

EL VIDEOCLIP POSTAPOCALYPTO (NOTAS SOBRE NUEVAS FORMAS DE HACER VIDEOCLIP)

Ignacio Pérez Barragán

El doctor en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Ciencias de la Comunicación por FCPyS-UNAM, Ignacio Pérez Barragán obtuvo su último grado en el año del 2005 por la tesis "Estética de la comunicación en los videoclip" que fue aprobada con mención honorífica.

EL VIDEOCLIP POSTAPOCALYPTO

Resumen:

Este artículo elabora un mapa donde se ubican las principales tendencias musicales que nacen en este inicio del siglo XXI. El videoclip aparece como el principal medio de difusión musical donde las estrellas de la música son ahora, estrellas audiovisuales. Trato de explicar las procedencias de los nuevos géneros musicales en boga y me detengo en la figura de Joan Jett, cantante de los años ochenta pues la considero como el paradigma por antonomasia de la moda reinante en la primera década del dos mil. Sirva este artículo al lector para ubicarse en la gran carretera de información de los videoclip.

Palabras clave: videoclip, estética, música contemporánea, rock, indie

THE POSTAPOCALYPTO VIDEOCLIP

Abstract:

This article makes one cart where are the XXI sciecle musical' s principal tendences. The videoclip shows like the difution musical's principle mean where the music stars are, today, the audiovisual's stars I try explicating the new genre's musical procedences in the vogue. Before I stop me in the Joan Jett's figure, popsinger in the 80's. I consider her like the Anthonomasian's paradigma style in the 2000' s first decade. This article is a cart for the reader on the big information's freeway of the videoclip.

Keywords: Videoclip, aesthetics, Modern Music, Rockand roll, Indie

El videoclip PostApocalypto
(Notas sobre nuevas formas de hacer videoclip)

Toma 1: Disertación sobre el Apocalipsis que nunca ocurrió

Aún recuerdo el día último de diciembre de 1999. Último minuto. Tal vez fallecería, quizá no. Ya saben, el pánico milenarista finisecular. Coloqué la parabólica en el satélite correcto. Moriría, si es que moría, con la televisión prendida, con la fiel compañera porque nunca me ha importado utilizar la televisión como un sacerdote. No me interesaba ese instante cursi en que se transmiten doce campanadas y se cuentan las uvas, doce en total, una por mes. Mi último instante lo viviría sintonizando un canal de videoclip, pero no cualquier canal, sería MTV pero no cualquier MTV, sino MTV2, el mero bueno.

MTV2 también se preparaba para el cambio de milenio en la cuenta occidental. En ese instante hacía un recuento de todos sus videos de la A a la Z, recuento que tardó varios meses.

Es curioso, no era el cambio de siglo lo que me preocupaba. Nunca he sido partidario del calendario gregoriano, admito que el cambio de milenio me importaba un cuerno, pero había cierta morbosidad de tener la televisión encendida con MTV2 sintonizado porque pensaba que cuando realmente tuviera una oportunidad de esperar la muerte, sería disfrutando buenos videoclips.

Como buen fan de la moda y de los videoclip, esperaba que avanzara la década pues los cambios reales suceden dos o tres años después del año que marca cero como último dígito, es decir, los años inmediatos del inicio oficial. Por tal motivo el año 2000 no era mi expectativa pero sí el 2002 y el 2003 pues sucedieron los cambios que denotaban la entrada de una nueva época del videoclip.

Toma 2: Una apología a Joan Jett, diva de ReBelDes y Moderattos.

El siglo XXI es una época difícil para quienes odiamos el pop pues esta década le pertenece. Se produce lo que ya se había anunciado múltiples veces desde la retrovanguardia, desde 1996, la década de los 2000, estaría marcada por el retro a los ochenta del siglo XX. Ninguna más mala noticia que eso pues los ochenta tienen dos calificativos: son lo chochenta o bien son lo horribles ochenta.

No sabía cómo sería el retro, pero lo presentía: ubicaba a Madonna, aquella de "Borderline", a Michael Jackson y el mal gusto para vestir. Sería por allá del 2002 cuando MTV lanzó a The Strokes y al indie como el género musical propio de los 2000. Los Strokes tocaban como aquellos de la ola inglesa de principios de los setenta. Se vestían como el Billy Joel de "Glass Houses" o el Survivor de "Eye of Tiger". Con el tiempo me aclararía que en realidad había un video paradigma de la moda pop de los ochenta: "I love Rock and Roll" de Joan Jett y los Blackhearts.

Joan Jett era una muchachita que mucho recordará a la Aphril Lavigne de esta década. Fue una esquincla que tuvo como mercadotecnia, la imagen de una salvaje rocker, enfundada con ropa de piel negro y cinturones de estoperol y el cabello grafilado. Tenía un maquillaje que recordaba mucho al glam de David Bowie. Esa fue Joan Jett que sería recordada por cantar el ahora himno rocker "I love rock and roll", mérito aparte pues la Aphril Lavigne ni a eso ha llegado.

La imagen glam de esta mujer sería retomado por los modistas de la década de los 2000 a tal punto que ya puedo hablar de "I love Rock and Roll" como paradigma y pieza digna de museo sin la cual no es posible hablar de la moda de la apertura del tercer milenio. Mucho le debe Joan Jett al glam y también al punk por aquello de la ropa ceñida y los estoperoles. Joan Jett fue proyectada para hacer del rock un producto pop que fuera de fácil digestión mental, pegajoso, que significara ganancia inmediata al colocarse en el gusto de un público general sin que importara lo efímero que pudiera ser tal producto. El objetivo fue cumplido.

Se me puede refutar que ya antes habían existido grupos que eran rockeros y que habían tenido las ventas de un grupo pop, o bien que eran de un rock tan amable (tocaban música rock con letras propias del discurso pop) que se podrían considerar como "Rock pop". Un ejemplo, los Beatles, pero los Beatles acabaron con letras propias del discurso rockero (gracias a Yoko Ono ¡alabada seas por civilizar a un grupo de fresas pachecos!) además que sí importaba lo efímeros que podrían ser y su separación no agradó mucho a los mercaderes del mundo de la música.

Se me pondrán más ejemplos como las divas del sello Mowtown Records, incluso se me podrá decir que el objetivo de casi todo grupo rocker es vender su imagen y música. Que todo rockero es en el fondo un artista pop. Objetaría que hay diferencia entre promocionarse con el discurso rockero y hacerlo con discurso pop. Las estrategias discursivas, el manejo de la imagen y las letras de las canciones es muy distinto aunque el fin sea el mismo. Pero no es el punto que me interesa ahondar.

Joan Jett es para mí, la persona con la cual el rock fue convertido en un producto pop, la imagen subversiva del rockero fue ofrecida como el mainstream, estaba de moda ser subversivo, es más era bien visto y de buen gusto. Lo subversivo quedaba entonces en la apariencia, se vendía la etiqueta del rebelde, el rebelde estaba al alcance de todos sin necesidad de sufrir el precio de la subversión que les había costado a aquellos que sí se habían atrevido a serlo tiempo atrás.

El primer aviso fue con el punk. El punk era un movimiento social inglés donde los jóvenes cuestionaban las políticas sociales de su país y se rebelaron ante la falta de oportunidades de empleo y la glamurosa etiqueta en el comportamiento y el vestir de un pueblo que era la meca del orgullo victoriano.

Pronto las letras punk fueron objeto de consumo popular, en particular una que se burlaba de la aristocracia de cartón inglesa y del mismísimo himno nacional de Inglaterra. Tal canción aparecería como número uno en los charts ingleses con la peculiaridad de que la casilla donde debería estar inserto el nombre de la pieza, aparecía en blanco. Nunca se atrevieron a poner "God save the Queen", canción número uno en los charts ingleses.

Sin duda el rock era muy vendible y más su imagen subversiva. Inglaterra fue sacudida por el movimiento punk y pronto la forma de vestir se popularizó a tal grado que hasta los jóvenes aristócratas se vestían como ellos, precisamente los detentores del sistema contra el que el punk protestaba.

Pronto el punk dejó de vestirse como acostumbraba pero se había comprobado que la imagen subversiva era todo un éxito comercial. Esta lección la aprovecharían los promotores de Joan Jett por eso afirmo que fue la primera diva que sería presentada como rockera a fin de provocar el consumo de la gente que típicamente consumía lo propio del pop, aquello que no fuera más subversivo que una letra que hablara sobre los problemas amorosos de una adolescente deseosa de casarse de blanco.

Joan Jett se diferenciaría de cualquier precedente porque contó con la herramienta del videoclip, fue la primera diva rockpopera audiovisual, tiempo después no faltaron otras cantantes similares pero en su tiempo nunca forjarían no una canción (que repito es un himno rocker aunque me pese decirlo) sino un videoclip como "I love rock and roll".

La parte glam de Joan Jett también tenía su historia que corría paralela al punk y tenía su apoteosis en David Bowie y Alice Cooper que se maquillaron y vistieron como mujeres exuberantes sin que por ello dejaran de ser hombres. Utilizaron pesadas sombras para los ojos, las uñas largas y el pelo más abajo de los hombros y esponjado. Sus vestimentas eran de colores llamativos además que se pintaban los labios. Un glam menos agresivo al gusto popular es el que se desarrolla en los ochenta y combinado con el punk da como resultado la moda rockera de los años ochenta.

Joan Jett aparece enfundada con su ropa de piel negra entallada, sus tenis convers y su peinado en pelo negro grafilado. El video en blanco y negro es sobrio en su manejo de imágenes.

Con Joan Jett se demostró que se podía ser rocker sin las molestias de ser rocker, Joan Jett era la rockera de pasarela, la demostración fehaciente de que se podía repetir el fenómeno de consumo mediático de la rebeldía juvenil propia de los punk (cuyo antecedente directo era la fiebre de los rebeldes sin causa, de los rocandroleros de los años cincuenta) teniendo el control sobre los mensajes que pudiera emitir la rockstar, es decir, que la rockera en cuestión se centrara en un look punk-glam y que cantara letras tan subversivas como los problemas de amor propios de una quinceañera o de un millonario que dedicara toda su vida a suspirar por alguien, lejos del problema de vivienda, la delincuencia, la guerra o el desempleo.

La maniquí rocker sólo cambiaba el look, el ritmo y los instrumentos musicales pero en el fondo seguía reproduciendo la moral más victoriana posible. Era el instrumento ideal para convertir a los jóvenes al conservadurismo. La política de publicidad fue lanzar a una maniquí rocker que fuera tan subversiva como la sensación del 2005, las muñecas Bratz rockers, apasionadas por la moda.

Joan Jett and the Blackhearts protagonizan un videoclip donde lo obvio son los grafilados, los estoperoles en los cinturones y las muñequeras, los tenis convers todo en un blanco y negro con Joan Jett con guitarra en mano y actitud soberbia como si retada al público, como si fuera una rebelde. Nadie imaginaria que tal modelo arrancada a fuerzas de gente como Siouxi Sioux, sería el modelo a seguir y más que nada el modelo que arrojaría ventas cuantiosas y uniformaría a los adolescentes del mundo entero gracias a la popularidad de un primer frente de artistas retro clasificados como "indie" y otro frente conformado por aristócratas jugándole al rockero.

Toma 3: Menos indios que independientes, Sus Prototomajestades los Indie

El indie surge como una continuación del llamado "rock alternativo" muy popular en los años noventa con grupos como The Pixies que nunca firmaron con alguna disquera multinacional y se promocionaron siempre al lado de la disquera independiente 4AD.

Esta política de antiempresa multinacional y promaquila de discos en disqueras alejadas de los grandes consorcios se extendió a diversos géneros como el de la música electrónica donde hay grupos que incluso maquilan no más de cien discos a fin de mantener una política radical de promoción con un mensaje pro anticonsumismo por paradójico que pueda parecer el concepto.

De ahí viene el nombre de "Indie" para denominar en la primera década de los dos mil a los otrora, grupos de "rock alternativo", ahora conocidos como grupos de sellos "independientes o "indie".

Sin embargo hacen una ruptura con el grunge, que nació de los sellos alternativos y del punk que ahora tienen la mayor difusión posible a través de los sellos multinacionales, claro ese punk conocido como "happy punk" y en el denominativo lleva la penitencia, punk hechos por jóvenes rebeldes alineados y mediatizados (claro, con la vieja consigna: "Usemos a los medios para difundir El Mensaje") de letras que dañan tanto al sistema como el Oko es un bombazo a las moscas .

En la música establecen una ruptura con el grunge pues no les interesa el heavy metal ni el punk, se dirigen a la ola inglesa de aquellos finales de los años sesenta (los Kinks, los Rolling stones, Los Yardbirds, The Who, etc).

En la imagen dejan atrás tres modas imperantes en los finales de los noventa: el grunge, el ska y el hardcore. No le interesan los desaliñados ni la ropa desgastada o rota; tampoco las bermudas, o pantalones bombachos a la cadera donde se enseñan los boxers, ni la mística rastafari, ni las patinetas o el cabello corto levantado con muchísimo gel; por supuesto tampoco las combinaciones entre rastafari, punk y hip hop propio del llamado "hardcore" en los noventa.

Estas características de ruptura y emergencia colocan al indie y su moda como diferente a lo visto entonces. No viene de los años noventa como sucede con el grunge, el ska o el punk que tuvieron su primer impulso en esa década (aunque el grunge ya venía en franco declive).

El indie no se presenta como glamuroso, más bien sencillo y sobrio. Llegan a incluir experimentos musicales electrónicos porque acepta más al electrónico que al heavy metal. Es parecido al punk pues tiende a la sencillez musical que el grunge había perdido en pro del uso de guitarras muy distorsionadas y de gritos en los cantos, sin embargo no le rinde más tributo al punk que Joan Jett.

Sus videoclip podrían calificarse como minimalismo beatnik aunque podría decirse que no son sino los clones de "I love rock and roll" o bien, de los viejos programas de variedades tipo "Oro sólido" o el mexicanísimo "Siempre en domingo". Creo que este tipo de programas son los preferidos por los indie para hacerles la parodia posmoderna, el kitsch.

Recuerdo que el kitsch es el mensaje donde el mal gusto es llevado a tal extremo que se vuelve representante del mal gusto en sí, aquello que es kitsch es un modelo nostálgico de lo que fue considerado feo en una época dada.

Curioso porque en la primera década de los 2000, la moda vista en "I love rock and roll" aparece completita, revestida en el discurso retro, en dos tipos de videoclip: el indie y el de pop rock (y no al revés, rock-pop). El indie emerge en esta década como una política de los grupos para ser contestatarios y no dejarse absorber por las políticas conservadoras de las multinacionales. Los indie pueden ser promocionados por multinacionales como MTV pero el indie no basa su existencia en MTV, la multinacional es el medio pero no el fin, esta es la política proindependiente del indie. El indie se basa en la música de la ola inglesa de finales de los sesenta (es decir, los Rolling Stones, Yardbirds, The Who y los Kinks) con agregados propios de la música electrónica contemporánea. De hecho, el indie desplaza en la moda urbana al ska y ahora los jóvenes se visten al modo indie.

El lanzamiento de la tendencia indie fue a manos de MTV, y el primer grupo promocionado fue The Strokes. Después ya vendrían otros grupos como The Kaiser Chiefs o los geniales The Raptures. El pop rock también cobra auge en la presente década. El maniquí rockero es retomado para incursionar en el mercado musical a estrellas multimillonarias de reconocido auge como Ashley Simpson, o bien se fabrican más Joan Jett o muñequitas Bratz rockeras. En ese sentido nace Avril Lavigne que es promocionada con una imagen entre dark y rockera pero con muchas imágenes donde aparecen muchachos en patineta. Por supuesto, Avril, al igual que su antecesora, aparece con guitarra en mano, incluidos los gestos de mujer en busca de golpes.

Otra tendencia propia de la presente década es el ya denominado "rock nerd". Sucede que aparece una nueva generación de rockeros que no son músicos de calle (como pudo ser Elvis Presley o Kurt Cobain) sino estudiantes de prestigiosas universidades (que si no lo son, lo fueron) si no doctorados en alguna ciencia. Grupos como los punketos, Bad Religion son un ejemplo de esta tendencia pero músicos como Franz Ferdinand, Keane o Coldplay son la real constitución del rock nerd. Su sonido está lleno de letras a la cotidianidad, sencillas y emotivas. Su antecedente directo es el rock de Radiohead. Los acordes constituyen círculos muy sencillos y la instrumentación está alejada de las guitarras distorsionadas y muy tendientes al uso del piano.

Sus videoclip muestran imágenes muy sencillas y es frecuente la puesta en escena basada en tonos básicos. La moda de los grupos de rock nerd es igualmente sobria y sencilla. Nada de cabellos largos sólo en mujeres que aparecen con cabellos lacios, minivestidos y calentadores multicolores en el más estrafalario de los casos (no hay un tipo común sino la sobriedad).

La moda de los grupos nerd no es detonante con la cotidianidad sino armoniosa, su imagen no es subversiva pero sus letras sí cuestionan situaciones cotidianas como la ciencia, el progreso, el estar con una pareja por dinero o incluso la sexualidad ortodoxa castrante en más de una situación.

Toma 4: Sí señorita usted me agrada pero no sé bailar esa música (por no decirle "tengo mis límites y no bailaré esa horripilación ni por usted y ni por nadie")

En el afán retro, Madonna incluye el dancefloor en su repertorio. El dancefloor era una tendencia que retomaba al dancefloor de los años setenta. Ese dancefloor era la música dance de los negros, mismo género que fue opacado por la fiebre disco-funk.

Desde finales de la década pasada el dancefloor fue lanzado ahora con el nombre de "Nu Cool", Madonna en su actitud sapófrita acostumbrada, la retoma años después de la comprobación del éxito comercial del nuevo dancefloor.

En el retro de una película de escaso brillo, grabadora gigante en mano, leotardo, calentadores, zapatillas y un rubio ondulado medio, se basa un videoclip (titulado "Hang up") que no sólo muestra un acertado loop al "Gimme, gimme" del grupo ABBA, sino determina una tendencia de moda (ropa rosa o de colores pastel, calentadores, el peinado, las zapatillas de tacón de aguja) que actualmente se usa cotidianamente en los grandes urbes.

Estas tendencias son las propias de la presente década, otras simplemente son el resultado aquello que se venía gestando desde la década pasada.

No sobrevive el ska y el grunge, a duras penas pasa el hardcore y el world beat se vivifica más que nunca ahora con la etiqueta de música étnica, se fortalece el lounge, el chill out y el hip hop ya masificado desde los noventa cobra sus peculiaridades regionales en Puerto Rico a través del llamado "reggaeton".

En México, los pop rocker aparecen y ahora conocemos a grupos como "Moderatto" que pretenden ser un producto posmoderno al tratar de ser ellos un pastiche, el problema es que son tan ácidos como una malteada de fresa, y de un mal gusto tan prefabricado y mediocre que no llegan a lo excelso de un Rigo Tovar, por lo que jamás podría llamarlos "kitsch".

Otros grupos pop con apariencia rockera y sonido rockero pero con letras que regresarían a Sid Vicius a su tumba "Zoe" y "Panda" y animarían a Raúl Velasco para hacer un programa de rock en el cielo –por lo respetuosas de la moral yunketa- son Zoe, Natalia y la Forquetina, Panda, Ely Guerra y Julieta Venegas. Todos ellos muestran una faceta drástica del audiovisual mexicano: el mundo según un pequebú, o los caprichitos del nene como lo es un video de Ely guerra que hizo un videoclip "conceptual" en una tina de baño donde nadó en leche para aburrir y consumo del mudo entero.

La música banda, bien planeada por el grupo Radio Centro para desbancar a Televisa en la radio comercial, cobra auge en los bailes populares a través del nuevo género llamado "pasito duranguense". Por lo mismo Televisa se ve orillada a crear un canal de videoclip dedicada exclusivamente a videos de música banda (canal que sucede a aquel dedicado a la música grupera y otro más a la música norteña).

El discurso musical es de música de banda que acompaña a letras de amor (tan inteligentes y sorprendentes como el guión de una telenovela) a la vez que se muestran imágenes de pueblos coloniales donde se cobijan los miembros de la banda musical vestidos con trajes norteños de colores chillantes. Nunca faltará una o varias mujeres con poca ropa (muy al estilo del table dance) ya sean como protagonistas de historias de amor o como bailadoras.

A la par de pop rock y el pasito duranguense (cuyos gurús son el grupo K-Paz de la sierra) está el reggeaton muy de moda en centromérica, el Caribe y Puerto Rico. Este género nace de la unión entre el latin house, el hip hop y el merengue.

Vivifica la figura del disc jockey (por el latin house) pero tiene fuerte el discurso del "ser latino" (por como llaman los gringos a quienes están literalmente debajo de ellos) en sus letras que en su mayoría son alburas sexuales donde se coloca a la mujer como un mero objeto sexual, otras hablan sobre el orgullo de ser drogadicto, mujeriego y asesino o buscapleitos en el mejor de los casos) y adoptan la vestimenta y el baile hip hop.

El baile reggeaton consiste en que los hombres hacen gestos propios de pandilleros con las manos (muchos implican amenazas de muerte, cultos diabólicos o de identidad pandillera) y las mujeres mueven las nalgas de arriba a abajo como si estuvieran haciendo el amor e incluso tallan sus nalgas al pene del hombre a la manera del table dance, este baile se conoce como "el perreo" y es típico en los videoclips de Daddy Yankee, gurú de este tipo de videoclip y considerado en los Estados Unidos como un revolucionario del Hip Hop (situación que más mal habla del hip hop en general que del reggeaton en sí)

La vestimenta son o trajes tipo gangsta' o pantalones bombachos con playeras holgadas con una cachucha mal puesta y el cabello corto. El estilo lo copian particularmente de los videos de Eminem y generalmente de los videoclips del actual hip hop estadounidense (mujeres sexis con poca ropa, autos último modelo, raperos en primer plano que mueven las manos abiertas hacia dentro, encontrándose, las piscinas y los escenarios totalmente digitales con el uso de múltiples efectos, lucimiento de joyas de gran tamaño y gente negra, centroamericana o portorriqueña por doquier).

Toma final del director: Afortunadamente no todo es de color rosa

Esto es en resumen, las tendencias que actualmente son el mainstream en el videoclip. He presentado los antecedentes en aquellos géneros que he supuesto muy poco conocidos y en otros los he obviado. Gran parte de las nuevas tendencias muestran imágenes que fortalecen el orden social basado en la moral más conservadora.

Se descafeina al rock como en su tiempo pasó con Joan Jett y los primeros Beatles y se utiliza su discurso tan atractivo a los jóvenes para difundir ideas conservadoras, moralmente ortodoxas. La exaltación sexual

del reggeaton sólo sirve para continuar con la imagen falocéntrica y la desvirtuación de la mujer al reducirla como un ser ansioso de sexo cuyo hombre le hará un favor al usarla como objeto sexual. Parece subversivo pero no lo es. Entre historias rosas y la exaltación de la masculinidad aparece el videoclip como el gran portavoz de los conservadores de una generación que en México ya tiene un nombre propio de banda pesada: "los yunketos".

Pero no todo es de color de rosa, afortunadamente en el videoclip y en el indie, el electro (ejemplo, "The Peaches") el rock nerd o en algunos videos de grupos como Green Day o My Chemical Romance se encontrarán obras audiovisuales que son el contrapeso al conservadurismo. Todo cambia y es necesario un mapa que nos permita ubicarnos aquí presente el mío. Sírvase el lector de este somero ejercicio para futuros encuentros con ese material postapocalíptico que es el videoclip.

Bibliografía

Aristóteles: *Poética*, Emecé, Buenos Aires, 1947

Barthes, Roland: *Lo obvio y lo obtuso*, Paidós, Barcelona, 1986

Beristáin, Helena: *Diccionario de retórica y poética*, Porrúa, México D. F, 1997

Zavala, Lauro: *Elementos del discurso cinematográfico*, UAM-X, México D. F, 2003