya no como un objeto o entidad sagrada, sino como una ruina, negándole los valores que anteriormente construyeron la idea moderna del

arte. Entonces, al decir “fin de la historia del arte”, nos referimos a que en estos días todas las formas de arte y todos los objetos pueden ser considerados obras de arte. Bajo esa idea la lucha por el reconocimiento en el arte ha llegado a su fin y se ha convertido en algo superfluo.

El arte moderno, según lo postulado por Benjamin, es arte profano, ha perdido su carácter único, singular e irrepetible, y ha sido reemplazado por la reproducción en serie. Estos cambios de enorme alcance predispuesto inicialmente con la televisión y los avances tecnológicos afectaron principalmente a las artes visuales y en especial a la pintura; debido a esto las bellas artes “han perdido la batalla” ante la tecnología y sus aportes. Ejemplo de esto fue el Pop Art y Andy Warhol, que introduce en su propuesta artística la discusión de la sociedad de consumo, tomando los intereses que identificaban a las masas, y notó que en estos tiempos ya no existía un espacio efectivo para el arte visual clásico, el mundo real demanda mayor información, imágenes, símbolos y sonidos.

Bajo esta visión de constantes flujos de información, el posmodernismo considera que una obra de arte es interpretada o leída desde perspectivas tan distintas que a partir de su experiencia visual construyen de hecho obras diferentes que pueden llegar a parecerse poco o nada a la intención original del artista. Stanley Fish (citado en Efland A, Freeman K, Stuhr P, 2003) sostiene que los espectadores se convierten en artistas al recrear la obra en el acto mismo de entenderla. Desde la perspectiva posmoderna, se suele interpretar la representación como realidad, de modo que la teoría debería desarrollar cuestiones relacionadas con la representación, y el arte promover o evocar muchas interpretaciones distintas. Estas interpretaciones se convierten en significados anexos que vienen dados con el objeto. Las cuestiones de la representación y la interpretación trazan una de las líneas divisorias más características entre modernidad y posmodernidad. El arte posmoderno, las diferencias entre interpretaciones se originan en un uso deliberado de la contradicción, la ironía, la metáfora y la ambigüedad.

El pensamiento postmoderno en el arte cuestiona la idea de avance y progreso, entrega una ruptura de lo lineal y clásico en los discursos y se empiezan a potenciar las relecturas y los recorridos alternativos que se producen y se han producido a través de la Historia del Arte. Ya no existe el artista con un solo objetivo, tema o inspiración, por lo que también se empieza a hablar de la muerte del artista, y empezamos a hablar ya no de crear, sino que de combinar y seleccionar ideas para expresarlas como un todo, como un collage.

El discurso sobre el fin del arte ha dejado su huella en la escena artística. La gente está constantemente refiriéndose al fin de la historia del arte, con lo cual quieren decir que, en estos días, todas las formas de arte y todos los objetos son, en principio, considerados obras de arte. Bajo esta premisa la lucha por el reconocimiento en el arte ha alcanzado un fin lógico y se ha transformado, por lo tanto, en inadecuado y superfluo. Como se ha argumentado, todas las imágenes están siendo reconocidas como de igual valor lo que privaría al artista de sus herramientas estéticas con las cuales crea tabúes, busca provocar, choquear o extender los límites existentes del arte, como fue posible durante toda la historia del arte moderno. En su lugar, por el momento, la historia ha llegado a un fin en que cada artista tendrá que suponer en producir una imagen arbitraria entre muchas otras. Cualquiera sea el caso, el régimen de igualdad de todas las imágenes debería no solo ser visto como el fin de la lógica del arte de la modernidad, sino también como su negación terminal. De acuerdo a esto ahora somos testigos de repetidas ondas de nostalgia por un tiempo en que la obra de arte individual todavía era considerada preciosa como obra de arte singular.

Con respecto a la función de la obra artística, Paul Valery sostiene:

En toda obra se unen un deseo, una idea, una acción y una materia. Esos elementos esenciales tienen entre sí relaciones muy diversas, no muy simples, y a veces tan sutiles que es imposible expresarlas. Cuando así ocurre, es decir, cuando no podemos representar o definir una obra por una especie de fórmula que nos permita concebirla hecha y rehecha a voluntad, la llamamos Obra de Arte. La nobleza del arte depende de la pureza del deseo del que procede y de la incertidumbre del autor en cuanto al feliz desenlace de su acción. (Valery, 1960)

El fracaso del arte moderno sucede al dejar a la gente sin esperanza, rasgo que en otras épocas había sido un rasgo esencial del arte (Gablick, 1984). También las vanguardias carecían de sentido para el público en general, he incluso algunos artistas modernos establecían una tajante separación entre si mismos y el público, apelando a su necesidad de soledad y sin admitir influencia social en su obra. Sin embargo, el público estaba convencido de que había que proseguir el camino de la perspectiva tradicional y no podía hacerse la idea de que alguien se pasara un año pintando un cuadrado blanco sin ningún significado (Lyotard, 1987, pag 121)

Los teóricos posmodernos ponen seriamente en duda la concepción moderna del progreso como algo lineal, acumulativo y esencialmente positivo. La crítica viene del debate, acerca de si esta concepción del progreso es realmente progresista, es decir, un indicador de mejoría de las condiciones de vida de la humanidad entera. Se afirma que las ciencias sociales son capaces de resolver cualquier conflicto social y la idea de que el desarrollo tecnológico supone en todos los casos una mejora respecto al pasado. En ese caso, los críticos posmodernos defienden de que hay que dejar de lado esta concepción del progreso a la vista de su incapacidad para dar cuenta de fenómenos como la segunda guerra mundial o el holocausto. Foucault por ejemplo (1999) ya señaló la complejidad del progreso al analizar como las ciencias humanas habían puesto a punto mecanismos de control social cada vez más sutiles.

La relación entre poder y saber es una de las cuestiones capitales por las que más se ha interesado el arte y la teoría posmoderna. Tanto en el arte como en la cultura se registran investigaciones sobre el tipo de control ejercido sobre ciertos grupos étnicos, sexuales y sociales. Desde esta posición se brinda apoyo al multiculturalismo, al feminismo y a otros movimientos activos en la lucha por la igualdad y con algún potencial interesante desde el punto de vista de la democratización. El concepto de pluralismo acá resulta ser fundamental.

La gran difusión y discusión que tiene el arte postmoderno no tiene que ver necesariamente con los rasgos y temáticas de las mismas obras, sino que más bien con la alta producción y mercantilismo que tiene el circuito artístico y la capacidad que tienen los mismos críticos y curadores de convencer al público de su importancia. La posmodernidad no promete ningún tipo de interpretación objetiva o imparcial, sin embargo, tanto los artistas como los críticos asumen sus preferencias y discursos como expresiones de su espíritu crítico y de su percepción del mundo, y las usan como contexto a partir del cual crear, contemplar y leer una obra de arte.

Lo artístico y el videoclip.

El videoclip musical no hace sino encarnar el punto extremo de esa cultura de lo express. (...) Se trata de sobreexcitar el desfile de imágenes y cambiar, cada vez más rápido y cada vez más rápido y cada vez con más imprevisibilidad (...) nos hallamos ante los índices de I.P.M (ideas por minuto) y ante la seducción – segundo (...) El clip representa la expresión última de la creación publicitaria y de su culto a lo superficial. (Lipovetsky, 1990)

El videoclip reconocido como producto audiovisual ha sido analizado por revistas especializadas y artículos académicos desde los ochenta. Volcar la atención a un elemento tan mediático está ligado con la especialización en los estudios sobre los formatos derivados de la imagen audiovisual, como por ejemplo el cine, y los medios audiovisuales electrónicos como la televisión y el video, ya extensamente documentados.

Los videoclips resulta ser un medio producto de elementos como los formatos cinematográficos, de las artes plásticas, el diseño publicitario, el videoarte, los formatos televisivos, la fotografía, el cómic, la danza y el teatro. En resumen, aquí se invierten de forma expresiva variados elementos que combinan y reformulan formatos preexistentes. Resulta ser un género bastante amplio pero fraccionado en su esencia, y es en algunos casos denominado como la comida rápida de los tipos de lenguajes audiovisuales. Weibel (2003) lo denominará “Cultura del Dumping”⁷, y explica que los elementos que se encuentran en el video musical no tienen valor, solo se superponen, quitándole la importancia a lo icónico de las imágenes, los ironiza y los cita de forma indiscriminada con el solo fin de provocar la visualidad del espectador, en donde la unión músico-visual se unificará a partir de un concepto (Leguizamón, 1998) o una idea general del clip musical. En este punto es necesario recordar que estamos frente a un formato mayormente dirigido a fines comerciales y de consumo que genera grandes ganancias para la industria musical. Pero también debemos no dejar de lado su característica efímera, rasgo que define bastante bien su carácter. El tráfico de información ha sido tan abundante que se ha terminado en convertir en un

⁷ Práctica comercial de vender a precios inferiores al costo, para adueñarse del mercado, con grave perjuicio de este.

hábito el hecho de recibir información, y gracias a eso el hombre contemporáneo no sabe lidiar si ella no está presente.

El videoclip ha sabido adaptarse para así responder a las necesidades del contexto actual. Se ha convertido en un reflejo de la cultura express en la que según Lipovetsky (1990) estamos inmersos. El videoclip encarnar el extremo de esa cultura, y por consiguiente de esta cultura postmoderna. Su función no es recordar un universo que no existe o de solo ilustrar de forma visual versos musicales, sino que se trata de exagerar un conjunto de imágenes y mostrarlas en combinaciones extravagantes y autoritarias, reflejando en este el concepto de las ideas por minuto, la rapidez de la información. Pérez-Yarza (1993) reconoce a los formatos del videoclip como una manifestación posmoderna debido a que su existencia no sería factible sin considerar la estrategia de transmisión y la estructura que lo compone.

La evolución del formato videoclip se relaciona además con los adelantos tecnológicos y los movimientos artísticos que surgieron durante el siglo XX. Sin embargo, aunque su naturaleza sea mayormente comercial, podemos identificar elementos más ligados con lo artístico, los cuales están muy ligados a la experimentalidad que sucedió en el arte contemporáneo al descubrir las nuevas tecnologías ligadas a lo visual y reflejadas en el uso del video como dispositivo y como producto artístico.

Uno de los ejemplos del uso experimental del video enfocado en lo artístico es realizado por el grupo *Fluxus* y Nam June Paik, quienes trabajaban con videos y televisores modificados, cuestionando inicialmente el elitismo del arte. Esta nueva disciplina artística utiliza como soporte a la pantalla televisiva, quedando su existencia sujeta a la televisión, y al mismo tiempo como retroalimentación libera a ésta de sus lenguajes audiovisuales convencionales y de su imagen de símbolo consumista. Inicialmente el movimiento trabajaba un discurso anti-mercado, burlándose de la necesidad de ayuda que tiene el artista con el mercado del arte. Sin embargo surgió un conflicto con esta propuesta del videoarte, ya que para poder ser difundida y presentada como una obra, el mismo mercado y la crítica cuestiona que esta nueva corriente pudiera ser considerada arte, ya que no trabaja una imagen que perdure en el tiempo, no posee un soporte con cualidades artísticas como las obras pictóricas, y el hecho de que son obra reproducibles y no únicas, que son algunas de características más importantes de una obra de arte que se precie como tal.



Charlotte Moorman, chelista y artista toca una cuerda sostenida detrás de la espalda del artista y compositor coreano Nam June Paik durante una presentación de "26'1.1499 for a String Player" de John Cage.

Nam June Paik es considerado el padre del videoarte, y una de las características que mostró en sus producciones fue trabajar con una iconografía muy cercana al Pop, donde el ritmo fulminante de sus videos, las yuxtaposiciones y excesiva fragmentación de imágenes se acercaban en parte al género del videoclip.

“Los videoclips de la MTV ya han demostrado que existe una gran intimidad entre el sonido y la imagen. MTV no es el único enfoque de la cuestión entre el sonido y de la imagen, pero es una solución interesante, que ha contribuido mucho al desarrollo de una música visual y al videoarte”⁸

Además, se dedicó a investigar a la comunicación global y como ésta influía en la cultura actual, trabajando con el juego y la sátira. Debemos recalcar que Paik fue intérprete y compositor musical antes de convertirse en artista visual y no obstante los últimos años de su vida no se dedicó mucho a la música, primero que todo fue un compositor absolutamente preocupado de como se comportaba la teoría del tiempo, donde Paik explica el futurismo y su influencia en esta variable:

“Conocí el futurismo en el 58, no antes; resultó interesante porque fue el primer movimiento artístico que expresaba el componente TIEMPO y el vídeo es imagen más tiempo. También el futurismo fue importante desde el punto vista teórico. El tiempo influye al arte; es necesario reconocer la contribución del futurismo en la historia del arte”⁹

Su obra musical se encuentra repleta de grandes manipulaciones que conllevan diversas texturas, y además posee una influencia bastante importante de las vanguardias y del trabajo musical de John Cage. Paik comenta: *“La mayor influencia que he recibido ha sido de John Cage*

⁸ PAIK, Nam June en “Satellite art: an interview with Nam June Paik by Eduardo Kac”, Originally published in Portuguese in the newspaper O Globo, Rio de Janeiro, Brazil, in July 10, 1988. Republished in: DIVA-Digital & Video Art Fair, A Tribute to Nam June Paik, Cologne 2005, p. 8.

⁹ PAIK, Nam June en BAIGORRI, Laura: El vídeo y las vanguardias históricas, Universitat de Barcelona, 1997, p.2

*que se consideraba una mezcla de dadá y filosofía zen de la vacuidad”¹⁰. Durante 1964 su trabajo musical se vuelve más introspectivo cuando inicia su colaboración con la chelista Charlotte Moorman, donde se dedicaron a crear obras interdisciplinarias, enfocadas más como performances y con medios como texto escrito, la fotografía y el vídeo. Además en los años setenta Paik vídeo junto al ingeniero electrónico Shuya Abe trabajaron en un sintetizador de vídeo, con el cual podían obtener relaciones inmediatas entre el audio y el video, como alteración de las imágenes en la pantalla mediante cortes muy marcados en modo “zapping”, y además diversas interacciones entre sistemas visuales, muy parecido a lo que se terminó convirtiendo veinte años después como estética juvenil de los videoclips en MTV o de anuncios para Pepsi y otros productos. Y durante la misma década, Nam June Paik junto a John Sanborn y Kit Fitzgerald promueve el montaje ultrarrápido de las imágenes, un sistema tan cercano al lenguaje actual del videoclip, *la práctica dadaísta del montaje aleatorio a gran velocidad* (Lebel, 1989, p 60)*

Durante los ochenta surge el videoclip como un nuevo género, donde a muchos videoastas les llamará la atención por su particularidades y potencial:

“Podemos entender el videoclip como una incuestionable confirmación de saber con qué fuerza la televisión había entrado en la vida de todos. (...). En el videoarte ya se habían intuido las líneas maestras de este huracán, que hizo posible la televisión musical a principios de los ochenta; la obra y la producción misma de Paik fueron precursoras privilegiadas. “Global Groove 1973” fue y sigue siendo un testimonio contundente de esta aportación (Mercader, 2003)

No deja de ser significativo que los artistas que más aportaron y trabajaron con el concepto de la temporalidad del vídeo, como Nam June Paik y Bill Viola, entre otros, procedan del mundo de la música, y más específicamente de la música concreta o la electroacústica, un genero musical caracterizado por la experimentación gracias a los avances tecnológicos de la época (con exponentes musicales como Pierre Schaeffer , Karlheinz Stockhausen, Jean Michel Jarre)

“Creo que yo comprendo el tiempo mejor que los videoartistas que vienen de la pintura y la escultura. La música es la manipulación del tiempo. Todas las formas musicales tienen

¹⁰ PAIK, Nam en BAIGORRI, L

diferentes estructuras. De la misma forma que los pintores comprenden mejor el espacio abstracto, yo comprendo mejor el tiempo abstracto” ¹¹

También para poder entender todos los aspectos del videoclip se puede introducir la discusión de si la publicidad también es arte. Régis Debray postula que *"en cuanto que transforma a los productos de consumo en objetos de arte, la publicidad es el arte oficial del post-arte"* (Debray, 1992). No podemos olvidar que el origen de los primeros avisos publicitarios está ligado al trabajo de algunos artistas como Toulouse Lautrec y también a movimientos como la Bauhaus o el Constructivismo, los cuales influyeron en disciplinas como la fotografía, y el uso del color o la tipografía, técnicas que son tremendamente importantes para la labor publicitaria. También tenemos el caso del Pop Art, donde el artista toma la publicidad y el consumismo como referencia y discurso. Sin embargo, debemos enfocarnos también en las funciones de cada una. El fin inicial de la publicidad es persuadir para el consumo. El fin inicial del arte es la contemplación, el goce estético, pero el arte también ha sido utilizado para persuadir, como ejemplo lo que realizó la Iglesia Católica en la Edad Media, usando a la producción artística con motivos evangelizadores, y también demostrando sus valores y su riqueza.

El arte actual se ha convertido en gran parte en una máquina comercial donde las piezas artísticas son tratadas como mercancía más que como una fuente de expresión. Entonces, tomando en cuenta de que el videoclip cumple una función publicitaria y comercial, ¿es posible catalogar al videoclip como expresión artística?

Aunque el videoclip sea considerado un híbrido, estos son resultado y representan un progreso de las tecnologías del arte, del cine y del vídeo, y lo transforma en el foco de una nueva estética, el "collage" electrónico (imágenes movidas de objetos movidos en varias capas espaciales) (Weibel, Op. Cit. p. 42)

La música visual como fue llamado antiguamente, en especial a obras de cine como Fantasía de Disney, es finalmente una configuración de arte dinámico donde se mezcla la música con la imagen, interactuando entre ellas. También podría ser una definición bastante resumida y concreta del videoclip. Pero no sólo el cine gráfico abstracto, sino también otras obras de cine de vanguardia pueden ser incluidas como una gran influencia de los vídeos musicales. "Un perro andaluz' (1928)

¹¹ PAIK, Nam, June, *Videa, vidiot, videology, en Videa 'n' Videology 1959-1973, 1974; Citado por BAIGORRI, Laura en El vídeo en el contexto social y artístico de los 60/70, Universitat de Barcelona, 1997.*

de Dalí y Buñuel, "La sangre del poeta", (1930-32), de Jean Cocteau, o "Adebar" (1957) de Peter Kubelkas, como ejemplos. El videoclip hereda la libertad creativa del videoarte y la visión comercial de la televisión y su industria. Y como heredero además del cine, ¿es posible considerarlo como una expresión artística, a pesar de ser considerado en muchas ocasiones como solo un producto comercial?

Bourriaud (2007) compara las técnicas artísticas contemporáneas con las un *Dj* o un programador de música. Dicho uso de las formas del *deejaying*, se extiende a la práctica de los artistas que en este caso, desde los años '90 "interpretan, reproducen, re exponen o utilizan obras realizadas por otros o productos culturales disponibles".

En ciertos escritos de Bourriaud se plantea que las artes más representativas de los últimos años hacen una reflexión sobre la producción artística y el consumo, y además amplifican el concepto de *ready made* elaborado por Marcel Duchamp, afirmando que ahora los artistas visuales realizan obras partir de materiales e imágenes ya preexistentes, es decir, generan uno o múltiples significados a partir de una selección y elección de elementos diversos ya dados, ya no se trata de una sola línea, un solo concepto, una imagen original. Es entonces que, debemos entender que la imagen en la actualidad es un tejido de variados códigos significantes donde lo más importante no es el acto único y original del "crear", sino que la imagen resultante del seleccionar, escoger y combinar diversos medios, como un DJ.

"Durante un set, un Dj toca discos, es decir productos. Su trabajo consiste a la vez en proponer un recorrido personal por el universo musical (su playlist) y enlazar dichos elementos en determinado orden, cuidando sus enlaces al igual que la construcción de un ambiente...Además, puede intervenir físicamente en el objeto que utiliza, practicando el scratching o por medio de toda una serie de acciones (filtros, regulación de los parámetros de la consola de mezcla, ajustes sonoros, etc.). Su set se emparenta con una exposición de objetos que Marcel Duchamp hubiese llamado "ready-mades asistidos": productos más o menos "modificados" cuyo encadenamiento produce una duración específica...el deejaying implica una cultura del uso de las formas que vincula entre sí rap, la música tecno y todos sus derivados posteriores". (Bourriaud,2007).

En este caso, si hablamos del videoclip, este trabaja con imágenes. Estas imágenes, dada la ayuda de la tecnología y la globalización, son cortadas y pegadas bajo un concepto X que es moldeado en conjunto con el videasta, el artista y la casa discográfica. Las imágenes ya no son nuevas, están en su mayoría en el inconsciente colectivo y es difícil dar la categorización de algo “nuevo”. Volvemos al concepto de Dj de Bourriaud. Remezcla información, combina, expresa. Y esto es expuesto para lograr su cometido, el publicitar, el exponer al artista en cuestión, el vender, el que esas imágenes y esa música queden en nuestra retina, para así el artista ser reconocido y alcance la fama. *“Porque lo que no se puede comercializar está destinado a desaparecer”* (2008). Y en este caso, si una obra de arte no entra al mercado, no existe. Y el videoclip no existe si no es parte de lo comercial, su fin último.

El “valor para la exhibición” ha ido venciendo ese dominio, de modo tal que ya para la segunda mitad del siglo XIX es posible hablar de una decadencia del aura o del “valor para el culto” de la obra de arte y de un ascenso concomitante del dominio en ella de ese “valor para la exhibición” o para la experiencia estética. (Benjamin, 2003)

Si seguimos citando a Benjamin, el videoclip puede ser tratado como un tipo de obra no aurática, donde lo que prevalece es su exposición, siendo repetible y actualizable. Si trabajamos con la reproductibilidad técnica, el cine es un ejemplo muy certero de este concepto, incluyendo sus propios lenguajes. Sin embargo, lo audiovisual además es un ejemplo claro de lo experimental que puede ser la futura obra de arte, y es ahí donde podemos situar al videoclip como una muestra que al difundirse una y otra vez logra su reproducción, que es posible de modificar para crear varias versiones de la misma, y también tiene sus propios lenguajes y códigos que han influenciado al cine comercial, como se hablará más adelante.

“Si no basta con el uso de las máquinas, del vocabulario publicitario o del lenguaje binario para ser contemporáneo, admitamos también que el acto de pintar ya no tiene el mismo sentido hoy que en la época en que esta disciplina artística se adecuaba al mundo del trabajo como una rueda dentada en un mecanismo de joyería” (Bourriaud, 2009)

Junto al cine y el videoarte existen muchas otras fuentes que pueden servir de referencia a los vídeos musicales, por ejemplo en la misma música rock, en sus efectos de luz y sonido en las

apariciones en directo y por televisión, en los espectáculos de luz, en los clubs pop y discotecas y en especial en las películas rock de los Beatles "Hard Days Night" (1964) y "Help" (1965), dirección de Richard Lester; "200 Motels" de Frank Zappa; en los programas de rock televisivos de los años sesenta como "Top of the Pops", y en películas musicales con una cierta sensibilidad rock como "Easy Rider" (1969) de Dennis Hopper.

No sólo aludiremos a estos productos como influencias de miles de vídeos musicales, sino también incluiremos a las películas musicales. La influencia de las coreografías de Hollywood se encuentra en una gran parte de videoclip donde el baile destaca. "Footlight Parade" de Lloyd Bacon, por ejemplo, posee una ambientación muy cercana al "Pop Art", con discos, zapatos, monedas y radios en tamaños sobresalientes. Su ornamentación y coreografía pertenece a una muestra de los mejores esquemas coreográficos representados en destacados vídeos musicales, como en el video de "It's oh So Quiet" de Bjork (1995), dirigido por Spike Jonze.

Actualmente podemos reconocer que la mayor creatividad en las artes populares se está dando en el campo de los videoclips. Estos conforman un gran laboratorio comercial para experimentar con las últimas tecnologías de la imagen y nuevas líneas estéticas, aunque no son exclusivos de los últimos tiempos. Uno de los ejemplos es el video de Rush "Time Stand Still" (1987) dirigido por el cineasta polaco Zbigniew Rybczyński, el cual también dirigió videoclips como "Alive and Kicking" de Simple Minds (1985), e "Imagine" de John Lennon (1986), el cual era una versión experimental para TV, entre otros. Rybczyński es un reconocido pionero de video experimental y de la tecnología de televisión de alta definición (HDTV), y su trabajo se ha centrado en los efectos de video en multicapa y de recorte con fondo de Chroma Key ¹². Actualmente, hay pocas oportunidades donde podemos experimentar con tecnologías de la imagen como el video digital y la animación por computadora: las películas de ciencia ficción de Hollywood, los viajes espaciales, la publicidad, y los vídeos musicales.

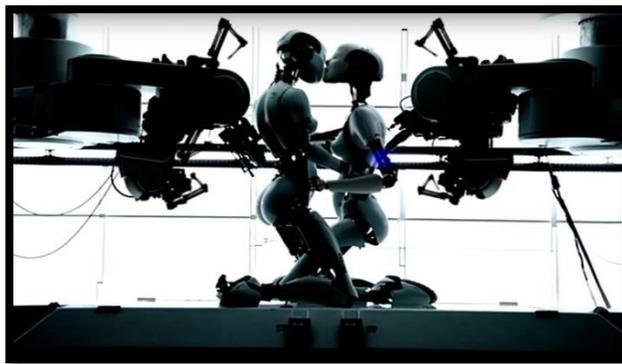


"Time Stand Still" - Rush

¹² Un chroma key es una técnica donde se extrae un color de la imagen y se reemplaza el área que ocupaba por otra imagen, con la ayuda de un equipo especializado. Esto se hace habitualmente rodando al personaje con un fondo verde o en ocasiones azul.

Otro ejemplo de la influencia del cine la podemos dar en el videoclip de Falco, “Jeanny”, donde toma las influencias de “The Third Man” (1949) dirigida por Joseph Cotten (director de Ciudadano Kane) y de “M”(1931) de Fritz Lang (director de Metrópoli); Madonna se viste como Marilyn Monroe copiando la coreografía de “Los caballeros las prefieren rubias”. *"A los que se acuerdan les encanta el homenaje, la nostalgia. A los que no tienen memoria o no habían nacido, igual se les van los ojos tras la golosina que les venden por flamante"* (McAllister, "Videoclips, la estética del parpadeo", citado en García, 1989, pag 285).

Chris Cunningham es un perfecto ejemplo del videoartista que puede usar toda su creatividad artística y proyectarla de forma comercial. Este realizador inglés logra alejarse de la concepción mercantilista que han sugerido los videoclips, y plantea sus trabajos como una fusión entre las ideas creativas de dos artistas, el músico y el realizador. En 1999 fue llamado por la artista islandesa Björk para dirigir el videoclip de la canción “All is full of love”, donde se muestra la historia de dos robots que se enamoran, y Björk es uno de esos robots. Se editó la imagen del cuerpo de Björk y se puso en su reemplazo el cuerpo de un robot, pero se mantuvieron las expresiones faciales de Björk para así darle más empatía a la historia. Para realizar este video se necesitó mucha postproducción y tecnología, así el resultado se veía lo más real posible. En este caso, el éxito de este video fue gracias a que los avances técnicos logrados en la década del noventa potenciaron y ayudaron al desarrollo de la idea de Cunningham. Este video finalmente fue nominado a los premios Grammys y ganó en las categorías de “Mejor Video” y “Mejores Efectos Especiales” en los MTV Video Awards 2000.



Escena del videoclip de “All is full of love” de Björk, dirigido por Chris Cunningham, 1999.

Con respecto a su trabajo creativo, Cunningham comenta:

El origen de mis ideas está en mis reacciones ante el sonido. Encuentro que el sonido es lo que dispara mi imaginación. Me pasé toda mi infancia tumbado junto a los altavoces con los ojos cerrados, escuchando música mientras imaginaba cosas, así que casi tengo una biblioteca mental de conexiones entre imágenes y sonidos. (Vicente, 2000)

También podemos hablar del arte y su rol como agente de cambio, como medio de comunicación que pone temas en la palestra y provoca intercambios de opiniones o expone la actualidad mundial. Ejemplo de esto es el videoclip de Childish Gambino, *This Is America*, del cineasta Hiro Murai. Se cuestiona la realidad de Estados Unidos, su política y visión mediante un simple y minimalista trabajo de plano secuencia. El Pop Art hizo lo mismo cuestionando el consumismo, un modelo ya expuesto, y muchos artistas hablan acerca de racismo, inmigración, violencia, feminismo, etc, en sus obras, y en este caso el videoclip no es la excepción.

Néstor García Canclini, en su texto *Culturas híbridas* (1989), menciona al videoclip al asimilarlo con una colección de elementos contemporáneos que sirven como ejemplo para su hipótesis principal sobre la "hibridización cultural". La idea es que el videoclip provocaría, junto a los videojuegos, cómics y otros, el quiebre de las definiciones fijas y estables del arte culto, como el folclore, los espacios urbanos, es decir "*aquellos bienes simbólicos de los que se reconocían en grupos diferenciados y jerarquizados*". Esta fragmentación de elementos diferenciados tendría lugar por una renovación y entrecruzamiento permanente que difumina las fronteras entre discursos y objetos pertenecientes a "lo culto, lo popular y lo masivo". Un espacio-tiempo que domina este fenómeno sería el altísimo flujo de información de los medios masivos y sus producciones, y en específico, de los videoclips.

El videoclip también toma como referencia a la fotografía, la ciudad y sus señales, los gestos, pero los descontextualiza, los rearma en otros juegos de lenguaje no pocas veces cercano al mundo de los sueños. De tal modo, la realidad parece desarticulable en pequeños fragmentos, y el cómo sigue la secuencia es impredecible y da libertad y goce estético. Esta descontextualización

es un relato típico de la posmodernidad, como así mismo la segunda fase del Pop Art al mezclar imágenes de la vida diaria y formas artísticas.

Uno de los ejemplos de la influencia de la fotografía y su lenguaje, influenciando en el videoclip es el creado para la canción “I Fink U Freeky” de Die Antwoord (2012), dirigido por el fotógrafo Roger Ballen. En este video sobresale toda la estética que identifica al artista, y mantiene su esencia, observable en cada plano. Otro ejemplo podemos observarlo en el videoclip para la canción “Hanging in The Wire” de PJ Harvey (2011), dirigido por el fotoperiodista Seamus Murphy, el cual opina *“En la fotografía fija, al menos para mí, se trata del momento, la infinidad atemporal de ese momento. En las imágenes en movimiento tienes otros elementos que considerar y aprovechar: movimiento, sonido, secuencia. Pero todo es fotografía.”*

Otro ejemplo de como utilizamos los elementos de la fotografía en el videoclip es el realizado por el cineasta Paul Thomas Anderson en el video de “Daydreaming” de Radiohead (2016), el cual nos da una lección de cómo usar la cámara de la forma más sencilla posible, sin abusar de travellings ni efectismos y dando gran presencia a planos que rozan el amateurismo con un tratamiento de color muy suave que sabe dar presencia a lo único que importa: la luz. Y un último ejemplo donde las tomas utilizando mayoritariamente planos generales se hace de forma simple pero estéticamente efectiva es en el video de “Enjoy the Silence” de Depeche Mode (1990) dirigido por el fotógrafo Anton Corbijn.

Así, David Byrne del grupo Talking Heads, que dirigió varios de sus videoclips y que llegaron a exhibirse en el Museo de Arte Moderno de Nueva York ¹³, explica sobre uno de sus trabajos que: "las imágenes están vinculadas a la forma en que *fluctúa la música*, y no a las palabras" (Figueras, 2016). Aquí puede presentarse una clave formal para la investigación de como se estructuran los videoclips y su posibilidad cierta de ser consideradas obras dignas de exposición en galerías de arte.

En la actualidad algunos investigadores, como Leguizamón (1998) establece al videoclip como una expresión artística y al mismo tiempo como una nueva dimensión del *Pop-Art*. El autor

¹³ Catálogo de exhibiciones en <https://www.moma.org/artists/8200>

manifiesta que esta correspondencia se da cuando se integra la cotidianidad con los estilos artísticos al apropiarse de la imagen.

De esta manera podemos razonar que el video musical, al ser una fusión entre el cine, la fotografía, la música y lo pictórico, finalmente es arte, una forma artística que es plástica porque reproduce formas, colores e imágenes, es bella porque es una expresión de la creatividad y porque posee un punto de inspiración, y además es un producto técnico porque trabaja con tecnologías que permiten su desarrollo. Y si además aludimos al estado actual del arte, donde una obra es producto de múltiples conexiones multidisciplinarias y de información, donde es creada para su difusión (lo que incluso permite que sea reproducida cuantas veces sea necesario) y es también un objeto de mercado que es avaluado en miles de dólares, el videoclip inicialmente si puede ser catalogado como una de las tantas expresiones artísticas que predominan en nuestros tiempos.

“Con los diferentes métodos de reproducción técnica de la obra de arte, su capacidad de ser exhibida ha crecido de manera tan gigantesca que el desplazamiento cualitativo entre los dos polos la lleva a una transformación parecida a la de los tiempos prehistóricos, que invierte cualitativamente su consistencia (...), así ahora, cuando el peso absoluto recae en su valor de exhibición, la obra de arte se ha convertido en una creación dotada de funciones completamente nuevas, entre las cuales destaca la que nos es conocida: la función artística – la misma que más tarde será reconocida tal vez como accesoria-“ (Benjamin, 2003)

El videoclip, ¿una obra de arte en la escuela?

El videoclip actualmente es uno de los más claros ejemplos de nuestra visión como sociedad que capitaliza toda forma de expresión y lenguaje, es el formato por defecto de la cultura postmoderna y lo ubica dentro de una sociedad donde predomina lo mediático, el consumismo y lo multimedia (Valdellós, 2012). La misma autora describe con más detalle el videoclip, dentro de su función y señala:

“El videoclip o video musical se presenta como un formato audiovisual fundado y alentado por la industria discográfica como estrategia de “marketing” para favorecer los rasgos e influencias de otros ámbitos de lo audiovisual: el cine, la televisión, el video de creación y la publicidad audiovisual tradicional... el video musical o video clip se desarrolla como producción auspiciada por el mercado de la música, una de las industrias culturales que generan mayores beneficios en el mundo actual. Dirigido fundamentalmente a los jóvenes, se utiliza para reforzar el lanzamiento de novedades discográficas, a lo que se añade el componente de su creciente interés por la renovación formal de su materialidad audiovisual”. (2002, pp. 2-3)

Desde sus comienzos, el videoclip ha sido considerado un formato audiovisual de esencia experimental. Dicha característica, definida a partir del uso de nuevas tecnologías y de la nula existencia de límites creativos, es un fiel representante de la evolución de los medios que han intervenido en el videoclip desde su nacimiento, como la publicidad, el videoarte, y el cine. La libertad que posee en el aspecto formal, la narrativa y la estética es, citando a Sedeño (2006), producto de que, gracias a todas esas influencias y rupturas, el videoclip es formato único e innovador y se le da a este formato audiovisual una naturaleza de vanguardia y posmodernismo. Otras características que hacen del videoclip un formato postmoderno, podemos encontrar la repetición y la sobrecarga de información, la velocidad, la intertextualidad tanto como la cita a otros medios, la unión de diversos discursos e iconografías, y el collage visual. Todos los rasgos antes nombrados se basan en la libertad, la continua aparición de nuevas tecnologías y nuevas técnicas visuales que potencian al videoclip.

Recursos audiovisuales en la escuela: acceso y limitaciones

Desde el año 2000 en adelante, las personas nacidas en ese periodo se reconocen como “la generación Z” o “los centennials”, una nueva generación que está siendo observada y analizada constantemente por las agencias publicitarias. Estos jóvenes, cuyas edades actualmente se encuentran entre los 15 y los 22 años, nacieron en un mundo interconectado y digital, donde lo audiovisual es la manera predominante, que ellos consumen, donde se comunican y entretienen, sin distinción de plataforma. Si observamos a estos jóvenes, en especial a los que nos rodean, ya que son la fuente de información más inmediata, podemos notar que alguna de las actividades que más consumen en comparación a la generación anterior (Millennials) son ver películas o series, ya sea en televisión por cable o en plataformas dedicadas a ello como Netflix, Amazon, etc, seguir canales de YouTube de sus temas de interés, y jugar online, dentro de los más destacados.

Cada generación, si la entendemos como individuos que conviven en un mismo contexto y similares situaciones socio-históricas, conforman su identidad y visión de mundo a partir de las experiencias que han vivido (Morduchowicz, 2008). En este caso la tecnología ha posibilitado que el acceso a las informaciones sea mucho más fácil e inmediato y además ha logrado cambiar la forma en la que ésta es representada.

Una de las generaciones que más se relaciona con estas tecnologías es la de las y los adolescentes, los cuales también se encuentran en la etapa donde gracias a la socialización construyen sus propias opiniones, basándose de sobremanera en la que información que comparten con sus pares, que además está en contraposición a la que entrega la familia debido a la diferencia de experiencias y contextos cotidianos e históricos, y esta información es obtenida de los medios de comunicación que en la actualidad son en gran parte de naturaleza audiovisual.

Las imágenes en movimiento siempre han desempeñado un alto grado de atracción en los individuos, pero por sobre todo en los más jóvenes, entre varias razones como la facilidad de su consumo, el atractivo de su propuesta, la simplificación que hacen del mundo, la cercanía emocional que establecen con sus audiencias y la garantía de “verdad” que ofrecen (Antezana y Andrada, 2017) Además, todos estos aspectos tienen un fuerte impacto en la esfera social donde se desenvuelven los jóvenes ya que estas imágenes facilitan sus propios procesos de identificación social y de mediación, y también son inmediatas, sin filtros de por medio.

Las imágenes que deambulan en los medios se van estableciendo en la memoria y van dejando rastros sobre las cuales otras imágenes se reordenan. Estas imágenes disponen evidencias que van retroalimentándose de otros conocimientos, informaciones y experiencias. Esta percepción se integra al ritmo cotidiano y al quehacer. Al estructurarse este repertorio visual se hace parte de los esquemas mentales que facilitan en poder entender y dar coherencia a toda la información que recorre el mundo. La visualidad se hegemoniza.

Entonces, al estar en un contacto permanente con las pantallas, ya sean de televisión, de cine, de celulares y otros, los adolescentes están habituados a asociar y a analizar información e imágenes con mucha rapidez, inmediatez y fragmentación (Morduchowicz, 2012), y mucho más rápido que las generaciones anteriores, lo que también ha llevado a que la idea que tienen del mundo y sus relaciones sociales sean absolutamente distintas.

Estudiar y entender las preferencias audiovisuales de este segmento etario, entender cuáles son sus referentes, películas, series, videojuegos, videoclips y otros productos audiovisuales son los que ven y comparten, qué dinámicas realizan y qué imágenes están instaladas en su visión de mundo será siempre importante puesto que ellos en el futuro serán quienes trabajarán y expresarán a las próximas generaciones sus propias pautas de consumo audiovisual.

¿Cómo la educación puede promover experiencias de análisis de obras audiovisuales? ¿Cómo puede la educación artística, en especial, ayudar a la comprensión de creaciones audiovisuales del arte contemporáneo? Es la actualidad estas interrogantes están insertas en el ámbito de los debates sobre educación artística y visual, media y arte contemporáneo, las cuales toman como objeto de estudio en análisis de esta invasión de imágenes que compone la actual visualidad. Acerca de este tema, Joan Fontcuberta (2010) propone que, más que producir nuevas imágenes, lo más importante es saber leerlas, ya que con ellas convivimos diariamente. Hay diversas teorías respecto de cómo leer las imágenes y cada una sugiere un sistema de análisis de acuerdo con sus observaciones. Esta lectura, en el caso de lo audiovisual, el programa de la expresión está conformado por las imágenes, formas y colores, su composición en la escena, sonidos y su duración, intensidad, timbre y altura; y con respecto al plan de contenido, por el discurso. Hay entre estos dos aspectos una relación recíproca, donde uno depende del otro para poder manifestarse, es decir, el contenido se presenta a través de la expresión y solamente se logra esta expresión si existe el otro contenido. En resumen, la forma de la expresión del medio

audiovisual es establecida por el vínculo entre lo visual y lo sonoro, y la esencia de la expresión serían los diversos sonidos e imágenes.

La lectura de lo audiovisual se basa en entender qué y cómo las narrativas visuales, sonoras y discursivas se expresan, para así darles algún sentido. En este caso, la actual importancia de como leer estas imágenes en la educación se trata en las obras de Eisner (1998, 2002), Hernández (2005) y Acaso (2006, 2009), entre otros. Se debe señalar que el análisis de estas producciones proporciona entender las interacciones discursivas presentes en las diferentes imágenes que nos rodean y nos forman. La palabra imagen incluye no solo creaciones artísticas, sino también producciones de los medios de comunicación, lugares y objetos cotidianos, en resumen, todo lo que podemos percibir con nuestros ojos. Sin embargo, la lectura y análisis del arte contemporáneo no ha sido muy abordada en la escuela y cuando es llevada a cabo es bajo los marcos que entrega el arte moderno. Y con respecto a obras de videoarte, a pesar de estar disponibles en la web, no tiene un buen planteamiento y uso en la educación formal. La obra audiovisual en la educación está limitada a ser una herramienta didáctica para la enseñanza de diversos contenidos. Con respecto a este tema, García Roldán (2012, p. 9-10) reitera en que *“el audiovisual es el día a día de todos los que habitamos este mundo, conocemos e interpretamos la realidad a través de sus imágenes, nos relacionamos con los demás a través de ellas; por lo tanto, es prioritario desarrollar en las aulas una educación audiovisual creativa, crítica y plena”*. Según el mismo autor (2012, p. 12), el audiovisual es una forma de pensamiento y expresión característica del siglo XXI y por lo tanto es necesario *“la inclusión de una educación audiovisual, que aborde el tratamiento del videoarte como procedimiento de conocimiento y medio de expresión presente en el arte de nuestros días”*.

La educación artística, ya que trabaja de lleno con la visualidad, se ha convertido en el campo de estudio de estas obras contemporáneas. Acaso (2006, 2009) en sus trabajos plantea de forma urgente la inclusión del arte contemporáneo en la escuela formal. Ya García Roldán (2012, p.11-12) recalca que es necesaria una educación que vincule *“lo audiovisual y lo artístico en una enseñanza que se preocupe por las nuevas formas de arte contemporánea y sus posibilidades pedagógicas en la enseñanza de las artes”*. Relativo a las producciones audiovisuales contemporáneas, la escuela, en especial la educación artística, posee diversas posiciones. Morduchowicz (2010) alude a tres estilos de intervenciones probables respecto al uso de la televisión y sus contenidos en la escuela, que también pueden abarcar a las otras creaciones

contemporáneas como el videoarte: existe una postura restrictiva, que estima que no es provechoso enseñar a los niños lecturas argumentativas de estos medios y además a ser ellos mismos críticos de éstas. Está la postura activa o instructiva donde la base es mediar con informaciones que facilite a los niños entender mejor lo que ven. y finalmente está la postura de visualización compartida, la cual consiste en ver junto con los estudiantes estas producciones para así poder conocer sus lecturas y estéticas, y así cuestionarlas. Esta última postura de visualización compartida de obras audiovisuales busca asimilar diversas alteraciones que pueden suceder producto de las diversas percepciones que podemos tener de la misma producción. Esta interacción admite diversos niveles de confianza entre el texto y el espectador. En la medida que el lector va observando y criticando lo que ve, su análisis se va volviendo más complejo y profundo, fundamentando siempre en las evidencias que va recogiendo del contenido y de la información que posee.

Nuestra mirada hacia las creaciones audiovisuales es la del profesor de artes visuales, no del cineasta ni del teórico, por eso es importante abordar la creación audiovisual identificando a cada uno de los lenguajes que lo constituyen y las relaciones que los articulan para que puedan producir un sentido final, tomando también en cuenta el contexto que lo rodea, relacionando siempre desde los procedimientos de montaje hasta la subjetividad del espectador.

En la actualidad un gran porcentaje de los docentes trabajan con recursos tecnológicos, de una manera u otra, dentro de las salas de clases. La tecnología es parte de casi todos los ámbitos de la vida cotidiana, y el aprendizaje y la escuela no sería la excepción. Sin embargo, cabe recalcar que las tecnologías jamás podrán reemplazar a la figura del profesor. El acompañamiento, la reflexión respecto a los contenidos y el fomento del pensamiento crítico siguen siendo tarea directa del profesorado.

Una de las formas de introducir la tecnología a las aulas es con la utilización de vídeos. La visualización de recursos audiovisuales ofrece muchísimas ventajas al profesor cuando desea entregar contenidos de modo más cercano y más cercano a la realidad, así como también posee ventajas para el alumnado ya que este está más dispuesto a recibir material a partir de este soporte debido a la cercanía con estos medios. Sin embargo, existen algunas desventajas u obstáculos, que pueden dificultar en algún grado la tarea del docente.

Ventajas.

El observar vídeos generalmente es parte del tiempo de ocio de los estudiantes, por lo tanto, puede utilizarse como un componente de las clases muy motivador para su aprendizaje. Un video durante la clase rompe con la rutina que ocasiona el uso excesivo de textos de estudio, ya que el video va más allá de las palabras y expone elementos no verbales particulares de la comunicación audiovisual, como gestos, actitudes, interacción entre los protagonistas, sonidos, ambientación, etc., lo cual lo hace más atractivo, e instala a los estudiantes en contextos más cercanos a su realidad diaria en comparación a, por ejemplo, actividades de comprensión lectora.

Siguiendo con contextos más cercanos a los jóvenes, el día a día está lleno de información inmediata, llena de dinamismo, sonidos y colores, por lo cual los estudiantes más jóvenes se encuentran más acostumbrados a recibir contenidos diversos mediante este tipo de soporte. Entonces el estudiante es capaz de visualizar la gran diversidad de situaciones comunicativas y diversos contextos, lo cual impide que se trabaje el habla de forma aislada. Es un reflejo actualizado de las sociedades y su cultura, y gracias a eso es posible sensibilizarlos con las causas y temas que surgen en pantalla y puede asimismo crear interés por el arte del cine, mediante el acceso a películas, documentales, videos y cualquier recurso audiovisual, ya que es mucho más asequible, ya sea en lugares especializados como en videotecas, cines, televisión, como en la misma web.

Desventajas.

Trabajar con recursos audiovisuales exige compromiso por parte del profesor, ya que un buen uso no radica solo en su exhibición. El profesor debe además tener cuidado al escoger el material ya sea por su contenido como por el nivel de la clase y a partir de eso preparar actividades motivadoras y educativas al mismo tiempo. Si las actividades planificadas se limitan solo a la proyección del vídeo, puede generar pasividad entre los estudiantes. También puede ocurrir si se convierte en un recurso rutinario en la sala de clases. Por eso es de vital importancia que los estudiantes entiendan qué se espera de ellos, ya que utilizar estos recursos y sus posteriores actividades pueden resultar más confusas que aquellas más clásicas de pregunta y respuesta.

Hay que tener en cuenta también que cada curso tiene sus respectivas particularidades, por lo cual no siempre se logra una exposición completa de los videos elegidos, por lo tanto, se debe hacer antes una reflexión y elección correcta sobre los cortes que aporten más atractivo y contenido a la clase.

El vídeo didáctico se ha convertido, cada vez más, en un apoyo en los procesos educativos porque ofrece posibilidades distintas a los soportes más tradicionales como el audio o el texto. Además, se pueden adaptar a las necesidades de cada grupo a partir de diferentes tipos de actividades. Las actividades pueden realizarse antes de ver el vídeo o recurso, mientras se está proyectando o una vez terminado. Aquí recogemos algunas sugerencias que pueden ser útiles para preparar el material necesario para el docente.

¿Por qué usar el videoclip en la sala de clases?

Muchos modos se han experimentado con respecto a utilizar la imagen en movimiento en las aulas, en especial el cine, pero en este caso el clip musical necesita tener algunas consideraciones que aún no están establecidas. En primer lugar, debemos mencionar el hecho de que el uso del videoclip como medio didáctico puede ayudar de sobremanera a mantener un contacto mucho más directo con la realidad de los estudiantes, en especial con los adolescentes. Es sabida la inclinación que los adolescentes tienen por la música más popular: el rock y el pop. Este apego resulta muchísimo mayor que para otras aficiones, como el cine, y sólo es equiparado por el gusto a los videojuegos.

La música rock y pop moderna fue en sus orígenes enfocada más en su difusión en contextos públicos donde se reunía un numeroso grupo de personas. Más tarde, con la aparición del vinilo y del cassette, la música entró en los hogares

Gracias a que la industria discográfica idea este mecanismo de difusión como el videoclip tal como hoy lo conocemos, los adolescentes han consumido música inicialmente en formato disco o CD y actualmente en formato mp3 y streaming como en videoclip gracias a las cadenas de televisión y webs especializadas existentes en el mundo, dedicadas a este tipo de difusión audiovisual como Youtube o Vimeo.

Como ya se ha dicho, el uso de este medio en la sala de clases junto a otras actividades, ya sea utilizada en Artes como en cualquier asignatura, puede instaurar una conexión natural en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los jóvenes y su mundo interno y en el que se desenvuelven. Es un instrumento pedagógico que no está lejano del mundo de los jóvenes como sí ocurre con otros medios audiovisuales como el cine, la fotografía o los medios informativos como el documental o el reportaje. Puede perfilarse como un buen recurso interdisciplinar, ya que no es

exclusivo de una asignatura: su uso puede referirse para el desarrollo de destrezas más transversales, experienciales y multidisciplinarias. En este caso, una buena razón para alentar a los docentes a utilizar el videoclip en sus clases es que, en la vida, como los entornos vitales: social, laboral y personal, las experiencias no se dan separados en sino que de forma integrada (Piscitelli, 1998). Su instalación en la sala de clases es sencilla y no es costosa, y mucho más fácil de conseguir que una película adecuada para el contenido a tratar. La amplia cantidad de mensajes junto a su diversidad y origen, así como la gran creatividad que posee facilita su uso según edades, objetivos, asignaturas. Además, la propuesta es original y los alumnos pueden estar mucho más cómodos para así involucrarse en su aprendizaje de forma mucho más activa, ya que así se les tiene más en cuenta en el aula.

El uso del videoclip evidencia el poder que posee la imagen audiovisual en nuestro diario vivir, y teniendo en cuenta que originalmente el clip es un mensaje auspiciado por tres de las industrias culturales más activas como son la musical, la publicitaria y la audiovisual.

Otra observación acerca del videoclip en la educación es cuando el videoclip no se utiliza como medio para reforzar el aprendizaje, sino que como producto para evidenciar lo aprendido, como la realización de videoclips en grupos de estudiantes, teniendo en cuenta la captura de imágenes y posterior edición. Esta actividad es una buena forma de aprendizaje participativo, mucho más significativo que el acumulativo procedente de las clases tradicionales pasivas: las actividades cooperativas entre el docente y los estudiantes requiere participación interactiva entre ambos y eso enriquece mucho la experiencia en el aula y el propio aprendizaje.

Por la diversidad de disciplinas artísticas involucradas, además de los directores, protagonistas o músicos, el videoclip es un excelente medio para el estudio y el análisis de los la imagen audiovisual y sus procedimientos comunicativos, ya sea a través de la separación de sus componentes imagen-sonido, como por sus referencias alegóricas y connotativas como por ejemplo análisis del color, fotografía, encuadre, iluminación, etc.

En resumen, el videoclip es una herramienta pedagógica capaz de potenciar experiencias de enseñanza mucho más flexible y cercana, permite adaptarse a las formas en que la gente logra aprendizajes, se abren opciones de control al docente, se fundamenta en elementos de aprendizaje enfocados en el alumno, y ayuda a que sus usuarios se atribuyan el mérito de su aprendizaje y desarrollen un sentimiento positivo sobre su consecución (Adell, 1997). Además, es un excelente

elemento crítico y representativo de la iconografía contemporánea, y también puede utilizarse para complementar a la historia habitual del siglo XX.

No obstante, como toda herramienta pedagógica deben ser analizados algunos aspectos para que los aprendizajes se logren a cabalidad. Por ejemplo, deben elegirse muy bien las canciones y los videoclips, si es posible con la ayuda de los estudiantes o siendo muy observador y perceptivo para identificar algún interés de origen como sus gustos personales, ya que la selección de un clip de un músico desconocido puede reducir tanto la atención de los alumnos como los aprendizajes a lograr. Además, habrá que tener en cuenta evitar contenidos explícitamente violentos o moralmente reprochables, en particular cuando los estudiantes son más pequeños.

Sugerencias para Artes Visuales.

A diferencia del cine o algunos géneros televisivos, el videoclip ha podido establecer hasta ahora pocas reglas fijas como formato. Esto puede dificultar en gran medida su pedagogía como género audiovisual propiamente tal, pero resulta de vital importancia que los alumnos vean en el videoclip, como un género audiovisual completo y un tipo de mensaje que les permite conocer diversas opciones expresivas de múltiples formatos. Puede ser abordado como un medio para el estudio y el análisis de los procedimientos simbólicos y persuasivos de la imagen audiovisual, ya sea a través de las dinámicas de grupo, juego de roles, estudios de caso, los simulacros en clase y otros tipos de trabajo colaborativo que también son reflejo de su naturaleza híbrida, colaborativa e interdisciplinaria.

En Artes Visuales el videoclip se puede utilizar como producto final en diversos contenidos, pero hablaremos primero de forma general.

Una sugerencia de uso es en el contenido de Vanguardias de inicio de siglo y analizar la herencia que este formato posee de ellas, como los juegos lumínicos, cromáticos y simbólicos, y así poder observar y entender la influencia de estos movimientos y sus elementos característicos. Se recomienda observar videoclips más antiguos como los realizados para The Beatles o Rolling Stones, y así comprobar diversos ejemplos de utilización de collage, relación libre entre imágenes y significados, utilización de elementos inspirados en iconografía pictórica, etc.

También es posible trabajar la evolución de los medios audiovisuales, tratando temas como el cine y el videoarte, o también analizar la estética pop de los sesenta y la corriente del PopArt.

Los estudiantes manejan muy superficialmente estos temas, pero no se sugiere la utilización del videoclip cuando se trata el contenido.

Se puede abordarse el aspecto social de este formato y su relación con diversos elementos publicitarios como spots o trailers cinematográficos, analizar además roles del formato en la sociedad de consumo y la información contemporánea, y además su presencia en variados espacios públicos como discotecas, centros comerciales, etc.

Este formato audiovisual puede utilizarse y analizarse de forma muy amplia en las Artes Visuales. El videoclip, al igual que el videojuego, ambos caracterizados por su modernidad creativa y su velocidad de transformación formal, es producto de una íntima relación con los sectores más jóvenes de la sociedad, y debe ser utilizado como un medio contemporáneo de creación y análisis en educación, o sino pueden verse perdidos toda la información contenida en éste al emplearse como herramienta pedagógica con actitudes y enfoques retrógrados.

Análisis de videoclip.

El videoclip se caracteriza por una elaborada codificación y estructuración de los íconos utilizados, con el fin de lograr un perfecto control del significado que se quiere lograr. En este caso se sugiere iniciar que los alumnos realicen una correcta lectura de los significados evidentes, seguida después con el análisis más detallado de toda la serie de connotaciones visuales que guardan relación con la música.

Uno de los elementos más activos en la puesta en escena visual es la iluminación. Este tipo de código visual es un fuerte mecanismo de connotación de la imagen gracias a la caracterización de escenarios y personajes. Su estudio enseñará a los alumnos cómo se utiliza la luz en los mensajes audiovisuales para dar diversas percepciones estéticas de sus músicos favoritos y cómo gracias a esto puede modificarse su apariencia física y el entorno para mostrar diversas emociones, contenidos y valores.

La planificación de los planos y encuadres se realiza para proyectar con intencionalidad las figuras, elementos y personajes en la imagen y así lograr el efecto psicológico con que el espectador podrá observar y percibir el mensaje. Mediante el estudio de estos elementos se pueden sugerir ejercicios de encuadre de diversas escenas con un objetivo inicial, así los alumnos podrán proporcionar opciones diversas de significados de sus propias emocionalidades.

La vestimenta y el maquillaje son el reflejo de la identidad de los seres humanos, y en el caso de la música los chicos pueden jugar a identificar distintos tipos de música al ver videoclips, sin escuchar la canción, analizando el vestuario y complementos utilizados en éste. También se puede profundizar en evoluciones históricas en diversas disciplinas artísticas.

Más adelante pueden ser analizados de forma subjetiva los diversos grados de iconicidad y abstracción de los elementos contenidos en la obra. El análisis de los alumnos se centrará en analizar de forma subjetiva y enfocada en sus experiencias, no quitándole su validez, pero sin dar fundamentos objetivos respecto a las sensaciones que obtuvieron. Con esta observación una

sugerencia es ayudarles a discriminar y dar más importancia a la lectura objetiva sobre la subjetiva, para así desarrollar la capacidad crítica.

Posteriormente podrán descubrirse diversas formas creativas de organizar los elementos mencionados para conseguir distintos mensajes, así como las manipulaciones expresivas de ideológicas, valores, manejo de estereotipos, etc. Se puede incluir un estudio del argumento emocional que los estudiantes dedujeron gracias a los códigos observados en el videoclip, sugerir la personalidad del cantante o músico y de que manera el papel representado por las emociones transmitidas está involucrado con la obra musical.

¿Como analizar un videoclip?

En el videoclip lo que domina como táctica global es la música. Ésta subordina las correspondencias rítmicas con el montaje y la edición del mismo. La base del videoclip es la canción (música y letra) y es lo que origina el videoclip, al contrario que la música en el cine que generalmente es usada de ambientación o acompañamiento. Sin embargo, los videoclips pueden ser analizados según contenido, composición y estructura de las imágenes incluidas en él. Barry Sherman y Joseph Dominick (1986) exponen su clasificación desde la visión del espectador la cual no está relacionada con el tipo de los textos. Para los autores, pueden identificarse dos clases de video: el video *performance* y los videos conceptuales.

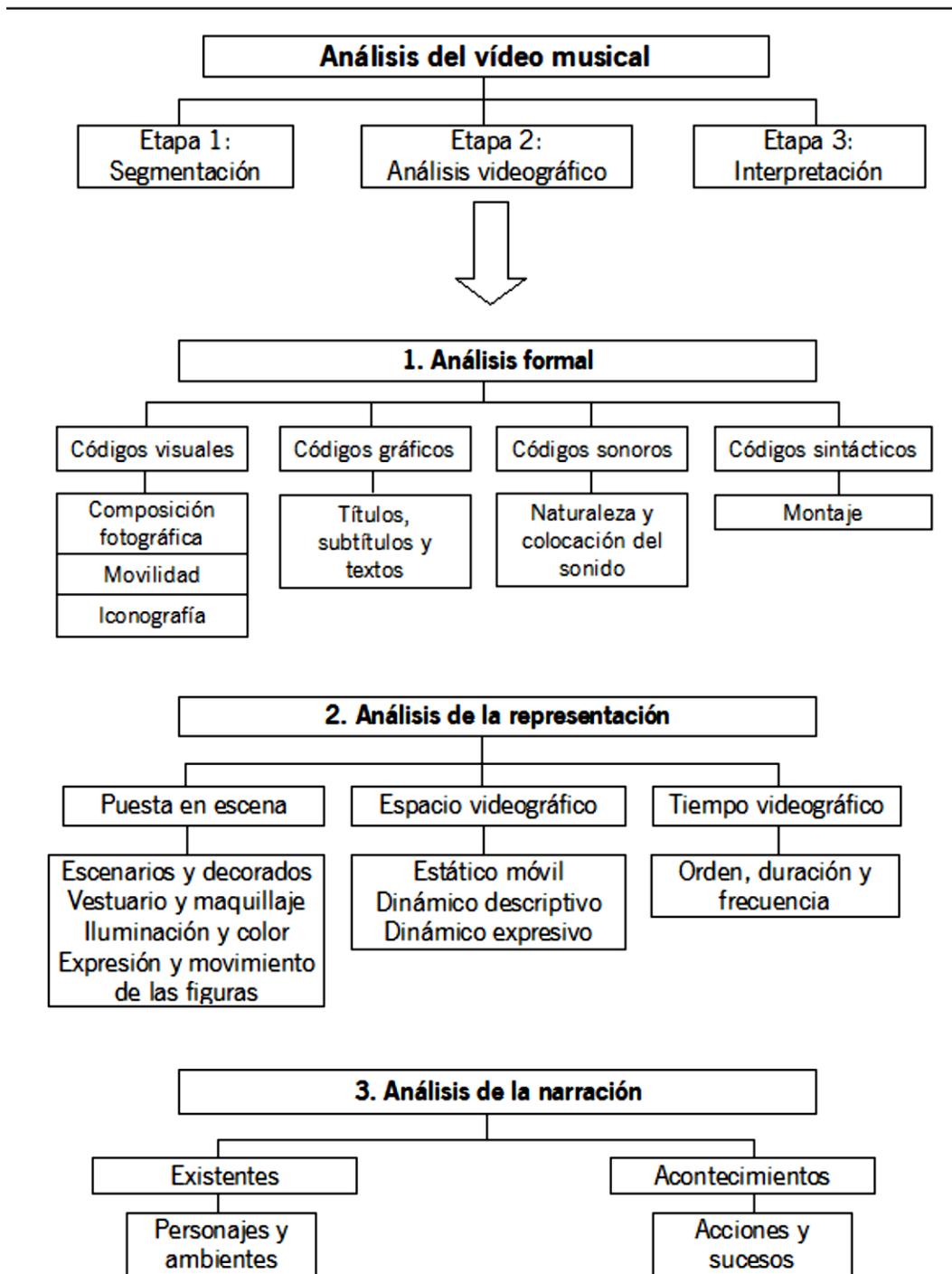
El video *performance* trata de las actuaciones en vivo del artista, así como también de los montajes que incluyen coreografía donde el artista también participa. Los videos conceptuales son aquellos que son creados desde la ficción, y en su mayoría tratan de micronarraciones de pequeñas historias (p.79-93). Por su parte, Leguizamón (1998) coincide con Sherman y Dominick (1986) cuando explica los tipos de video, pero añade un tercero: el mixto. Éste es definido como la unión, divagación, coincidencia y complementariedad en la composición de imágenes. (p.26) Por último, Fernando Mejía Barquera (1999) sugiere tres tipos: los videos de vinculación narrativa entre imagen y letra, el *performance* y la promoción del artista sin vinculación imagen-letra. Cuando el autor especifica cada tipología, apunta que en el primer tipo la canción es traducida en imagen. La segunda se refiere a las presentaciones en vivo del artista. Y la tercera alude al tratamiento de una historia de ficción creada especialmente para la canción.

Basándonos en esta información podemos identificar cuatro tipos de videoclips: el performance, el concepto, la historia y el *collage*. El primero describe a aquellos videos en donde el artista es la figura principal del mismo. Éste finalmente representa y entrega una imagen específica del músico como intérprete. El videoclip de concepto no relata una historia de forma lineal y tiene como característica destacada el poseer un alto contenido estético. Además, se basa más que nada en un concepto en general que está implicado de alguna manera con el músico o el género musical. El tercer tipo es el de la historia lineal. En estos videoclips la narración se convierte en imágenes literales de lo interpretado. Por último, el videoclip de tipo collage es aquel que contiene pequeñas narraciones fragmentadas que mezcla los tipos de videoclips anteriores, como el historia-performance, conceptual-historia, conceptual-performance, etc.

Pauta de análisis.

Esta pauta de análisis de videoclip ha sido propuesta por Rodríguez-López y Aguaded (2013) la cual se adaptó en base a semejanzas entre diversos autores que han realizado estudios de análisis en cine y publicidad. Igualmente, este modelo está hace referencia a los estudios de Casetti y Di Chio (1991) y Bordwell y Thompson (1995) por ser un análisis acotado y a su vez profundo de los diversos procesos analíticos.

A continuación, se detallarán las etapas y subetapas que constituyen esta propuesta de análisis videográfico, quedando organizada en tres etapas iniciales segmentación, análisis, e interpretación.



Etapa 1: segmentación.

Esta etapa se caracteriza por su labor de segmentar el videoclip, tarea fundamental para poder analizar correctamente las partes demarcadas. En el área cinematográfica, esta fase metodológica se logra a partir del concepto de secuencia, el cual se define como “*el conjunto de planos que integran una unidad argumental significativa*”. En el videoclip, esta división se basará en otros criterios, ya que en su mayoría el videoclip no es narrativo, sino que más bien performativo. De esta manera esta fragmentación se realizará a partir del elemento principal en el videoclip: la canción.

La canción pop posee una estructura que entrega las claves para poder segmentar de mejor manera el videoclip y así también contribuye a observar de mejor manera nuevas relaciones entre lo sonoro y lo visual. Esta estructura se encuentra determinada por la introducción (o intro), parte de la canción donde se origina la música, siendo sólo instrumental, o en la que pueden sugerir algunas partes del estribillo. Posteriormente sigue la configuración de estrofa, estribillo, estrofa, estribillo, puente musical o interludio, la cual es la parte de la canción, generalmente instrumental, donde se realiza una pausa entre los estribillos, y finalmente el último estribillo.

De esta manera, la segmentación a partir de la música, evidencia la esencia múltiple de este formato audiovisual. También puede tenerse en cuenta para el posterior análisis la letra de la canción, ya que en gran parte es una buena fuente de recursos para la visualidad del videoclip.

Etapa 2: análisis videográfico.

Tras realizarse la segmentación del videoclip, y quedando delimitadas las partes del video que serán analizadas, la siguiente etapa es análisis videográfico como tal. Este sistema está influido por tres conceptos que surgen de la teoría semiótica que fijan tres niveles de estudio: significantes, signos y códigos. De esta manera, el primer análisis viene establecido por los significantes o áreas expresivas, que muestran de cierta manera la parte física de la significación.

El siguiente nivel de estudio se organiza alrededor del signo. En este caso, los signos se especifican como “*la relación establecida entre los significantes, los significados y sus referentes*” (Carmona 2000, 82). Los signos son los encargados de organizar la significación. Y finalmente se efectúa el análisis de los códigos videográficos. El término código hace alusión de un sistema compuesto por paralelos entre un código y un significado, donde gracias a eso podemos descifrar un mensaje. Al igual que en el cine, en el videoclip no está consolidado este sistema de

correspondencias ya que no existe un sistema de equivalencias fijo, así que el mensaje se desentraña de un modo más subjetivo.

Para este análisis de los videoclips, los códigos se clasifican en tres categorías: elementos formales, códigos de la representación y códigos narrativos, en correlación con las categorías sugeridas por Casetti y Di Chio (1991) para el análisis cinematográfico. En seguida diferenciaremos y definiremos estos códigos, dando mayor énfasis en los elementos visuales de este formato.

Análisis elementos formales.

- Códigos visuales: Los códigos visuales hacen mención a la composición fotográfica, la iconografía, la movilidad y todos los aspectos contenidos en ellos. Por ejemplo, todo lo referente a la composición fotográfica se enfoca en elementos visuales como el encuadre, la escala de los campos, planos y ángulos, el uso del blanco y negro o del color. La iconografía estudia los códigos iconográficos determinados por Casetti y Di Chio (1991, 83), como “*aquellos que regulan la construcción de las figuras definidas, pero fuertemente convencionalizadas y con un significado fijo*”. Y finalmente, la movilidad distingue los diversos movimientos de cámara, tanto reales como figurados.
- Códigos gráficos: Estos códigos suelen aparecer en menor cantidad en este formato, y suelen surgir en algunas tomas, como algunos textos. En el videoclip, la letra de la canción es la base del videoclip, por lo que también es común que aparezcan fragmentos de ésta incluidos en las imágenes.
- Códigos sonoros: Quedan diferenciados en tres tipos: voz, ruidos y música. Bordwell y Thompson (1995) precisan las dimensiones del sonido entre las que podemos encontrar el ritmo y la fidelidad hacia su fuente de origen y la dimensión temporal, que fija la sincronía o asincronía con las imágenes. Este código toma relevancia en el videoclip, ya que la banda sonora es la base de la obra. En el estudio se tienen en cuenta aspectos como el ritmo, la armonía, la métrica y estructura melódica, que interactúan con las imágenes formando así un todo audiovisual.

- Códigos sintácticos: Son aquellos referentes al montaje de las imágenes. El como son configurados los planos define los efectos a conseguir en el espectador, como por ejemplo cambios entre una toma y otra, editadas de forma veloz y frenética para así lograr atraer público. En este análisis se observan las diversas asociaciones entre imágenes y sus respectivas transiciones, la linealidad que en gran parte de los videos está fracturada por la inclusión de planos, relacionadas con los diversos cambios en la misma canción, marcando el discurso visual del videoclip.

Análisis de códigos de la representación.

- Puesta en escena: En esta categoría se busca comprender los contenidos que definen el mundo que se quiere representar, desde la ambientación hasta los personajes. En este estudio son incluidos los decorados y escenarios como elementos dinámicos en la realidad que se representará en el videoclip; además del vestuario, el maquillaje, la iluminación y la expresividad. En esta parte del análisis se observan como los objetos, personas, paisajes, comportamientos, etc, son interpretados. En el videoclip prevalece la estética de la representación ya que al igual que en la publicidad y a diferencia del cine, la duración de la obra es muy reducida por lo cual la atención del espectador debe ser desde el primer segundo con una rápida puesta en escena y una estética provocativa.

- Espacio videográfico: Esta categoría junto con la siguiente, dedicada al tiempo en el video, se encuentran relacionadas mutuamente, ya que, citando a Bordwell y Thompson (1995, 164), “*la disposición de la puesta en escena crea la composición del espacio en la pantalla*”. Así como la primera reúne los aspectos referentes a la descripción de los escenarios, el segundo alude al significado y función en la selección de dichos elementos en el montaje del videoclip.

- Tiempo videográfico: En esta sección se toma en cuenta la disposición en la cual son montados los hechos en la línea temporal del video, como también la duración y la frecuencia de las escenas. Por lo tanto, se refiere al tiempo de esta representación, relacionado siempre con la narración y con la edición de la misma. El tiempo en el videoclip se encuentra delimitado por la duración de la canción, aunque frecuentemente se realizan versiones larga duración de la misma.

Análisis de elementos narrativos.

- Existentes: Comprende a los personajes y los ambientes presentados en la escena. Los personajes pueden adoptar diversos roles, ya sea por ejemplo el cantante representándose a sí mismo; el

cantante como actor, el cantante narrador, cuando el cantante expone una historia desde una posición alejada de la misma, y el cantante ausente, es decir, la narración es lo predominante y no el artista. El ambiente está descrito por todos los elementos que componen la escena, ofreciendo datos del entorno, pero también sobre el momento donde se encuentran los personajes. Estas características dan lugar a las funciones del ambiente: constituir y situar la escena.

- Acontecimientos: Estos marcan el ritmo de la narración y su evolución. Se pueden reconocer en estos las acciones producidas por un agente animado, como comportamientos o actos; y sucesos, cuando el elemento es un factor ambiental.

Etapa 3: interpretación

La última etapa del análisis del videoclip, tras finalizar las tareas de segmentación y fraccionamiento videográfico, es definida por la interpretación. Esta fase de estudio se formula como objetivo poder comprender la organización del videoclip como un conjunto, relacionando las partes y componentes del mismo, así como proponiendo patrones y funciones de estos elementos dentro de la estructura del video. Se trata de sintetizar y explicar la obra analizada a nivel interno y externo. Casetti y Di Chio (1991, 24) explican esta labor de interpretación como *“un trabajo que consiste en captar con exactitud el sentido del texto”*, es decir, una tarea donde la objetividad y la subjetividad rehace los datos que fueron extraídos en la parte inicial del análisis del videoclip. Se insiste en el carácter personal y subjetivo de esta labor con respecto al espectador, ya que en ésta, el investigador trata de elaborar una organización concreta entre los elementos insertos en el videoclip, apoyándose en datos que forman parte del contexto y también de los que nacen de la reflexión del propio espectador a través del análisis realizado. No necesariamente la fase de interpretación una etapa de análisis subjetiva, ya que en palabras de Casetti y Di Chio (1991, 24), *“si cada reconstrucción del texto es la ‘propia’ reconstrucción, también es verdad que ésta debe basarse en verificaciones detalladas y puntuales. En suma, incluso el diseño más personal debe ser finalmente legitimado por el propio texto”*. La interpretación es la síntesis integral y final que puede describir las elecciones del autor del videoclip con respecto a los elementos que lo componen, entrega a las partes extraídas en la primera fase un nuevo sentido y las vuelve a armar de forma interactiva.

Conclusiones

El videoclip es un fenómeno audiovisual que no cuenta con una definición fija que lo delimite y lo sitúe dentro de los fenómenos que conforman la industria artística. Esto responde a una suma de factores que han ido configurando y transformando el videoclip, convirtiéndolo en un género audiovisual en constante evolución que exige una continua revisión.

La compleja naturaleza del videoclip se explica por la capacidad que posee al poder relacionar dos lenguajes tan diferentes como son la música y la imagen. Esto ha convertido al videoclip en objeto de estudio para distintos ámbitos académicos como la musicología, psicología, sociología, cine, etc., y nos ha dejado un amplio número de investigaciones sobre diversos aspectos musicales que lo afectan. La existencia de este gran número de estudios hace que no exista una metodología definida a seguir en su análisis e interpretación, y que cada disciplina analice los videoclips tomando los elementos que considera más interesantes para sus fines ignorando el resto, lo que da como resultado un considerable número de trabajos que lo abordan de forma parcial.

Una de las consecuencias que se desprenden de este panorama es el poco consenso a la hora de escribir la historia del videoclip y fijar sus orígenes como género audiovisual. Una vez más las discrepancias se basan en las diferencias observadas a la hora de realizar estudios sobre este fenómeno desde los distintos campos académicos que se ocupan de su análisis, que fijan el origen del videoclip basándose en la relación que observan en este y otros géneros o medios audiovisuales.

Algunos investigadores sitúan el nacimiento del videoclip dentro de la evolución de los programas de música de la televisión, algo que no es de extrañar si tenemos en cuenta que constituye el medio de difusión más habitual para los videos musicales. Esta teoría defiende el desarrollo del videoclip como género partiendo de la revolución que para la televisión supuso en el video, ya que permitía emitir programas en diferido que afecta a los programas dedicados a la música, permitiendo la emisión de una actuación sin necesidad de contar con la presencia física del intérprete. Para quienes defienden esta teoría, es a partir de este momento cuando comienza el videoclip como género audiovisual.

Se puede también reconocer el nacimiento del videoclip a principio de los 80, coincidiendo con el nacimiento de canales de televisión como MTV. Se reconoce la influencia de las asociaciones entre imagen y música pop en otros medios como el cine o la televisión, pero se defiende la originalidad del videoclip basándose en el cambio que supuso para la industria musical y su aporte a la difusión de un nuevo estilo como el “new pop” inglés, donde se encuentran bandas que fueron destacadas para la historia del videoclip por el uso de este nuevo género audiovisual.

El modelo propuesto para el análisis del videoclip considera tres fases principales basadas en numerosos estudios sobre análisis de imagen desde enfoques del cine y la publicidad, campos que fueron elegidos para adaptarse al videoclip por su similitud con estos géneros audiovisuales. Sin embargo, el videoclip no posee una plantilla de análisis que se ajuste a sus características como género audiovisual. Es por esto que esta proposición de modelo para el estudio de este medio, ha tenido la finalidad de desarrollar un breve resumen de los estudios más recientes e importantes sobre análisis de imagen que han servido de pauta para la elaboración de este planteamiento metodológico, que sugiere una solución a un déficit en el análisis audiovisual y así utilizar como herramienta educativa y cultural para los espectadores.

El poder analizar y observar las características del pensamiento postmoderno actual y su influencia en el videoclip, pudiendo demostrar que es un ejemplo cercano y real a la juventud actual (donde el pensamiento postmoderno también sienta sus raíces) ayuda a discutir y reformular las expresiones de arte que nos son cercanas y que pueden ser entendidas y cuestionadas por nuestros estudiantes y por nuestro entorno. Entregar no solo contenidos básicos respecto a técnicas y estilos artísticos, sino que generar debate, elemento mucho más cercano al arte en la actualidad, es algo de suma importancia que se introduzca en las clases actuales de Artes Visuales

Fichas ejemplo de videoclip.

A continuación, se podrán ver 3 fichas ejemplo de videoclip que pueden ser utilizados como una obra de arte para ejemplificar e ilustrar algún contenido del currículum de Artes Visuales. Para ello he elegido un video de la década de los 80, uno de la década de los 90 y uno de la década del 2000. Posteriormente se entregará una pequeña lista de videoclip que pueden utilizarse para diversos temas y otra lista con directores de videoclip destacados por su aporte estético. Algunos de ellos solo se dedicaron al mundo musical y otros iniciaron o terminaron en el cine.

Recalcar que estas fichas son solo sugerencias, y que la base de el uso del videoclip como obra en la sala de clases va de la mano con la observación de los gustos musicales de los estudiantes, para así hacer la clase algo muchísimo más cercano y dinámico. Sin embargo, incluir dentro de la muestra videos de otras décadas también incentiva al conocimiento de nuevos estilos musicales por parte de los alumnos. Ellos en muchos casos reconocerán videos o canciones gracias a sus experiencias vividas junto a sus padres o abuelos.

Aha – Take on Me



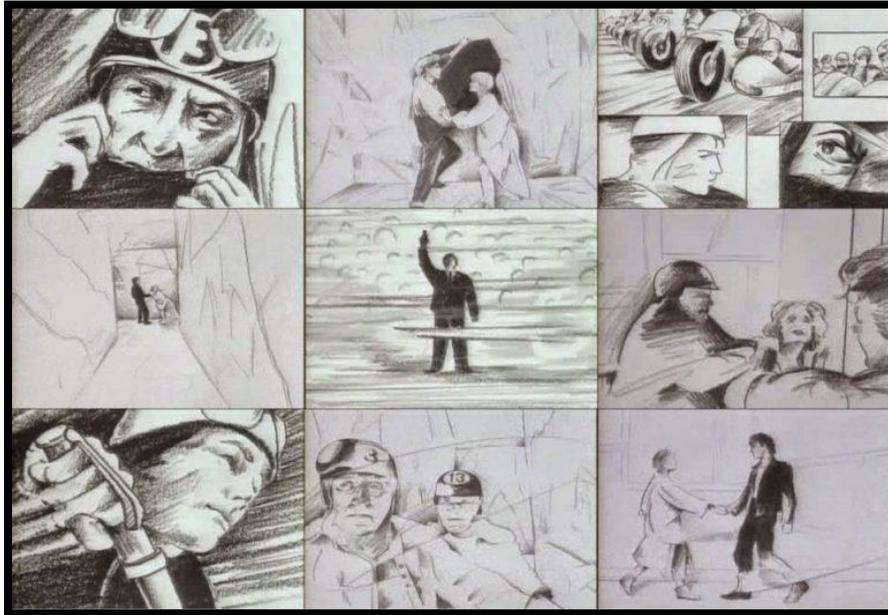
DIRECTOR VIDEOCLIP: Steve Barron
ALBÚM: Hunting High and Low
PUBLICACIÓN: 19 de octubre de 1984
GÉNERO: Synth Pop, New Wave

DURACIÓN: 3:49
DISCOGRAFÍA: Warner Bros. Records
AUTORES: Pål Waaktaar, Mags y Morten Harket

Dirigido por Steve Barron, el video musical fue creado en 4 meses dada la complejidad del proceso de rotoscopia¹⁴, una técnica que su animador, Michael Patterson, había usado anteriormente en su cortometraje *Commuter*. Con animaciones hechas a lápiz, la idea de Patterson era lograr un efecto impresionista y al mismo tiempo realista, de tal forma que la fusión entre los trazados y el live action, quedara en armonía. En total, se animaron con esta técnica aproximadamente tres mil fotogramas. Tras su debut, a mediados de 1985, se convirtió en el cuarto video más popular en las listas de videos estadounidenses. En la ceremonia de entrega de los premios MTV Video Music de 1986, el trabajo recibió seis galardones en las categorías de mejor artista nuevo, mejor video conceptual, video más experimental, mejor dirección, mejores efectos especiales y elección de los televidentes. Asimismo, el video también recibió críticas generalmente positivas. El *Flashback Friday*, una columna semanal de UGO, lo consideró “uno de los videos más emblemáticos de todos los tiempos” y «una obra maestra de la animación”. La sección de entretenimiento de *Time.com* lo encontró “innovador, pero genuinamente exasperante”, además de incluirlo dentro de Los 30 mejores videos musicales de todos los tiempos. Del mismo modo, Liam Allen de la BBC sostuvo que “la combinación del video peculiar y la canción locamente pegadiza, llevada por el ritmo genial de teclado de Magne Furuholmen, siguen siendo la combinación pop perfecta”.

¹⁴ La técnica de la rotoscopia consiste en hacer un redibujo manual de personajes cuadro a cuadro. Tomando como base una secuencia de imágenes de acción real previamente filmada en cine o grabada en videos.

Sugerencias Pedagógicas.



Este video puede ser utilizado para ilustrar técnicas de dibujo, como el achurado, trabajo de boceto, y también para el contenido de Comic, ya sea como el uso del trazo como para diagramación y uso de encuadres, y para la enseñanza de planos y ángulos en Fotografía.

Además, puede ser ejemplo de creación de coreografías con elementos de deshecho.

	Actividad
Sugerencia de niveles: desde 5° básico a 4° medio.	<p>Presentación del tema a tratar en clase, ya sea Fotografía, Comic o Dibujo.</p> <p>Se les consulta a los estudiantes si conocen algún videoclip y si recuerdan alguno que les haya llamado la atención. El profesor realiza la relación entre el tema a tratar y el medio.</p> <p>Se reproduce el videoclip de A-Ha y se les pide que observen con atención las imágenes. Posteriormente se les consulta si lo habían visto antes y si conocen la canción.</p> <p>Después de las respuestas pasan al tema a tratar, y pueden surgir las siguientes alternativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Enseñar los diversos planos y ángulos en Fotografía, mostrando diversas escenas donde se ejemplifiquen estos conceptos. -Mostrar el uso del lápiz en el dibujo del videoclip, pidiendo que imiten el trazo, para así poder posteriormente realizar sus propios trabajos. -Analizar la historia del comic inserto en la historia, y como está diagramado y dibujado para lograr el énfasis en lo que comunica.
Evaluación	<p>El alumno puede ser evaluado mediante un kamishibai, o un folioscopio en el caso de trabajar planos, ángulos y encuadres, o un trabajo técnico de dibujo o cómic. En los niveles más altos los alumnos pueden realizar su propio videoclip con las técnicas y/o contenidos vistos</p>
Sugerencias interdisciplinarias	<p>Lenguaje y Comunicación.</p> <p>Historia, en caso de querer ilustrar algún momento histórico que se esté enseñando en el momento.</p>

Jamiroquai - Virtual Insanity



DIRECTOR VIDEOCLIP: Jonathan Glazer ALBÚM: Travelling Without Moving PUBLICACIÓN: 19 de agosto de 1996 GÉNERO: Disco, soul, funk	DURACIÓN: 5:40 (Versión del álbum) DISCOGRAFÍA: Sony Soho Square AUTORES: Jay Kay, Toby Smith
---	---

"Virtual Insanity" es el video musical más conocido de Jamiroquai. En los MTV Video Music Awards de 1997 en septiembre de 1997, obtuvo 10 nominaciones, ganando cuatro premios, incluyendo "Breakthrough Video" y "Mejor vídeo del año".

El video consiste principalmente en el cantante de Jamiroquai, Jay Kay, bailando e interpretando la canción en una habitación blanca brillante con un piso gris. A lo largo del video, hay varias combinaciones de sofás y sillones, que son los únicos muebles en la habitación. El video obtuvo el reconocimiento de los críticos por sus efectos especiales: el piso parece moverse mientras el resto de la habitación permanece quieto. En algunos puntos, la cámara se inclina hacia arriba o hacia abajo para mostrar el piso o el techo durante unos segundos, y cuando vuelve a la posición central, la escena ha cambiado por completo. Otras escenas muestran a un cuervo volando por la habitación, una cucaracha en el piso, los sofás sangrando y los otros miembros de Jamiroquai en un corredor arrastrados por el viento. Este se convirtió en el segundo video lanzado por Jamiroquai que se realizó con éxito en una toma completa, aunque compuesta; "Space Cowboy" fue el primero. En un breve documental, el director Jonathan Glazer describe cómo las paredes se mueven sobre un piso gris estacionario sin detalles, para dar la ilusión de que los objetos en el piso se mueven. En varias tomas, las sillas o sofás se fijan a las paredes para que parezcan estar paradas, cuando de hecho se mueven. En otras tomas, las sillas permanecen estacionarias en el piso, pero la ilusión es tal que parecen moverse. Las paredes en movimiento no eran completamente rígidas y se pueden ver en algunas tomas moverse ligeramente.

Sugerencias pedagógicas



Este video puede ser utilizado como ayuda para reproducir forma y disposición de objetos, en clases de uso de perspectiva. También puede utilizarse en clases de video, como ejemplo de plano secuencia, y además puede también trabajarse al enseñar Minimalismo.

	Actividad
Sugerencia de niveles: desde 8° básico a 4° medio.	<p>Presentación del tema a tratar en clase.</p> <p>Se reproduce el videoclip de Jamiroquai y se les pide que lo observen con atención. Posteriormente se les consulta si lo habían visto antes y si conocen la canción.</p> <p>Se puede presentar la discusión de como creen que se grabó el video. En caso de trabajar con el tema de la perspectiva, se pueden iniciar ejercicios de grabación con el celular y un montaje en miniatura en la sala. En caso de trabajar con la presentación del concepto de plano secuencia/ cámara fija, complementar con otro video.</p> <p>También pueden surgir las siguientes alternativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Enseñar los diversos planos y como se disponen los objetos en el mismo, mostrando diversos momentos del video. -En caso de trabajar con Minimalismo, elegir para contrastar otro videoclip donde se trabaje una estética recargada, para de ahí hacer un análisis y paralelo con obras del estilo.
Evaluación	<p>El alumno puede ser evaluado con la creación de su propio videoclip enfatizando el contenido tratado. También puede crear escenas mediante collage donde trabaje el uso de planos y perspectiva, y tomando ejercicios de dibujo técnico para lograr un resultado óptimo.</p>
Sugerencias interdisciplinarias	<p>Matemáticas, para cálculos lineales proporcionados a escala.</p> <p>Lenguaje y Comunicación, para potenciar algún contenido respecto a Literatura.</p>

Red Hot Chili Peppers - Can't Stop



DIRECTOR VIDEOCLIP: Mark Romanek
ALBÚM: By the Way
PUBLICACIÓN: 24 de enero de 2003
GÉNERO: Funk rock
Rock alternativo

DURACIÓN: 4:29
DISCOGRAFÍA: Warner Bros. Records
AUTORES: Flea, Frusciante, Kiedis, Smith

El video musical dirigido por Mark Romanek para el single presenta a los cuatro miembros de la banda haciendo acciones aparentemente aleatorias y excesivamente abstractas, como sostener muchas botellas de agua o intentar equilibrar los cubos en sus cabezas. Está inspirado por “One Minute Sculptures” del artista Erwin Wurm.

El trabajo de Wurm es vuelta de tuerca al concepto de escultura viva, el “tableaux vivant”¹⁵ de la pintura, sobre el que este artista trabaja desde 1997, haciendo interactuar a la gente y provocando también una conceptualización en torno a las relaciones interpersonales, la obra de arte y el goce estético.

La iluminación se colocó para proporcionar un ambiente limpio y contemporáneo que se integraría con el concepto del video. haciendo que la banda realizara escenas aleatorias, que parecen no tener ningún propósito. Sin embargo, en retrospectiva, no pretendían ser nada más que acciones arbitrarias, que se ajustaran a las ideas expresadas en el trabajo de Wurm.

¹⁵ Tableau vivant (pintura viviente) es una expresión francesa que tuvo sus orígenes en el siglo XIX para definir la representación por un grupo de actores o modelos de una obra pictórica preexistente o inédita.

Sugerencias pedagógicas.



Este video puede utilizarse para iniciar la discusión de qué puede ser considerado arte o no, qué es arte contemporáneo o como ejemplo de escultura contemporánea, mostrando las diferencias con escultura clásica.

	Actividad
Sugerencia de niveles: desde 1° a 4° medio.	<p>Presentación del tema a tratar en clase, ya sea Arte Contemporáneo o Escultura.</p> <p>Se presenta el videoclip de Red Hot Chili Peppers y se les pide que lo observen con atención y que anoten los elementos u objetos que están “fuera de lugar” en la historia del video. Se les puede consultar si lo habían visto antes o si conocen la canción.</p> <p>Se presentará la discusión respecto a qué es arte y si consideran que las situaciones contenidas en el videoclip pueden ser consideradas como tal. En caso de trabajar con el tema de la Escultura, se presentan las obras de Erwin Wurm, explicando que el video está inspirado en sus obras. Desde ahí pueden hacer un análisis en contraparte con el Arte Clásico, ya sea la Escultura como con pinturas, si trabajamos con el contenido de Arte Contemporáneo.</p> <p>También pueden surgir las siguientes alternativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Si trabajamos con Arte Contemporáneo, podemos introducir el contenido de Performance, Fluxus, Arte Povera, y hacer las asociaciones con lo visto en el videoclip. Se puede invitar a los estudiantes a que imiten obras con elementos de lo cotidiano, trabajando también algún énfasis cromático -En caso de trabajar con Escultura, se puede trabajar con la escultura hecha por objetos reciclables, y tomar además objetos cotidianos para expresar alguna temática a elección. Siempre inducir a la opinión y crítica, ya que los estudiantes en la mayoría de los casos consideran arte a las técnicas de pintura, dibujo o escultura.
Evaluación	El alumno puede ser evaluado creando esculturas con objetos cotidianos y de desecho, o realizar alguna Performance o Instalación.
Sugerencias interdisciplinarias	Tecnología y/o Biología, si se trabaja concepto de Naturaleza y reciclaje.

Directores destacados.

Spike Jonze

Adam Spiegel, más conocido como Spike Jonze, es un productor, director de vídeos musicales y de cine, guionista y actor estadounidense.

Sus trabajos más importantes incluyen la comedia negra de 1999 Being John Malkovich, por la que fue nominado al Óscar al mejor director, y el filme de 2002 El ladrón de orquídeas. Co-creó y fue productor de la serie de televisión de MTV Jackass, y de Jackass: la película. Ha actuado en algunos vídeos y filmes y también escribe. Finalmente en 2014 obtuvo el Óscar al mejor guion original por la película Her.

Algunos videos destacados

- 100% - Sonic Youth
- Cannonball - The Breeders
- Buddy Holly - Weezer
- Sabotage - Beastie Boys
- Undone - The Sweater Song - Weezer
- Crush with Eyeliner - R.E.M.
- It's Oh So Quiet - Björk
- The Diamond Sea - Sonic Youth
- Da Funk - Daft Punk
- Electrolite - R.E.M.
- Elektrobank - The Chemical Brothers
- Home - Sean Lennon
- Weapon of Choice - Fatboy Slim
- Island in the Sun (versión 2) - Weezer
- The Suburbs - Arcade Fire

Michel Gondry.

Director de anuncios y vídeos musicales francés, destacado por su innovador estilo visual y su manipulación de la puesta en escena. Su carrera como realizador comenzó con la dirección de vídeos musicales para la banda de rock francesa Oui Oui, de la cual era también baterista. El estilo de sus vídeos llamó la atención de la cantante Björk, quien le pidió dirigir el vídeo para su canción Human Behavior. Esta colaboración se extendería bastante tiempo, dirigiendo un total de siete vídeos musicales para Björk. Otros artistas con los que ha colaborado en más de una ocasión fueron The White Stripes, Radiohead, The Chemical Brothers y Kylie Minogue. Por otro lado Gondry también ha creado numerosos comerciales de televisión. Fue pionero en la utilización de la técnica conocida como «*bullet time*», utilizada posteriormente en las cintas de la saga The Matrix.

Gondry suele ser citado, junto con los directores Spike Jonze y David Fincher, como representante de la influencia de los directores de vídeo musicales en la cinematografía mundial. Su película *Eternal Sunshine of the Spotless Mind* fue estrenada en el año 2004 y recibió numerosas críticas entusiastas.

Algunos videos destacados.

- Fire On Babylon - Sinéad O'Connor
- Like A Rolling Stone - The Rolling Stones
- Isobel - Björk
- Protection - Massive Attack
- Army of Me - Björk
- Hyperballad - Björk
- Everlong - Foo Fighters
- Around The World - Daft Punk
- Knives Out - Radiohead
- Star Guitar - The Chemical Brothers
- Fell In Love With A Girl - The White Stripes
- The Hardest Button To Button - The White Stripes

David Fincher

Director y productor estadounidense de cine, televisión y vídeos musicales. Nominado al Óscar a mejor director por *El curioso caso de Benjamin Button* (2008) y *La red social* (2010). Por esta última, ganó el Globo de Oro al mejor director y el Premio BAFTA a la mejor dirección. También es conocido por haber dirigido la película de terror y ciencia ficción *Alien* en su debut como director y los thrillers psicológicos *Seven* (1995), *Fight Club* (1999), *Perdida* (2014), *Zodiac* (2007) y *The Girl with the Dragon Tattoo* (2011), entre otras; además de tener un papel decisivo en la creación de las series de televisión *House of Cards* y *Mindhunter*, ambas de Netflix.

Sus películas *Zodiac* y *La red social* están incluidas en el ranking de la BBC *Las 100 mejores películas del siglo XXI*.

Algunos videoclips destacados.

- "Englishman in New York", de Sting (1988)
- "The Way That You Love Me" (primera versión), de Paula Abdul (1988)
- "Bamboleo" (segunda versión), de Gipsy Kings (1989)
- "Straight Up", de Paula Abdul (1989)
- "She's A Mystery To Me", de Roy Orbison (1989)
- "Forever Your Girl", de Paula Abdul (1989)
- "Express Yourself", de Madonna (1989)
- "Oh Father", de Madonna (1989)
- "Janie's Got a Gun", de Aerosmith (1989)
- "Vogue", de Madonna (1990)
- "L.A. Woman", de Billy Idol (1990)
- "Freedom '90", de George Michael (1990)
- "Bad Girl", de Madonna (1993)
- "Who Is It?" (segunda versión), de Michael Jackson (1993)
- "Love Is Strong", de The Rolling Stones (1994)
- "Judith", de A Perfect Circle (2000)
- "Suit & Tie", de Justin Timberlake (2013)

Otros directores destacados.

Dave Meyers

Joseph Kahn

Wayne Isham

Hype Williams

Nigel Dick

Sophie Muller

Jean-Baptiste Mondino

Floria Sigismondi

Anton Corbijn

Emily Kai Bock

Hiro Murai

Jonathan Glazer

Chris Cunningham

Stéphane Sednaoui

Samuel Bayer

Seamus Murphy

Videoclips sugeridos según contenido de Artes Visuales.

Expresionismo

Tame Impala – “Feels Like We Only Go Backwards”

Stopmotion:

White Stripes – “Fell In Love with a Girl”

Peter Gabriel – “Sledgehammer”

Grizzly Bear – “Ready, Able”.

Arte Cinético

The Shins – “Half a Million”

Dj Soak Ft. Anderson .Paak – “Run Away”

Naif

Merk - “I’m Easy”

Woods – “New Light”

Metronomy – “Reservoir”

Collage

Take Me Out – “Franz Ferdinand”

Rulo – “Pájaro Vagabundo”

Pop Art

Rihanna – “Rude Boy”

Surrealismo

Coldplay – “Up&Up”

The Chemical Brothers - “Let Forever Be”

Planosecuencia

Radiohead – “Daydreaming”

Childish Gambino – “This is América”

Ilusiones ópticas.

OK Go – “The Writing’s On The Wall”

Bonobo – “Cirrus”

Bibliografía

- Acaso, M. (2009). *La educación artística no son manualidades*. Madrid: Catarata.
- Acaso, M. (2006). *Esto no son las Torres Gemelas: cómo aprehender a leer la televisión y otras imágenes*. Madrid: Catarata.
- Antezana L, Andrada P (2017). *En clave adolescente: referentes, prácticas y hábitos de consumo audiovisual*” Universidad de Chile, Instituto de la Comunicación y la Imagen.
- Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Ciudad de México: Editorial Itaca.
- Bourriaud, N. (2007). *Postproducción*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Bourriaud, N. (2008). *Estética Relacional*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Bordwell, D; Thompson, K. (1995) *El arte cinematográfico*. Barcelona: Paidós.
- Carmona, R. (2000) *Cómo se comenta un texto fílmico*. Madrid: Cátedra.
- Carrillo, J. (2004) *Arte en la Red*. Madrid: Cátedra.
- Casetti, F; Di Chio, F. (1991) *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- Chion, Michel. *La audiovisión: introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Barcelona: Paidós, 1993.
- Danto, A. (2002). *Transfiguración del lugar común*. Barcelona: Paidós.
- Debray, R. (1992). *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en occidente*. Barcelona: Paidós.
- Efland A, Freeman K, Stuhr P (2003) *La Educación en el Arte Posmoderno*. Barcelona. Paidós.
- Eisner, E. (2002). *Ocho importantes condiciones para la enseñanza y el aprendizaje en las artes visuales*. *Arte, Individuo y Sociedad*. Anejo I,
- Eisner, E. (1998). *El ojo ilustrado*. Barcelona: Paidós.
- Fraser, P. (2010). *Teaching music video*. Londres: BFI.

- Fontcuberta, J. (2010). *A través del espejo*. Madrid: Oficina de Arte y Ediciones.
- Foster, H. (1985). *La Postmodernidad*. Editorial Kayros, Barcelona.
- Foucault, M (1999). *Las palabras y las cosas*. Madrid, Editorial Siglo XXI.
- Gablik, S (1987): *¿Ha muerto el arte moderno?*, Herman Blume, Madrid.
- Garcia, N (1989). *Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo, México.
- Gombrich, Ernst Hans (1997). *La historia del arte*. Madrid. Editorial Debate.
- Kant, I (1983) *Textos Estéticos*, Ed. Andrés Bello, Santiago..
- Lech, I. (2009) *La imagen encapsulada: el videoarte como espiral*. Madrid: Fundación Autor.
- Lyotard, J. (1987): *La condición posmoderna. Informe sobre el saber*, Madrid, Cátedra.
- Lyotard, J (1996): *Moralidades postmodernas*. Editorial Tecnos, S.A., Madrid.
- Lyotard, J. (1987): *La posmodernidad (explicada a los niños)*. Barcelona, Gedisa.
- Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero, la moda y su destino en las sociedades modernas*. Anagrama. Barcelona.
- Lipovetsky, G. (2000) *La era del vacío*, España, Editorial Anagrama.
- Lipovetsky y Serroy, (2009) *La Pantalla Global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Anagrama, Barcelona
- Mercury, F. (2007). *Freddie Mercury: Su vida contada por él mismo*. Barcelona: Robinbook.
- Morduchowicz, R. (2010). *La TV que queremos: una televisión de calidad para chicos y adolescentes*. Buenos Aires: Paidós.
- Morduchowicz, R. (2012) *Los adolescentes y las redes sociales. La construcción de la identidad juvenil en Internet*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Piscitelli, A. (1998): *Post/Televisión: ecología de los medios en la era de internet*. Barcelona, Editorial Paidós.
- Rodríguez López, J., Aguaded Gómez, J.I.(2003) *Propuesta metodológica para el análisis del vídeo musical*. Vol. XVI

Schartz, L. (2007). *Making music video: Everything you need to know from the best in the business*. Random House.

Valery, P. (1960). *Piezas sobre arte*. Madrid: Visor.

REVISTAS ELECTRÓNICAS.

Adell, J. (1997): Tendencias en educación en la sociedad de las Tecnologías de la Información", EDUTEC Revista Electrónica de Tecnología Educativa n° 7, noviembre. <http://www.uib.es/depart/gte/revelec10.html>

Chalkho, R. (2004) *Transdisciplina y percepción en las artes visuales* en Cuadernos del centro de estudios en diseño y comunicación. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Palermo

Figueras, Julen (2016) "Cómo funciona la música: elegir la pastilla roja" Review del libro "Como funciona la música, David Byrne. <http://www.palabraderock.com/2016/08/26/david-byrne-como-funciona-la-musica-review/>

Hernandez, F.(2005). *De qué hablamos cuando hablamos de Cultura Visual?* Educação & Realidade, Porto Alegre, v. 30, n.2.

Reuters (2010) "Les vidéos artistiques de YouTube entrent au musée Guggenheim". Lemonde.fr. https://www.lemonde.fr/culture/article/2010/09/20/les-videos-artistiques-de-youtube-entrent-au-musee-guggenheim_1413785_3246.html

Sedeño, A.: "Música e imagen en el aula" en Revista Comunicar n° 18, 2002.

Vernallis, C. (1997). *Teaching music video: Aesthetics, Politics and Pedagogy*. Journal of Popular Music Studies, Vol. 9, Issue 1; 93-99.

Vernallis, C. (2004). *Experiencing music video: aesthetics and cultural context*. New York: Columbia University Press.

Weibel, P. (1987) *Videos musicales. Del vaudeville al videoville*, Telos número 11, septiembre-noviembre.

http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=hemeroteca.VisualizaArticuloIU.visualiza&articulo_id=6252

Vicente, J. L. (2000). ArtFutura. Obtenido de ArtFutura:
http://www.artfutura.org/02/arte_chris.html

Gértrudix-Barrio, M. & Gértrudix-Barrio, F. (2010). *La utilidad de los formatos de interacción músico-visual en la enseñanza*. Revista Comunicar N°34.

Lebel, Jean (1989) “*Happenings, d’une bastille, l’autre*”, en Happenings & Fluxus.

Leguizamón, Juan Anselmo (1998). *El videoclip como formato o género híbrido*. Archivo de semiótica. Recuperado de <http://www.archivo-semiotica.com.ar/Leguiz.html>

Mercader, A (2003): *Cómo algunas consideraciones sobre la génesis y renovación de la producción y la realización audiovisual pueden hacernos cambiar planteamientos en la articulación del videoarte*. En VV.AA, Monocanal, Museo Centro de Arte Reina Sofía, Departamento de audiovisuales MNCARS -Comunidad de Murcia, Madrid.

Sedeño, A (2007) “*Narración y Descripción en el Videoclip Musical*”. En Razón y Palabra. N°56. México. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n56/asedeno.html>

TESIS

García Roldán, A. (2012). *Videoarte en contextos educativos. Las narrativas audiovisuales y su inclusión curricular en los programas de educación artística desde una perspectiva A/R/T/OGRÁFICA*. Universidad de Granada, España.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=61734>

García Soto, L. (2016). *El videoclip como paradigma de la música contemporánea de 1970 a 2015* (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

Pérez-Yarza, M. (1993) *El placer de la tragedia: semiosis del video rock*. Tesis de doctorado realizada en la Universidad del país Vasco.

<http://www.cervantesvirtual.com/FichaObra.html/Ref=3225&ext=pdf&portal=0>