

BAJO PALABRA
REVISTA DE FILOSOFÍA
MONOGRÁFICO

*Filosofía de la cultura audiovisual contemporánea:
últimas tendencias*

Dirigida y coordinada por la
Asociación de Filosofía Bajo Palabra (AFBP)

Edificio de la Facultad de Filosofía y Letras
Mod. V, Universidad Autónoma de Madrid (UAM)
Campus de Canto Blanco, 28049, Madrid. Telf. 600023291
E-mail: revista.bajopalabra@uam.es – <http://www.bajopalabra.es>

Editores invitados:

Miguel SALMERÓN INFANTE y Germán LABRADOR LÓPEZ DE AZCONA

Publicación patrocinada por la Universidad Autónoma de Madrid
a través de los siguientes órganos institucionales:

Vicerrectorado de Estudiantes

Vicedecanato de Estudiantes y Actividades Culturales

Departamento de Antropología Social y
Pensamiento Filosófico Español

Departamento de Filosofía



BAJO PALABRA
JOURNAL OF PHILOSOPHY
SPECIAL ISSUE

*Philosophy of contemporary audiovisual cultures:
recent trends*

Edited and coordinated by the
Bajo Palabra Philosophical Association
(Asociación de Filosofía Bajo Palabra - AFBP)

Address: Edificio de la Facultad de Filosofía y Letras
Mod. V. Universidad Autónoma de Madrid (UAM)
Campus de Canto Blanco, 28049, Madrid. Telf. 600023291
E-mail: revista.bajopalabra@uam.es URL: <http://www.bajopalabra.es>

Guest Editors:

Miguel SALMERÓN INFANTE y Germán LABRADOR LÓPEZ DE AZCONA

A publication sponsored by the Autonomous University of Madrid in collaboration with the following institutional bodies:

Vice-chancellor of Students

Associate Dean of Students and Cultural Activities

Department of Social Anthropology and
Spanish Philosophical Thought

Department of Philosophy



La revista *Bajo Palabra* ofrece a los autores la difusión de sus resultados de investigación principalmente a través del Portal de Revistas electrónicas de la UAM: <https://revistas.uam.es/bajopalabra> y de Biblos-e Archivo - Repositorio Institucional de la Biblioteca de Humanidades de la Universidad Autónoma de Madrid, así como a través de diferentes bases de datos, catálogos, repositorios institucionales, blogs especializados, etc. El éxito con que se acomete la tarea de difundir los contenidos científicos de *Bajo Palabra. Revista de Filosofía* se ve reflejado por su inclusión en:

Bases de datos de citas:

- ESCI. Emerging Sources Citation Index de Clarivate Analytics' (formally Thomson Reuters') Web of Science
- GOOGLE SCHOLAR (Google Académico)
- SCOPUS (*en evaluación. Ha sido solicitada su inclusión, a la espera de respuesta)

Bases de datos especializadas:

- THE PHILOSOPHER'S INDEX
- BDDOC CSIC: Sumarios ISOC: Revistas de CC. Sociales y Humanidades

Bases de datos multidisciplinares, que facilitan difusión y acceso a sus contenidos en texto completo a través de:

- DIALNET, portal de difusión de la producción científica hispana
- FUENTE ACADÉMICA PLUS

Sistemas de evaluación:

- ANEP: Agencia Nacional de Evaluación y Prospectiva.
- CIRC: Clasificación Integrada de Revistas Científicas
- DICE. Difusión y Calidad Editorial de las Revistas Españolas de Humanidades y Ciencias Sociales y Jurídicas
- ERIH PLUS European Reference Index for the Humanities and Social Sciences (Norwegian Centre for Research Data)
- IN-RECH. Índice de impacto. Revistas españolas de Ciencias Humanas
- LATINDEX - Catálogo. Revista Impresa. Características cumplidas: 33. No cumplidas: 0.
- LATINDEX - Catálogo. Revista online, edición electrónica. Características cumplidas: 36. Características no cumplidas: 0. Clasificación Decimal Universal: 821.134
- MIAR. Matriz de Información para el Análisis de Revistas
- I2OR. International Institute of Organized Research
- RESH. Revistas españolas de Ciencias Sociales y Humanidades

Repositorios y agregadores de contenido:

- BIBLOS-E ARCHIVO, Repositorio institucional de la UAM
- BIBLIOTECA UNIVERSIA
- REDIB. Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico
- HISPANA. Portal de acceso a la cultura digital y el agregador nacional de contenidos a Europea que reúne las colecciones digitales de archivos, bibliotecas y museos españoles.
- Biblioteca digital OEI
- CECIES. Revistas de Pensamiento y Estudios Latinoamericanos
- IRESIE. Base de datos sobre Educación - IISUE, UNAM
- BIBLIOTECA VIRTUAL DE BIOTECNOLOGÍA PARA LAS AMÉRICAS
- AL-DIA. REVISTAS ESPECIALIZADAS
- COPAC. National, Academic and Specialist Library Catalogue (Reino Unido)
- ZDB. Deutsche Digitale Bibliothek (Alemania)

Directorios:

- EZB (Elektronische Zeitschriftenbibliothek) (Alemania)
- Ulrich's Periodicals Directory
- DRJI. Directory of Research Journals Indexing

Catálogos colectivos y de grandes bibliotecas:

- BNE. Biblioteca Nacional de España
- REBIUN. RED DE BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS
- Catálogo SUDOC (Francia)
- OCLC WorldCat (mundial)

Y su citación en diferentes blogs y sitios web:

- CANAL BIBLOS: Blog de la Biblioteca y archivo de la UAM
- LA CRIÉE: PÉRIODIQUES EN LIGNE
- BIBLIOTECA FILOSÓFICA IMPRESCINDIBLE

Gracias al excelente **servicio de canje de revistas** realizado por la [Biblioteca de Humanidades de la Universidad Autónoma de Madrid](#) se pueden consultar ejemplares de Bajo Palabra en numerosas Bibliotecas como: la Biblioteca Nacional de España, Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid, Biblioteca Conde Duque, Biblioteca de Castilla-La Mancha, Biblioteca de la Universidad de Murcia, Biblioteca de la Universidad Autónoma de Barcelona,...; en centros o instituciones culturales como el Instituto de Filosofía, Casa de América, Casa de España, Ilustre Colegio de Licenciados de Filosofía...; y en Bibliotecas internacionales como la Biblioteca de la Universidad Nacional Autónoma de México, Biblioteca de la Universidad Distrital de Bogotá, Biblioteca de la Sorbona de Paris y de Paris VII... gracias al cual se pueden consultar ejemplares de la revista *Bajo Palabra* en numerosas Bibliotecas, y por el cual se realiza actualmente un intercambio con más de 40 revistas. Más información sobre **canje de la revista** en:

<http://www.bajopalabra.es/revista/canje-de-la-revista>

*NOVEDAD: *Bajo Palabra. Revista de Filosofía* ha sido incluida recientemente en **ESCI: Emerging Sources Citation Index de Thomson Reuters, Journal Index, en el repertorio Fuente Académica Plus, EZB (Elektronische Zeitschriftenbibliothek), en AE Global Index y en ERIH PLUS: European Reference Index for the Humanities and Social Sciences (Norwegian Centre for Research Data).**

Actualmente se ha solicitado su inclusión en SCOPUS, CARHUS, ANVUR (Agenzia Nazionale di Valutazione del Sistema Universitario e della Ricerca) y en *Arts and Humanities Citation Index (ISI)*.

Más información sobre sistemas de evaluación e Índices de valoración de calidad científica y editorial en el **Portal de Revistas electrónicas UAM:**

<https://revistas.uam.es/bajopalabra>

Y en el sitio web de la revista:

www.bajopalabra.es

Copyright (c) 2005 Asociación de Filosofía Bajo Palabra (AFBP)



Este obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional](#).

Editor: ASOCIACIÓN DE FILOSOFÍA BAJO PALABRA

Edif. Facultad de Filosofía y Letras
Módulo V. Universidad Autónoma de Madrid
Campus de Canto Blanco, 28049, Madrid. Telf. 600023291
E-mail: revista.bajopalabra@uam.es – <http://www.bajopalabra.es>

Consejo de Redacción / *Editorial Board*

Directora / <i>Editor in Chief</i>	Delia Manzanero (Universidad Autónoma de Madrid, España)
Director Adjunto / <i>Assistant Editor in Chief</i>	David Díaz Soto (FECYT/Freie Universität Berlin, Alemania)
Secretaria de redacción / <i>Secretary of Redaction</i>	Elena Trapanese (Universidad Autónoma de Madrid, España)
Responsable edición inglés / <i>Responsible for the English Edition</i>	Diana Richards (University College London, U.K.), Donald Emerson Bello Hutt (King's College London, U.K.), Patrick Harnett-Marshall (Bennington College, Vermont, USA)
Editores invitados / <i>Guest Editors</i>	Miguel Salmerón Infante (Universidad Autónoma de Madrid, España) y Germán Labrador López de Azcona (Universidad Autónoma de Madrid, España)
Diseño de Cubierta / <i>Covert Design</i>	André Luis Barreiro Santana (Universidade Católica do Salvador, Brasil)
Secretarios técnicos / <i>Technical Secretaries</i>	Christian Ruiz Rubio (Universitat de València), Antolín Sánchez Cuervo (Instituto de Filosofía del CSIC, España), Manuel López Forjas (Universidad Autónoma de Madrid), Carlos Rivas Mangas, (Universidad Complutense de Madrid, España), Carlos Javier González Serrano (Universidad Complutense de Madrid, España), Diego Fernández Peychaux (Instituto de Investigaciones Gino Germani FSO-CUBA, CONICET, Argentina), María G. Navarro (Instituto de Filosofía del CSIC, España), Iván de los Ríos (Universidad Andrés Bello, Santiago de Chile), Marcos Alonso (Universidad Complutense de Madrid, España), Miguel Ángel López Muñoz (Universidad Autónoma de Madrid), Helena Nadal Sánchez (Universidad de Burgos), Marta Nogueroles Jové (Universidad Autónoma de Madrid, España), Cristina Hermida del Llano (Universidad Rey Juan Carlos), Antony Shipman (Bennington College, Vermont, USA)

Comité Científico / *Scientific Board*

Aronsson, Elisabeth (Örebro University, Suecia), Abánades, Jorge Ruíz (Universidad Autónoma de Madrid, España), Álvarez Mateos, María Teresa (Humboldt Universität Berlin, Alemania), Arévalo Benito, Héctor (Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador), Antuña, Francisco (Universidad Nacional de Río Cuarto, Argentina), Aprile, Alessandro (Goethe-Universität de Frankfurt am Main, Alemania), Arriaga Garduño, María del Carmen (Universidad Nacional Autónoma de México, México), Bogoya, Camilo (Université de Marne-la-Vallée, Francia), Botello, Rebeca (Universidad Carlos III Madrid, España), Cabrerizo Romero, Sergio (Universidad Carlos III Madrid, España), Cárdenas Cortés, Sofía (Universidad Autónoma de Madrid, España), Casas, Teresa (Universidad Carlos III Madrid, España), Cueva Fernández, Ricardo (Universidad Carlos III Madrid, España), Cuiñas, María (Universidad Nacional de Educación a Distancia, España), de Iaco, Moira (Universidad de Bari, Italia), Esteban Enguita, José Emilio (Universidad Autónoma de Madrid, España), Ferrari Nieto, Enrique (Universidad de Friburgo, Suiza), Fernández Manzano, Juan Antonio

(Universidad Complutense de Madrid, España), Figueroa, Rodrigo (Universidad Andrés Bello, Chile), Gacharná Muñoz, Javier (Universidad de Barcelona, España), García Temprano, Omar (UNED), Gil Escribano, Miguel Ángel (Universidad Carlos III Madrid, España), González Soriano, José Miguel (Universidad Complutense de Madrid, España), Gonzalo Velasco (Universidad Camilo José Cela, España), Gordo Piñar, Gemma (Universidad Autónoma de Madrid, España), Kamají, Rivara (Universidad Nacional Autónoma de México, D.F), Krebs, Sebastian (University of Bamberg, Alemania), Maiello, Angela (Universidad de Palermo, Italia), María Cifuentes, Luis (Sociedad Española de Profesores de Filosofía), Martín Gómez, María (Universidad de Salamanca, España), Martínez, Cayetana (University of Sydney, Australia), Martínez Peria, Juan Francisco (Universidad de Buenos Aires, Argentina), Martínez Puerta, José Senén (Universidad Autónoma de Madrid, España), Nadal, Helena (Universidad de Burgos, España), Naranjo Velasco, Karolina (Universidad Industrial de Santander, Colombia), Olmedo Álvarez, Enrique (Universidad Autónoma de Madrid, España), Parente, Lucia (Universidad de L'Aquila, Italia), Peñín, Ignacio (Universidad Autónoma de Madrid, España), Porras Belara, Javier (University CEU San Pablo, Madrid), Rivera, Leonarda (Universidad Nacional Autónoma de México, México), Rodríguez, Carla (Universidad Autónoma de Madrid, España), Rodríguez, Enrique (Universidad Autónoma de Madrid, España), Rodríguez Orgaz, César (Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, España), Rouyet, Ignacio (Quint Wellington Redwood, España), Sánchez Bayón, Antonio (Universidad Camilo José Cela/ Instituto Superior de Protocolo y Eventos), Sanles Olivares, Manuel (Sociedad Española de Profesores de Filosofía), Sheng, Yifan (Universidad de Heilongjiang, China), Silva, Matías (Universidad de Santiago de Chile), Slawińska, Begina (Szczecin University, Polonia), Thoilliez, Bianca (Universidad Europea de Madrid, España), Torres Oviedo, Jairo Miguel (Universidad Pontificia Bolivariana, Córdoba, Colombia), Vázquez Valencia, José Antonio (Instituto Cooperativa Valdecás, Madrid), Ying, Yi (Universidad de Nottingham, Ningbo China)

Consejo Asesor / Advisory Board

Aranzueque Sauquillo, Gabriel (Universidad Autónoma de Madrid, España), Bogoya Maldonado, Nelly (Universidad Distrital, Bogotá, Colombia), Carrasco Conde, Ana (Universidad Complutense de Madrid, España), Constantinescu, Mircea (University Spiru Haret, Bucarest, Rumanía), Duque Pajuelo, Félix (Universidad Autónoma de Madrid, España), García Alonso, Rafael (Universidad Complutense Madrid, España), Guerrero, Alexander A. (New York University, EE.UU.), Hermida De Blas, Fernando (Universidad Autónoma de Madrid, España), Jaglowski, Mieczyslaw (Universidad Warmia-Mazury de Olsztyn, Polonia), López Molina, Antonio (Universidad Complutense Madrid, España), Marraud González, Huberto (Universidad Autónoma de Madrid, España), Mora García, José Luis (Universidad Autónoma de Madrid, España), Novella Suárez, Jorge (Universidad de Murcia, España), Ordóñez Rodríguez, Javier (Universidad Autónoma de Madrid, España), Rodríguez, Verónica (University of Birmingham, Reino Unido), Roldán, Concha (Instituto de Filosofía del CSIC, España), Romerales Espinosa, Enrique (Universidad Autónoma de Madrid, España), Rovira Gaspar, María del Carmen (Universidad Nacional Autónoma de México, México D.F.), Schwimmer, Marina (Université de Montréal), Tillson, John (Institute of Education, Dublin City University, Ireland), Vega Encabo, Jesús (Universidad Autónoma de Madrid, España), Dave Winterton, (University of New South Wales, Australia)

SUMARIO / CONTENTS

Filosofía de la cultura audiovisual contemporánea: últimas tendencias

Philosophy of contemporary audiovisual cultures: recent trends

	Páginas / Pages
Editorial David DÍAZ SOTO	11-12
Presentación Miguel SALMERÓN INFANTE y Germán LABRADOR LÓPEZ DE AZCONA	13-17
ARTÍCULOS / ARTICLES	
I. Cultura audiovisual contemporánea: tentativas teóricas / Audiovisual cultures: theoretical approaches	
<i>Una utopía audiovisual para el siglo XXI / An audiovisual audiotopia for the XXIst Century</i> Germán LABRADOR LÓPEZ DE AZCONA	21-36
<i>Neoapocalípticos y neointegrados / Neoapocalyptic and neointegrated spectators</i> Miguel SALMERÓN INFANTE	37-51
<i>Telenada y el imperio del reality show. La (an)estética del "día de la marmota" y sus anécdotas picnolépsicas / Tele-Nothingness and Reality-Show Rule. The (An)aesthetics of Groundhog Day and its picnoleptic anecdotes</i> Fernando CASTRO FLÓREZ	53-68
<i>Performance e instalación ante los discursos visuales postmodernos. Lamiendo las heridas de la imaginación lastimada / Performance and installation art in postmodern visual discourses. Licking the wounds of a damaged imagination</i> José Gaspar BIRLANGA TRIGUEROS	69-82
<i>Vigencia de las categorías de la Retórica en la cultura audiovisual / The validity of Rhetorical categories in audiovisual culture</i> Rosa María NAVARRO ROMERO y Juan Carlos GÓMEZ ALONSO	83-94
<i>Evolución de la experiencia plurisensorial: entre arte y vida cotidiana / The evolution of multisensorial experience: between art and everyday life</i> Cristina PALMESE y José Luis CARLES ARRIBAS	95-101

II. Cultura audiovisual en la vida cotidiana / Audiovisual cultures in everyday life

<i>El Auditorio Inquietante: estética sonora en los artgames / The uncanny auditorium: sound aesthetic in artgames</i> Luis Felipe CAMACHO BLANCO	105-123
<i>La estética de lo siniestro en el videoclip: integración de lo siniestro en el discurso audiovisual / The aesthetics of the uncanny in music videos: the integration of the uncanny in the audiovisual discourse</i> Anahí QUIRÓS FERNÁNDEZ	125-142
<i>¿Más allá de la postmodernidad?: 'Countdown', Beyoncé y Keersmaeker / Beyond Posmodernity?: 'Countdown', Beyoncé and Keersmaeker</i> José Ignacio SANJUÁN ASTIGARRAGA	143-153
<i>El videoclip como herramienta de adoctrinamiento social y religioso: el caso de Israel / Music videos as social and religious indoctrination tools: the case of Israel</i> Amalio GONZÁLEZ SÁNCHEZ	155-170
<i>'Momentos': Julio Iglesias y el discurso del vitalismo en el régimen visual contemporáneo / 'Momentos': Julio Iglesias and the vitalistic discourse in the contemporary visual system</i> José Antonio GUILLÉN BERRENDERO	171-183

NORMAS DE PUBLICACIÓN / PUBLICATION PROCEDURES	185-190
---	---------

PETICIÓN DE INTERCAMBIO / EXCHANGE REQUEST	191-192
---	---------

EDITORIAL

Respondiendo al compromiso del pensamiento filosófico con las cuestiones que afectan al mundo y la cultura contemporáneos, la Asociación de Filosofía Bajo Palabra de la Universidad Autónoma de Madrid presenta al lector un nuevo número monográfico de *Bajo Palabra. Revista de Filosofía*, cuya temática, en esta ocasión, no podría ser de mayor actualidad: la filosofía de la cultura audiovisual en la época contemporánea. Dicha temática propicia la ocasión de entrecruzar y poner en tensión enfoques procedentes de muy diversos campos: desde la Filosofía de los *media*, pasando por diversos enfoques de Teoría Crítica y de las Ciencias Sociales, hasta la Teoría del Arte y los estudios contemporáneos sobre Arte Sonoro y otros formatos actuales de creación artística; sin olvidar el campo de estudios cuyo planteamiento a veces se designa como "audiovisión" (remitiendo al título del célebre libro de Michel Chion), y mucho más. Coordinan este número especial los profesores Miguel Salmerón, especialista en el área de Estética, y Germán Labrador, del área de Musicología, ambos de la Universidad Autónoma de Madrid, quienes han seleccionado las contribuciones incluidas en este volumen con un criterio a la vez amplio y sólido. Gracias a ello, y sin pretender ni mucho menos agotar todas las posibles perspectivas sobre el rango de los fenómenos relacionados —tal pretensión sería irrealizable—, este monográfico ofrece un abanico de perspectivas suficientemente amplio y enriquecedor como para dotar de gran interés al volumen que ahora presentamos.

Más bien que la pregunta por qué sea lo constitutivo del medio, o mejor, de los medios audiovisuales (pregunta propia de una Filosofía de los *Media*), acaso el interés que tiende a orientar de modo más predominante a varios de los autores que han colaborado en esta selección sea el que interroga por las funciones que cumplen los productos culturales audiovisuales dentro de la cultura contemporánea, cuestionando su legitimidad allí donde sea pertinente hacerlo; pregunta característica de una Filosofía de la Cultura que, sin partir de una actitud negativa de prevención motivada por prejuicios infundados, no tiene por qué renunciar a una actitud de distancia crítica.

Dentro de esto, uno de los ejes que atraviesan y vinculan las diversas contribuciones aquí reunidas es la perspectiva que toma como punto de partida y centro de atención todo cuanto concierne a los *procesos de recepción* de los productos culturales y al público al que éstos se dirigen: la audiencia, con sus gustos y expectativas estéticas, con las transformaciones y condicionamientos que dichos gustos y expectativas experimentan a consecuencia de los nuevos canales tecnológicos de producción y difusión, así como de los nuevos formatos actuales de recepción, fruición y consumo. Otro eje destacable lo constituye el interés por dar cuenta de la efectividad social y política de los *media* audiovisuales contemporáneos, en tanto que mecanismos de constitución tanto de identidades colectivas como de modalidades de subjetividad individual. En torno a estos dos

ejes mencionados, y a algunos otros que cabría asimismo trazar, aunque no sea esta la ocasión ni el lugar para hacerlo, gira un amplio abanico temático y un variado arsenal de enfoques disciplinares, donde se dan cita la televisión y el video en general, el videoclip musical en particular, las figuras de la Retórica, las categorías estéticas, el Psicoanálisis freudiano, la Teoría y la Filosofía de los *Media*, el videojuego, la música *pop*, la canción ligera, las vanguardias y neo-vanguardias artísticas, o el *reality show*.

Habrà quien piense, como lo haràn seguramente aquellos a quienes Umberto Eco bautizó como "apocalípticos frente a la cultura de masas", que los medios de masas son una mera manifestación de la decadencia actual de los más elevados valores de la cultura occidental y que representan una amenaza para la salud y el futuro de ésta, amenaza frente a la cual se impondría entonces una especie de imperativo moral de oponer firme resistencia; aunque la fuerza para ejercer tal resistencia –aventurarían otros– acaso podría proceder de los propios medios a través de los cuales aquella cultura consume su omnipresente difusión, podría extraerse del propio espesor medial de éstos, de la resistencia intrínseca a su propia condición de mediación. También hay, por el contrario, quien sostendría (como afirma Lambert Wiesing) que los *mass media* audiovisuales y electrónicos de la época contemporánea constituyen la verdadera realización del proyecto de los teóricos purovisualistas del siglo XIX: la exploración del ámbito de lo sensorial como tarea digna de ser asumida por derecho propio; proyecto que jugó un importante papel en los orígenes de ciertos movimientos de la alta cultura artística en época de las vanguardias históricas, supuestamente continuadoras de los elevados valores culturales occidentales antes aludidos —sólo que los *media* habrían logrado llevar a cabo dicho proyecto con un rigor y coherencia superiores a cuanto jamás pudieron lograr aquellos movimientos artísticos vanguardistas de comienzos del siglo XX, dadas las limitaciones de los formatos artísticos que éstos manejaban—. Son éstas dos posiciones opuestas, ejemplos de dos modos (no los únicos posibles) de considerar y valorar la cultura audiovisual contemporánea. En todo caso, y sea cual sea la actitud que en cada uno de nosotros suscite el ámbito de fenómenos del que aquí se trata, sólo una cosa parece incontrovertible: que el grado en que dichos fenómenos impregnan y constituyen nuestro modo de vida actual hace imposible ignorarlos o dejarlos de lado, y emplaza así al pensamiento ante la necesidad de habérselas con él.

No quisiéramos cerrar este "Editorial" sin dar nuestro agradecimiento a los editores de este volumen monográfico, a los autores que han colaborado en él, a todos aquellos que nos hicieron llegar sus propuestas de colaboración y, en general, a quienes de un modo u otro nos han brindado su esfuerzo para llevar a buen puerto el proyecto de este monográfico. También deseamos expresar, nuevamente, el agradecimiento de la Asociación de Filosofía Bajo Palabra, a los órganos de la Universidad Autónoma de Madrid, a los que nuestra Revista ha permanecido fructíferamente vinculada durante todos estos años, desde el mismo momento de su fundación, por su inestimable apoyo.

David DÍAZ SOTO
Director Adjunto de *Bajo Palabra. Revista de Filosofía*

PRESENTACIÓN

Miguel SALMERÓN INFANTE y Germán LABRADOR LÓPEZ DE AZCONA

Universidad Autónoma de Madrid

DOI: <http://dx.doi.org/10.15366/bp2017.14>

Nuestro mundo ya no es mundo, ya no es un “topos”. Estamos deslocalizados en un flujo de estímulos que a su vez generan respuestas, las cuales ubican y crean referencias necesariamente provisionales. ¿Es halagüeña o fatal esa potencial ubicuidad? Ante la inevitabilidad de lo virtual, de la “cultura digital” y lo inmediato en la comunicación que caracteriza nuestra época, y que parece que seguirá formando parte de la vida cotidiana en el futuro previsible, cabe reaccionar identificando cómo nos afecta esta nueva realidad y cómo reaccionamos ante ella, cómo estudiarla e, incluso cómo pensar un futuro en el que las posibilidades de la tecnología audiovisual posibiliten un mundo mejor.

En una primera parte del presente volumen se recogen reflexiones de tipo general sobre las nuevas realidades que conforma o propicia la cultura audiovisual contemporánea; claramente, no “oímos” ni “vemos” como a principios o mediados del siglo XX, y el vertiginoso cambio que han experimentado las sociedades occidentales en las últimas décadas a este respecto no tiene parangón con cualquier época pasada; inevitablemente, la tecnología nos impone un modo de asistir a lo audiovisual y de entenderlo que probablemente nos lleva a distanciarnos del modo de entender la mirada o la escucha de un espectador de antaño. No solo es la falta de paciencia o de sosiego que caracteriza al espectador contemporáneo; hay aquí una ruptura de un alcance crucial, y probablemente se trata de un proceso que no hará sino acrecentarse en los próximos años.

Lo plurisensorial, más que nunca, caracteriza la comunicación en nuestra época; al nacimiento de un modo de percibir —la audiovisión— propio del siglo XX, seguramente le seguirán otros que por el momento solo se pueden imaginar, pero que pueden involucrar a más sentidos como el tacto o el olfato. La realidad virtual y la realidad aumentada se integran cada vez con mayor facilidad y frecuencia en nuestra experiencia cotidiana, y surge así la pregunta por cuál pueda ser el modo, o el método adecuado para estudiar

estas realidades. Por instinto o por cultura, las resistencias que la naturaleza humana encuentra para asumir de manera natural la realidad aumentada o la hiperrealidad son también objeto de estudio en el presente volumen, del mismo modo que la nueva noción (o experiencia) del tiempo que posibilita la creación artística y los medios de comunicación de distinta índole de que disponemos en la segunda década del siglo XXI; tiempo “vertical”, tiempo “dislocado”, el presente continuo en el que se manifiestan diversas formas de comunicación audiovisual... claramente, la experiencia audiovisual está muy vinculada a la experiencia del tiempo, de tal modo que las nuevas maneras de experimentar el tiempo posibilitan nuevas experiencias y formas de expresión artística o cultural. La propia noción de espacio, que en su acepción más extendida está vinculada a una localización geográfica, también pierde sentido en la realidad virtual y en la realidad aumentada, de modo que surge una experiencia del espacio-tiempo alternativa, pero que no deja de ser experimentada como *real*. Así cabe entender algunas manifestaciones artísticas propias de las últimas décadas, como el happening o la instalación, pero también el incipiente desarrollo de la realidad virtual, claramente influidas por los cambios en la percepción y la noción del espacio y el tiempo en la sociedad contemporánea.

Ciertamente, las posibilidades que se abren ante la creación son también fascinantes; acaso el siglo XXI sea el momento histórico en el que lo literario dejó de ser el referente principal de la creación cultural y lo audiovisual tome su relevo, e indudablemente surgirán nuevas maneras de entender lo estético y la relación de lo lúdico con lo artístico, del mismo modo que ha sucedido en las últimas décadas con el cine, ahora considerado el séptimo arte. Probablemente surgirá el octavo arte y sucesivos, y en ello tendrá parte lo audiovisual y el nuevo modo de ver y oír, con las posibilidades que ofrece la tecnología.

Los coordinadores de esta monografía, tras varios años de trabajo conjunto y cooperativo “en y sobre” esta realidad, han decidido hacer este volumen, seleccionando trabajos de varios estudiosos e investigadores (en Musicología, Coreografía, Arquitectura, Filología, Historia y Filosofía) que han tenido a bien ofrecer sus aportaciones. El resultado ha sido un itinerario que comienza tratando los aspectos más generales de la cuestión: el medio, el espectador, la retórica de las imágenes, la realidad devenida reality, la interpelación performativa en la experiencia artística y el impacto del devenir de la música en arte sonoro. Una segunda parte del volumen incluye estudios parciales sobre manifestaciones concretas de la cultura audiovisual. Tanto el videoclip y su naturaleza eminentemente intertextual, como paradigma del texto posmoderno, como el videojuego o la figura del crooner, son objeto de reflexión y de estudios particulares.

El texto de Germán Labrador encara el modelo actual de comunicación y creación de contenidos audiovisuales. Desde sus primeras líneas, el autor nos avisa de que su modo de operar es indirecto: no pretende exponer una reflexión sobre el modelo, “que en todo caso, correspondería al lector”, sino describir un estado de cosas en el que la libre circulación de información y creaciones audiovisuales de todo tipo sería una realidad. ¿Es posible este mundo inmaterial y virtual? ¿Es deseable esta biblioteca inabarcable, en continua expansión, de libre acceso y entrada y cuyo único objetivo es mejorarnos y completarnos por medio del conocimiento? ¿Terminarán formulándose unos derechos audiovisuales? Labrador lanza estas cuestiones y, sin darles una respuesta cerrada, las problematiza, en el anexo a su escrito dedicando una mirada a YouTube y a la comercialización de los productos audiovisuales como correa de transmisión de una censura ideológica, que con todo subsiste.

Si el primer texto de esta monografía se centra en el medio, Miguel Salmerón se acerca al receptor. Retomando la distinción entre apocalípticos e integrados que estableció Umberto Eco, se cuestiona en qué medida ese contraste sigue vigente. ¿Sigue siendo tan fuerte el contraste entre aquellos que piensan que la cultura de masas empobrece y aliena al sujeto, y aquellos que estiman que la difusión masiva democratiza y abre la cultura? La tesis del texto es que los nuevos medios de divulgación de productos audiovisuales (muy especialmente internet), por sus posibilidades de programación y selección autónomas y, en buena medida, individuales y descentralizadas, varían de un modo decisivo la recepción de los contenidos. Y lo hacen hasta tal punto que cabe hablar ya de neopocalípticos y neointegrados.

Centrando el interés en el receptor y su reacción ante el espectáculo televisivo, es posible afirmar que en ciertos casos ya no hay transgresión, porque los objetos transgredieron sus límites. De tanto buscar el exceso e ir encontrándolo imparablemente, ya no hay nada que exceder. Esa evidencia es la que aduce Fernando Castro para tratar el fenómeno del *reality show*. Sin embargo, no pone el foco, o no lo pone tan solo, en *Gran Hermano* y sus secuelas. El autor, por el contrario, afirma que nuestra realidad cotidiana se ha convertido en un gran *reality*, en el que somos figuras de nuestro show. La tecnificación y la cultura audiovisual han provocado que el “cogito ergo sum” haya derivado en “video ergo sum”. El resultado es una neutralidad semiótica cuyo vacío aboca a la fascinación por la vacuidad. Si tienen eco y acogida esos encierros voluntarios de individuos cuyas interacciones rezuman estupidez, es porque son espejo de nuestra propia realidad. De hecho, tienen tanto eco que acciones del arte contemporáneo (Ben Vatie, Chris Burden o Paco Cao) los reproducen y emulan.

Sea lo posmoderno un concepto definidor de una nueva mentalidad, como afirmaba Lyotard, o una simple marca equivalente a “después de lo moderno”, tanto las Bellas Artes como incluso las vanguardias se ven periclitadas desde los años 80. José Gaspar Birlanga distingue un vector con dos direcciones opuestas, la del arte moderno, empeñado en la novedad y el rechazo del pasado, y la del arte contemporáneo, no renuente a la reapropiación de lo pretérito. Bien es cierto que la reapropiación que le interesa al autor sería la que llevan a cabo el video-arte y la instalación. Ambas prácticas no sitúan objetos dentro de un mundo, sino que propician situaciones necesariamente mediadas por la experiencia del observador. En el caso del video-arte, alternando, mezclando, secuenciando y repitiendo, en el de la instalación por el interactivo binomio evento-entorno.

Las prácticas actuales integran los esquemas del lenguaje verbal y del poder razonador de la palabra en una cultura audiovisual, en una cultura de la imagen. Se efectúa, así un trasvase desde la fuerza de la palabra hacia la fuerza de la imagen visual y del sonido, y se consume una interrelación de todos ellos. Juan Carlos Gómez Alonso y Rosa Navarro Romero, se hacen eco de este proceso desde la convicción de que ni la Retórica ni sus tropos no están muertos; sí reformulados, pero, en todo caso, revitalizados en nuestra cultura. Ambos siguen la propuesta de Albaladejo de una investigación del papel funcional de la Retórica en la cultura. Con este supuesto teórico, proponen un interesante recorrido por la persuasión publicitaria vía icónica y sobre el *storytelling*.

Los nuevos medios audiovisuales han dado lugar a una modificación de los paradigmas perceptivos y cognitivos en la que lo pluridisciplinar y lo plurisensorial son dominantes. Cristina Palmese y José Luis Carles hacen una retrospectiva de este proceso enfocando su reflexión en las vanguardias musicales, la relación de sonido e imagen en el cine y el urbanismo sonoro. Las vanguardias musicales utilizan el sonido como *ready-made*, en ellas de un modo decisivo y rotundo la música deviene arte sonoro. Este trascendente

hecho, junto a los avances de la música concreta, ha cambiado la disposición del espectador cinematográfico. Como dice Chion, ya no podemos afrontar la experiencia del cine como un ver, sino como un “audiover”. Del mismo modo, el discurrir de la vida en la ciudad emite señales físicas de situación que producen emociones y representaciones de las que queda huella en la organización del espacio: tanto en la construcción arquitectónica como en la construcción perceptiva.

¿Hemos llegado a la edad de oro video-lúdica? ¿será el videojuego el principal medio artístico del siglo XXI? Tal es la reflexión de Luis Felipe Camacho, quien afirma que, tras su marginalidad y su estigmatización de inducción a la violencia, la industria del *artgame* está a punto de superar a la cinematográfica. Más allá de las claves teóricas de Danto, se reivindica el video-juego como arte, que induce como ningún otro al sujeto a experiencias de inmersión, rol e interacción. Los video-juegos nos hacen protagonistas, nos introducen en un mundo posible y nos animan a interactuar con él. Tras este preámbulo teórico, el escrito emprende su auténtico propósito: examinar el papel de la música y el sonido en la estética video-lúdica. Un papel en el que las limitaciones han incentivado la creatividad. El servir subsidiariamente para acentuar o aclarar lo visual no es un menoscabo, sino un aliciente para la composición musical.

Con su opúsculo “Lo siniestro”, Sigmund Freud descubrió una continuidad entre lo extraño que nos produce inquietud y lo cotidiano. Apoyándose en una minuciosa lectura del creador del psicoanálisis, que para su reflexión tuvo como referencia el *Diccionario Alemán* de los Hermanos Grimm, Anahí Quirós se hace dos cuestiones: si lo siniestro se adscribe a un género musical y si el videoclip refleja especialmente la estética de lo siniestro. En ambos casos la contestación es no. Tanto la música electrónica como el punk, tanto el rock alternativo como la música pop, hacen uso de lo siniestro. Y que haya videoclips con elementos incluíbles en la categoría de lo siniestro no significa que esa práctica artística y esa temática estén mecánicamente imbricadas. Como señala Freud, y la autora suscribe, ha de ofrecerse una contigüidad entre la extrañeza y lo acostumbrado o conocido para que lo siniestro sea propiciado.

En un mundo en el que estamos expuestos a un bombardeo constante de imágenes, ¿qué lugar ocupan, y qué papel desempeñan la apropiación y la intertextualidad? Necesariamente, un lugar preeminente y un papel preponderante. El videoclip *Countdown* de Beyoncé, evoca (¿copia?) las coreografías de Anna Teresa De Keersmaeker *Rosas danst rosas* y *Achterland*. ¿Se puede atribuir a la cantante una conducta delictiva o más bien se debe ponderar el ingenio con el que ha llevado a cabo su apropiación? José Ignacio Sanjuán se muestra absolutamente a favor de la apuesta ofrecida por el videoclip. Para empezar, en él hay muchas más apropiaciones que la de Keersmaeker: las de Audrey Hepburn, Diana Ross y la película *Flashdance*. También hay retazos de la vida de Beyoncé (fotogramas en las que aparece embarazada). Por otra parte, la relación de la artista con productos ajenos se caracteriza por una evocación sin nostalgia: por múltiples y efímeras citas, por lo demás incompletas (así en la apropiación de Keersmaeker, es mucho más escenográfica, que propiamente coreográfica). Sanjuán contrasta en este sentido la relación con la intertextualidad de Beyoncé con la de Madonna.

Amalio González Sánchez nos demuestra cómo los medios audiovisuales (el videoclip, en el caso de su texto), no sólo dan lugar a productos industriales con un sentido comercial. Además, pueden producir material didáctico, con fines de adoctrinamiento social y pueden servir a la difusión de mensajes religiosos. Esta segunda función tiene un papel preponderante en Israel, con el ánimo de calar en el inconsciente colectivo de una sociedad que tiende claramente al laicismo y a la globalización. El texto expone este vínculo

entre lo audiovisual y lo didáctico-religioso: con el análisis de las canciones *Hatikva* (Esperanza), *Shir lashalom* (Canción para la paz), *Shir baboker* (Canción de la mañana) y *Daddy, come home*. De estas dos últimas canciones hay videoclips que también se incluyen en el estudio.

El *crooner* es un intuitivo lector de sus emociones y las de su público. En su figura se distingue una penetrante capacidad para conectar con el receptor. Todo ello mediante un reconocible elenco de canciones y una puesta en escena que quiere aunar la sencillez y la elegancia. No busca tanto el arte y la creatividad, sino que entiende la música en un sentido profesional. Es de alguna manera practicante de la *Gebrauchsmusik*, del puro y duro *entertainment* deleitoso. Con él, el público no espera estridencias, sino contención, es experto en moverse en el ámbito de la convencionalidad. Ni que decir tiene que las tensiones político-sociales están ausentes de su práctica musical. José Antonio Guillén, con un texto ensayístico en el que no está ausente la ironía, pone el acento en la figura del *crooner* latino por excelencia: Julio Iglesias.

Nuestro mundo ya no es mundo, ya no es un “*topos*”, o no solo; pero al mismo tiempo esta evidencia nos lleva a otra: nada hay de más perentoria necesidad que ubicarnos en este ámbito de la deslocalización. Desde esta preocupación y con este propósito se ha realizado este volumen.

I. Cultura audiovisual contemporánea: tentativas teóricas



Una utopía audiovisual para el siglo XXI

An audiovisual utopy for the XXIst century

Germán LABRADOR

Universidad Autónoma de Madrid

DOI: <http://dx.doi.org/10.15366/bp2017.14>

Recibido: 15/11/2016
Aprobado: 30/01/2017

Resumen: En las líneas que siguen se describe un modo diferente al actual de acceder y utilizar las producciones audiovisuales del presente y del pasado. La utopía audiovisual no existe aún, pero puede vislumbrarse de modo imperfecto en nuestra sociedad, y supone una organización alternativa de importantes aspectos de la vida cotidiana, que ya es posible de forma limitada y en determinados entornos.

Palabras Clave: utopía, audiovisual, heterotopía, noosfera, poder, censura

Abstract: An entirely different way to access and use audiovisual productions of present and past times is discussed here. Glimpses of this audiovisual utopy can be experienced in present times, although it would imply an alternative organization of different aspects of everyday life, which is already possible in some environments.

Keywords: utopy, audiovisual, heterotopia, noosphere, power, censorship

En las líneas que siguen se propone una reflexión sobre el actual modelo de comunicación y creación de contenidos audiovisuales y escritos, si bien de forma indirecta, utilizando como estrategia expositiva la distancia que existe entre la realidad (o más bien, la posibilidad) descrita en la utopía audiovisual y la realidad experimentada por quienes lean estas líneas (o más bien, su posibilidad). No se verifica, por tanto, una reflexión sobre la realidad que se describe, que en todo caso atañe al lector, sino una descripción.

Al fin y al cabo, ese es el propósito de la utopía: describir una situación y un orden o estado de cosas que no se dan en nuestra realidad, pero que podemos, al menos, imaginar, y así poner de relieve algunas de las limitaciones y condicionamientos con los que convivimos. Como en toda utopía, lo que se plantea es una posibilidad, un modo de repensar los fundamentos de nuestra vida social, un mundo que sería posible bajo determinados presupuestos que aún no se dan. Si en algo se inspira esta propuesta sería en la biblioteca, no ilimitada pero sí inabarcable, imaginada por Borges¹. No obstante, es condición (y límite) del planteamiento de Borges la materialidad del libro impreso y de la biblioteca que describe, y la imposibilidad de aumentar el conocimiento que atesora este espacio, limitaciones ambas que supera nuestro modelo. Más allá de este planteamiento, la elaboración de estas ideas me ha mostrado cómo hace 70 años Teilhard de Chardin imaginó una *Noosfera*, concebida como un organismo (un “cerebro de cerebros”) que la tecnología —la electrónica— hará posible, y que serviría para poner en común el conocimiento humano². La fusión de tecnología y conocimiento e información que imaginó Teilhard suponen también, claramente, un precedente de la utopía que se describe en las páginas que siguen.

La utopía mediática o audiovisual no es en realidad un “lugar”, sino un *espacio*. Lo que distingue esta utopía de otras previas, además de que no tiene una localización geográfica concreta, es que este espacio y muchas de sus consecuencias son ya una realidad, al menos en parte. No obstante, limitaciones de diferente índole muestran que puede existir otro futuro, al menos como posibilidad, libre de las actuales restricciones o de su lógica.

La utopía mediática no se refiere directamente a un modo distinto o alternativo de vivir, sino a la posibilidad de comunicar y comunicarse, de acceder a todo tipo de producciones artísticas y culturales o de difundirlas, sin limitaciones. Aquí se encuentra el principal interés del modelo propuesto, ya que históricamente éstas limitaciones siempre han existido, e inevitablemente han propiciado discursos y espacios marginales y olvidos, así como modelos dignos de emulación o de admiración. Lo marginal, en la utopía mediática, no sería entonces lo que no puede o no debe ser comunicado, sino lo que no suscite interés. En un mundo planteado de este modo, muchas de nuestras prácticas e instituciones perderían su razón de ser o deberían transformarse, y el mismo sistema o equilibrio de poderes que propicia su existencia carecería de sentido; acaso el momento que vivimos sea propicio para introducir estos cambios, o acaso se juzgue que podría haber sido así cuando esto suceda finalmente, en un futuro. También puede ser que la utopía audiovisual no habite nunca entre nosotros y permanezca como una utopía más, pero al menos es posible formularla a la altura de 2016.

¹ Borges, José Luis, “*La biblioteca de Babel*”, en *El jardín de senderos que se bifurcan*, Buenos Aires, Sur, 1942. Posteriormente este cuento se incluyó en *Ficciones*, Buenos Aires, Sur, 1944.

² No obstante, Teilhard concibe la Noosfera como una “máquina de pensar”, dotada de conciencia, lo que supera nuestra propuesta. Véase Teilhard de Chardin, Pierre, “The Formation of the Noosphere: A Biological Interpretation of Human History”, en *The Future of Mankind* by Harper & Row, New York and Evanston, 1959, Chapter 10. Originalmente publicado en *Revue des Questions Scientifiques* (Louvain) 1947 (January), pp. 7-35.

Utopía y heterotopía

A diferencia de las utopías clásicas, la utopía audiovisual no existe del mismo modo para todos los que la habitan. Su existencia, no obstante, se desarrolla y se hace presente en nuestra vida cotidiana, pero no es posible conocer su ubicación material; no ocupa un espacio físico, y aunque se manifiesta en el tiempo, su existencia no depende ni está delimitada por este parámetro.

Un concepto algo elusivo, pero de múltiples aplicaciones, es el de “heterotopía”, entendido según M. Foucault. Lo cierto es que Foucault presenta seis tipos de heterotopía en el que probablemente es el más citado de sus escritos menores, *Des espaces autres*³, y al considerar el uso que se ha dado posteriormente a este término se constata fácilmente que el concepto ha hecho fortuna, pero también que la idea de heterotopía ha terminado siendo algo laxa, o algo lejana de la formulación de Foucault.

Sin embargo, parece claro que se trata de un concepto necesario; la idea de un espacio que no tiene una localización geográfica precisa, al que cualquiera puede acceder, y que es independiente o se sobrepone al tiempo es atractiva y, sobre todo, real y cada vez más frecuente. La idea de que los espacios sociales se interpenetran y/o se superponen entre sí fue enunciada por H. Lefebvre en 1974⁴, y la heterotopía que se propone en estas páginas es, fundamentalmente, un espacio social en el sentido de Lefebvre. Al mismo tiempo, es un ejemplo del concepto de “tercer espacio”⁵, simultáneamente real e imaginado. Así pues, la existencia de esta utopía no discrimina entre un “aquí” y un “allí” completamente separados e irreconciliables, ni una realidad separada de la vida cotidiana, que se enfrenta a ella o se propone como alternativa⁶.

Ejemplos de heterotopías, entendidas así, serían las redes sociales o el email, donde es posible comunicarse con otras personas sin depender del lugar ni del tiempo en que se encuentra cada uno, y donde la conversación parece existir en un presente continuo que se puede retomar en cualquier momento. Fuera del mundo virtual otro ejemplo sería la Iglesia Católica⁷ o, en 2016, la Puerta de la Misericordia, cuya existencia no depende de una localización física única, sino que se manifiesta simultáneamente en multitud de ubicaciones⁸. La idea de Corte en el Antiguo Régimen, asimismo, sería también una heterotopía: la corte está donde está el rey y sus servidores⁹, de modo que se puede manifestar en diferentes lugares y momentos, que no tienen por qué permanecer invariables.

³ Foucault, Michel, “Des espaces autres”, *Architecture, Mouvement, Continuité*, n°5, (octubre 1984), pp. 46-49. Foucault enunció su teoría en 1967, aunque no autorizó la publicación de este texto hasta catorce años después.

⁴ Lefebvre, Henri, *La production de l'espace*, Paris, Anthropos, 1974. Cito por la edición inglesa: Oxford, Blackwell, 1991, cap. 2, esp. p. 86: “Social spaces interpenetrate one another and/or superimpose themselves upon one another”. Lefebvre retoma algunas de las intuiciones de Foucault, cuyo trabajo acaso conociera, a pesar de no haberse publicado cuando escribió esta obra.

⁵ Este concepto, prefigurado por Lefebvre (*Op. cit.*, p. 33), fue reelaborado en Soja, Edward B., *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places*. Cambridge, Massachusetts, Blackwell, 1996.

⁶ No se trata, por tanto, de una utopía de escape ni de una utopía de compensación, en la taxonomía de L. Mumford en su pionero estudio de las utopías históricas. Véase Mumford, Lewis, *The story of Utopias*. New York, Boni and Liveright, 1922, p. 15.

⁷ Van Wyk, Tania, “Church as heterotopia”, *HTS Teologiese Studies/Theological Studies* 70 /1 (2014), Art. #2684, 7 pages. h p://dx.doi.org/10.4102/ hts.v70i1.2684

⁸ Francisco (Jorge Mario Bergoglio), *Misericordiae Vultus*, Ciudad del Vaticano, Librería Editrice Vaticana, 2015, esp. 3 y 14.

⁹ La corte es, en un sentido amplio, no solo el lugar donde está el rey, sino las casas del rey, las instituciones y los cortesanos, y por lo tanto, la forma política del reino. Cfr. Stegmann, André, “La Corte. Saggio di definizione teorica”, en Romani, M. (ed.), *Le Corti farnesiane di Parma e Piacenza, 1545-1622*, Bulzoni, Roma, 1978, p. XXI: “La Corte é una imagine simbólica dello Stato conosciuto e approvato dalla collettività (...)”.

La heterotopía, por tanto, resulta un concepto atractivo y un modo útil de ver la realidad; fenómenos como el de la cultura cortesana del antiguo régimen o la concepción del carácter ecuménico de la Iglesia se comprenden mejor a través de este concepto, pero también sucede así con realidades de nuestra vida cotidiana que, cada vez más, entran en lo inmaterial o virtual. En las líneas que siguen me ocuparé del mundo virtual y de su condición de utopía, que hace posible un cambio del modo en que accedemos a las producciones audiovisuales y el modo en que las entendemos.

La utopía audiovisual. Treinta propuestas para el debate

La utopía audiovisual se sitúa al margen de la posibilidad de dominio o manipulación que resultan inseparables de la producción y la difusión de la información y el conocimiento; por tanto, no es una utopía para todos ni para todos los órdenes de la vida cotidiana, sino que está reservada a quienes quieran acceder, libremente, a ella. No propone un modelo de sociedad, sino un modelo de socialización. Tampoco atañe a las necesidades materiales de la vida cotidiana ni a su regulación, aunque su realización implica profundos cambios y diferencias respecto del modo en que se estructura la difusión de información y el conocimiento en nuestra sociedad. Si se quiere entender como una utopía política, atañe en todo caso a una geopolítica del conocimiento. Como toda utopía, es posible que el orden que se describe seguidamente no sea necesariamente deseable, según el criterio de cada quién; en efecto, bajo determinados puntos de vista, es posible plantear lo que se propone en estas páginas como una distopía¹⁰. En todo caso, sin prejuzgar las consecuencias de una utopía como la que se propone, no parece especialmente aventurado situarla en un futuro posible.

Cuánto hay de realidad y cuánto de propuesta en la formulación de esta utopía depende de las circunstancias y las posibilidades individuales, y del momento y las condiciones en que se acceda a ella; del mismo modo que se trata de una heterotopía y no está determinada por el tiempo ni por el espacio, se trata también de una realidad en continua expansión, cuyas posibilidades sí dependen del momento en que se manifiesta. Enunciada desde la perspectiva actual (Madrid, 2016), la utopía audiovisual se trata de una “realidad en construcción”, aún imposible e impracticable hasta sus últimas consecuencias, pero ya real en parte. Esta utopía se sustancia en seis principios:

¹⁰ Gran parte de la obra de Baudrillard atañe a este problema, y cabe entender que sería un ferviente detractor de la utopía que se propone en estas páginas. El establecimiento en nuestra sociedad del “imperativo categórico de la comunicación” lleva a Baudrillard a considerar la comunicación instantánea, la creciente confusión de lo público con lo privado y la fascinación por el delirio de la comunicación síntomas de un momento fundacional: la era de la hiperrealidad. Cfr. Baudrillard, Jean, “L’extase de la Communications”, en *L’Autre par lui-même: Habilitation. Débats*. Paris, Galilée, 1987. Sigo la edición inglesa: “The ecstasy of Communication”, en *The Anti-Aesthetic. Essays on Postmodern Culture*, Hal Foster (ed.). Washington, Bay Press, 1983, pp. 126-134, esp. p. 128: “The era of hyperreality now begins (...) what used to be lived out on earth as metaphor, as mental or metaphorical scene, is henceforth projected into reality, without any metaphor at all, into an absolute space which is also that of simulation”. Asimismo, Foucault, al reflexionar sobre las heterotopías, expone cómo “Heterotopias are disturbing, probably because they secretly undermine language (...) because they destroy ‘syntax’ in advance, and not only the syntax with which we construct sentences but also that less apparent syntax which causes words and things (next to and also opposite one another) to ‘hold together’. (...) Heterotopias (...) dissolve our myths and sterilize the lyricism of our sentences”. Cfr. Foucault, Michel, *Les mots et les choses: Une archéologie des sciences humaines*. Paris, Gallimard, 1966. Sigo la edición inglesa: *The Order of Things*, London, Routledge, 1970, p. xviii. Más recientemente, véase el texto de Fernando Castro en este mismo volumen, “Telenada y el imperio del reality show”.

I. La utopía audiovisual no es propiamente un “no lugar”. Se trata de una heterotopía y, como tal, no está supeditada a un espacio físico ni temporal para existir.

II. La utopía audiovisual se manifiesta gradualmente en las sociedades occidentales desde hace décadas por medio de la tecnología. Es un espacio que, aunque inmaterial, ya está presente en nuestra vida cotidiana, y crece constantemente.

III. La utopía audiovisual es un entorno interactivo y autorregulado.

IV. La cantidad y cualidad de información que existe en este espacio, que se expande y aumenta continuamente, no tiene límite.

V. La única finalidad de la utopía audiovisual es mejorarnos y completarnos por medio del conocimiento, permitiendo un acceso rápido y directo a la producción artística cultural científica de nuestra época y del pasado.

VI. El acceso a esta heterotopía es libre e igualitario, y el mismo hecho de acceder implica la posibilidad de aportar contenidos o mejorarlos.

Cada uno de estos seis principios, y la suma de todos ellos, implica ulteriores características, que se recogen seguidamente.

I. La utopía audiovisual no es propiamente un “no lugar”. Se trata de una heterotopía y, como tal, no está supeditada a un espacio físico ni temporal para existir.

1. La utopía audiovisual no se “localiza”, por tanto, en ningún “lugar”¹¹.

2. Pertenece a quienes la conforman, aportando su experiencia, su presencia o sus realizaciones o las de terceros.

3. Aunque no ha sido perfeccionada, la utopía audiovisual en parte se manifiesta en mayor o menor medida en las sociedades industrializadas¹², y es posible gracias a los logros de la revolución digital¹³.

¹¹ Consecuencia directa de esta “deslocalización”, la utopía audiovisual participa plenamente del desposeimiento del “aura” que W. Benjamin describió para la experiencia derivada de la reproductibilidad técnica. La utopía audiovisual participaría del “nunc” o inmediatez del momento, pero no del “hic” o inmediatez física del acontecimiento en su origen. Cfr. Jay, Martin, *The Dialectical Imagination. A History of the Frankfurt School and the Institute of Social Research, 1923-1950*, Boston, Little Brown and Company, 1973, p. 191. Este “desposeimiento” de la confluencia en un mismo tiempo y espacio de la obra de arte se relaciona directamente con la desacralización del espacio, proceso que Foucault ya describía, en sus inicios, haciendo explícitas las resistencias que encontraba dicha desacralización. Cfr. Foucault, Michel, *Des espaces autres*, *Op. cit.*, donde expone cómo “l'espace contemporain n'est peut-être, pas encore entièrement désacralisé (...), mais nous n'avons peut-être pas encore accédé à une désacralisation pratique de l'espace. Et peut-être notre vie est-elle encore commandée par un certain nombre d'oppositions auxquelles on ne peut pas toucher, auxquelles l'institution et la pratique n'ont pas encore osé porter atteinte: des oppositions que nous admettons comme toutes données: par exemple, entre l'espace privé et l'espace public, entre l'espace de la famille et l'espace social, entre l'espace culturel et l'espace utile, entre l'espace de loisirs et l'espace de travail; toutes sont animées encore par une sourde sacralisation”. Sorda sacralización que paulatinamente deja de existir (ver nota nº 9); en efecto, en la utopía audiovisual se desdibujan las oposiciones entre los espacios descritos por Foucault, pasando así a formar parte de una heterotopía.

¹² Además de la idea de *Noosfera* (ver nota 2), cfr. Jameson, Fredric, *Archaeologies of the Future: The Desire Called Utopia and Other Science Fictions*, London & New York, Verso, 2005, p. 15: “I believe that (...) Utopian space is an imaginary enclave within real social space, in other words, that the very possibility of Utopian space is itself a result of spatial and social differentiation”.

¹³ La idea de intercomunicación entre los miembros de las sociedades tecnológicamente avanzadas por medio de la electrónica se corresponde bien con el concepto de “aldea global”, que correspondería al estadio de la cultura europea que se describe en la nota 2. Cfr. McLuhan, Marshall, *The Gutenberg Galaxy: the making of typographic man*, Toronto, University of Toronto Press, 1962, p. 32.

4. La utopía audiovisual comienza a manifestarse en torno a mediados del siglo XX. Una vez realizada permanece y se perfecciona, pero no desaparece.

5. La utopía audiovisual no tiene un final.¹⁴

II. La utopía audiovisual se manifiesta gradualmente en las sociedades occidentales desde hace décadas por medio de la tecnología.

1. La utopía audiovisual es un espacio que, aunque inmaterial, ya está presente en la vida cotidiana de las sociedades occidentales desde hace décadas¹⁵.

2. Su manifestación es gradual y heterogénea, ya que depende del lugar y de las posibilidades individuales al acceder a ella¹⁶.

3. La utopía audiovisual es real, aunque sea inmaterial y su manifestación no sea constante ni ubicua¹⁷.

III. La utopía audiovisual es un entorno interactivo y autorregulado.

1. La posibilidad de interactuar con personas y contenidos es condición fundamental para la existencia de la utopía audiovisual.

2. Al conformarse como un espacio de encuentro, ofrece una proximidad máxima a los contenidos o al posible interlocutor¹⁸. La comunicación con terceros no está limitada por el momento en que cualquiera de los interlocutores interactúa, ni por el lugar en el que se encuentren, ni por su número, ni por la posibilidad de que existan varios simultáneamente.

3. Al tratarse de un entorno autorregulado, no existe censura por parte de agentes externos ni internos. Tampoco es posible influir de un modo directo sobre el acceso o la existencia de determinados contenidos¹⁹.

¹⁴ Ya a finales del siglo XIX surge la consideración de la utopía como un “estado mental”. Cfr. Hertzler, Joyce Oramel, *The history of utopian thought*. New York, Cooper Square Publishers, 1895, p. 314: “Utopia is always a fleeting state (...). After all Utopia is not a social state, it is a state of mind”. Con parecido planteamiento, Karl Mannheim elabora una taxonomía de las utopías, cada una de cuyos tipos relaciona con determinada mentalidad. Esta cualidad de “estado mental” de la utopía audiovisual la sitúa finalmente en una temporalidad ilimitada (Véase IV.9 y IV. 10). Cfr. Mannheim, Karl, *Ideologie und Utopie*, Bonn, Cohen, 1929. Sigo la edición inglesa: *Ideology and Utopia*, London, Routledge, 1936.

¹⁵ Cabe entender así los espacios de encuentro que han propiciado sucesivamente la radiodifusión, la televisión, el e-mail o las redes sociales. El mundo virtual también forma parte de este espacio en todas sus manifestaciones, pero la heterotopía no se reduce a lo virtual ni es su única manifestación.

¹⁶ La noción de esta utopía como heterogénea, discontinua y adaptada a cada lugar e individuo viene a coincidir con uno de los principales hallazgos del estudio de Mumford, Lewis, *Op. cit.*, pp. 303-304. Ver, asimismo, la nota nº 11.

¹⁷ En palabras de Deleuze, “(...) en términos bergsonianos, el objeto real se refleja en una imagen en espejo como objeto virtual que, por su lado y simultáneamente, envuelve o refleja a lo real.” Cfr. Deleuze, Gilles, *L'image-temps. Cinéma 2*, Les Éditions de Minuit (coll. «Critique»), Paris, 1985. Sigo la traducción española: *La imagen-tiempo*, Barcelona, Paidós, 1987, pp. 97-98.

¹⁸ La utopía audiovisual es el medio a través del cual se transmite la información o el mensaje, y puede ser entendida como una auténtica extensión del ser humano. Resulta atrayente retrotraerse a McLuhan, y considerar la cualidad de medio “frio” (cool medium) para la audiotopía, tanto por su condición de medio plenamente abierto como por implicar el sentido de la vista y el oído, además de estimular y precisar de la participación de quienes acceden a ella. Por otra parte, la cualidad de medio caliente (hot medium) vendría dada por la densidad de información y su inabarcable extensión. McLuhan, Marshall. *Understanding Media: the extensions of man*. New York, McGraw-Hill, 1964 .

¹⁹ La ausencia de un poder claramente definido, y que no puede ser ejercido en la utopía audiovisual (cfr. V.2) probablemente resulta de difícil encaje en la tradición utópica. Cfr. Ricoeur, Paul, *Lectures on ideology and Utopia*, ed. George H. Taylor, New York: Cambridge University Press, 1981. Sigo la edición de 1986: Columbia

4. El único criterio de regulación interna es el interés o aprobación que expresan quienes acceden a este espacio por las personas o contenidos que se encuentran en él.

5. No existen contenidos o personas vetados o situados en la marginalidad, sino contenidos o personas a los que se accede o con los que se interactúa con mayor o menor frecuencia²⁰. Consecuentemente, la existencia de un “mainstream” depende únicamente del interés personal, y no de intervenciones o intereses de terceros.

6. El acceso a documentos e información del pasado depende únicamente del interés personal, que queda libre de limitaciones materiales e ideológicas.

IV. La cantidad y cualidad de información que existe en este espacio, que se expande y aumenta continuamente, no tiene límite.

1. La utopía audiovisual se encuentra en un estado de expansión continua tanto cualitativamente (al superponerse, paulatinamente, a más espacios de la vida cotidiana) como cuantitativamente (al incorporar usuarios e información de todo tipo)²¹.

2. La utopía audiovisual no tiene límites para la inclusión o difusión de cualquier contenido, ni para su manifestación en cualquier tiempo y lugar, incluso simultáneamente; esto es, en diferentes lugares al mismo tiempo, o en diferentes momentos, en el mismo lugar.

3. Al expandirse sin límites la propia heterotopía, la información y los contenidos que la integran fluyen también sin límites²².

4. El acceso a documentos e información tanto del presente como del pasado es por tanto fácil e ilimitado.

5. Consecuencia de que la información fluya sin límite es la imposibilidad de intervenir sobre el acceso de o a personas o contenidos²³.

6. Además de contenidos audiovisuales, la utopía audiovisual también incluye textos escritos de cualquier tipo.

7. La utopía audiovisual es un espacio que permanece y cuya memoria o capacidad es ilimitada.

University Press, p. 310: “All Utopias, whether written or realized, attempt to exert power in a way other than what exists”.

²⁰ En relación con la anterior nota, no es previsible la existencia de un discurso del poder en la utopía audiovisual. Ninguno de los procedimientos externos descritos por Foucault para controlar el discurso mediante la exclusión (lo prohibido, la oposición razón / locura y la voluntad de verdad) es posible aquí. Véase Foucault, Michel, *L'Ordre du discours*, Paris, Gallimard, 1971. Sigo la traducción española: *El orden del discurso*, Barcelona, Tusquets Editores, 1992, pp. 9-49, esp. pp. 8-20.

²¹ Del mismo modo que la capacidad de tratamiento de la información se duplica exponencialmente cada cierto tiempo (ley de Moore), la propia información se multiplica y difunde con poco o ningún coste adicional (ley de Serge Soudoplatoff). Soudoplatoff enuncia esta ley así: “When one shares a material good, one divides it. When one shares an immaterial good, one multiplies it”, citado en Idriss J. Aberkane, *A simple paradigm for nooeconomics, the economy of knowledge*. CS-DC'15 World e-conference, Sep 2015, Tempe, United States. CS-DC'15 World e-conference. <hal-01291105>

²² Nótese que la información “fluye”, pero no “se” difunde, lo que siempre depende de un acto volitivo. La información se ha de “convocar”, debe ser requerida; la condición de espectador, entendida así, no puede ser pasiva en la utopía audiovisual. Véase nota nº 17.

²³ La imposibilidad de controlar el flujo de información también se postula en II. 3, aunque por razones distintas.

8. La vigencia de los contenidos que conforman la heterotopía no está limitada por el tiempo, de modo que habrá contenidos que despierten mayor o menor interés en determinado momento y entorno, pero eso no determinará su posible eliminación.

9. Cualquier información o contenido tiene la misma vigencia, al acumularse en un espacio inmune al paso del tiempo, en el que la caducidad no es posible y en el que la novedad pierde su sentido de “modernidad” o cercanía cronológica.²⁴

10. Los contenidos de la utopía audiovisual, al quedar desvinculados de su contexto temporal para existir, comparten una única temporalidad: un presente continuo, el de la experiencia de quien acceda a este espacio²⁵.

V. La única finalidad de la utopía audiovisual es mejorarnos y completarnos por medio del conocimiento, permitiendo un acceso rápido y directo a la producción artística, cultural y científica de nuestra época y del pasado.

1. La vida cotidiana no depende de la utopía audiovisual para su viabilidad, pero sí para su desarrollo; como heterotopía que es, no sustituye ni predetermina el tiempo y el espacio en el que se desarrolla la vida cotidiana, ni sus condiciones.

2. La utopía audiovisual no tiene ni precisa fines comerciales, y se manifiesta como un espacio de encuentro ajeno al ejercicio del poder, cualquiera que sea su índole.

3. Su única finalidad y justificación reside en poner en común el conocimiento que la humanidad ha construido, y las manifestaciones artísticas y culturales del pasado y del presente. Está constituida por conocimientos, creaciones e informaciones, pero también es el modo en que están dispuestos y el modo de acceder a ellos.

²⁴ La dimensión temporal de la utopía audiovisual, cuya duración es ilimitada (ver I.5), resulta un aspecto determinante respecto de su contenido, cuya duración también lo será. De la importancia de la dimensión temporal (y la limitación que puede suponer) en el pensamiento utópico da cuenta ya en 1895 Hertzler, Joyce Oramel, *Op. cit.*, p. 310: “proposals to remake the social structure on a rational pattern were merely the logical outcome of the absolute and un-historical thinking of time”. Se revela en este punto la relación entre utopía y ucronía, como en el modelo propuesto por E. Bloch: una utopía que se experimente como “a meeting place of highly ramified mediations between past and future in the midst of the unsighted Now”. Cfr. Bloch, Ernst, *Das Prinzip Hoffnung*, Berlin, Aufbau-Verlag, 1954-59 (3 vols). Cito por la edición inglesa: *The Principle of Hope*. Oxford, Basil Blackwell, 1986, Vol. I, p. 294. Nótese que el primer libro de Bloch fue *Geist der Utopie (El espíritu de la Utopía)*, de 1918.

²⁵ No deja de resultar esta noción del tiempo desposeído de su cualidad de sucesión, de un presente y un pasado necesarios, una característica fundamental de la utopía audiovisual, muy parecida a la que plantea Foucault cuando propone una mirada sobre los museos o las bibliotecas como heterotopías, ya que ambos “contain infinite time in a finite space, and it is both a space of time and a ‘timeless’ space”. Cfr. Lord, Beth, “Foucault’s museum: difference, representation, and genealogy”, en *Museum and Society*, March 2006. 4 (1), pp. 11-14. Existen interesantes concordancias entre este punto de vista y el de Bachelard, que varias décadas antes emplea las ideas de “tiempo vertical” y de “simultaneidades ordenadas” a las que en el fondo se refiere Foucault y que parece intuirse en Bloch; cfr. Bachelard, Gaston, “Instant poétique et instant métaphysique”, en *Messages*, t. I, cahier 2, 1939. Esta misma idea de *tiempo vertical* es elaborada por Jonathan Kramer, en *The Time of Music: New Meanings, New Temporalities, New Listening Strategies*. Belmont (California), Wadsworth, 1989. Por su parte, Walter Benjamin se refiere a la posibilidad de un “present which is not a transition, but in which time stands still and has come to stop”. Cfr. Benjamin, Walter, “Über den Begriff der Geschichte”, en *Walter Benjamin zum Gedächtnis*, Hrsg. von Max Horkheimer und Theodor Wiesengrund-Adorno, Los Angeles, Institut für Sozialforschung, 1942. Sigo la traducción inglesa: “Thesis on the Philosophy of History”, en *Illuminations* (ed. Hannah Arendt), New York, Schocken, 1969, pp. 253-264, esp. p. 262.

VI. El acceso a esta heterotopía es libre e igualitario, y el mismo hecho de acceder implica la posibilidad de aportar contenidos o mejorarlos.

1. Siendo la utopía audiovisual un espacio ajeno a las luchas de poder o a su ejercicio, no es posible restringir su acceso ni imponer mediaciones al mismo.

2. Tampoco se puede restringir la capacidad de aportar contenidos a la utopía audiovisual, ya que la existencia de este espacio implica la posibilidad de participar activamente en su configuración. Cualquier contenido es posible, ya que los contenidos también son libres e igualitarios y no es posible restringirlos ni privilegiarlos.

3. Planteada así, la libre circulación de personas o contenidos en la utopía audiovisual se constituye como un derecho, cuya falta de reconocimiento o limitación por factores o agentes externos refleja o resulta en desigualdad, merma de oportunidades y recursos para el desarrollo personal²⁶.

ANEXO. Algunas manifestaciones de la utopía audiovisual (Madrid, 2016)

Seguidamente se exponen algunos de los cambios o consecuencias que se derivan de la existencia de esta utopía, que en algunos casos, acaso inadvertidamente, ya son una realidad en todo o en parte. La mayoría de ellas tienen que ver con la creación audiovisual, aunque lo que se propone es de aplicación al ciberespacio en su conjunto. Contemplados desde la segunda década del siglo XXI, existen ya modos de acceder a la información y de experimentar esta heterotopía que constituyen notables cambios respecto del modelo vigente en la última década del siglo XX; un canal particularmente exitoso en los últimos años es You Tube, que puede ser entendido como manifestación, si bien parcial e imperfecta, de la utopía audiovisual.

Una de las características que más llaman la atención al usuario de You Tube es la fuerte sensación de presente continuo que se percibe en las conversaciones o en los comentarios que acompañan a los videos (aunque las intervenciones estén muy separadas cronológicamente), pero también en el hecho de poder encontrar versiones de determinadas canciones (normalmente acompañadas de las imágenes de la interpretación), separadas por 60 años de diferencia; o por la posibilidad de contemplar programas de televisión o noticiarios como el NO-DO, efímeros por naturaleza, y ahora fijados en la inmutable permanencia que ofrece la grabación audiovisual. En efecto, la heterotopía audiovisual no sólo es muestra de la creación contemporánea; cada vez más, es también muestra de la de décadas pasadas, hasta el punto de que se ha convertido en un medio inmejorable de acceder a la reciente historia de la música, y de encontrar documentos sonoros o audiovisuales infrecuentes o desconocidos.

²⁶ Situando la utopía en el ámbito de los derechos, donde es previsible que termine instalada una vez se realice completamente, es notorio que en la Declaración universal de los derechos humanos existen varios artículos que atañen de forma directa o indirecta a cuanto queda expuesto. Más concretamente, los artículos 13, 18, 19, 20, 26 y 27 atañen a derechos que son consecuencia de que el acceso a la heterotopía sea libre e igualitario.



La société du spectacle (1973), película de Guy Debord difícil de encontrar en los circuitos comerciales.

Otra característica novedosa es el acceso libre y selectivo en cuanto que usuarios receptores de un mensaje, por parte los usuarios de YouTube. En efecto, la relación entre emisor y receptor se podría decir que es la contraria a la existente en los medios de comunicación conocidos hasta el siglo XXI: en lugar de proponer o imponer determinados contenidos que se excluyen mutuamente (al ocupar necesariamente un único espacio temporal), ahora es posible elegir los contenidos y acceder ellos cualquier momento. La necesaria pasividad propia del espectáculo televisivo (lo que probablemente constituye uno de los principales atractivos del medio) no es el modo de acceder a la heterotopía audiovisual, en la que al menos se debe escoger o seleccionar para comenzar una sesión. Incluso si se considera que en la actual televisión existe una oferta de canales mucho mayor que en los últimos años del siglo XX, lo cierto es que dicha oferta es notablemente menor que en YouTube, y que, en cada canal, está predeterminada y ocupa una duración (y un espacio) al que el telespectador debe adaptarse. De este modo, la heterotopía ofrece una muestra del presente quehacer audiovisual mucho más amplia que la que pueden ofrecer los demás medios de comunicación, necesariamente limitados por criterios de conveniencia económica o política. Frente a esto, en YouTube cualquier creación tiene cabida, y la posibilidad de que llegue a un espectador no depende de la selección de un tercero, lo que excluye el factor de rentabilidad económica o de cualquier otro tipo en el acceso al repertorio que conforma esta aún limitada heterotopía audiovisual.

Al tratarse de un canal cuyo acceso es libre e igualitario, cualquiera puede difundir cualquier tipo de creación. Aunque en realidad no se *difunde* nada, sino que se pone a disposición de quien quiera utilizarlo. La difusión depende en todo caso del interés de los espectadores, que ya no son un elemento pasivo en el proceso de comunicación. Su iniciativa es fundamental, ya que son ellos quienes interpelan al emisor, y no al contrario.

Al ser la fuerza de YouTube la cantidad de información que se puede incluir o a la que se puede acceder es fácil descubrir o redescubrir el pasado, ya que es frecuente que se pueda acceder a obras o versiones de difícil o limitado acceso cuando estaban vigentes (esto es, cuando se comercializaron o crearon). De este modo se puede acceder a lo marginal o lo poco conocido, que probablemente en otras épocas quedaba condenado al olvido. Por otra parte, en la heterotopía audiovisual no hay una intención de buscar lo verdadero, y lo marginal no es una categoría indeseable, sino que marginalidades muy diversas son parte fundamental de esta heterotopía, tanto o más que el “mainstream”.

Un cambio fundamental en la cultura y el comercio audiovisual contemporáneos, pero acaso de mayor alcance en el caso de la música, es la eliminación de mediaciones en el acceso al repertorio. Las mediaciones más habituales hace una o dos décadas, al margen de la adquisición o la copia física del LP o CD, eran los programas más o menos especializados en los medios de comunicación, las listas de éxitos, la labor de locutores y DJs más o menos vinculados a la industria y el marketing de las compañías discográficas. En el tiempo presente, pese a que lo anterior sigue existiendo y aún tiene cierta vigencia, es posible acceder (o “crear”) a un auditorio mediante la comunicación directa por parte del creador; esto es, se puede estar presente en el espacio público al margen o sin el respaldo de los medios de comunicación tradicionales. La posibilidad de la presencia en el discurso público se vincula directamente a la capacidad de generar un atractivo suficiente como para ser “visto”, como para que esa “presencia” se haga real al ser invocada desde cualquier dispositivo.

Consecuencia, a su vez, de ello, es la posibilidad de mostrar alternativas al mainstream, y ello en dos sentidos fundamentales: el primero es el de procurar una nueva vida a canciones e intérpretes pretéritos, que sólo eran conocidos por el público de su época. Asistir a las actuaciones televisivas de Dionne Warwick de la década de 1960, que raramente se pudieron volver a contemplar una vez emitidas, nos acerca a la intérprete y nos ayuda a tenerla en nuestra vida cotidiana tan vigente como a Diana Krall, cantando la misma canción 50 años después. La distancia generacional, o temporal, sencillamente, es irrelevante aquí. De este modo, se asiste a una nueva vida de canciones, coreografías o bandas que se dirían del pasado, pero que nuevamente están presentes en la vida cotidiana de muchos usuarios. Ejemplos de ello son grupos como The Shakers o creaciones como *Wild Safari*, que obtienen un reconocimiento tardío que nunca les hubiera llegado con el anterior modelo de comunicación, en el que lo efímero era la norma y el acceso a documentos del pasado era difícil y costoso.

La otra posibilidad de conformar alternativas es la comprobada capacidad de YouTube para permitir que determinada creación, acaso muy alejada de la convención e incluso mal realizada técnicamente o carente de valores estéticos, pueda tener una repercusión muy grande, y conseguir que sea conocida por millones de personas. Buenos ejemplos de esta posibilidad son la fama internacional de Delfín Quishpe y su emblemático *Torres Gemelas*, o de IceJFFish con su *On The Floor*, que sin duda no habría tenido ninguna oportunidad tan solo diez años antes.



Torres gemelas (2006) videoclip de Delfin Quishpe, trovador de difícil encaje en los circuitos comerciales pero muy conocido internacionalmente gracias a You Tube

Como resultado, es fácil y previsible que el canon de la música popular cambie con mayor rapidez en los próximos años, y con argumentos renovados. Ciertamente, el canon es establecido por la crítica, la industria y la academia, como en tantos otros aspectos de la producción y la historia de nuestra cultura; pero en este caso hay obras o creadores que no ha tenido visibilidad hasta recientemente, y a pesar de ser poco conocidos ahora pueden ser confrontados a los considerados “modelos” en pie de igualdad. En efecto, además de que la historia de la música popular se ha creado y documentado principalmente desde el ámbito anglófono (y anglocéntrico, por tanto), han existido grupos que aun abdicando de su tradición cultural, han intentado entrar en el mainstream, con dispar resultado, aunque hoy pueden ser conocidos y —acaso— mejor apreciados por el público actual. Además de eso, han existido grupos de gran calidad, que bajo una mirada desprejuiciada, en lo que tal cosa es posible, hoy pueden reclamar un lugar propio e importante en la historia de la música popular.

Como en cualquier disciplina, el canon se reconfigura continuamente y cada generación establece el suyo; no obstante, en el caso de este repertorio, la accesibilidad de las fuentes (principalmente, el LP) ha dejado de ser un problema o un condicionante, lo que claramente propicia un conocimiento más completo de panorama musical y el acceso a producciones que acaso son conocidas por referencias, o ni siquiera ha merecido el aprecio de la crítica o su lugar en la historia. Este “recolocamiento” en la conciencia colectiva de las piezas que se van rescatando o que muestran aspectos de interés o desconocidos es, por ejemplo, de gran importancia en el caso de la música popular que se ha hecho en Hispanoamérica, que claramente merece una consideración diferente en el contexto de la música popular en español de las últimas décadas.

En cualquier caso, la existencia de un canon en la producción artística, cultural o científica depende ya en mucha mayor medida del criterio individual. Al ser posible acceder fácilmente a las producciones artísticas o culturales del pasado, así como a las que quedaron en la marginalidad, el canon se ve obligado a adaptarse y reconfigurarse continuamente, con una frecuencia cada vez mayor. Del mismo modo, la reducción de mediaciones permite entender y reevaluar, o matizar, la historia de la música popular y de sus principales géneros más fácilmente.

El establecimiento de heterotopías audiovisuales o musicales esta teniendo, finalmente, un interesante efecto en el desplazamiento de la iniciativa cultural que se verifica en las sociedades occidentales desde hace varias décadas. Al proceso de “desinstitucionalización” que se experimenta desde finales de la década de 1960 se suma la capacidad de mostrar y proponer creaciones o proyectos artísticos o culturales al margen del “sistema del arte”, permitiendo que la obra interpele al espectador directamente, sin las mediaciones (y por tanto, las limitaciones) que han caracterizado y determinado la historia de nuestra cultura.

Existen, no obstante, “zonas de control” que escapan a la aparente libertad con que creaciones de todo tipo campan y coexisten en la You Tube. Por una parte, es posible limitar el acceso de forma local de determinados contenidos, como ha sucedido tradicionalmente (y sucede) en regímenes autoritarios; aunque esta limitación no se refiere a la idea de heterotopía, sino a su acceso a ella. Más allá de esto, es posible establecer límites desde dentro de You Tube. El criterio económico es el más notorio: aunque gran parte de los contenidos están sujetos a derechos de explotación comercial diversos, raramente se ejercen, ya que se considera que el beneficio de que determinada producción sea conocida supera al que se podría obtener comercializando directamente estos contenidos y excluyéndolos, al mismo tiempo, del acceso abierto e ilimitado. No obstante, existen casos en los que resulta conveniente ejercer estos derechos y reservas en la distribución de los contenidos, en la idea de que producirán un beneficio económico mayor si se controlan la comercialización del producto eliminando el acceso libre al mismo. Tal es el caso de las producciones sonoras o audiovisuales de The Beatles, por ejemplo, que si bien ocasionalmente puede ser encontradas, suelen ser eliminadas invocando un mejor derecho sobre su distribución por parte del poseedor del copyright. La consecuencia directa de este condicionamiento es que los contenidos pueden desaparecer, incluso para no volver.

Ligada también al criterio económico, existe censura ideológica en YouTube de forma explícita desde el 1 de septiembre de 2016, bajo la lógica de la adecuación de los contenidos al criterio de los anunciantes (“El contenido adecuado para anunciantes es aquel que resulta adecuado para todos los públicos”). Si bien la utopía audiovisual no tiene ni precisa fines comerciales, en la situación actual la obtención de ingresos por el acceso a contenidos excluye escenas de carácter sugerente, lenguaje inapropiado, obscenidades, violencia, o “acontecimientos y asuntos controvertidos y delicados, como conflictos bélicos o políticos, desastres naturales o tragedias”. Este es uno de los aspectos que muestran la distancia entre la utopía y la realidad de nuestra época, si bien es cierto que You Tube no es un entorno autorregulado, ni se puede decir que su acceso sea libre en todo el mundo.



Crítica a You Tube en You Tube: video explicativo de las *Diretrizes de contenido adecuado para anunciantes*, fuente de restricción para la libre circulación de contenidos en You Tube.

Finalmente, existen también “zonas de desarrollo” en You Tube, que ofrecen posibilidades para establecer modos de comunicación en ámbitos o modos en los que no ha sido posible hacerlo hasta ahora. Muestra de ello es la posibilidad de crear o dar forma colaborativamente a obras artísticas de distinta índole, como sucede con las obras para coro virtual de Eric Whiteacre, o el repertorio de Hatsune Miku. En ambos casos, la aportación de numerosos colaboradores (que pueden sumar varios centenares), en diferentes momentos y desde diferentes continentes, da lugar a determinada partitura, o contribuye a conferirle su materialidad.

No se puede identificar aún utopía audiovisual con ninguna posibilidad comunicativa que exista en 2016, pero ciertamente bajo determinados respetos y de forma limitada es posible; el camino hacia esta utopía parece abierto y paulatinamente realizable, y se vislumbran nuevas formas de comunicar y de colaborar que hace pocos años eran inimaginables. Su implantación supondrá un nuevo paradigma cultural y social de consecuencias también inimaginables, como ya sucede, de modo imperfecto, en nuestra época. Lo que es más importante: su implantación se impone gradualmente tanto en la vida laboral como en la privada, y no es posible sustraerse a este poderoso influjo. Desde este punto de vista, la utopía se conformará como la única alternativa posible, lo que probablemente influirá en la percepción de la propia condición humana.

Bibliografía

- Aberkane, Idriss J., *A simple paradigm for nooeconomics, the economy of knowledge*. CS-DC'15 World e-conference, Sep 2015, Tempe, United States. CS-DC'15 World e-conference. <hal- 01291105>
- Bachelard, Gaston, “Instant poétique et instant métaphysique”, en *Messages*, t. I, cahier 2, 1939.
- Baudrillard, Jean, “L'extase de la Communications”, en *L'Autre par lui-même: Habilitation. Débats*. Paris, Galilée, 1987.
- Benjamin, Walter, “Über den Begriff der Geschichte”, en *Walter Benjamin zum Gedächtnis*, Hrsg. von Max Horkheimer und Theodor Wiesengrund-Adorno, Los Angeles, Institut für Sozialforschung, 1942.
- Bloch, Ernst, *Das Prinzip Hoffnung*, Berlin, Aufbau-Verlag, 1954-59 (3 vols).
- Borges, José Luis, “La biblioteca de Babel”, en *El jardín de senderos que se bifurcan*, Buenos Aires, Sur, 1942.
- Deleuze, Gilles, *L'image-temps. Cinéma 2*, Les Éditions de Minuit (coll. «Critique»), Paris, 1985.
- Foucault, Michel, *Les mots et les choses: Une archéologie des sciences humaines*. Paris, Gallimard, 1966.
- Foucault, Michel, *L'Ordre du discours*, Paris, Gallimard, 1971.
- Foucault, Michel, “Des spaces autres”, *Architecture, Mouvement, Continuité*, n°5, (octobre 1984), pp. 46-49.
- Francisco (Jorge Mario Bergoglio), *Misericordiae Vultus*, Ciudad del Vaticano, Librería Editrice Vaticana, 2015.
- Hertzler, Joyce Oramel, *The history of utopian thought*. New York, Cooper Square Publishers, 1895.
- Jameson, Fredric, *Archaeologies of the Future: The Desire Called Utopia and Other Science Fictions*, London & New York, Verso, 2005.
- Jay, Martin, *The Dialectical Imagination. A History of the Frankfurt School and the Institute of Social Research, 1923-1950*, Boston. Little Brown and Company, 1973.
- Kramer, Jonathan, *The Time of Music: New Meanings, New Temporalities, New Listening Strategies*, Belmont (California), Wadsworth, 1989.
- Lefebvre, Henri, *La production de l'espace*, Paris, Anthropos, 1974.
- Lord, Beth, “Foucault's museum: difference, representation, and genealogy”, en *Museum and Society*, March 2006. 4 (1), pp. 11-14.
- Mannheim, Karl, *Ideologie und Utopie*, Cohen, Bonn 1929. Sigo la edición inglesa: *Ideology and Utopia*, London, Routledge, 1936.
- McLuhan, Marshall, *The Gutenberg Galaxy: the making of typographic man*, Toronto, Canada, University of Toronto Press, 1962.
- McLuhan, Marshall. *Understanding Media: the extensions of man*, New York, McGraw-Hill, 1964.
- Mumford, Lewis, *The story of Utopias*, New York, Boni and Liveright, 1922.
- Ricoeur, Paul, *Lectures on ideology and Utopia*, ed. George H. Taylor, New York: Cambridge University Press, 1981.

Soja, Edward B., *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places*, Cambridge, Massachusetts, Blackwell, 1996.

Stegmann, André, “La Corte. Saggio di definizione teórica”, en Romani, M. (ed.), *Le Corti farnesiane di Parma e Piacenza, 1545-1622*, Bulzoni, Roma, 1978.

Teilhard de Chardin, Pierre, “The Formation of the Noosphere: A Biological Interpretation of Human History”, en *The Future of Mankind* by Harper & Row, New York and Evanston, 1959, Chapter 10. Originalmente publicado en *Revue des Questions Scientifiques* (Louvain) 1947 (January), pp. 7 -35.

Van Wyk, Tania, “Church as heterotopia”, *HTS Teologiese Studies/Theological Studies* 70 /1 (2014), Art. #2684, 7 pages. <https://doi.org/10.4102/hts.v70i1.2684>

Neoapocalípticos y neointegrados

Neoapocalyptic and neointegrated spectators

Miguel SALMERÓN INFANTE

Universidad Autónoma de Madrid

DOI: <http://dx.doi.org/10.15366/bp2017.14>

Recibido: 15/11/2016
Aprobado: 30/01/2017

Resumen: Este artículo retoma la distinción entre apocalípticos e integrados que estableció Umberto Eco. Los primeros consideran que la cultura de masas empobrece y aliena al sujeto, los segundos que la cultura de masas democratiza y abre la propia cultura. Nuestra tesis es que los nuevos medios de difusión de productos audiovisuales, muy especialmente internet, varían de tal modo la recepción de los contenidos, que hacen, si no desechable del todo, sí reformulable la contraposición de Eco.

Palabras Clave: Posmodernidad, espectador, spleen cibernético, videoclip, anuncio, Umberto Eco

Abstract: This article revisits the difference between the apocalyptic and the integrated, established by Umberto Eco. The first ones consider that mass culture impoverishes and alienates human beings, while the second ones acknowledge its capacity to achieve more democratic and open societies. Our thesis is that the new available media for broadcasting audiovisual productions, especially the Internet, change in such a way the reception of contents that Eco's distinction may seem pointless, and thus must be reformulated.

Keywords: Postmodernity, spectator, cyber-spleen, video-clip, spot, Umberto Eco

Comenzaré refiriendo la impresión derivada de una experiencia personal. Mi idea preconcebida, cuando supe que iba a impartir clase en el grado de musicología en la UAM, era que el musicólogo o en este caso el futuro musicólogo, era un individuo más bien iconoclasta. Iconoclasta en el sentido de no valorar especialmente las imágenes y considerarlas ociosas en la presentación de la música. De algún modo mi retrato-robot previo del aspirante a musicólogo era el de un partidario sin ambages de la música absoluta y un denostador de la música descriptiva y/o programática. De ahí que por ejemplo al poner ejemplos musicales para ilustrar mis explicaciones eligiera, preferentemente, compact discs y *Spotify*, soportes de música, a *Youtube*, que añade a la música imágenes. Sin embargo, pude apreciar que incluso en este exigente y ambicioso grupo de control, en estos distinguidos receptores, se demanda la imagen, incluso se requiere. Para ellos es evidente que viviéramos en una iconosfera de la que son parte sus propios cuerpos y sus terminaciones sensoriales¹. Por eso considero muy importante intensificar la reflexión sobre la musicología audiovisual contemporánea. Eso sin quitarle ni un ápice de seriedad y de rigor al estudio que se haga. El prestigio o lo reconocido en un canon del objeto musical ni prejuzga ni asegura la seriedad del estudio. En definitiva y por poner un ejemplo hipotético: una investigación sobre Franz Joseph Haydn puede ser banal y una sobre Chuck Berry puede caracterizarse por la excelencia².

Para arrancar con lo que propiamente será mi exposición, voy a referirme a uno de los poemas de *Las flores del mal* de Baudelaire llamado *Le spleen* (hay varios del poeta en cuyo título aparece esa palabra). El *spleen* es el sentimiento de tedio que sobreviene cuando no se encuentra nada sugestivo en las experiencias ni en las acciones, a pesar de lo muy variadas que estas puedan ser. Ese sentimiento de tedio es el propio del habitante de las grandes urbes³.

Je suis le roi d'un pays pluvieux,
riche, mais impuissant, jeune et pourtant très vieux,
qui, de ses précepteurs méprisant les courbettes,
s'ennuie avec ses chiens comme avec d'autres bêtes.
Rien ne peut l'égayer, ni gibier, ni faucon,
ni son peuple mourant en face du balcon.
du bouffon favor la grotesque ballade
ne distraît plus le front de ce cruel malade:
son lit fleurdelisé se transforme en tombeau,
et les dames d'atour, por qui tout prince est beau,
le savent plus trouver d'impudique toilette
pour tirer en soiris de ce jeune squelette.
Le savant qui lui fait del'or n'a jamais pu

¹ A ese momento escópico e icónico predominante en nuestra cultura lo denomina Castro «Estado videocrático», Castro, Fernando, *Mierda y catástrofe. Síndromes culturales del arte contemporáneo*, Madrid, Fórcola, 2014, p.95.

² La inequívoca muestra de que, afortunadamente se presta atención a los fenómenos de la cultura audiovisual contemporánea puede encontrarse en la línea editorial de los *Cambridge Companions*, que desde hace años aborda cuestiones como el jazz, el pop, el rock, o figuras como Elvis Presley, The Beatles o The Rolling Stones.

³ «La experiencia de la gran ciudad es para Baudelaire la condición esencial para el logro de una nueva poética cuya forma principal sería la poesía en prosa: musical pero sin ritmo y sin rima, suficientemente ágil y suficientemente abrupta como para adaptarse a los movimientos del alma, las ondulaciones oníricas y el paroxismo de la conciencia» (Ramadzani, Vahhed K., «Writing in pain», *Boundary 2*, vol.23. number 2 (Summer 1996), p.200).

de son être extirper l'élément corrompu,
 et dans ces bains de sang qui des Romains nous viennent
 el don't sur leurs vieux jours les puissants se souviennent,
 il n'a su réchauffer ce cadavre hébété
 où coule au lieu de sang l'eau verte du Léthé⁴.

El rey que estos versos nos presentan es rico e impotente, joven pero achacoso. Al igual que al príncipe Siddharta Gautama a este rey no se le ha escatimado placer alguno. Y, al igual que el príncipe indio, mientras no sale de su palacio, no va a encontrar estímulo ni en la actividad, ni en la comedia. Pero a diferencia del primer Buda⁵, sí va a ver el sufrimiento ajeno en su palacio y a diferencia del primer Buda ese sufrimiento no le va conmover⁶. Estos versos parecen esclarecer que nos encontramos ante alguien que, voluntaria o forzosamente, o que, voluntaria y forzosamente a la vez, ha elegido o está condenado a la vida contemplativa. Su lecho se convierte en lecho mortuario. Su lugar de descanso se convierte en túmulo. Ni la sensualidad más atrayente y refinada lo saca de su letargo. Ni los alquimistas lo recuperan, ni los baños en sangre lo revitalizan. Por sus venas corre la verde agua del río Leteo. Esa agua en la que cualquier experiencia es reducida a lo anodino y a la insignificancia antes de ser aniquilada. Ese es, en el ámbito de la Gran urbe, el destino de un sujeto expuesto a un cúmulo de experiencias y dotado de gran discrecionalidad para tenerlas. Allí, de tanto que vivir, no se vive nada sugestivo, de tanto que elegir, la elección no recae sobre nada relevante, de tanto que emprender, no se inicia nada que poco después no sea relevado en su aparente significatividad por lo nuevo.

Pero, qué ocurre si se crean artefactos tecnológicos que hacen interminables las calles de la urbe, qué ocurre si su plano se hace tan grande como ella misma, como les pasó a aquellos cartógrafos del imperio chino en el relato de Borges "Del rigor en la ciencia" (en *El Hacedor*) que se vieron obligados a hacer un mapa del tamaño del imperio y superpuesto a éste⁷. Qué ocurre si el mapa no se hace sólo tan grande como la ciudad, qué ocurre si la escala no es 1:1, sino que el área metropolitana se hace tan desmesurada que llega a los confines del mundo o incluso, que en puridad, puede superar cualquier confín imaginable. Entonces, y paradójicamente el *flâneur* baudelairiano, antes paseante por la gran ciudad, obtiene un gran poder, el poder de quedarse sentado y estático en cualquier lugar y así viajar a cualquier parte del mundo. Sin embargo ese gran poder va de la mano de una gran impotencia. La de la exposición a un *spleen*, a un descontento y un hastío mucho más radical. Cuanto más grande es el alcance, cuando más amplio es el margen de la discrecionalidad, cuanto más dilatado es el panorama que se avista, más exigente, densamente redoblado y descontentadizo es el deseo. El *flâneur*, el paseante, se convierte

⁴ "Soy como el rey de un país lluvioso,/ rico, más impotente, joven y sin embargo muy viejo,/ que, de sus preceptores menospreciando las genuflexiones,/ se enoja con sus perros como con otras bestias./ Nada puede alegrarle, ni caza, ni halcón,/ ni su pueblo muriéndose frente al balcón./ Del bufón favorito la grotesca balada/ no desarruga la frente de este cruel enfermo;/ su cama flordelisada se transforma en tumba,/ y las damas de compañía, para quienes todo príncipe es bello,/ no saben ya encontrar un impúdico tocado/ para arrancar una sonrisa de este joven esqueleto./ El sabio que le hace el oro no ha podido jamás/ de su ser extirpar el elemento corrompido,/ y dentro de esos baños de sangre que de los romanos nos vienen,/ y de los cuales en sus viejos días los poderosos se acuerdan,/ no ha sabido avivar este cadáver embrutecido/ por donde corre en lugar de sangre el agua verde del Leteo", Baudelaire, Charles, *Poesía completa* (Edición bilingüe), Barcelona, Río Nuevo, 1974, pp.200-203.

⁵ Shiddharta en sus famosas cuatro salidas, y este rey mirando de lejos desde su solar palaciego.

⁶ Conze, Edward (ed.), *Buddhist Scriptures*, Harmondsworth/ Middlessex/ Baltimore, Penguin Books, 1959, pp.39-40.

⁷ Borges, Jorge Luis, "Del rigor de la ciencia" en *Obras Completas*, Buenos Aires, Emecé, 1974, p.847.

en navegante, en surfista en un fluido electrónico ilimitado que permite ir de unas provincias a otras, llamadas páginas, hacer viajes a otros países por puentes aéreos, llamados links, alcanzar la simultaneidad de lugares y la ubicuidad por territorios mixtos, llamados hipertextos... Pero eso no acaba con el aburrimiento, sino que lo intensifica, eso no anula el descontento, sino que lo aumenta, eso no aniquila el *spleen*, sino que lo multiplica⁸.

Sin embargo, todo fue diferente en otro momento. Hubo una época en que ni navegar, ni surfear por un espacio virtual era lo habitual. En aquella época había lugares que eran de acceso estrictamente limitado, como por ejemplo la Capilla Sixtina. Este lugar en el que sólo entraban los cardenales cuando se reunían para la celebración de un cónclave con objeto de elegir papa. Este lugar lleno de frescos de Botticelli y Ghirlandaio, entre otros, pero sobre todo de Miguel Ángel. Cuyas pinturas eran de temática relativa al Apocalipsis, a la Creación y a las Profecías.

En este lugar no sólo era especial y restringido el acceso, sino que también era muy escogido el objeto o el elenco de objetos representados. Todo lo que allí aparecía quería emanar un halo de sacralidad. Todo lo que allí aparecía quería mostrar que se estaba abandonando un espacio profano y penetrando en un espacio sacro. Por ejemplo, hay un fragmento de la *Creación*, en que dos dedos están a punto de encontrarse, vemos a Dios y al Hombre, uno frente a otro y en un momento decisivo.

Momento decisivo, porque mediante la búsqueda de los dedos del hombre por parte del Creador, Miguel Ángel quiere representar el momento en el que Dios, por obra de su sabiduría⁹, otorga alma racional al ser humano, el momento crucial de todos aquellos que podría representarse pues implica nada más y nada menos que el paso que transita el ser del hombre para convertirse en Rey de la Creación, el momento en el que adquiere su diferencia específica. Lo que hace que el hombre no sea sólo animal, sino animal racional.

Walter Benjamin creó la teoría de la reproductibilidad técnica en el arte. La «reproductibilidad» mienta ese proceso por el que todo puede ser copiado en la cadena de montaje o seriado ilimitadamente. En oposición a la reproductibilidad, está la unicidad. Y esta unicidad es especialmente apreciable en nuestra relación con el objeto artístico a lo largo de siglos. La unicidad es propia de la obra, pues si bien ha habido copias de arte antes de la época de la reproductibilidad, sólo con ésta la posibilidad de hacer copias se convierte en ilimitada.

También la unicidad corresponde a la contemplación, pues, aunque el objeto puede ser observado más de una vez, cada contemplación será entendida como una experiencia única, entre otras cosas preservada en su unicidad por la exclusividad de acceso a los lugares donde el objeto se expone y unicidad propiciada por la selección de los temas elegidos: relevantes, prestigiosos, significativos.

De todas las características del objeto artístico no ilimitadamente reproductible emana un halo de culto y veneración en torno a él. Un halo inductor al éxtasis, un halo suscitador de peregrinación, un halo generador de sacralidad. Al halo derivado de la unicidad del objeto artístico lo llamó Walter Benjamin, «aura». Y lo terminológicamente decisivo por

⁸ “There needs to be time for efficient data collection and time for inefficient contemplation... we’re losing our ability to strike a balance” Carr, Nicholas, *The Shallows. What internet is doing to our Brains*, Nueva York, W.W. Norton & Co., 2010, p.186.

⁹ Iconológicamente ubicada en la figura que el Creador rodea con su brazo izquierdo, cf. Rzepińska, Maria, “The divine wisdom of Michelangelo in *The Creation of Adam*”, *Artibus et Historiae*, vol, 15, number 29, 1994, p.181.

parte de Benjamin es que, para referirse a esta mística y misteriosa unicidad, elige palabras de un mismo campo semántico, aura, halo, nimbo, para hacernos ver que estamos ante cualidades no intrínsecas al objeto sino adheridas a él por el sujeto en su relación de culto con aquél.

Si nos fijamos en la iconografía de las imágenes de lo divino en el arte paleocristiano y en el románico, nos damos cuenta de que hay componentes plásticos que están incentivando la aparición del «aura» mediante una representación no naturalista. La perspectiva invertida se utiliza para poner de relevancia por su tamaño, las figuras más significativamente simbólicas. El fondo neutro quiere hacernos ver que no estamos en el mundo natural, sino en un mundo otro y trascendente. Y finalmente la mandorla hace las veces de frontera y de incontrovertible solución de continuidad entre lo sagrado y lo profano¹⁰.

La reproductibilidad de la imagen¹¹ fue logrando cada vez más impacto y alcance, pero lo hizo con relativa lentitud. Sin embargo, fue con la fotografía cuando el impacto es más intenso y cuando la reproductibilidad se dispara y con ella se modifica brutalmente nuestra relación con la imagen. Esta pierde su unicidad, así como la pierde el objeto que representa, muchos pueden contemplarla, ya no hay acceso exclusivo y las temáticas pueden ser muy variadas. Así, de igual modo, al ser sus empeños fácilmente alcanzables por medios técnicos, la pintura abandona la imitación de la naturaleza y toma el camino de la abstracción¹².

Dicho de otro modo, la reproductibilidad rompe el «aura». Y con ella se rompe la relación de veneración con el arte, y se abre el camino hacia el distanciamiento y la ironía.

No es extraño que así ocurra, porque la fotografía, y de un modo muy radical la fotografía digital, permite tomar imágenes de lugares antes únicos y quasi sacros. Los visitantes al Louvre pueden hacerse *selfies* con la Gioconda.

En el interior de la Capilla Sixtina, la contemplación relajada de los antiguos cardenales ha sido sustituida por la mirada forzosamente monofocal de los componentes de una multitud que atesta la sala. Igualmente, en torno a los Museos Vaticanos la multitud hace cola para ver algo que antes sólo podían ver individuos sobresalientes, excelsos o escogidos.

Y también, por ejemplo, los bulevares donde discurre la vida cotidiana pueden ser objeto de la fotografía, ya no se precisa selección ni refinamiento en la determinación de aquello que se quiere representar.

¹⁰ Derogowski, Jan B.; Parker, Denis M.; Massironi, Manfredo, "The perception of spatial structure with oblique viewing: an explanation for Byzantine perspective?", *Perception* 23 (1), 1994, p.7.

¹¹ En la misma línea que Benjamin, McLuhan defiende la importancia de la técnica en la difusión de la cultura, y se centra en el aspecto mediático con su famoso mantra "El medio es el mensaje" con ello quiere decir "que el contenido de los medios de masas es menos importante que su estructura, ya que los medios requieren y dan forma profundamente a la conciencia humana... Así cuando valoramos la televisión, el contenido de sus programas importa menos que su estructura como modo de comunicación; lo que influye en el desarrollo de la conciencia es su estructura como medio de comunicación", Carroll, Noël, *Una filosofía del arte de masas*, Madrid, Antonio Machado, 2002, p. 133.

¹² "La fotografía no muestra necesariamente la realidad mejor que los pintores, no tiene por qué ser más objetiva en un sentido amplio, pero sí elimina (o aminora, ya que mucho depende del fotógrafo) la subjetividad de esa captación: la cámara no tiene historia personal y como tal puede repetir las operaciones sin ninguna distorsión determinada por intereses, malestar, entusiasmo o voluntad de estilo", Ramírez, Juan Antonio, *Medios de masas e historia del arte*, Madrid, Cátedra, 1997, p.159.

La pintura, como ya habíamos dicho, toma otros rumbos. La Monna Lisa puede ser sometida a la deconstrucción plástica que proponía el cubismo analítico. Y Warhol hace de la respetable y venerable imagen de un icono cultural una serigrafía que puede repetirse ilimitadamente. Igualmente, el Photoshop puede hacer que la Venus de Botticelli le preste a la Gioconda sus cabellos. Y, asimismo, la impresión digital puede sacar a la Gioconda del Louvre y llevarla a una camiseta, a una toalla de playa o a una alfombrilla de baño¹³.

En su teoría de la reproductibilidad técnica, Benjamin confiere mucha importancia al cine. El cine es en cierto modo la superación de los límites con los que siempre se había topado la pintura. Esta se ve incapacitada para mostrar el movimiento en acto y sólo lo puede sugerir. De hecho, la teoría académica de la pintura se configura en torno a esta imposibilidad y su aparente superación. La Real Academia de Pintura Francesa en las épocas de Luis XIII y Luis XIV estableció que los géneros pictóricos de mayor nivel y exigencia eran los más próximos a la presentación del movimiento. Así, la naturaleza muerta, imitación de objetos privados de movimiento, era inferior al paisaje, éste al retrato y el retrato inferior a la historia, o escena en la que se muestra una serie de figuras humanas en interacción dinámica¹⁴.

Incluso cuando la pintura empieza a dejar de ser académica y los temas dejan de ser áulicos y palaciegos, mitológicos o bíblicos, se sigue manteniendo la pulsión del movimiento (y la relevancia). Como por ejemplo en el lienzo de Delacroix, *La libertad guiando al pueblo*, en el que la composición piramidal deja en su cúspide el extremo superior del mástil de la bandera tricolor que está significativamente por encima de la catedral de Notre Dame situada a la derecha. La libertad es en parte una bella y opulenta mujer del pueblo y al mismo tiempo una cita de dos de las joyas escultóricas del Louvre, la Venus de Milo y la Victoria de Samotracia. Por otra parte, la vestimenta variada de los individuos nos viene a decir que nos encontramos ante una revolución interclasista. Igualmente la edad de los dos individuos que flanquean a la libertad, un anciano yacente y un niño tocando con insistencia un tambor, muestran que el pasado y el futuro se funden en la revolución, sin que eso impida que ella vaya dejando atrás muertos¹⁵.

Y el cine que, en sus inicios, se entendió a sí mismo como un medio capaz de hacer documentales científicos o de mostrar extravagancias, va curiosamente pareciéndose cada vez más a aquello que demandaba la estética de la pintura, hacer historia¹⁶.

Y no ya sólo historia como figuras humanas en interacción dinámica, sino fragmentos de historia relevante y decisiva en el destino colectivo como la Revolución rusa de 1905, preámbulo de la del 17, y escenificada en la escalinata de Odessa de un modo magistral por Eisenstein en *El acorazado Potemkin*. No en balde Lenin decía que el arte más importante era el cine. Esa nueva retórica de las masas por medio de la imagen en movimiento había de ser para él decisiva en el triunfo de la revolución comunista mundial.

¹³ Todo un interesante recorrido sobre posibles trastrueques iconográficos de la Gioconda nos lo ofrece Jiménez, José, *Teoría del arte*, Madrid, Tecnos, 2002, pp. 17-27.

¹⁴ Duro, Paul, "Imitation and Authority: the creation of the Academic Canon in French Art 1648-1870" En Anna Bryzinski (ed.) *Partisan Canons*, Londres y Durham, Duke University Press, 2007, p.96.

¹⁵ Impresionante el estudio de Hadjinicolaou sobre las recepciones políticamente interesadas y encaminadas a cambiar o dar un sesgo determinado a la historia, de este lienzo de tema histórico, partiendo de una premisa: "*La libertad guiando al pueblo de Delacroix* es una de las pinturas del siglo XIX más explotadas por el siglo XX", Hadjinicolaou, Nicos, *La producción artística frente a sus significados*, México, Siglo XXI, 1981, p.40.

¹⁶ "Rebasado el estadio primitivo del cine documental, el teatro y la novela proporcionaron los primeros argumentos al cine", Gubern, Román, *Medios icónicos de masas*, Madrid, Historia 16, 1997, p.116.

Todos conocemos la escena¹⁷. Previamente a ella, la película ha mostrado cómo los marineros del Potemkin se han revelado contra el trato vejatorio que recibían por la tripulación de oficiales. Por su arrojo, son recibidos con vítores como héroes en Odessa por una multitud interclasista. Sin embargo, los fusileros zaristas empiezan a disparar contra la multitud indefensa y siempre se ha descrito como mientras que los fusileros avanzan maquinalmente, la multitud muestra unos movimientos más orgánicos y humanos. Los que intentan salvarse demandando piedad son aniquilados, los que intentan pactar con los soldados son igualmente carne de cañón. Y una madre que lleva en su cinturón el escudo de los Romanov es tiroteada, sin embargo, su hijo, en su carrito, se salva. Tal vez esperanza de una revolución triunfante que vendrá dentro de doce años¹⁸.

En todo caso, el balance de la reflexión benjaminiana en torno al cine es claro. Caben para el cine, ese poderoso arte de masas para las masas, dos posibilidades: la «estetización de la política» (fascismo) y la «politización del arte» (comunismo)¹⁹.

Tanto a tenor de su obra como de lo que sabemos de su vida, se puede decir que Benjamin no era un individuo muy musical. De hecho, en su teoría de la reproductibilidad obvia totalmente la reflexión sobre la realidad sonora. Ni la fonografía, ni la radio fueron tratadas por él.

La fonografía tiene un alto potencial de reproductibilidad del sonido. Mayor que la fotografía, pues en un principio las únicas cámaras fotográficas eran de uso profesional ya fuera en estudio o al exterior mientras que los fonógrafos primitivos, los victrola, iban a las casas. Y a la vez menor que la fotografía pues, mientras que las grabaciones eran un producto acabado para su venta, la fotografía permitía captar imágenes con notable discrecionalidad.

Por su parte la radio, que tiene una amplia difusión, también está sometida a limitaciones. Estas tienen que ver con una programación más o menos cerrada, que no es tan discrecional como la fotografía. Si bien el nivel de interacción al que puede llegarse invitando al público a auditorios desde donde se hacen emisiones, o combinando radio con teléfono, palió de algún modo esas limitaciones.

Quizás podríamos sentir la tentación de pensar que radio y fonografía son para siempre compañeros de viaje. Pero no nos engañemos. No creemos mentalmente alianzas supuestamente incontrovertibles. Está claro que la fonografía y la radio son difusoras de la música y en un principio se coadyuvan mutuamente. Pero también rivalizan: en épocas de escasez, la población opta por el medio más barato y hunde el caro (ese es el ejemplo de la Gran Depresión, antes de esta en EE.UU. El *Chicago Defender* distribuía por el Sur discos de Jazz y blues de músicos sureños negros que habían emigrado al norte, con la Gran

¹⁷ La escena está unánimemente reconocida por la crítica como un ejercicio magistral de montaje cinematográfico, resultado de la aplicación de las teorías de Eisenstein al respecto. Concretamente en las secuencias de la escalinata, el cineasta empleó lo que él llamaba «montaje rítmico». Cf. Montiel, Alejandro, *Teorías del cine*, Barcelona, Montesinos, 1992, pp.48-49.

¹⁸ Una excelente semblanza de Eisenstein como un escritor de vocación que se hace cineasta al ver en esa profesión más posibilidades propiciadas por la revolución y que primero se ve encumbrado y luego aplastado por la deriva estalinista de aquella se encuentra en Briley, Ron, "Sergei Eisenstein: The artist in service of the revolution" en *The History Teacher*, vol. 29. Number 4, August 1996, pp. 525-536.

¹⁹ "La humanidad, que antaño, con Homero, fue objeto de espectáculo para los seres olímpicos, ahora ya lo es para sí misma. Su alienación autoinducida alcanza así aquel grado en el que vive su propia destrucción cual goce estético de primera clase. Así sucede con la estetización de la política que propugna el fascismo. Y el comunismo le responde por medio de la politización del arte", Benjamin, Walter, "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica", en *Obras I/2*, Madrid, Abada, 2008, p.85.

Depresión el disco deja prácticamente de existir)²⁰. Y, por su parte, también en épocas de avance y bonanza económica hay fricciones: las cintas magnetofónicas, las casetes permitieron grabaciones de lo radiodifundido que amenazaron a las propias grabaciones de estudio. Estos hechos demuestran que a pesar de lo que dijera Adorno, sí que se puede hablar de industria musical, pero no así de una industria cultural omnímoda que todo lo controle. Los gustos y los hábitos estéticos se mueven por los intersticios de una industria que en su avance y progresos se mata a sí misma para constantemente revivir²¹.

Y es que no hay mayor evidencia y mayor crueldad que la del tiempo. El tiempo pasa, el tiempo no se detiene, lo último que pasó de moda es lo que más pasado de moda está. Saturno devora a sus hijos, los devora compulsivamente, sin poder hacer otra cosa como la representación del Dios en el homónimo cuadro de Goya²² en el que no se ve ni placer, ni saña, sino forzosidad en su modo de devorar.

Devora a sus hijos como el cine sonoro devoró al mudo, tal y como se muestra con patetismo y comicidad en la película *The artist*²³ y devora a sus hijos tal y como el vídeo devoró a la estrella de la radio, que se vio obligada no sólo a ser cantante y locutor sino también actor y mimo, tal y como ilustra el videoclip fundacional de la MTV que servía de soporte de la canción de Buggles *Video killed de Radio Star*²⁴.



Video killed the Radio Star © Russell Mulcahy

²⁰ Todd Titon, Jeff “Labels: identifying categories of blues and gospel”, Allan Moore (ed.), *The Cambridge Companion to blues and Gospel Music*, Cambridge, Cambridge University Press, 2003, p.16

²¹ Frith, Simon, “The Popular Music Industry”, Simon Frith/ Will Straw/ John Street (eds.), *The Cambridge Companion to Pop and Rock*, Cambridge, Cambridge University Press, 2001, p.26.

²² En realidad, un fresco del pintor revocado a lienzo por Salvador Martínez Cubells como nos recuerda, Bozal, Valeriano, *Goya. Vida y obra*, tomo 2, Madrid, TF Editores 2005, p.247.

²³ *The artist* (2011) de Michael Haneecius ganó el Óscar a la mejor película extranjera de 2011.

²⁴ La famosa primera emisión de la MTV apoyada por este videoclip tuvo lugar el 1 de agosto de 1981.

Y es que no hay huracán más destructivo y letal que eso que hemos denominado progreso tal y como nos muestra este celeberrimo texto de Benjamin:

Hay un cuadro de Paul Klee que se llama *Angelus Novus*. En ese cuadro se representa a un ángel que parece a punto de alejarse de algo a lo que mira fijamente. Los ojos se le ven desorbitados, tiene la boca abierta y las alas desplegadas. Pues este aspecto deberá tener el Ángel de la historia. Él ha vuelto el rostro hacia el pasado. Donde ante nosotros aparece una cadena de datos, él ve una única catástrofe que amontona incansablemente ruina tras ruina y se las va arrojando a sus pies. Bien le gustaría detenerse, despertar a los muertos y recomponer lo destrozado. Pero, soplando desde el Paraíso una tempestad se enreda en sus alas, y es tan fuerte que el ángel no puede cerrarlas. Esta tempestad lo empuja incontinentemente hacia el futuro, al cual vuelve la espalda, mientras el cúmulo de ruinas va creciendo hasta el cielo. Lo que llamamos progreso es justamente esta tempestad²⁵.

El videoclip de la canción de Buggles, que quiere mostrarnos la obsolescencia de los aparatos de radio que estallan, nos resulta especialmente llamativo, y al mismo tiempo significativo, porque nos quiere convencer de lo novedoso de los monitores de televisión conectados a reproductores de VHS. Algo que a día de hoy nos resulta de una obsolescencia rotunda, y viene a ponernos una vez más ante el doloroso patetismo de que si bien el vídeo mató a la estrella de la radio, los CD's, los DVD's, los PC's, los Iphone, y la música en streaming mataron al vídeo o lo reconvirtieron radicalmente. Está una vez más clarísimo: Saturno devora a sus hijos.

Y al hilo de las reflexiones de Walter Benjamin son muy interesantes también las de Umberto Eco. Con su enorme capacidad de síntesis, Eco presentó en *Apocalípticos e integrados* las dos posturas que mantenían los intelectuales de finales de los sesenta y principios de los setenta ante la cultura de masas.

Las posiciones de partida están muy definidas. Los apocalípticos son individuos de alto nivel cultural, que proclaman con mucha intensidad su crítica, y que piensan que la cultura de masas empobrece y aliena²⁶.

Por su parte los integrados, independientemente de que sean de alto nivel cultural, se muestran condescendientes ante los niveles medios y bajos de cultura. Generalmente son acríticos en cuanto a cuestiones políticas, y estiman que la cultura de masas democratiza y abre la cultura²⁷.

La crítica de Eco a unos y a otros comenzó con el gráfico que eligió para su portada. En él se muestra al apocalíptico Superman, dispuesto a salvar a la gran cultura y al integrado Clark Kent, en segundo plano, tan integrado que es masa ilimitadamente reproducible pues aparece repetido y seriado de un modo múltiple.

La crítica de Eco al apocalíptico es muy dura²⁸. Los valora como aristócratas culturales. Piensa que son supuestamente críticos, pero en realidad acríticos por la absolutización de los términos (a la que llevan sus conceptos fetiche). Sin embargo, su supuesta hipercrítica

²⁵ Benjamin, Walter, "Sobre el concepto de historia", en *Obras I/2*, Madrid, Abada, 2008, p.310.

²⁶ Eco, Umberto, *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Lumen, 2011, pp.63-67.

²⁷ *Ibid.*, pp.68-74.

²⁸ Aun si bien McLuhan no es calificable ni mucho menos como apocalíptico, esta semblanza de la televisión se compadecería perfectamente con una visión apocalíptica "La televisión completa el ciclo de la sensibilidad humana. Con el oído omnipresente y la mirada móvil hemos abolido la escritura" McLuhan, Marshall; Fiore, Quentin, *The Medium is the Massage*, Nueva York, Bantam Books, 1967, p.125, cit según Carroll, N., *Op. cit.*, p.141.

no se sustancia en nada sino en una carencia de análisis de fenómenos concretos de la cultura de masas. Son en definitiva dudosamente «revolucionarios», pues, por evitar ser reformistas, devienen pasivos y descomprometidos, sujetos que con su abandono y entreguismo, ceden las armas al enemigo²⁹.

Los tres conceptos fetiche del apocalíptico son «mass-media», «sociedad del espectáculo» e «industria cultural». Son conceptos que los apocalípticos naturalizan desproviniéndolos de su sentido histórico. Y es que hubo «mass-media» antes de la reproductibilidad técnica de imagen y sonido. Hubo «sociedad del espectáculo» antes del capitalismo tardío. Y el concepto «industria cultural» es abusivo, pues, aunque la industria influye en cultura, ni la crea ni la determina plenamente.

Por su parte la crítica de Eco al integrado no es menos acerada. Los ve como conformistas (ya sea por ingenuidad o por mala fe). Los ve como espectadores que no analizan la cultura dominante por complacencia y connivencia con ella. Los considera despolitizados y practicantes de la más dañina de las ideologías: la de la no ideología. Y finalmente piensa que confunden difusión amplia y democratizada con gestión y control democráticos³⁰.

Si hay un denominador común para los apocalípticos y los integrados es que ni unos ni otros analizan la cultura de masas, si bien las razones por las cuales lo hacen son diversas: los apocalípticos por desapego y desacuerdo con esa cultura, los integrados por complacencia y connivencia³¹.

Llevando, y en cierta medida extrapolando, la reflexión de Eco a nuestros días, podríamos plantearnos: ¿Y qué pasa con el cybersplénico? Qué pasa con el sujeto cultural de hoy en día que cuenta con un medio alcance ilimitado, internet, pero que al mismo tiempo se encuentra con que ese medio es difuso y no está centralizado como ocurría con las cadenas de televisión estatales de los años 50 y sesenta. Ese medio ilimitado y difuso le abre dos posibilidades hasta ahora inéditas: A) la autoprogramación de su ocio cultural, B) la discrecionalidad de apertura como sujeto, pues puede moverse en una escala de los grises comunicativa que puede ir desde el despliegue sobreexpositivo al repliegue radical.

En el mundo cybersplénico hay neoapocalípticos y neointegrados. Los neoapocalípticos son individuos cuya agencia cultural se ha quedado obsoleta y está estancada. Son individuos que han devenido hipercríticos por sentirse desvitalizados y sobrepasados.

Frente a ellos, los neointegrados muestran una agencia cultural actualizada y modulable. Son críticos en lo particular, en lo que interesa y de ellos ha surgido la figura del friqui.

Y quizás en el mundo cybersplénico no pueda hablarse de los apocalípticos en oposición directa y adversativa a los integrados, sino de una yuxtaposición, de una intercambiabilidad en ese universo tan amplio y a la vez tan difuso que se ha hecho inercial. El neointegrado, porque modula su programa de ocio cultural y su exposición al exterior, exige un alto estándar en los productos culturales y vamos a ver ejemplos de la cultura de masas (de videoclips y spots publicitarios) que indican que la gente hoy en día no se conforma con cualquier cosa.

²⁹ Eco, U., *Op. cit.*, p.77.

³⁰ *Ibid.*, p.74.

³¹ *Ibid.*, p.78.

Si bien el videoclip ha sido valorado como la encarnación del discurso posmoderno tras la muerte de la vanguardia, ha conseguido ser una de las fórmulas más significativas de intercambio entre la cultura popular y la no popular del siglo XX³².

Como ejemplo podría valer el videoclip de Madonna *Take a Bow*³³. Michael Hausman lo dirigió en Ronda y en la plaza de toros de Antequera, y ganó el premio de los MTV Video Music Awards de 1995. La canción promocionada por el vídeo, *Take a Bow* se mantuvo en el número 1 de Billboard Hot 100 durante nueve semanas. La no exenta de encantadoramente vulgar sensualidad Madonna protagoniza el videoclip junto al torero Emilio Muñoz. La música pop, con su psicalíptica vertiente, y los toros son productos de la cultura popular, pero el modo en que se nos presentan estas dos realidades en el vídeo es sin duda sutil, incluso elevado. Se trata de un ejemplo de nueva narratología con una diégesis múltiple: toros (encartelado, despertar del torero, paseíllo, saludos, brindis, lanzamiento de la montera, faena de muleta y la suerte suprema de matar), sexo (solitario y en pareja, con imágenes montadas en continuidad y alternancia de corte de los pies del torero tras pisar cristales de un vaso que se cae y con la anteriormente citada suerte suprema) e historia de desamor y de relaciones de género y poder (en la letra, y en unas imágenes correlativas de ella viéndolo a él en una pantalla de televisión y de él viéndola posteriormente a ella), todo ello acompañado de una canción con una estructura estrófica si bien sencilla, de una notable complejidad para el pop: AAB, AAB, AAB, C, B. En el fraseo de esta letra percibimos esa asociación de la boca y el vídeo sobre la que nos hace reparar Michel Chion en *La audiovisión*³⁴.



Take a Bow © Michael Hausman

³² Sedeño Vandellós, Ana María, “El videoclip en el contexto del lenguaje audiovisual”, en Juan Antonio Sánchez López/ Francisco García Gómez (Coords.), *Historia, estética e iconografía del videoclip musical*, Málaga, Universidad de Málaga, 2009, p.19.

³³ <https://www.youtube.com/watch?v=XDeiovnCv1o>, visita 17 de junio de 2016.

³⁴ “La característica de un texto oído es, en efecto, la de hacer trabajar muy aprisa el oído y la comprensión: en el cine, cuando se lee o se pronuncia una locución, la imagen queda a menudo estancada, estática en relación con él. En vídeo, es mucho más fácil ir visualmente deprisa hasta dar a lo que se ve en la pantalla el aspecto de una boca que habla: que se cierra y se abre, se pliega, deja ver los dientes, etc. a gran velocidad” Chion, Michel, *La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*, Barcelona, Paidós, 2005, p.154.

Este videoclip podemos asociarlo y contrastarlo a la vez con el de Macklemore y Ryan Lewis *Wings*³⁵. Aquí encontramos una impresionante crítica de la cultura de masas desde la propia cultura de masas, tomando como instrumentos para llevar a cabo esa crítica el videoclip y el rap. Creando ídolos virtuales del baloncesto y de las zapatillas Nike, con Michael Air Jordan con Lebron James o con Stephen Curry, la sociedad que conformamos, está dando lugar a personalidades de barro y vulnerables en la adolescencia y en la juventud. A un adolescente le han comprado unas zapatillas Nike con las que tiene ensoñaciones de lograr grandes hazañas en las canchas y las canastas. Comoquiera que han sido tan caras, no se atreve a llevarlas al colegio. Sin embargo, un día se aventura a ponérselas, y al volver a casa tras la jornada escolar, lo atracan y se las roban. Al final la letra del rap dice: “And now I see it’s just another pair of shoes”. ¿Se emite ese mensaje porque el protagonista ha llegado a la conclusión de que realmente eran solo otro par de zapatillas? o ¿tal vez es solo la racionalización derivada de la frustración que le ha causado el robo, es decir, una estrategia de duelo? En el fondo, que se trate de una u otra alternativa no varía nuestras conclusiones: la sociedad de consumo, crea compulsivas necesidades ficticias generadoras de ansiedad a través de modelos de identificación edificados sobre ídolos mediáticos y vehiculados por la compra de artículos³⁶.

También puede haber narratología de vanguardia en la publicidad. Pongamos el caso de un anuncio de Estrella Damm, casi un mediometraje³⁷. En 2009 la compañía cervecera decidió cambiar su estrategia comercial y concentrar la publicidad en la campaña de verano, prescindiendo del típico spot de 20 segundos y optando por un videoclip. En éste, se produce la despedida de un muchacho y dos chicas, en el puerto de Formentera. Sin embargo, el recuerdo de lo vivido en las vacaciones aflora con un trago de la cerveza anunciada. Esa reminiscencia va plagada de imágenes y de música, ante todo la canción *Summercat*³⁸ del grupo sueco Billie the vision & the dancers. La letra de la canción aparentemente antitética, por su melancolía con las imágenes, no causa extrañeza³⁹. Todas las imágenes son de solaz, de placer y de hedonismo protagonizado por el trío protagonista. Y al final todo retorna al inicio, el muchacho vuelve a despedirse en el puerto, pero vuelve a beber cerveza y la repetición de los primeros fotogramas que vimos, después del trago de cerveza, nos hace comprender a los espectadores que van a retornar de nuevo, desde el comienzo, todas las experiencias que el protagonista tuvo en Formentera. Se escucha un lema: “Lo bueno nunca acaba si hay algo que te lo recuerda”. Nos encontraríamos aquí un señero ejemplo de *analepsis interna homodiegética*⁴⁰. Por otra parte, este anuncio es una

³⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=gAg3uMINyHA>, visita 17 de junio de 2016.

³⁶ No se puede decir mejor ni con más claridad que lo hace Ben Haggerty, alias Macklemore: “The song *Wings* is about the pursuit of identity through the means of consumerism. The attempt is to dissect our infatuation and attachment to logos, labels, brands and the fleeting happiness that is intrinsically linked to the almighty power of the purchase. The subject I use in the song is shoes, but its aim is to paint a broader picture of being a consumer and tracing the lineage back to my first memory of retail infused desire”. Macklemore (February 21, 2013). “Wings, The NBA All-Star Game, & Selling Out”. En Macklemore.com, Visita el 18 de junio de 2016.

³⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=1VRZlSSlrwY>, visita 17 de junio de 2016.

³⁸ La figura del *summercat* mencionada en la letra de la canción sería la de un amante de verano, que se queda colgado de su efímera pareja, como si a un gato callejero, o silvestre, se le encuentra en un viaje de vacaciones durante el verano, se le acoge con cariño y luego, al marchar del lugar, tomando un avión o un barco se le vuelve a abandonar.

³⁹ Pues el pop-rock “se ha convertido en una forma de identificación entre la gente joven precisamente por esa pretensión de no comunicar, porque no es esencial comprender la letra de las canciones” Martín Sánchez, Gonzalo, *La música y la evolución de la narración audiovisual. La narración audiovisual en los videos musicales*, Badajoz, Abecedario, 2010, p.33.

⁴⁰ Es decir, “el relato vuelve sobre sí mismo y de una manera explícita alude a su propio pasado” Sánchez-

magnífica escenificación del «eterno retorno» de Nietzsche, es decir vivir de tal modo que aquello que se ha vivido merezca la pena que se vuelva a repetir. Aunque el filósofo se hace eco de la miseria que sentiríamos si alguien nos dijera que el mundo es eterno “¿No te arrojarías al suelo, rechinando de odio y maldiciendo...?”⁴¹. Acto seguido, Nietzsche estima que recapacitaríamos y nos diríamos “A menos que hayas vivido un instante prodigioso con lo que responderías [al revelador]: Eres un dios, en mi vida había oído palabras tan divinas”⁴².

Los archivos sonoros, es decir música perteneciente al dominio público porque ya expiraron sus derechos de autor, son un recurso utilizable en publicidad, sin embargo, hay que tener en cuenta que tienen una evidente limitación. Comoquiera que son de dominio público, su uso puede hacerlo cualquiera, por ello hay que afinar en la selección y en su conjunción con las imágenes. En el caso del anuncio de MacDonald’s que traemos a colación “Jump”⁴³, la combinación de las imágenes y música es genial. Por el lado icónico el puenting y la película de la vida del que se lanza quien experimenta el temor a morir, y por el sonoro el *Sueño de Amor* Número 3 de Liszt (junto a los números 1 y 2, catalogado como SG/541), dan lugar a una mezcla sencillamente brillante⁴⁴. Se trata casi, casi de música anempática: el romanticismo de la partitura para piano que acompaña el repaso de la vida del protagonista se mezcla con la violencia interna y el miedo que lo sobrecogen al lanzarse al vacío.

Al hilo de lo que hemos venido diciendo, ¿es el cybersplénico más exigente que el sujeto que en otras épocas estaba igual que él sumido en la cultura mediática? Entiendo que se encuentra sometido a una presión más fuerte, considerablemente más fuerte que el televidente y radioyente de los 50 a los 80. El espectador posmoderno exige calidad. Sin embargo, no acepta los criterios clásicos de calidad artística como la *concininitas* albertiana⁴⁵: obras como las de David Lynch⁴⁶ nos muestran cómo la autonomía artística autoriza cualquier discurso diegético, herodiegético, metadiegético etc. Tampoco le valen las justificaciones éticas y políticas de lo artístico: obras como las de Tarantino⁴⁷, Trier⁴⁸, y en oriente John Woo⁴⁹, Shinya Tsukamoto⁵⁰ o Takashi Miike⁵¹ evidencian un absoluto desapego e independencia de lo moral o moralizante. En estas circunstancias, el espectador no encuentra criterios y vuelve al *spleen*. Es como si en él se desarrollara el siguiente monólogo interior. “Quiero y exijo, pero, pasado un tiempo, me canso de mi exigir y de exigirle a mi exigencia”.

Navarro, Jordi/ Lapaz Castillo, Lola, *¿Cómo analizar un videoclip desde el punto de vista narrativo?*, Barcelona, UOC, 2015, p.45.

⁴¹ Nietzsche, Friedrich, *En torno a la voluntad de poder*, Barcelona, Península, 1973, p.146.

⁴² *Ibid.*

⁴³ <https://www.youtube.com/watch?v=eZpRaZ2UQYE>, visita el 17 de junio de 2016.

⁴⁴ Otra interesante muestra de genial ironía es *Ascensión y ocaso de Esteban Ortega*. Con un ambiente a medio camino entre el narco-film, el culebrón y el spaguetti western se hace una crítica del populismo del colonizado y la condescendencia del colonizador al hilo de la historia de la ascensión y el ocaso del magistral, ficticio, lanzador de Doritos, protagonista de esta historia.

⁴⁵ Es decir que nada falte ni sobre como consecuencia de que la relación entre partes y todo sea coherente y armoniosa.

⁴⁶ Muy especialmente *Mullholland Drive* (2001)

⁴⁷ Destacan en su apuesta por el valor de la venganza *Kill Bill. Vol 1.* (2003) y *Kill Bill. Vol 2* (2004).

⁴⁸ Nos quedamos a este efecto con *Anticristo* (2009).

⁴⁹ De densa oscuridad *The Killer* (1989).

⁵⁰ Brutalmente siniestra *Tetsuo, el hombre de hierro* (1989).

⁵¹ Absolutamente desinhibida en su procesión de violencia *Ichi, The Killer* (2001).

Al fin y al cabo, aquello de lo que carece el espectador de hoy en día, es de paciencia, esa paciencia que el medio le ha incapacitado para atesorar. Y esa carencia le hace obviar que todo producto artístico (o incluso que todo producto cultural) es el resultado de la modificación del material lingüístico disponible. Y que, por ello, la interpretación de esa modificación está condenada al fracaso, si por éxito entendemos la ausencia de equívocidad y de ambigüedad. Siempre será dudoso el criterio de éxito semiótico y de correcta traducción de lo expresivo, lo motivado y lo continuo a lo arbitrario, lo convencional, lo discreto⁵². Pero que una labor sea incumplible en su totalidad y fatigosa en su realización, ni le deniega su relevancia, ni nos exime de su afrontamiento.

Sin duda, para el cybersplénico, para ese cruce de neoapocalíptico y neointegrado, no hay desde su forma de vida nada más difícil que mantenerse en una línea constante de exigencia en la atención y en la valoración ponderada, para apreciar y exigir calidad de un modo continuo. En definitiva, le resulta poco menos que imposible exigirse para seguir exigiendo.

Bibliografía

- Baudelaire, Charles, *Poesía completa* (Edición bilingüe), Barcelona, Río Nuevo, 1974.
- Benjamin, Walter, “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”, en *Obras I/2*, Madrid, Abada, 2008, pp. 49-85.
- Benjamin, Walter, “Sobre el concepto de historia”, en *Obras I/2*, Madrid, Abada, 2008, pp. 303-318.
- Borges, Jorge Luis, “Del rigor de la ciencia” en *Obras Completas*, Buenos Aires, Emecé, 1974.
- Bozal, Valeriano, *Goya. Vida y obra*, tomo 2, Madrid, TF Editores 2005.
- Briley, Ron, “Sergei Eisenstein: The artist in service of the revolution” en *The History Teacher*, vol. 29. Number 4, August 1996, pp. 525-536.
- Carr, Nicholas, *The Shallows. What internet is doing to our Brains*, Nueva York, W.W. Norton & Co., 2010.
- Carroll, Noël, *Una filosofía del arte de masas*, Madrid, Antonio Machado, 2002.
- Castro, Fernando, *Mierda y catástrofe. Síndromes culturales del arte contemporáneo*, Madrid, Fórcola, 2014.
- Chion, Michel, *La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*, Barcelona, Paidós, 2005.
- Conze, Edward (ed.), *Buddhist Scriptures*, Harmondsworth/ Middlessex/ Baltimore, Penguin Books, 1959.
- Deregowski, Jan B.; Parker, Denis M.; Massironi, Manfredo (1994), “The perception of spatial structure with oblique viewing: an explanation for Byzantine perspective?”, en *Perception* 23 (1), 1994, pp. 5–13. <https://doi.org/10.1068/p230005>
- Duro, Paul, “Imitation and Authority: the creation of the Academic Canon in French Art 1648-1870” En Anna Bryzinski (ed.) *Partisan Canons*, Londres y Durham, Duke University Press, 2007, pp.95-113.
- Eco, Umberto, *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*, Barcelona, Lumen, 1999.

⁵² Eco, Umberto, *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*, Barcelona, Lumen, 1999, p.148.

- Eco, Umberto, *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Lumen, 2011.
- Frith, Simon, "The Popular Music Industry", en Simon Frith/ Will Straw/ John Street (eds.), *The Cambridge Companion to Pop and Rock*, Cambridge, Cambridge University Press, 2001, pp. 26-52. <https://doi.org/10.1017/ccol9780521553698.004>
- Gubern, Román, *Medios icónicos de masas*, Madrid, Historia 16, 1997.
- Hadjinicolaou, Nicos, *La producción artística frente a sus significados*, México, Siglo XXI, 1981.
- Jiménez, José, *Teoría del arte*, Madrid, Tecnos, 2002.
- Martín Sánchez, Gonzalo, *La música y la evolución de la narración audiovisual. La narración audiovisual en los vídeos musicales*, Badajoz, Abecedario, 2010.
- McLuhan, Marshall/ Fiore, Quentin, *The Medium is the Massage. An inventory of effects*, Nueva York, Bantam Books, 1967.
- Montiel, Alejandro, *Teorías del cine*, Barcelona, Montesinos, 1992.
- Nietzsche, Friedrich, *En torno a la voluntad de poder*, Barcelona, Península, 1973.
- Ramadzani, Vahed K., "Writing in pain", *Boundary 2*, vol.23. Number 2 (Summer 1996), pp.199-224. <https://doi.org/10.2307/303812>
- Ramírez, Juan Antonio, *Medios de masas e historia del arte*, Madrid, Cátedra, 1997.
- Rzepińska, Maria, "The divine wisdom of Michelangelo in *The Creation of Adam*", *Artibus et Historiae*, vol, 15, number 29, 1994, pp.181-187. <https://doi.org/10.2307/1483492>
- Sánchez-Navarro, Jordi; Lapaz Castillo, Lola, *¿Cómo analizar un videoclip desde el punto de vista narrativo?*, Barcelona, UOC, 2015.
- Sedeño Vandellós, Ana María, "El videoclip en el contexto del lenguaje audiovisual", en Juan Antonio Sánchez López/ Francisco García Gómez (Coords.), *Historia, estética e iconografía del videoclip musical*, Málaga, Universidad de Málaga, 2009, pp.17-42.
- Todd Titon, Jeff, "Labels: identifying categories of blues and gospel", *The Cambridge Companion to Blues and Gospel Music*, Cambridge, Cambridge University Press, 2003, pp.13-19. <https://doi.org/10.1017/CCOL9780521806350.003>

Telenada y el imperio del reality show

La (an)estética del “día de la marmota” y sus anécdotas picnolépsicas

Tele-Nothingness and Reality-Show Rule
The (An)aesthetics of Groundhog Day and its picnoleptic anecdotes

Fernando CASTRO FLÓREZ

Universidad Autónoma de Madrid

DOI: <http://dx.doi.org/10.15366/bp2017.14>

Recibido: 15/11/2016
Aprobado: 30/01/2017

Resumen: Vivimos en una intimidad sometida al impacto continuo de los medios de comunicación, en un clima de “evaporación estética” y de “participación veloz” que propicia que la cultura se convierta en un despliegue de efectos especiales. Tenemos una falsa sensación de propiedad transmediática, pero nuestras sensaciones son excitadas hasta el extremo por la “cultura digital” y lo genuinamente cotidiano pierde el poder de llegar hasta nosotros. En el imperio de lo *hipervisible*, cuando la televisión encuentra su condición esencial de *vida en directo "monitorizada"*, la misma insatisfacción se ha convertido en una mercancía y el *reality show* fortifica la *voluntad de patetismo*, proponiendo un modelo de *reclusión para el éxito*, que también se refleja en la producción artística.

Palabras Clave: reality show, televisión, hiperrealidad, obscenidad, espectáculo

Abstract: We live in a media continually besieged privacy, in a climate of aesthetic evaporation, urged to “answer” or participate” quickly. This causes culture to turn into a deployment of special effects, and nothing else. We have a false feeling of transmedia property, but our sensations are taken to the extreme by digital culture, and genuine everyday life ceases to reach us. In the Empire of the hipervisible, when tv meets its essential condition of “monitored real life”, dissatisfaction itself becomes a commodity and reality shows strengthen a pathos will, introducing a “reclusion for success” model which can also be found in artistic production.

Keywords: reality show, television, hyperreality, obscenity, spectacle

“Cuando imagino —escribe Howard Rheingold— la visión panorámica de una zona urbana en la era de la tecnología móvil generalizada, veo una tupida malla de dispositivos públicos y privados, señales, quioscos, electrodomésticos, tableros de anuncios y fuentes de información ligada al espacio, sensores y servicios de tráfico: sistemas integrados en toda la ciudad, algunos diseñados desde las altas instancias y otros inventados por la población. Las ciudades son lugares con flujos de información masivos, redes, conductos e infinidad de intercambios de información efímera. Los entusiastas de las “ciudades digitales” intentan comprender la dinámica de las ciudades llenas de sistemas computacionales, pobladas por miles de comunicadores con sistemas móviles, con el fin de diseñar conscientemente arquitecturas que fomenten la convivencia cordial, así como la seguridad y el bienestar”¹. Más allá de esta utopía (heredera de ciertas concepciones deliberadamente ingenuas o ciertamente cínicas) podemos pensar que estamos rodeados del *kippel* (esa putrefacción que domina el futuro contra-utópico) que Phillip K. Dick describiera en *¿Sueñan los androides con ovejas mecánicas?*². No hemos llegado, ni mucho menos, a la “convivencia cordial” y, lo peor de todo, da la impresión de que apenas sabemos cómo habitar³. Incluso lo “salvaje” ha retornado pero transformado en una pose y así el sudor yonqui ha sido destilado en la moda actual: el *heroin chic* está ciertamente de vuelta de

¹ Howard Rheingold, *Multitudes inteligentes. Las redes sociales y las posibilidades de las tecnologías de la cooperación*, Barcelona, Gedisa, 2004, p. 124.

² “En algunos de estos futuros cercanos, hace su aparición un fenómeno aun más siniestro, el *kippel*. Es la visión personal que Dick tiene de la entropía, y en ella los objetos pierden su forma y “se vuelven anónimos e idénticos, mero *kippel* parecido a un pudín, apilado hasta el techo de cada apartamento” (de *¿Sueñan los androides con ovejas mecánicas?*, que pronto se convertirá en película). Este mundo-objeto de finales del siglo XX (al contrario de los rutilantes futuros tecnológicos de Verne o Wells) tiende a desintegrarse bajo su propio ímpetu, soltando películas de polvo sobre sus superficies, que se vuelven esponjosas, y se rasgan como ropa podrida o se vuelven tan poco fiables como una tablilla de parqué que deja atravesar el pie” (Fredric Jameson, *Arqueologías del futuro. El deseo llamado utopía y otras aproximaciones de ciencia ficción*, Madrid, Akal, 2009, p. 409).

³ “Como en el período de entreguerras, cuando Franz Kafka, bloqueado en su ciudad de Praga, “esta pequeña madre que tiene garras”, se preguntaba en su *Diario*: “¿Cómo se hace para habitar?”. Una pregunta que podríamos poner en exergo de algunas películas de cineastas americanos, como *Mi Idaho privado* (1992) o *Los últimos días* (2005). Ya que “habitar” no es sólo ocupar un espacio, sino también encontrar un lugar en el mundo social. Llevar ropa, pero también apropiarse de “hábitos”, interiorizar la experiencia adquirida bajo la forma de códigos de comportamiento. Inmensa cuestión, que medio siglo más tarde se ha convertido en la ecuación de una generación que se siente excluida del mundo social, dividida entre la hipermodernidad y el retorno a un estado natural” (Christian Salmon, *Kate Moss Machine*, Barcelona, Península, 2010, p. 95).

todo⁴. “Vacío de contenido, despojado del peso de la progresión ficcional, la astucia del espectáculo consiste en que empieza y acaba con su propio artificio; en cuanto tal, el espectáculo exhibe y, simultáneamente, se exhibe”⁵. La cultura del pastiche⁶ tiene todas las herramientas que necesita y también sus héroes legendarios, desde la extremada absurdidad del *morphing* que encarnó Michael Jackson⁷ a los reciclajes de moda pseudo-provocadora que elevan al estrellato patético a Lady Gaga.

En *Mundo espejo*, William Gibson anticipa (utópicamente) un arte basado en la neutralidad semiótica y en la suspensión sistemática de los nombres, las fechas, las modas y la propia historia. Tengo la impresión de que *eso no ha sucedido*, al contrario, estamos atrapados todavía en el vértigo incesante de la(s) autoría(s), en el reciclaje y bricolage de lo “acontecido”, en las brumas y pirotecnia de la *estética retro*, sufriendo, al mismo tiempo, la bulimia de las mercancías (pretendidamente culturales) y la fascinación por las naderías (mediáticas, ejemplares en el paradigma del *reality show*). Vivimos una inercia doméstica o una glaciación domótica que da lugar a una subjetividad sedentarizada⁸. El Síndrome de Estocolmo⁹ no surge actualmente como consecuencia de un secuestro sino de una “reclusión”, en apariencia *consciente*, en una intimidad sometida al impacto continuo de la obscenidad carente de una radical perversión.

⁴ “El imperativo de autointensificación se vuelve indisoluble del principio de experimentación que va a florecer y hallar su legitimación en lo que se llama el *heroin chic* («el chic del heroinómano»). Según Tom Ford, el director de creación de Gucci, «el objetivo es tener pinta de haberlo visto todo, haberlo experimentado todo, haber viajado a todas partes. Es un *look* intimidante y la droga es la prolongación de todo esto. Si das la impresión de haber pasado la noche fuera, esto hace aparecer todas estas imágenes en tu cabeza» (Christian Salmon, *Op. cit.*, p. 104).

⁵ Andrew Darley, *Cultura visual digital. Espectáculo y nuevos géneros en los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós, 2002, p. 167).

⁶ “En lugar de este arte de la imagen purificada y original, el posmodernismo nos ha ofrecido el *pastiche*, la apropiación, la alusión irónica, un arte dirigido a los espectadores que tienen más posibilidades de quedarse desconcertados que deslumbrados y cuya sed de placer visual parece quedar deliberadamente insatisfecha” (W.J.T. Mitchell, *Teoría de la imagen*, Madrid, Akal, 2009, p. 214).

⁷ “El cantante Michael Jackson ha sido quien ha llevado el ideal del *morphing* a su más alto grado de perfección y absurdidad. Utilizó todas las tecnologías corporales disponibles, desde el disfraz hasta la cirugía estética, desde los vídeo-clips hasta las transformaciones realizadas por ordenador, para remodelarse, modificando los marcadores de la edad, del género y de la «raza». Es el emblema de un mestizaje identitario que ahora es presentado como el ideal-tipo del nuevo mundo global. “Su cuerpo en perpetua transformación —escribe la catedrática feminista americana Donna Haraway en su *Manifiesto cyborg*— interpreta y reinterpreta las problemáticas de la raza, de la generación y del género. Jackson se metamorfoseó en una criatura ni blanca ni negra, ni macho ni hembra, ni hombre ni mujer, ni vieja ni joven, ni humana ni animal, ni personaje histórico ni figura mitológica, ni homosexual ni heterosexual” (Christian Salmon, *Op. cit.*, pp. 135-136).

⁸ “Así Baudrillard utiliza la idea del «sujeto fractal» conectado de forma narcisista a pantallas que contienen imágenes que cada vez resultan más transparentes pero que carecen de toda profundidad simbólica. Bauman descubre a un espectador contemporáneo deseoso de jugar, pero temeroso de los peligros de las calles inhóspitas, conducido a la seguridad y a la soledad del campo de juego regulado o a la esfera doméstica con sus máquinas de placer electrónico, donde se entrega a juegos de diversión superficial y carentes de afectividad. Virilio distingue un individuo en construcción que, mediante el desplazamiento del viaje que le procuran los medios de comunicación se está haciendo cada vez más sedentario. Detecta un impulso que se dirige hacia un estado de inercia, y utiliza la imagen del «simulador inmóvil», en el que uno corre o juega (al golf, al fútbol, etc.) «sin moverse del sitio». Para Friedberg, el sujeto contemporáneo pasa tanto tiempo habitando, «viajando» y observando en el tiempo vicario de los medios de comunicación como el que pasa en el tiempo y espacio reales” (Andrew Darley, *Op. cit.*, 2002, p. 292).

⁹ El término Síndrome de Estocolmo fue acuñado en 1973 por el psicólogo sueco Nils Bejerot tomando como ejemplo lo acontecido en el robo al Kreditbanken de Estocolmo: los rehenes, tras casi una semana con los captores, mostraron signos de haber iniciado con ellos cierta “amistad”.

En *The Whole World is Watching*, Todd Gitlin sugiere que la estetización de los medios tiene uno de sus capítulos fundacionales en la comparecencia de Jerry Rubin ante el Comité de Actividades Antiamericanas del Congreso en 1966. R.G. Davis, director del San Francisco Mime Troupe, le propuso a Rubin que vistiera un uniforme de la época de la revolución independentista de los EE.UU.; la “teoría” era que los medios no podían corromper esta imagen mientras que cualquier declaración oral podía ser transmitida en forma distorsionada. Cuando Lionel Stander pasó por idéntico comité en 1953 se expresó de esta manera: “Señor Velde, me gustaría que apague las luces y las cámaras de televisión, porque soy una persona de teatro profesional y sólo aparezco en televisión para entretenimiento o para organizaciones filantrópicas, y entiendo que este asunto no entra en ninguna de las dos categorías”. La época del imperio del marketing propicia la aparición de una individualidad totalmente *estratégica*¹⁰. “Sin duda, —apunta Jacques Derrida— hablar de estrategia significa tener en cuenta un “ahora” irreductible. Hacerse cargo de la singularidad de este “ahora” no forzosamente quiere decir renunciar a lo que decía de la disyunción, y de lo inactual. Hay un “ahora” de lo inactual, hay una singularidad: la de la disyunción del presente”¹¹.

Tendemos a pensar que el arte es un proceso *esencialmente* crítico, esto es, que de forma espontánea e inequívoca tiende a cuestionar las artimañas del poder, pero, como señala José Luis Pardo, lo que más bien acontece es la conversión de la cultura, en muchos casos, en un impresionante despliegue de efectos especiales, “necesarios para proporcionar una dosis mínima de legitimidad a un Estado que ha abandonado el ideal de proteger a los ciudadanos contra el desempleo, el abuso de los más fuertes o la inseguridad jurídica, y que sobre todo ya no puede prometerlo como antes lo hacía, es decir, a largo plazo o «para toda la vida»”¹². “Puede que para una generación que ha crecido viendo la MTV la idea de que todos los medios son mixtos y todas las artes, artes compuestas, no sea más que sentido común. Sin embargo, otra respuesta haría hincapié en que la purificación de los medios de la estética modernista, el intento de captar las esencias unitarias y homogéneas de la pintura, la fotografía, la escultura, la poesía, etc. es la verdadera aberración y que el carácter heterogéneo de los medios era algo que supieron entender las culturas premodernas. La esencialización de los medios quedó reforzada con la aparición de las disciplinas profesionales y por la administración académica del conocimiento”¹³. Esos *medios mezclados* generan, con frecuencia, una fascinación acrítica, como si únicamente el “manierismo” tecnológico fuera digno de alabanza. Creemos en lo que vemos¹⁴, en esos

¹⁰ “El individuo «dócil» de las sociedades disciplinarias cede entonces el paso a un individuo estratega, capaz de adoptar conductas y de cambiarlas, sumiso no ya a una autoridad trascendente, sino a una ley inmanente de autovalorización y de intensificación de sí mismo. Pasamos de la sociedad disciplinaria que practicaba el adiestramiento de los cuerpos a una sociedad *fashion*, donde cada uno debe en cada instante «performar» su vida, adoptar las conductas susceptibles de adquirir o de perder su valor como una acción de la Bolsa” (Christian Salmon, *Op. cit.*, pp. 128-129).

¹¹ Jacques Derrida y Maurizio Ferraris, *El gusto del secreto*, Buenos Aires, Amorrortu, 2009, p. 28.

¹² José Luis Pardo, “Cuerpos desnudos” en *Nunca fue tan hermosa la basura. Artículos y ensayos*, Barcelona, Galaxia Gutenberg, 2010, p. 181.

¹³ W.J.T. Mitchell, *Op. cit.*, p. 98.

¹⁴ “El «simulacro» contemporáneo es en suma la localización última del creer en el ver; es lo *visto* identificado con lo que debe ser *creído*; una vez abandonada la hipótesis que deseaba que las aguas de un océano invisible (lo Real) llegaran a asediar las orillas de lo visible y hacerlas los efectos, los signos descifrables o los reflejos engañosos de su presencia” (Michel de Certeau, *Op. cit.*, p. 203).

simulacros digitales o en esa monitorización de la experiencia televisiva que presentan algo que aspira a la condición de transparente y divertido, efectista y empático, banalizado y caótico.

En cierto sentido, nuestra mente está ejemplificando constantemente lo que se denomina *efecto Zeigarnik*, esa tendencia a recordar tareas inacabadas o interrumpidas con mayor facilidad que las que han sido completadas. Ciertamente tenemos una suerte de amnesia “selectiva” que afecta a todos aquellos enigmas o trivialidades que hemos abandonadas en el camino a ninguna parte. El *clifhanger* de las narraciones de suspense o entretenimiento enlaza con la subjetividad caprichosa, bombardeada por murmullos. Aunque parezca que el ardid, lo clandestino o el “furtivismo” siguen manifestándose, en realidad lo que tenemos es una histerización del sujeto que convierte su sintomatología en “confesión delirante”. Aquella utopía misógina de la *playboyzación*¹⁵, en la que el perverso superaba el ridículo de exhibirse infantilmente en pijama *full-time*, con esa suerte de deseo de ceguera inscrito en el seno de la pornografía¹⁶, ha sido arrasado por la *hiper-realidad-gonzo*: la violencia sexual y la sumisión como última frontera de un paradigma obsceno que intenta exorcizar la sombra amarga de la impotencia.

La pregunta de si es posible una resistencia crítica en el *parque temático* contemporáneo está, literalmente, en suspenso¹⁷. Si bien lo cotidiano se inventa con mil maneras de cazar furtivamente y cada quien intenta sacar partido o hacer, literalmente, jugarretas¹⁸, también es evidente que el “sistema global” es el que mejor sabe aprovechar las *ocasiones*. Nos complace pensar que somos los inquilinos de una propiedad transmediática¹⁹ pero perdemos de vista que estamos inscritos en un contexto²⁰ fóbico, en el que la paranoia

¹⁵ “Si los procesos de «disneyficación» y de «mcdonalización», descritos respectivamente por el sociólogo John Hannigan y por el economista Jeremy Rifkin, serían el resultado del impacto de la economía del espectáculo en la ciudad americana y sus hábitos de consumo, podríamos decir que, de un modo semejante, un proceso de «playboyzación» habría afectado a los modos de organización de la domesticidad, del espacio interior y de la vida afectiva” (Beatriz Preciado, *Pornotopía. Arquitectura y sexualidad en “Playboy” durante la guerra fría*, Barcelona, Anagrama, 2010, p. 195).

¹⁶ “En la esencia de la pornografía está la imagen de la carne usada como droga, como forma de entumecer el dolor psíquico. Pero esta droga solamente dura mientras el hombre contempla la imagen. [...] Los adictos a la pornografía desean ser cegados, vivir en un sueño. Aquellos que son esclavos de la pornografía intentan eliminar de su conciencia el mundo de fuera de la pornografía, y eso incluye todo lo que va desde su familia o amigos o el sermón del domingo pasado hasta la situación política en Oriente Medio. Y al emprender semejante eliminación, el espectador se reduce a sí mismo. Se vuelve estúpido” (David Mura, *A Male Grief: Notes on Pornography and Addiction* cit. en David Foster Wallace, “Gran Hijo Rojo” en *Hablemos de langostas*, Barcelona, Debolsillo, 2008, pp. 28-29).

¹⁷ “¿Cuál es la relación entre el poder y la publicidad en el mundo real del capitalismo triunfante y la cultura corporativa internacional? ¿Cuál es el papel del arte y la construcción de imágenes en una esfera pública constituida mayoritariamente por formas de espectáculos de masas y por la mediatización de la experiencia, el mundo como parque temático? ¿Cuál es la relación entre el espectáculo y la vigilancia en un «Nuevo Orden Mundial» de guerras televisivas y melodramas públicos? ¿Qué formas de resistencia podrán ser eficaces en una época en la que la oposición tradicional (vanguardia contra cultura de masas, arte contra *kitsch*, privado contra público) ya no parece tener ningún peso político?” (W.J.T. Mitchell, *Op. cit.*, p. 316).

¹⁸ “Muchas de estas prácticas cotidianas (hablar, leer, circular, hacer las compras o cocinar, etcétera) son de tipo táctico. Y también, más generalmente, una gran parte de estas «maneras de hacer»: éxitos del «débil» contra el más «fuerte» (los poderosos, la enfermedad, la violencia de las cosas o de un orden, etcétera), buenas pasadas, artes de poner en práctica jugarretas, astucias de «cazadores», movi­lidades maniobreras, simulaciones polimorfas, hallazgos jubilosos, poéticos y guerreros” (Michel de Certeau, *La invención de lo cotidiano. Op. cit.*, p. L).

¹⁹ “En el caso del consumo, uno podría casi decir que la producción proporciona el capital y que los usuarios, como inquilinos, adquieren el derecho de efectuar operaciones sobre este fondo sin ser los propietarios” (Michel de Certeau, *La invención de lo cotidiano. Op. cit.*, p. 39).

²⁰ “Un movimiento que consiste no sólo en inscribirse en un contexto —y desde este punto de vista no hay más que contexto—, sino también, al inscribirse, en producir un contexto, en transformar un contexto dado,

adquiere proporción estatal. La conversión de lo escandaloso en institucional²¹, el *compromiso transgresor*²², expanden aún más la sensación de rutina, esa impresión de que hasta el miedo es parte de la burocratización global.

Derrida piensa que para que algo acontezca es necesario que me falte cierta fuerza o incluso que me falte bastante, se requiere una *debilidad* que no necesariamente es lasitud, imbecilidad, enfermedad o invalidez. Se trata, en cierta medida, de aceptar el *acontecimiento* que nos supera o desborda pero del que formamos parte²³. No es fácil entender qué sucederá si no es la cruda proliferación de la insustancialidad. “De la televisión —apunta Michel de Certeau— al periódico, de la publicidad a todas las epifanías mercantiles, nuestra sociedad vuelve cancerosa la vista, mide toda realidad en su capacidad de mostrar o de mostrarse y transforma las comunicaciones en viajes del ojo”²⁴. El mundo se ofrece a una mirada estupefacta pero lo genuinamente cotidiano pierde el poder de llegar hasta nosotros; tan sólo vemos lo que se exhibe, el espectáculo trillado y tedioso impide cualquier relación activa. El mismo Derrida criticaba sin rodeos en *De la gramatología* los anhelos utópicos de reemplazar sin excepciones la teatralidad y el “espectáculo” por el “festival”, de trocar la mirada distante que los sujetos, convertidos en mirones, arrojaban desde lejos sobre los objetos, por una participativa comunidad de habla en la que todos los miembros están al alcance de la alocución²⁵. Clausurada la posibilidad de la presencia, entregados a esa extraña “teología de la ausencia” sostenida por la *huella-escritura*, lo que nos resta es un enorme *trucage*²⁶. En la era en la que el mensaje mató a la teoría²⁷, da la impresión de que describir lo visto es incluso peligroso²⁸.

abriéndolo y dando lugar a un nuevo dato contextual” (Jacques Derrida y Maurizio Ferraris, *Op. cit.*, p. 33).

²¹ “Nada es aceptable si previamente no ha sido rechazado con indignación por el público. Desgraciadamente el público no tarda en entender las reglas del juego; abraza su propia denuncia con un fervor igual al del autor, que ya no sabe qué hacer. Ya ninguna diferencia separa lo escandaloso de lo convencional, a la revuelta más audaz del conformismo más banal” (René Girard, *Shakespeare. Los fuegos de la envidia*, Barcelona, Anagrama, 1995, p. 365).

²² “Una transgresión siempre debe conocer aquello que está transgrediendo, lo cual torna siempre impura la transgresión previamente comprometida con aquello que transgrede” (Jacques Derrida y Maurizio Ferraris, *Op. cit.*, p. 63).

²³ “Hay alguien, algo que (nos) acontece, y que no necesita de nosotros para acontecer. La relación con el acontecimiento, la alteridad, el azar, la ocasión, nos vuelve por completo inermes; y así se debe ser. El *se debe* dice «Sí» al acontecimiento; es más fuerte que yo; estaba antes que yo; el *se debe* siempre es el reconocimiento de aquello que es más fuerte que yo” (Jacques Derrida y Maurizio Ferraris, *Op. cit.*, p. 87).

²⁴ Michel de Certeau, *La invención de lo cotidiano. Op. cit.*, p. LII.

²⁵ “Para Derrida, el anhelo de desembarazarse por completo de la representación —en el plano de lo político, de lo teatral o del empleo de las representaciones visuales— no es sino una nueva forma de metafísica de la presencia” (Martin Jay, *Ojos abatidos. La denigración de la visión en el pensamiento francés del siglo XX*, Madrid, Akal, 2007, p. 383).

²⁶ Cfr. Christian Metz, “*Trucage and the Film*” en *Critical Enquiry* 3, 4, Verano de 1977, p. 670.

²⁷ “Quizá, sin duda, la teoría posmoderna ha traspasado el punto en el que todavía se podía mantener una fe ingenua en el poder iluminador de tal empeño. Quizá ya no necesitemos preocuparnos por los efectos benignos del ojo, y ni siquiera de los malignos. En una parábola que versa sobre el estado actual de las ciencias humanas, Michel Serres afirma que las formas contemporáneas de comunicación, basadas en códigos y ordenadores, han puesto fin al reino de la «teoría panóptica». “El mundo de la información sustituye al mundo de la observación”, escribe; “las cosas que se conocen porque se miran ceden su lugar a un intercambio de códigos. Todo cambia, todo fluye desde la victoria de la armonía sobre la vigilancia [...] Pan mata a Panoptes: la era del mensaje mata a la era de la teoría”. Los ojos del dios que todo lo ve, concluye han quedado prendidos en las plumas de un pavo real, desde donde “la vista mira al vacío de un mundo del que la información ha huido. Especie en peligro de extinción, de calor puramente decorativo, el pavo real nos invita a que admiremos, en los parques y jardines públicos adonde acuden los papanatas, la vieja teoría de la representación” (Martin Jay, *Op. cit.*, p. 444).

²⁸ “«Decir» o «transmitir» una historia, el recuento verbal y público de una secuencia temporal de eventos, es posible, quizá permite controlar los materiales. Pero *describir* la experiencia, recontar la densidad experiencial de

En cierta medida, en la cultura *super-espectacular* pasamos de la apatía estetizada a diversas jugarretas o jugadas que oscilan entre la perversión y el orden, la manipulación y el gozo²⁹. Asistimos extasiados al onanismo de las máquinas célibes, no tenemos ya apenas recuerdos de nuestra curiosidad infantil cuando ni siquiera el canon frenaba los impulsos “insurgentes”³⁰. Si en algún momento se intentó plantear un arte del suspenso, de las citas, de la elipsis, de la metonimia, de la coyuntura y de las ocasiones, de desorientar al receptor con historias ficticias, ahora la *estrategia radicante* (ese exotismo global que predica Nicolas Bourriaud) intenta mantener la intriga con unas *citaciones de baja intensidad*, cuando el reciclaje ha suplantado a la astucia y de la sagacidad o la previsión quedan escasos testimonios. “Clausewitz compara igualmente la astucia o el ardid con el chiste: «Así como el chiste es una prestidigitación relativa a ideas y concepciones, la astucia es una prestidigitación relativa a acciones». Se sugiere así el modo como la táctica, prestidigitación en efecto, se introduce por sorpresa dentro de un orden. El arte de jugar con el adversario, de burlarle y de tenderle trampas tiene mucho que ver con un especial sentido de la temporalidad, de la «ocasión»”³¹. Hoy tenemos risas enlatadas y aplausos a granel, chistosos frenéticos y monólogos de un tedio monumental.

La huella del pie desnudo del indígena, antes de que sea bautizado como Viernes, provoca en Robinson pensamientos desquiciados (“*fluttering thoughts*”), extravagancias (“*whimsies*”) y terror. Un hombre fuera de sí, con la mente entregada al pánico, aguarda la llegada del otro que es, inevitablemente, un caníbal. El rastro bestial de la alteridad ha sido completamente domesticado, cartografiado folclóricamente, rediseñado como escenario de un *reality-show*³². Cuando el tiempo está, por emplear la famosa sentencia shakesperiana, *dislocado*³³, se activan mediáticamente las pasiones y las sensaciones son excitadas hasta el desafuero por la “cultura digital”³⁴. Nos hemos quedado, literalmente, atrapados en una

los detalles visuales, especialmente de aquellos triviales que no ayudan a que la narrativa avance, sino que «extienden» la narrativa en el espacio”, tal como diría Genette, esta forma de contar es demasiado peligrosa” (W.J.T. Mitchell, *Op. cit.*, p. 178).

²⁹ “En la perspectiva abierta con *El malestar en la cultura*, debe interrogarse también sobre lo que puede ser hoy en día la representación pública («democrática») de alianzas microscópicas, multiformes e innumerables entre *manipular* y *gozar*, realidad huidiza y masiva de una actividad social que juega con su orden” (Michel de Certeau, *La invención de lo cotidiano. Op. cit.*, p. LV).

³⁰ “El niño garrapatea todavía y mancha su libro escolar; aun cuando sea castigado por este crimen, se hace un espacio, firma su existencia como autor. El televidente ya no escribe nada sobre la pantalla del receptor. Resulta despojado del producto, excluido de la manifestación. Pierde sus derechos de autor, para volverse, pareciera, un mero receptor, el espejo de un actor multiforme y narcisista. En última instancia, sería la imagen de los aparatos que ya no tiene necesidad de él para producirse: la reproducción de una «máquina célibe»” (Michel de Certeau, *La invención de lo cotidiano. Op. cit.*, p. 37).

³¹ Michel de Certeau, “De las prácticas cotidianas de oposición” en *Modos de hacer. Arte crítico, esfera pública y acción directa*, Universidad de Salamanca, 2001, p. 402.

³² Así sucede en programas recientes de *reality-show* como *Pekín Express*, en el que los concursantes atraviesan países del lejano Oriente haciendo auto-stop al borde del colapso y pidiendo a la población local que les ayude y aloje (gratis total) porque “están en un programa de televisión” o en *Perdidos en la tribu* en el que distintas familias intentan integrarse (más mal que bien) en comunidades indígenas en África o regiones de Oceanía. Ni en un caso ni en otro se asiste a otra cosa que a la completa ignorancia, el mínimo diálogo con los otros y la exhibición tremenda de prejuicios.

³³ “El famoso verso de *Hamlet* de que el tiempo está «dislocado» debería «reflejarse en sí mismo», como lo diría Hegel: de la experiencia de cierto periodo de tiempo como «dislocado», corrompido, anormal, patológico, deberíamos pasar a un descarrilamiento, desequilibrio que corresponde a la *forma* misma del tiempo: como tal, éste implica un desequilibrio espacial, un universo en donde la cosa está siempre «anhelando (en) su propio lugar»” (Slavoj Žižek, *¡Goza tu síntoma! Jacques Lacan dentro y fuera de Hollywood*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2004, p. 86).

³⁴ “El espectador de la cultura visual digital se define, por encima de todo, como un buscador (o buscadora,

especie de parque de atracciones³⁵, rodeados por huellas de otros que también están desorientados. En la globalización todo gira intentando conseguir beneficios “de vértigo”, nada puede demorarse, “¡Todo de inmediato!” es el imperativo de la época³⁶. Y no es nada fácil resistir a este imperativo de la “participación veloz” porque incluso han conseguido que Bartleby parezca “productivo” en los *business* contemporáneos³⁷. A pesar de todo, podemos intentar no disolvemos del todo en este clima de *evaporación estética* cuando el Estado intenta protegernos incluso de nosotros mismos³⁸, especialmente si comprendemos la necesidad de que haya “sujetos”³⁹. Una época delirante *nos interpela* y tenemos que hacer acopio de mucha energía para responder a su desafío sin pánico. “Aunque posiblemente no podamos cambiar el mundo, podemos continuar describiéndolo críticamente e interpretándolo ajustadamente. En un momento de malas representaciones a escala global, de mala información y mendacidad sistemática, puede que eso constituya el equivalente moral de la intervención”⁴⁰.

Hoy estamos entre la necesidad de salir y, a la manera de *El ángel exterminador*, la imposibilidad de hacerlo. En muchas ocasiones llegamos a experimentar una *claustrofobia intolerable*⁴¹. Virilio ha apuntado que, en época de globalización, todo se juega entre dos

dependiendo del género) de deleite visual y de estimulación corporal desenfadada. En cuanto centro del asalto sensual, persigue lo ornamental y lo decorativo, los modos fastuosos, lo asombroso y lo impresionante, los matices del efecto escenificado y el momento del virtuosismo, la emoción del vértigo o el *agón* de la competición” (Andrew Darley, *Op. cit.*, p. 265).

³⁵ “Un sector de la crítica sostiene que los medios de comunicación electrónicos han creado un mundo artificial donde la gente pasa la mayor parte de su tiempo de vigilia, un parque de atracciones hiperreal de píxeles, eslóganes, comedias de situación, *spams* y anuncios diseñados para maximizar el gasto del consumidor y minimizar la resistencia al consumo” (Howard Rheingold, *Op. cit.*, p. 222).

³⁶ “¡Todo de inmediato! Tal es el adagio delirante de los tiempos hipermodernos, de ese hipercentro de una compresión temporal en la que todo embiste contra todo, entrechocándose sin tregua bajo la formidable presión de las telecomunicaciones, en una proximidad «teleobjetiva» que de concreto sólo tiene su histeria comunicativa” (Paul Virilio, *El accidente original*, Buenos Aires, Amorrortu, 2009, pp. 158-159).

³⁷ “Robert A. Brawer, autor en 1998 de *Fictions of Business*, relea los clásicos de la literatura norteamericana e inglesa: la famosa réplica del Bartleby de Herman Melville (1853), «I would prefer not to», expresaría una resistencia a la rutina y a las convenciones establecidas del lugar de trabajo” (Christian Salmon, *Storytelling*, Barcelona, Península, 2010, p. 91).

³⁸ “En cuanto se admite como principio que el Estado tiene el deber de proteger al individuo de su propia estupidez, ya no es posible plantear objeciones serias a nuevas intrusiones adicionales. Con igual justificación podría defenderse, por ejemplo, la prohibición del alcohol y de la nicotina. ¿Y por qué iba a limitarse la benevolente providencia del Estado a la protección del cuerpo del individuo exclusivamente? ¿Acaso no es más catastrófico el daño que un hombre puede infligir a su mente y a su alma que cualquier otro mal corporal que pueda padecer? ¿Por qué no se le iba a impedir leer, mirar o escuchar libros malos, obras malas de teatro, estatuas y cuadros malos, o música mala? El perjuicio causado por las malas ideologías es, seguramente, mucho más pernicioso (para el individuo y para la sociedad en general) que el generado por las drogas narcóticas” (Thomas J. DiLorenzo, *How Capitalism Saved America: The Untold History of our Country, from the Pilgrims to the Present*, Crown Forum, 2004, citado en Zygmunt Bauman, *Vida líquida*, Barcelona, Paidós, 2006, p. 131).

³⁹ “Así, una vez desaparecido el objetivismo como “obstáculo epistemológico” ha sido posible desarrollar las implicaciones plenas de la «muerte del sujeto». En ese punto, este último mostró el veneno secreto que llevaba dentro, la posibilidad de una segunda muerte, «la muerte de la muerte del sujeto», la reaparición del sujeto como resultado de su propia muerte; la proliferación de finitudes concretas cuyas limitaciones son la fuente de su fuerza; la consciencia de que puede haber «sujetos» porque el hueco que «el Sujeto» quería abarcar es de hecho inabarcable” (Ernesto Laclau, “Universalism, Particularism, and the Question of Identity” en John Rajchman (ed.), *The Identity in Question*, Nueva York, Routledge, 1995, p. 95).

⁴⁰ W.J.T. Mitchell, *Op. cit.*, p. 365.

⁴¹ “La disponibilidad general causará una claustrofobia intolerable; el exceso de opciones será experimentado como la imposibilidad de elegir; la comunidad participatoria directa universal excluirá cada vez con más fuerza a aquellos incapacitados de participar. La visión del ciberespacio abriendo la puerta a un futuro de posibilidades infinitas de cambio ilimitado, de nuevos órganos sexuales múltiples, etc., etc., oculta su opuesto exacto: una

temas que son, también, dos términos: forclusión (*Verwerfung*: rechazo, denegación) y exclusión o *locked-in syndrom*⁴². Nuestra peculiar “psicosis” lleva a que veamos a Bartleby no sólo como el maestro del rechazo sino como la presencia insoportable que nos permite pensar en (la llegada de) otra cosa⁴³. Cuando la misma insatisfacción se ha convertido en una mercancía y el *reality show* fortifica la *voluntad de patetismo*, los sujetos consumen, aceleradamente, *gadgets* y los artistas derivan hacia el *bricolage*; incluso algunos llegan a incitar a asumir el *delirio del mundo* de una *forma delirante*⁴⁴. El arte contemporáneo reinventa la nulidad, la insignificancia, el disparate, pretende la nulidad cuando, acaso, ya es nulo: “Ahora bien la nulidad es una cualidad que no puede ser reivindicada por cualquiera. La insignificancia —la verdadera, el desaffo victorioso al sentido, el despojarse de sentido, el arte de la desaparición del sentido— es una cualidad excepcional de unas cuantas obras raras y que nunca aspiran a ella”⁴⁵. Y, sin embargo, el arte consiste, en un sentido radical, en dejar siempre abierta o acaso un poco indecisa la vía del sentido, escapando del dogmatismo tanto como de la insignificancia.

Pero hoy lo que tenemos es, sobre todo, un imperio de lo *hipervisible*, de ese *reality show* que revela la atracción ejercida por lo monstruoso, “lo aberrante, lo informe (y deforme), todo cuanto viene a perturbar el orden imperante, haciendo de *lo escandaloso* la materia misma con la que se alimenta el discurso televisivo”⁴⁶. Todo se desliza hacia la *diversión*, la vida *escenificada por idiotas*, dentro de la que también aparece, sin dudas, la violencia o, incluso, el reconocimiento de la impotencia de la teoría. Sabemos que la aceleración de los procesos de metaforización genera, en última instancia, una privación del sentido y el territorio. “Pues nuestras sociedades, a fuerza de sentido, de información y transparencia, han franqueado el punto límite del éxtasis permanente: el de lo social (la masa), del cuerpo (la obesidad), del sexo (la obscenidad), de la violencia (el terror), de la información (la simulación). En el fondo, si la era de la transgresión ha terminado es porque

imposición inaudita de cerrazón radical. Entonces, esto es lo Real que nos espera, y todos los esfuerzos de simbolizar esto real, desde lo utópico (las celebraciones *New Age* o «deconstruccionistas» del potencial liberador del ciberespacio), hasta lo más oscuramente diatópico (la perspectiva del control total a manos de una red computerizadaseudodivina...), son sólo eso, es decir, otros tantos intentos de evitar el verdadero «fin de la historia», la paradoja de un infinito mucho más sofocante que cualquier confinamiento actual” (Slavoj Zizek, *El acoso de las fantasías*, Siglo XXI, México, 1999, p. 167).

⁴² “El *locked-in syndrom* es una rara patología neurológica que se traduce en una parálisis completa, una incapacidad de hablar, pero conservando la facultad del habla y la conciencia y la facultad intelectuales perfectamente intactas. La instauración de la sincronización y del libre intercambio es la comprensión temporal de la interactividad, que interactúa sobre el espacio real de nuestras actividades inmediatas acostumbradas, pero más que nada sobre nuestras mentalidades” (Paul Virilio en diálogo con Sylvère Lotringer, *Amanecer crepuscular*, México, Fondo de Cultura Económica, 2003, p. 80).

⁴³ “Bartleby repite «preferiría no hacerlo» y *no* «no lo haré»: su rechazo no es respecto de determinado contenido sino en realidad el gesto formal del rechazo como tal. [...] Existen dos versiones cinematográficas de *Bartleby*, un telefilme de 1970, dirigido por Anthony Friedman y una de 2001 ubicada en Los Ángeles actual, realizada por Jonathan Parker; sin embargo, corre un persistente, aunque no confirmado rumor por Internet acerca de una tercera versión en la que Bartleby es interpretado por Anthony Perkins. Aunque este rumor termine siendo falso, el dicho *se non e vero e ben 'trovato* se aplica como nunca: Perkins en su modo a lo Norman Bates hubiera podido ser el Bartleby. Puede imaginarse la sonrisa de Bartleby mientras emite su «Preferiría no hacerlo» idéntica a la sonrisa de Perkins en la última toma de *Psicosis* cuando mira a la cámara y su voz (la de su madre) dice: «No era capaz ni de matar una mosca». No hay en ello una *cualidad* violenta, la violencia pertenece a su propio *estar* inmóvil, inerte, insistente, impávido. Bartleby no podría matar una mosca; eso es lo que hace tan insoportable su presencia” (Slavoj Zizek, *Visión de paralaje*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2006, p. 466).

⁴⁴ Cfr. Jean Baudrillard, “Shadowing the world” en *El intercambio imposible*, Madrid, Cátedra, 2000, p. 153.

⁴⁵ Jean Baudrillard, “El complot del arte” en *Pantalla total*, Barcelona, Anagrama, 2000, pp. 211-212.

⁴⁶ Gérard Imbert, “La identidad como espectáculo: de la televerdad a la telebasura. (Hacia una estética de lo hipervisible)” en *Revista de Occidente*, n° 201, Madrid, Febrero de 1998, p. 94.

las mismas cosas han transgredido sus propios límites”⁴⁷. En última instancia, hasta los comportamientos más agresivos no dejarían de ser otra cosa que *exorcismos* e incluso en los baños de sangre, la invocación a la potencia del horror de los mataderos y la fascinación por los depósitos de cadáveres y los posteriores procesos de “articulación plástica” habría *mucha retórica*⁴⁸.

La banalidad está hoy sacralizada, cuando, parodiando a Barthes, se llega al *grado xerox de la cultura*; el arte está arrojado a la pseudorritualidad del suicidio, una simulación vergonzante en la que lo absurdo aumenta su escala⁴⁹. Faltando el drama nos divertimos con la *perversión del sentido*: las formas de la referencialidad tienen una cualidad abismal, como si el único terreno que conociéramos fuera la ciénaga. Después de lo sublime heroico y de la ortodoxia del trauma, aparecería el éxtasis de los sepultureros o, en otros términos, una *simulación de tercer grado*. Estamos fascinados por el *tiempo real* y, sin duda, las estrategias de mediación sacan partido de ello dando rienda suelta a lo *obsceno*, siendo la sombra de esos desvelamientos la evidente rehabilitación del *kitsch*. El modelo patético de *reclusión para el éxito* que estableció televisivamente *Gran Hermano* tiene sus correspondencias en el terreno del arte (Ben Vatieur viviendo en el escaparate de la Galería One, Chris Burden encerrado en una taquilla durante unos días, Paco Cao localizado entre cuatro paredes con conexión cibernética con el mundo, Coco Fusco y Guillermo Gómez Peña dentro de una jaula encarnando a dos indígenas postmodernos, etc.), siendo muchas las obras que parten del exhibicionismo tendiendo, en ocasiones, a provocar escándalos de pacotilla. La cámara virtual está en la cabeza de todo el mundo, “antes —escribe Baudrillard— en la época del *big brother*, se hubiera vivido esto como control policial, mientras que hoy ya no es más que una especie de promoción publicitaria”⁵⁰. Todo viene del *ready made* duchampiano, por más que nos cueste aceptarlo; aquellos que entregan su psicodrama por televisión son los herederos del *Portebouteilles*: formas que aspiran a un estatuto especial de *visibilidad* (unos buscan el arte y otros, sencillamente, la fama). Estamos entrando, en el arte actual, en lo que denominaré una completa *literalidad*, donde *de nada se te dispensa*. Me refiero a ese tipo de narrativa en la que si se nombra el accidente hay que pasar, inmediatamente, a la fenomenología de las vísceras, acercar la mirada hasta que sintamos la extrema repugnancia, si de caspa se trata tendremos que soportar la urgencia de quitarnos la que se nos acumula en la chaqueta y, por supuesto, si aparece, en cualquiera de sus formas, el deseo (en plena “sexualización del arte”), habrá que contar con la *obscenidad* que nos corresponde. “Poner nuestra mirada al desnudo, ése es el efecto de la literalidad”⁵¹.

⁴⁷ Jean Baudrillard, *El otro por sí mismo*, Barcelona, Anagrama, 1988, p. 69.

⁴⁸ Cfr. Georges Bataille, “El espíritu moderno y el juego de las transposiciones” en *Documentos*, Monte Ávila, Caracas, 1969, p. 161.

⁴⁹ Cfr. Jean Baudrillard, “La simulación en el arte” en *La ilusión y la desilusión estéticas*, Caracas, Monte Ávila, 1998, p. 49.

⁵⁰ Jean Baudrillard, “La escritura automática del mundo” en *La ilusión y la desilusión estéticas*, Caracas, Monte Ávila, 1998, p. 78.

⁵¹ Roland Barthes, “Sade-Pasolini” en *La Torre Eiffel. Textos sobre la imagen*, Barcelona, Paidós, 2001, p. 113.

Cuando la contracultura es, meramente, testimonial (o mala digestión, sarcasmo vandálico en el *hackerismo*) y la nevera museística ha congelado todo aquello que, en apariencia, se le oponía⁵², parece como si fuera necesario deslizarse hacia un *realismo problemático* (donde se mezcla el sociologismo con las formulaciones casi hegemónicas de lo abyecto), más que en las pautas del *rococó subvertido* que establecieran las instalaciones, hoy por hoy, materia prima de la rutina estética, en un despliegue desconocido de las tácticas del *reciclaje*. Las nuevas tecnologías evitan desplazarse para habitar, la domótica sirve para construir, a escala universal, el “inválido equipado”. Atrapados en la narcolepsia del mando a distancia (cetro mítico y fuente del poder material, falo mediáticamente despótico, golosina de la “democracia telemática”) hemos renunciado al *trayecto* que, por otro lado, era una de las potencias subversivas del arte contemporáneo⁵³. La utopía de la “alta definición” no deja de lanzar el anzuelo: todo está servido por televisión, desde el cómodo sillón el espectador podrá “resolver la existencia” (negociar, conversar, divertirse, viajar virtualmente, controlar las tareas domésticas, etc.). Y, sin embargo, ese *zappeeo* olímpico no nos proporciona otro placer que el masturbatorio (porno codificado, líneas calientes mezcladas con tele-parapsicólogos, *voyeurismo del ridículo*). Todavía el automóvil (forma de la indumentaria o, mejor, de la prolongación de nuestra “identidad”) tenía un rozamiento con el mundo, permitía una redefinición del paisajismo y, en singulares ocasiones, una dinámica erótica propia de contorsionistas, mientras que el teléfono nos mantenía en contacto con las personas que verdaderamente nos importaban, sin embargo, hoy no hay otro lugar en el que conducir que no sea el *atasco* (las carreteras convertidas en cementerios de ataúdes climatizados) y los celulares han creado una nueva *adicción narcótica* (ubicuidad de la llamada, imposibilidad de soportar la falta de interlocutores, vértigo de los negocios o *cháchara full time*). El arte contemporáneo lanza su último cartucho en una dilatada “desaparición” en la que pretende recuperar el poder de lo fascinante y lo que en realidad ocurre es que los gestos quedan presos de la comedia de la obscenidad y la pornografía⁵⁴. En la actualidad, insisto, proliferan, incluso patéticamente, las *figuras de la obscenidad*, revelando lo traumático, pero también la ambivalencia (gozo-padecimiento) del narcisismo, en lo que supone una verdadera deriva manierista. “Hasta cierto punto, la función del arte es proporcionar una distancia soportable”⁵⁵, aunque, como sabemos, el programa vanguardista, precisamente, quería romper esta separación, que no sólo es la hay con la vida, sino también aquella otra que aparta, bajo el manto “ideológico” de la autonomía, la política. Son muchas las paradojas del arte moderno, embarcado en una pretendida liberación (social, de los instintos, de la tradición) que termina por resolverse en ambigüedad (negativa), aunque también puede ser entendida como potencia liberadora⁵⁶.

⁵² “La crítica a las instituciones implícita en las mejores de las obras más recientes ha pasado a la pregunta sería sobre si los objetos de arte inevitablemente caen presas de la museización del proceso de mercado” (Brandon Taylor, *Arte Hoy*, Madrid, Akal, 2000, p. 141).

⁵³ Cfr. Paul Virilio entrevistado por Catherine David en *Colisiones*, San Sebastián, Arteleku, 1995, pp. 52-53.

⁵⁴ “La obscenidad y la transparencia progresan ineluctablemente, justamente porque ya no pertenecen al orden del deseo, sino al frenesí de la imagen. En materia de imágenes, la sollicitación y la veracidad aumentan desmesuradamente. *Se han convertido en nuestro auténtico objeto sexual*, el objeto de nuestro deseo. Y en esta confusión de deseo y equivalente materializado en imagen (...) reside la obscenidad de nuestra cultura” (Jean Baudrillard, *El otro por sí mismo*, *Op. cit.*, pp. 30-31).

⁵⁵ Marshall McLuhan y B.R. Powers, *La aldea global*, Barcelona, Gedisa, 1990, p. 94.

⁵⁶ “La experiencia de la ambigüedad es, como oscilación y desarraigo, constitutiva del arte; son éstas las únicas vías a través de las cuales, en el mundo de la comunicación generalizada, el arte puede configurarse (aún no, pero sí quizá finalmente) como creatividad y libertad” (Gianni Vattimo, *La sociedad transparente*, Barcelona, Paidós, 1990, p. 154).

Las ambivalentes actitudes artísticas contemporáneas (resultando difícil saber si son formas de la resistencia semiótica, poses de franca decadencia revolucionaria o gestos de cinismo en los que la teatralización ha sustituido a cualquier estrategia crítica)⁵⁷ no han sido capaces de explicar la pasión del hombre por las cadenas, acaso por estar esos mismos procesos creativos atados al fetichismo que intentan cuestionar.

Estamos atrapados entre la simulación irreversible y la banalidad absoluta, cuando el “complot del arte” se ha fosilizado⁵⁸. Bajo el régimen global *videocrático* (verdadera piedra angular de la realidad), asistimos a la consolidación de la imagen como dispositivo a-representacional “así como entrada definitiva en los regímenes de distribución y reproducción de mercancías, ha supuesto que el arte, privilegiado dispositivo generador de imágenes, tenga pocas salidas para lograr visibilidad en un mundo transformado en una pantalla que solo emite aquello que más placer le pudiera causar. En esta situación, al arte solo parece quedarle el recaer en la fetichización mediática, en la impostura farisaica o, simplemente, mimetizarse con la situación general de pandemia videográfica y acrítica”⁵⁹. Rancière apuntó que ya que todo el mundo está dentro del espectáculo, no hay razón para que nadie salga de él jamás, tampoco aquel que conoce la razón del espectáculo; lo único que merece tener en cuenta es que hemos llegado a una certeza o evidencia definitiva: *Video ergo sum*⁶⁰. El cinismo es, en buena medida, el tono generalizado que rezuman las estrategias culturales, asumiendo, con una mezcla de apatía negligente y camuflajes retóricos pseudo-radicales, el tsunami ocioso-turístico. En un contexto de *política del día de la marmota* es lógico que la estética de la desaparición (manifiesta en la *picnolepsia* casi crónica que nos lleva a no parpadear en el eterno retorno de lo siempre igual) pacte con el aburrimiento que es la tonalidad metafísica de un presente carente de proyecto. Resulta quimérico o hasta patético plantear una instancia crítica en el chismorre, en clave de esa “gramática de la multitud” radicalmente in-operante.

La fantasía ideológica (esa ilusión inconsciente que se pasa por alto) no nos impulsa a *atravesar* la realidad sino a empantanarnos en naderías. Los nietos del los “bastardos modernos”, aquellos que desafiaron a la catástrofe profiriendo consignas lúdicas que *abandonaban toda esperanza* gozan o, sencillamente, vegetan contemplando la *inanidad en tiempo real*. El arte es ya no es el ámbito privilegiado de nada, funciona como un corralito depotenciado⁶¹. Vivimos en un régimen de conspirados total, aturdidos por una nada

⁵⁷ Cfr. Hal Foster, “El futuro de una ilusión o el artista contemporáneo como cultor de carga” en Anna Maria Guasch (ed.), *Los manifiestos del arte postmoderno. Textos de exposiciones 1980-1995*, Madrid, Akal, 2000, p. 101.

⁵⁸ “Todo dilema es este: o bien la simulación es irreversible y no hay nada más allá de ella, no se trata ni siquiera de un acontecimiento, sino de nuestra banalidad absoluta, de una obscenidad cotidiana, con la cual estamos en el nihilismo definitivo y nos preparamos para la repetición insensata de todas las formas de nuestra cultura, a la espera de algún otro acontecimiento imprevisible —¿pero de dónde podría venir?—; o bien existe, de todos modos, un arte de la simulación, una cualidad irónica que resucita una y otra vez las apariencias del mundo para destruirlas” (Jean Baudrillard, “Ilusión, desilusión estéticas” en *El complot del arte*, Buenos Aires, Amorrortu, 2006, p. 25).

⁵⁹ Javier González Panizo, *Escenografías del secreto. Ideología y estética en la escena contemporánea*, Madrid, Manuscritos, 2016, p. 151.

⁶⁰ “*Video ergo sum*: ser, en el actual estadio de desarrollo de la ideología, está referido a un deseo de ver que no puede tener fin, que solo logrará satisfacción al verlo todo. Y ese ver todo, en su potencial de inversión, bascula tanto hacia el lado donde se elige ver como hacia su antagónico, ahí donde se elige no ver; bascula hacia el lado donde se sabe todo lo que lleva implícito cada una de nuestras decisiones como hacia el otro lado, ahí donde no se sabe nada” (Javier González Panizo, *Op. cit.*, pp. 249-250).

⁶¹ José Luis Brea señaló que nos encontramos en una situación de indefensión del arte y apostafía estética al señalar del arte lo siguiente: “es un entorno protegido, está en un corralito en el que está depotenciado y la forma

colosal, incapaces de enfocar nada⁶². El show debe continuar aunque soñamos con perder el tiempo en una especie de karaoke inspirado en el club Silencio de David Lynch. Estamos fosilizados en el sofá, incapaces de levantarnos para hacer algo diferente de ver la televisión⁶³. Encarnamos el *destino hikimori* que tal vez no sea otra cosa que una mutación del “ángel exterminador”. Puede que lo único que podamos hacer sea deambular entre la indignación y la diversión (las dos experiencias, en última instancia, vertebradoras de la ideología estética), más allá de la excitación en una (indigesta) calma chicha, esa estupefacción definitiva interesa que no pase nada o, en otros términos, *que me quede como esté*. Tan sólo necesitamos un “ruido de fondo”⁶⁴, una “visualidad in-diferente” o la “rumorología reticular” para mantenernos *conectados*.

Pero tal vez en esta *narcolepsia escópica* puedan suceder “otras cosas” diferentes de *lo pre-cocinado*. “El arte capaz de cargar con su destino ha de proponer un CORTOCIRCUITO en la serie de lo «ya visto» pero que, al mismo tiempo, no redunde en otra oportunidad para esperar la visión —tras la pantalla— del Accidente. Salir de esta paranoia colectiva como sublime catastrófico sería la misión para una estética del fracaso digna de tenerse en cuenta. Frente a un arte epiléptico, enfrascado en las psicofonías porno de no tener nada que ver debido a un hiperexceso de visibilidad, contra un arte cuya sed de acontecimientos le lleva a comprender lo real como un tartamudeo balbuceante de lo obscuro e hiperbanal, solo cabe una estética de la elipsis, una estrategia de bombardeo terrorista, un arte del goce por ese Real que nos ninguna ante nuestros propios ojos”⁶⁵. El club de snobs hipertecnológicos ha reivindicado e incluso convertido en marketing ese fracaso que ofrece el “camuflaje perfecto”⁶⁶. Una legión de *idiotas* ofrece el espectáculo (para-warholiano) del *nothing special*, que bajo la apariencia de no enterarse de nada *histerizan su vida*, muestran en la *pantalla total* que no hay otro modo de ser contemporáneo que mostrándose *estrictamente bipolar*. Estamos, literalmente, curados de espanto y con la planetarización del *Tratamiento Ludovico* podemos sonreír y declarar que “estamos curados” aunque un escupitajo marque nuestros rostros. Nos apasiona lo obscuro y compartimos “experiencias” en un *reality show ultra-digital* como (inconscientes) colaboracionistas del régimen global de vigilancia y control.

de lo que se ve allí está desprovista de cualquier fuerza de incidencia en lo real, salvo en proyectos artísticos que se disuelven totalmente en la acción social” (Entrevista con José Luis Brea en <http://drik.mx/01052012/brea.html>).

⁶² “Aturdidos en un mirar que no acierta a enfocar, engullidos por un régimen de reproducción mediática, el arte —en su tedio tecnoexistencial— pone las bases para que la cosa no se vaya de madre y todo mirar —disciplinario y escópicamente ideologizado— no se tope con la nada del otro lado, sino con la pamema circense del más acá” (Javier González Panizo, *Escenografías del secreto. Ideología y estética en la escena contemporánea*, Manuscritos, Madrid, 2016, p. 199).

⁶³ “¿Recuerdan la naranja mecánica y el tratamiento Ludovico? El asunto no es que, en caso de poder, cerremos los ojos. La cuestión es que estamos sentados en el sillón. Ni más ni menos. Que abramos los ojos o los cerremos es algo que a la ideología que nos ha sentado en el sillón no le importa lo más mínimo. ¿Por qué, por tanto, no podemos levantarnos del sillón? Esa, y no otra, debe ser la pregunta estética. Obviamente una pregunta sin respuesta correcta (porque la respuesta estará ya mediada ideológicamente), pero que no podemos —o que no deberíamos— dejar de hacernos” (Javier González Panizo, *Op. cit.*, Madrid, Manuscritos, 2016, p. 250).

⁶⁴ “En el último otoño, la BBC ha comenzado a difundir grabaciones de murmullos y de ruidos de conversaciones, destinados a las oficinas de las grandes empresas, en las que los empleados se quejan del silencio mortal que reina en ellas. «Se trata de tener un fondo sonoro de ambiente —explica un portavoz de la cadena británica—; esas oficinas son tan calmas que, al menor ruido, el timbre del teléfono, por ejemplo, la concentración de las personas se ve perturbada, lo que puede provocar errores» (“La BBC inventa el «murmullo de ambiente», *Ouest-France*, 16 de octubre de 1999)” (Paul Virilio, *El procedimiento silencio*, Buenos Aires, Paidós, 2000, p. 98).

⁶⁵ Javier González Panizo: *Op. cit.*, p. 234.

⁶⁶ Cfr. Andrew Keen, “Fracaso épico” en *Internet no es la respuesta*, Barcelona, Catedral, 2016, pp. 259-291.

En el año 2001, la revista *Cahiers du Cinéma* consideró que *Loft Story* (la pedantesca y “citacionista” versión francesa del programa holandés *Big Brother*) fue calificada entre las diez mejores películas del año⁶⁷. Justo cuando se estaba *fundando de forma demoledora* un siglo en el que el Imperio establecería el “estado de excepción” y la *caza del hombre* (facilitada por la nueva “moral del dron”), gozaban millones de espectadores de una “colectividad recluida” para conseguir la fama. La televisión encontraba su condición esencial de *vida en directo* “monitorizada” y la confesión resurgía en formato delirante. Aquellos simios que acariciaban una forma proto-minimalista (una escultura “inconsciente” acaso de Richard Serra) en la mítica película de Kubrick habían mutado en el *cualquiera* que estaba dispuesto a pasar “pruebas” en un proceso de iniciación en la *construcción mediática del sujeto sórdido*. Los patrones (desquiciados) de vida de los “inquilinos” de Gran Hermano servían para conseguir las migajas de éxito prometidas en una plétora de sedimentos varios: empelotarse en la portada de una revista, ingresar en el molino satánico del tertulianismo vocinglero, agotar los bolos nocturnos en discotecas y antros de carretera, pelearse con un colega abyecto o, en la inevitable inercia zombi, reaparecer como VIP, esto es, ser tan importante como para reengancharse a otra experiencia “carcelaria” en una isla remota o en la casa post-panóptica originaria.

Quince años después del “Grado Cero” descubro que Francis Fukuyama, aquel profeta que vendía la moto del “fin de la historia” sin dejar de advertir que “será un tiempo muy triste”⁶⁸, dedica el tiempo libre a fabricar drones. La perspectiva de “siglos de aburrimiento al final de la historia” y la nostalgia del coraje y la imaginación parece que se *combate* con los “vehículos aéreos no pilotados” que materializan la estrategia del *crimen perfecto*. Acaso el *reality show*, aquella ridícula *commedia (sin arte)* sea la proto-historia de la estrategia de “datificar” *patterns of life*. “El análisis de las formas de vida se define, con mayor precisión, como «la fusión del análisis de los vínculos y del análisis geoespacial». Para llegar a tener una idea de lo que se trata, hay que imaginarse la sobreimpresión, dentro de un mismo mapa numérico de Facebook, de Google Maps y de un calendario Outlook. Fusión de datos sociales, espaciales y temporales; cartografía conjunta del *socius*, del *locus* y del *tempus* —es decir, tres dimensiones que constituyen, con sus regularidades y también con sus discordancias, aquello que es prácticamente una vida humana”⁶⁹. Los concursantes que exhibían su desastre mental (una suerte de mediatización del “Síndrome de Diógenes”) estaban sometido al cabreo de la “nominación”, los *pilotos* (valga el oxímoron) de los drones, con su “mentalidad de play station”, podían sufrir “stress post-traumático” y el

⁶⁷ “¿Cómo fue esto posible? ¿Cómo se llegó a esto? No puedo decir que la conexión entre el arte del diálogo de la confesión de Bergman y el producto Endemol me haya convencido. Evidentemente, los críticos de *Cahiers* se equivocaban al posicionar el fenómeno de *Loft Story* en el *gran arte*. Sin embargo, si se considera el arte del siglo XX como una tentativa de transfiguración de lo banal en obra, como nos sugiere el filósofo estadounidense Arthur Danto, no resulta absurdo preguntarse si los *reality shows* no forman parte, a su manera, del arte contemporáneo que es un arte que aprovecha los restos” (François Jost, *El culto de lo banal*, Barcelona, Llibreria, 2012, p. 9).

⁶⁸ “El fin de la historia será un tiempo muy triste. La lucha por el reconocimiento, la disposición a arriesgar la propia vida por una meta puramente abstracta, la lucha ideológica a nivel mundial que requería audacia, coraje, imaginación e idealismo será reemplazada por el cálculo económico, la interminable resolución de problemas técnicos, la preocupación por el medio ambiente y la satisfacción de las sofisticadas demandas consumistas. En la era poshistórica no habrá ni arte ni filosofía, sólo la perpetua conservación del museo de la historia humana. Lo que siendo dentro de mí, y lo que veo alrededor mío, es una fuerte nostalgia por aquellos tiempos en que existía la historia” (Francis Fukuyama, “¿El fin de la historia?” [originalmente publicado en la revista *The National Interest*, nº 16, verano de 1989] en *¿El fin de la historia? y otros ensayos*, Alianza, Madrid, 2015, p. 100).

⁶⁹ Grégoire Chamayou, *Teoría del dron. Nuevos paradigmas de los conflictos del siglo XXI*, Futuro Anterior, Barcelona, 2016, p. 52.

votante del tiempo del des-gobierno puede sentir *déjà vu*. Los operadores de la base de Greech, cerca de Indian Springs, en Nevada ven a sus víctimas, toman a alguien en custodia. Los siguen en todas sus ocupaciones cotidianas, hasta desarrollar un extraño sentimiento de intimidad con ellos: “Los ves levantarse por la mañana, ir a trabajar, volver por la tarde para acostarse”⁷⁰. Como la vida misma. Vale la pena recordar la ensayada despedida del *Show de Truman*: “Good Moorning! Oh, and in case I don’t see ya: Good afternoon, good evening, and good night!”.

Bibliografía

- Barthes, Roland, “Sade-Pasolini” en *La Torre Eiffel. Textos sobre la imagen*, Barcelona, Paidós, 2001.
- Bataille, Georges, “El espíritu moderno y el juego de las transposiciones” en *Documentos*, Caracas, Monte Ávila, 1969.
- Baudrillard, Jean, “Ilusión, desilusión estéticas” en *El complot del arte*, Buenos Aires, Amorrortu, 2006.
- Baudrillard, Jean, *El otro por sí mismo*, Barcelona, Anagrama, 1988.
- Baudrillard, Jean, “La escritura automática del mundo” en *La ilusión y la desilusión estéticas*, Caracas, Monte Ávila, 1998.
- Baudrillard, Jean, “La simulación en el arte” en *La ilusión y la desilusión estéticas*, Caracas, Monte Ávila, 1998.
- Baudrillard, Jean, “Shadowing the world” en *El intercambio imposible*, Madrid, Cátedra, 2000.
- Baudrillard, Jean, “El complot del arte” en *Pantalla total*, Barcelona, Anagrama, 2000.
- Chamayou, Grégoire, *Teoría del dron. Nuevos paradigmas de los conflictos del siglo XXI*, Barcelona, Futuro Anterior, 2016.
- Darley, Andrew, *Cultura visual digital. Espectáculo y nuevos géneros en los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós, 2002.
- de Certeau, Michel, “De las prácticas cotidianas de oposición” en *Modos de hacer. Arte crítico, esfera pública y acción directa*, Universidad de Salamanca, 2001.
- de Certeau, Michel, *La invención de lo cotidiano. 1. Artes del hacer*, México, Universidad Iberoamericana, 2000.
- Derrida, Jacques y Ferraris, Maurizio, *El gusto del secreto*, Buenos Aires, Amorrortu, 2009.
- Di Lorenzo, Thomas J., *How Capitalism Saved America: The Untold History of our Country, from the Pilgrims to the Present*, New York, Crown Forum, 2004, citado en Zygmunt Bauman: *Vida líquida*, Barcelona, Paidós, 2006.
- Entrevista con José Luis Brea en <http://drik.mx/01052012/brea.html>.
- Foster, Hal, “El futuro de una ilusión o el artista contemporáneo como cultor de carga” en Anna Maria Guasch (ed.), *Los manifiestos del arte postmoderno. Textos de exposiciones 1980-1995*, Madrid, Akal, 2000.

⁷⁰ Grégoire Chamayou, *Op. cit.*, 2016, p. 111.

Fukuyama, Francis, “¿El fin de la historia” [originalmente publicado en la revista *The National Interest*, nº 16, verano de 1989] en *¿El fin de la historia? y otros ensayos*, Madrid, Alianza, 2015.

Girard, René, *Shakespeare. Los fuegos de la envidia*, Barcelona, Anagrama, 1995.

González Panizo, Javier, *Escenografías del secreto. Ideología y estética en la escena contemporánea*, Madrid, Manuscritos, 2016.

Imbert, Gérard, “La identidad como espectáculo: de la televerdad a la telebasura. (Hacia una estética de lo hipervisible)” en *Revista de Occidente*, nº 201, Madrid, Febrero de 1998.

Jameson, Fredric, *Arqueologías del futuro. El deseo llamado utopía y otras aproximaciones de ciencia ficción*, Madrid, Akal, 2009.

Jay, Martin, *Ojos abatidos. La denigración de la visión en el pensamiento francés del siglo XX*, Madrid, E. Akal, 2007.

Jost, François, *El culto de lo banal*, Barcelona, Llibreria, 2012.

Keen, Andrew, “Fracaso épico” en *Internet no es la respuesta*, Barcelona, Catedral, 2016.

Laclau, Ernesto, “Universalism, Particularism, and the Question of Identity” en John Rajchman (ed.): *The Identity in Question*, Nueva York, Routledge, 1995.

McLuhan, Marshall y Powers, Bruce R., *La aldea global*, Barcelona, Gedisa, 1990.

Metz, Christian, “Trucage and the Film” en *Critical Enquiry* 3, 4, verano de 1977.

Mitchell, William John Thomas, *Teoría de la imagen*, Madrid, Akal, 2009.

Mura, David, *A Male Grief: Notes on Pornography and Addiction* cit. en Foster Wallace, David: “Gran Hijo Rojo” en *Hablemos de langostas*, Barcelona, Debolsillo, 2008, pp. 28-29.

Pardo, José Luis, “Cuerpos desnudos” en *Nunca fue tan hermosa la basura. Artículos y ensayos*, Barcelona, Galaxia Gutenberg, 2010.

Paul Virilio en diálogo con Sylvère Lotringer, *Amanecer crepuscular*, México, Fondo de Cultura Económica, 2003.

Paul Virilio entrevistado por Catherine David, en *Colisiones*, San Sebastián, Arteleku, 1995.

Preciado, Beatriz, *Pornotopía. Arquitectura y sexualidad en “Playboy” durante la guerra fría*, Barcelona, Anagrama, 2010.

Rheingold, Howard, *Multitudes inteligentes. Las redes sociales y las posibilidades de las tecnologías de la cooperación*, Barcelona, Gedisa, 2004.

Salmon, Christian, *Kate Moss Machine*, Barcelona, Península, 2010.

Salmon, Christian, *Storytelling*, Barcelona, Península, 2010.

Taylor, Brandon, *Arte Hoy*, Madrid, Akal, 2000.

Vattimo, Gianni, *La sociedad transparente*, Barcelona, Paidós, 1990.

Virilio, Paul, *El procedimiento silencio*, Buenos Aires, Paidós, 2000.

Virilio, Paul, *El accidente original*, Buenos Aires, Amorrortu, 2009.

Zizek, Slavoj, *El acoso de las fantasías*, México, Siglo XXI, 1999.

Zizek, Slavoj, *¿Goza tu síntoma! Jacques Lacan dentro y fuera de Hollywood*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2004, p. 86).

Zizek, Slavoj, *Visión de paralaje*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2006.

Performance e instalación ante los discursos visuales postmodernos

Lamiendo las heridas de la imaginación lastimada

Performance and installation art in postmodern visual discourses
Licking the wounds of a damaged imagination

José Gaspar BIRLANGA TRIGUEROS

Universidad Autónoma de Madrid

DOI: <http://dx.doi.org/10.15366/bp2017.14>

Recibido: 15/11/2016
Aprobado: 30/01/2017

Resumen: El texto considera las prácticas artísticas emergentes de las últimas cuatro décadas, en el contexto del discurso visual postmoderno y contemporáneo. En particular, se centra en dos de ellas: instalaciones y *performances*, analizando sus determinaciones nucleares (espacio, tiempo, cuerpo...) Estas prácticas, reconocidas ya por la crítica de arte y el giro actual de la estética, son reivindicadas por el modo en que han incidido en la consolidación de la obra “abierta” de arte y en el papel cada vez más activo del espectador. Este, cambiando su forma de mirar y reflexionar sobre la imagen y sus relaciones, es ahora un componente indispensable tanto para cuidar las heridas de una imaginación lastimada por el imperio del *mundo* de la imagen como para contribuir a la emergencia efectiva de nuevos *universos* creativos.

Palabras clave: instalación, performance, imagen, espectador, postmoderno, contemporáneo, estética

Abstract: The text considers the emerging artistic practices of the last four decades, in the context of the postmodern and contemporary visual discourse. Particularly, it focuses in two of them: installations and performances, analyzing their nuclear determinations (Space, time, body...) These practices, already recognized by art and aesthetic criticism, are particularly valued by having influenced the consolidation of the “open” art piece and the increasingly active role of the public. Thus, the spectator, having changed the way to contemplate and reflect on images and their relationships, is now an indispensable component to not only heal the wounds of a damaged imagination by the empire of the *world* of the image, but also to contribute to the emergency of new creative *universes*.

Keywords: installation, performance, image, spectator, post modern, contemporary, aesthetics

Presentación. Lo postmoderno, lo contemporáneo

Desde hace medio siglo hemos asistido al mayor desarrollo del universo artístico. No solo las Bellas Artes, desde luego, sino también las propias vanguardias han quedado para muchos defensores de lo postmoderno tan periclitadas como postergadas, e incluso definitivamente superadas.

Por ello con la postmodernidad el elenco de apelaciones que denominan las nuevas prácticas artísticas es abrumador. Así, durante estas últimas cinco décadas, tanto los métodos como los procedimientos clásicos de análisis, y los criterios al uso, se han visto y se siguen viendo desbordados a la hora de estudiar y valorar unas prácticas emergentes que gozan en general de un reconocido vigor. Ahora bien, estudiar este universo creativo precisa al menos considerar los elementos clave teóricos y contextuales (contemporáneo, postmoderno) desde los que abordar esas prácticas artísticas —que en nuestro caso se ceñirá casi exclusivamente a la *performance* y a la *instalación*—, y que vinieron gestándose también por las oscilaciones en las respuestas del público y del espectador.¹

Si en algún momento tuvo sentido hablar estrictamente de una esencia para el mundo contemporáneo, como se aplica al mundo moderno, o al clásico, hoy día solo cabe decir que, si la hubo, está disuelta en múltiples dimensiones, fragmentada en el horizonte de una realidad compleja, confusa y singularmente temporal, a la que se puede acceder con sentido asumiendo el esfuerzo desde una mirada atenta a la complejidad de sus producciones. Semejante complejidad afecta a todos los ámbitos de la producción humana y emerge también en su propia denominación. Y ello no es una cuestión menor.

A diferencia de épocas anteriores, cuyas denominaciones y rasgos de estilo se condensaban en un solo término, o al menos había un consenso mayoritario sobre las denominaciones y características, en la actualidad, asistimos a una coexistencia problemática de diferentes términos —postmodernidad, posthistoria, postvanguardia, neobarroco, etc.— y caracterizaciones que dificultan aún más la determinación de “lo contemporáneo”. Es cierto que no han faltado propuestas que pretenden clarificar, pero es difícil encontrar una que acumule un consenso al respecto o goce de reconocimiento mayoritario. Esto es ya, en este ámbito como veremos, más adelante, otro síntoma de lo contemporáneo y de lo postmoderno.²

¹ Bourdieu, P., *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid, Taurus, 1998.

² Danto, A., *Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde la historia*, Barcelona, Paidós, 1999, p. 34.

Pero la dificultad no solo afecta a la relación entre *lo postmoderno* y *lo contemporáneo*, sino que atañe también a cada uno de ellos por separado, muy especialmente al primero. Cuando uno ha leído una mínima literatura al respecto, en la que de una manera u otra aparece la palabra “postmodernidad”, las dudas sobre el rango y referente del término no tardan en aparecer, y se acentúan incluso cuando con ello nos referimos al universo creativo: ¿se ha de entender lo postmoderno en relación a lo que acaba o supera el proyecto moderno, o por el contrario a lo que simplemente viene después de lo moderno?, ¿quizás lo postmoderno no designa sino lo que prolonga el canto de cisne de lo moderno?

La primera tentativa de clarificación pasa por considerar la ya clásica *incredulidad* coherentemente propuesta por Jean-François Lyotard en su *La condition postmoderne*³, que acentúa aún más la sintomatología descrita. Como por otro lado mantiene Omar Calabrese, tal vez la falta de claridad, y la incredulidad lyotardiana consiguiente, proceda en unos casos de la desafortunada elección del término, aunque también, en otras ocasiones, del desafortunado tratamiento significativo otorgado a “postmoderno”. Ese vaivén oscila entre una noción filosófica de calado incuestionable, como mantienen algunos, hasta, como para otros, un término que califica a un estilo, o/y un tiempo, e incluso también en ocasiones, un nuevo estadio histórico:

(...) el término “posmoderno” ha seguido viajando por un camino de equívocos. Para muchos, en efecto, ha tomado las veces de un verdadero programa o manifiesto, mientras que, según el mismo Lyotard, se trataba más bien de un criterio analítico y para muchos otros ha constituido un punto de referencia clasificatorio.⁴

La sombra o la luz de la postmodernidad, junto a la proliferación de las prácticas emergentes aludidas y la reconfiguración de los componentes del mundo del arte han afectado, como no podía ser de otra manera, no solo a la práctica artística, también a la crítica de arte y a la estética; ambas han realizado una reflexión, tan continuada como diversa, sobre los cambios que se han producido⁵. Algunos partiendo incluso directamente, como Arthur Danto, desde lo más esencial: el cuestionamiento sobre *qué es el arte*; o bien indirectamente, desde la óptica de una *estética relacional*, como Bourriaud, o bien como Rancière, mostrando el *malestar* que afecta a la estética⁶. Pero también, por decirlo con Nancy, a la *partición* de unas *artes* que son repensadas nuevamente a la luz del viejo concepto de *ars*, ahora como *ars-techné-técnica*. Para Luc Nancy la tecnología, omnimoda

³ Lyotard, J. F., *La condición postmoderna. Informe sobre el saber*. Madrid, Cátedra. 1984, p. 10: “Simplificando al máximo, se tiene por «posmoderna» la incredulidad con respecto a los metarrelatos. Ésta es, sin duda, un efecto del progreso de las ciencias; pero ese progreso, a su vez, la presupone. Al desuso del dispositivo metanarrativo de legitimación corresponde especialmente la crisis de la filosofía metafísica, y de la institución universitaria que dependía de ella. La función narrativa pierde sus funtores, el gran héroe, los grandes peligros, los grandes periplos y el gran propósito”.

⁴ Calabrese, O., *La era neobarroca*, Madrid, Cátedra, 1994, pág. 30. Con anterioridad, p. 18, y ante ese panorama proponía que el criterio de acotación de época se determine en función del conjunto de acontecimientos que pueden ser separados o distinguidos de sus antecedentes y consecuentes a modo de, decía él, *censuras imprevistas*.

⁵ Jiménez, J. *Crítica en acto. Textos e intervenciones sobre arte y artistas españoles contemporáneos*, Barcelona, Galaxia Gutenberg - Círculo de lectores, 2014. En la introducción, p. 11, propone concebir la metodología de la crítica artística como filosofía aplicada: “implicada en abrir cauces de conocimiento, criterios de universalidad conceptual, teórica, elaborando una dialéctica de acompañamiento de las obras y de las propuestas de los artistas”

⁶ Rancière, J., *El malestar en la estética*, Madrid, Clave Intelectual, 2012. Danto, A., *Qué es el arte*. Buenos Aires, Paidós; 2013. Bourriaud, N., *Estética relacional*, Buenos Aires, Adriana Hidalgo, 2006.

en la contemporaneidad, es tan inherente a las nuevas prácticas artísticas que sin ella la poética de la creación ni emergería al objeto, ni transformaría al sujeto con la correspondiente experiencia estética, pero ello solo será posible cuando, *diciéndolo de otro modo*, devolvamos al arte su verdadero protagonismo.⁷

En definitiva, la puesta en cuestión, *partición*, crisis e incluso disolución entre prácticas creativas, por un lado, pero también entre disciplinas, ha emergido en el ámbito artístico y epistemológico con la misma intensidad dando lugar a lo que se ha venido en llamar el 'giro estético'. Con este se insistirá en la necesidad de una nueva orientación en la reflexión y acercamiento metodológico a los problemas planteados ante unas prácticas contemporáneas que, cada vez más, suenan de manera polifónica, y que por ello nos impelen a leer, ver, escuchar e interpretar de una manera acorde, incluyendo en ella la conciencia de la propia experiencia, y desde luego como experiencia estética.

La contemporaneidad filosófica, histórica o artística, en sus diferentes lenguajes, confirma esa diversidad que cada vez más se alimenta plurisignificativamente acrecentando exponencialmente su complejidad y diversidad, mostrando y transformando, así, las visiones de lo real.

Ahora bien, parece haber acuerdo en algo más; desde la década de los ochenta el arte contemporáneo determina su estructura de producción artística en contraposición a la resuelta por el arte moderno: mientras el primero no ha dudado en tomar estilos del pasado, el segundo se ha caracterizado por intentar liberarse de ese pasado en favor de la innovación. De este modo se revelan los perfiles estilísticos de lo moderno y lo contemporáneo distinguiéndose, así, de su mero significado temporal.⁸

Performance e instalación: espacio, tiempo...

*...para que haya obras de arte, para que haya un fenómeno estético, se necesita un lugar, un creador, medios y, por su puesto, alguien del otro lado, en fin, se necesita al otro, el creador no puede estar simplemente encerrado en su creación.*⁹

Dentro del universo de las nuevas manifestaciones artísticas contemporáneas, las prácticas artísticas que mayor aumento han constatado en las diferentes muestras, exposiciones, ferias... han sido, cuantitativa y cualitativamente, aquellas que de una manera u otra han recogido las exigencias contenidas en la cita anterior de Jean Baudrillard. Desde nuestro punto de vista, y objeto privilegiado de consideración en estas páginas, nos referiremos, ya sea de manera más purista o heterodoxa, a instalaciones, *performances*, aunque también al video-arte.

⁷ Nancy, J. L., *La partición de las artes*, Pre-textos, Valencia, 2013, p. 312.

Además de en la sugerente presentación ya en relación *ars-techné-técnica*, resuena en la concepción del objetual de Nancy el existencial heideggeriano; por ello, también, entiende que el lenguaje engalanaría la tecnicidad misma, "exactamente en el lugar donde las artes confluyen en la medida en que las artes se dividen y en la medida en que ellas dividen a la poesía". (p. 145)

⁸ Danto, A., *Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde la historia*, Barcelona, Paidós, 1999. Véase al respecto la introducción pp. 25-42. En particular en la pág. 32, se puede leer: "Entonces así como «moderno» simplemente ha llegado a denotar un estilo y un período, y no tan simplemente un arte reciente, «contemporáneo» ha llegado a designar algo más que simplemente el arte del momento presente."

⁹ Baudrillard, J., *La ilusión y la desilusión estéticas*, Caracas, Monte Ávila., 1997, p. 25.

En todas ellas, y al margen de sus innegables diferencias, hay unos elementos, procesos, componentes, y problemas, que funcionan casi que a modo de constantes. Uno de los elementos que con mayor distancia separa a estas prácticas contemporáneas de otras más “clásicas” es el cambio que las primeras introducen en las relaciones que se generan entre el espectador —y no tanto el público, como veremos un poco más adelante— y aquellas condiciones a priori de la sensibilidad kantiana, espacio y tiempo, ahora problematizadas si quiera tan solo por el contexto globalizado en el que se insertan. Así como el espectador, así también es privilegiado el proceso y las condiciones del trabajo artístico sobre el resultado final. Las nuevas prácticas y estrategias ponen en cuestión la actividad artística orientada a la producción de objetos para centrarse, en su lugar, en los procesos y las condiciones de la obra.

Estas prácticas artísticas ni se presentan ni funcionan ya como una pintura, una escultura o una fotografía, es decir, no son ya, en sentido estético, como objetos dentro de un *mundo*. Por el contrario, propician y realizan situaciones, circunstancias, y en la medida en que no son “obras cerradas” permiten ser apreciados como eventos que, cuestionando la noción de la obra acabada y autónoma, permiten al espectador, pero también a la obra, ir *abriendo* su significación a otros *universos*.¹⁰

Así la *performance* y la instalación, en tanto que actividad y formas también, aunque no solo, de interacción permiten que el espectador se vincule a algunos de esos universos que pueblan el mundo contemporáneo. Esta comunicación no solo le permite ir más allá del plano objetual o instrumental sino que, sobre la base de esa relación comunicativa, le permite situarse, por decirlo con Geertz, *en el plano semiótico*, más allá de la comunicación como código descifrado y mucho más próximo a la consideración de los distintos signos como parte de un idioma a interpretar, como un modo de pensar.¹¹

Video-arte, *performances* e instalaciones suben a escena la eventualidad sobre la objetualidad. Se definen, negativamente pues y de una manera muy clara, frente a los lenguajes artísticos más clásicos y modernos, y en definitiva a todas aquellas artes que se acercan o se encuentran próximas de una manera u otra a la condición mimética, clara y casi necesariamente estática. La imagen pictográfica y también fotográfica quedó atrás: no cabe ya la consigna de hacer permanente lo cambiante, necesario lo contingente y menos aún, como algunas reapropiaciones más nominales que reales de lo romántico apelando a lo sublime, algo hoy ya casi tan periclitado como la belleza. Frente al mandato de detener el instante emerge la necesidad de que este instante devenga aunque ya solo pueda ser como instante.

Pero estas prácticas artísticas saben de la historia reciente de la imagen, y de su juego a resistirse a la inevitable futilidad de su materialidad. El tiempo es su aliado, pues con él se hace especialmente evanescente. Pero, por otra parte, se caracterizan también por construir un espacio a partir de instantes fugazmente detenidos en la conciencia. Imágenes, que, sin renunciar a lo sensible, enfatizan el plano conceptual, aunando así decididamente la experiencia perceptiva con la reflexiva y propiciando un juicio estético acorde a los valores estéticos y plásticos, pero también culturales y ético-políticos, de la obra. Ahora bien, la

¹⁰ No nos detenemos más ahora en esta cuestión, que requeriría, para su adecuada comprensión, del análisis pormenorizado de alguna instalación, pero no nos resistimos a indicar una vía de investigación: la distinción de Wittgenstein entre *mundo* y *universo*, y que juega en los mismos terrenos que la que establece entre decir y mostrar, significado y sentido, ... ilustra a la perfección tanto la dilatación de la experiencia artística como experiencia estética, y viceversa, cuanto la apertura de la obra y la ineludible participación del espectador.

¹¹ Geertz, C., “El arte como sistema cultural”, en *Conocimiento local. Ensayo sobre la interpretación de las culturas*, Barcelona, Paidós, 1994, pp. 117-146.

obra, como el sujeto que la considera, está afectada por la fragmentación que acompaña a lo contemporáneo y a lo postmoderno. Fragmentación y fugacidad: la imagen adviene y se desvanece, no guarda ya más rastro que el de los efectos colaterales culturales, afectivos, etc. La propia experiencia deja en nosotros ese rastro desde donde reconocer el potencial de autores/espectadores, el potencial de participación, comunicación y construcción del relato desde esas imágenes salvadas.

Es innegable que este tiempo se presenta en la veloz proliferación de imágenes con que se manifiesta la fragmentación del mundo y de su experiencia. Todo ello ha conducido a una innegable saturación en todos los órdenes. La imagen que circula incesante y simultáneamente en este mundo massmediático expresa la pérdida de una referencialidad clara tanto en su significado (descentramiento) en su espacio (desterritorialización) en su condición (globalización) como en su devenir temporal (deshistoriación)¹²...

Pero también la imagen pierde el potencial recuperativo, nemotécnico —salvífico por monumental, sugería Baudelaire— de la imagen. Algo que, sin embargo, performance e instalación quieren recuperar *con* y *como* estrategias discursivas visuales.

Este, el de las imágenes, es ahora el suelo de nuestro mundo, y en el horizonte la cada vez más necesaria reflexión sobre las prácticas artísticas que responden y dialogan con esta tierra de imágenes. La construcción que se pretenda ha de estar apoyada en los juicios conceptuales, coherentes con los valores estéticos de la obra y su calidad plástica, pero no debe prescindir del mismo carácter fragmentario que afecta también a los preceptos estéticos, artísticos y culturales. Ellos se traman con la obra y obligan a visualizar cualquier propuesta creativa dentro de un sistema polivalente, marcado por los ritmos que oscilan entre el momento de producción y los diferentes estadios en que el espectador/público interactúa con ella gracias a unas materializaciones técnicas que dispone la apariencia para la experiencia estética, para que en ella no pase inadvertida los detalles, los bordes los márgenes, aunando *artécticamente* la diversidad.

Efectivamente el respaldo técnico del proceso efectivo tanto de las performances como de las instalaciones propicia un incontestable *parecido de familia* con el video-arte, tan solo sea porque este último constituye en no pocas ocasiones el respaldo que certifica la existencia de esa *performance* o esa instalación ya inexistente cuando adquiere pleno sentido ese respaldo videográfico. Así es, el video arte ofrecía distintas posibilidades creativas por su continua renovación tecnológica, y, salvando las distancias, como la fotografía en su días modernos, ahora el video-arte ofrece una versatilidad y manejabilidad que abrían nuevos caminos para la creación artística contemporánea. El recorrido deja constancia del cambio acaecido: el paso de aquellos iniciales videos de la pasada década de los setenta, muy descriptivos en donde se potenciaban los rasgos espaciales, al video-arte actual caracterizado por una clara función crítica respecto al papel de la percepción del público en la obra.

Las imágenes en el video-arte, ahora como parte de la instalación, se muestran — alternando, mezclando, repitiendo, secuenciando, etc.— evitando ser consumidas como percepciones; ahora en un espacio cerrado, es el público el que con su actitud acabaría por determinarlas. El video-arte “abrió”, contribuyó a hacer efectiva la apertura de la obra de arte¹³. Las décadas posteriores no hicieron sino confirmar esa línea de evolución y

¹² Casi como anticipando los *tempos futuros* del tiempo, Prigogine, I., y Pahaut, S., publicaron en la tan añorada como memorable revista *El Paseante* (Otoño, nº4, de 1986) “Redescubrir el tiempo” (pp. 8-17).

¹³ Eco, U., *La definición del arte*, Barcelona, Destino, 2002. Véase al respecto especialmente las páginas 161-68 “El problema de la obra abierta”

experimentación e implicación del espectador que, sin dejar de ser tal, es ahora determinante en el significado final tras el encuentro con la obra. También en esta línea nos alejamos de la concepción y noción de creación como algo estático, y por tanto casi exclusivamente contemplativo. Pues la sola presencia de cada espectador, con sus reacciones y movimientos, con su atención y distracción conferirían a instalaciones y *performances* diferentes significados y mensajes.

Basta con pensarnos como espectadores en las propuestas de Alfredo Jaar, Marina Abramovic o Bill Viola para acotar el conjunto de cambios y modificaciones que se producen en obras de esta naturaleza tienen en el tiempo un referente *principal*. En estos casos el espectador se encuentra en un tiempo interno o propio de la obra que contrasta con el tiempo interno propio. Cuando introducimos el elemento del vídeo-arte o del respaldo videográfico de la obra, nos encontramos, además de con la experiencia del video-arte, junto al tiempo externo, no-eventual, con el tiempo social o experiencial. Aparece, pues, otro tiempo, el tiempo del soporte técnico que propicia la activación del resto de tiempos indicados, es el tiempo como *duración* de la obra.

Esta experiencia del tiempo no es ajena a la del espacio. La complejidad del tiempo condicionará al espacio, haciéndolo más complejo pero también, aunque no siempre, enriqueciéndolo. Vayamos ahora a ello.

La ciencia, desde el pasado siglo, ha contribuido a destronar la idea de un tiempo absoluto; especialmente en las manifestaciones artísticas que analizamos el tiempo es un tiempo relativo al espectador y en particular a su percepción¹⁴. Es el tiempo asociado a la experiencia, es decir, el tiempo como *duración*, en el sentido que desde Bergson se aplica a esta concepción y que problematiza y enriquece la consideración de las propuestas artísticas que analizamos.

Son por tanto tres los elementos que entran en juego en esa duración de la experiencia (tiempo): movimiento (del espectador), evento y cuerpo. Comenzaremos por considerar ahora las relaciones entre el movimiento del espectador —espectador de la obra—, el tiempo —la duración de la experiencia—, el evento —la acción no esperada— y el cuerpo del espectador que interfiere en la instalación pero que también interfiere a/en los otros cuerpos-públicos en una *performance* de muy diferente modo e intencionalidad. Tiempo, movimiento, evento y cuerpo no están solamente ligados por correspondencias biunívocas, sino por combinaciones múltiples e imprevistas, no programadas, rizomáticas, en la propuesta de Deleuze y Guattari.¹⁵

¹⁴ Prigogine I., y Pahaut, S., op. cit., 1986.

¹⁵ Deleuze, G., y Guattari, F., *Rizoma*, Valencia, Pre-textos, 1977, págs. 16-31. La idea de expansión o propagación como virus contagioso (*rizoma*) es una buena imagen conceptual para ilustrar el modo múltiple de interacción continua entre los elementos indicados: tiempo, movimiento, evento y cuerpo. Ello se aclara aun más si consideramos, aunque solo sea sumariamente, los principios que los autores proponen al respecto:

1º y 2º –*Principios de conexión y heterogeneidad*. Cualquier elemento de los cuatro indicados, además de cualquier otro, puede ser susceptible de ser conectado con cualquier otro.

3º –*Principio de multiplicidad*. Sólo aquello que sea susceptible de ser multiplicado, esto es, de no quedar encerrado en su estaticidad, puede llegar a tener el carácter de entidad propia.

4º –*Principio de ruptura asignificante*. Cualquier propuesta puede distribuir los elementos anteriores como quiera sin que ello suponga un menoscabo para la configuración de la obra.

5º y 6º –*Principio de cartografía y calcomanía*. Ninguna combinación d estos elementos en referencia a una instalación o *performance* puede ser entendido como manifestación de una estructura profunda que asegure la fidelidad y fiabilidad de la obra en cuestión.

Repárese en que el tiempo es percibido no solo como un tiempo endógeno del espectador sino sobre todo por el tiempo configurado desde los otros elementos. También, pues, el tiempo de otros cuerpos, que participan en la acción artística, en la que también participa o/y asiste. Pero igualmente, como el tiempo presente en el momento de la percepción, indisoluble del tiempo pasado, de la memoria o el recuerdo de los movimientos de sus cuerpos durante esa duración.

De este modo, instalación y *performance* nos hacen expósitos a un haz de tiempos rizomáticos que afectan a un cuerpo, de la misma naturaleza, y que cataliza una experiencia no programada. En este sentido lo que nos encontramos en la experiencia es un tiempo múltiple que pone en relación —en duración— la conciencia de esa experiencia junto a la memoria de cada uno de los elementos. Si en esas instalaciones o performances contamos con elementos de video-arte, entonces tendremos que considerar una inevitable multiplicación de tiempos en el tiempo actual de la experiencia. Es esta situación la que Deleuze pretende iluminar cuando se refiere al concepto de *montaje* como ese modo específico de mostrar la relación existente entre el espacio y el tiempo. En tanto que montaje este no es resuelto tanto por el autor como por el espectador que es quien realmente tiene conciencia de todos los tiempos, de la complejidad de la duración. Sería muy torpe, y pobre, reducir el papel de esa conciencia expectante a la función perceptiva de la obra; muy al contrario, el espectador es su efectivo productor. Pero para ello es necesario el concurso del espacio que introduce diferencias significativas, tantas al menos como las que pueden establecerse entre las *performances* y su registro; entre asistir y registrar parte de un concierto y el registro del mismo, hay un abismo.

El espacio de instalaciones y performances potencia al máximo las características de las propuestas que expresan. En tanto que espacio artificial, es un artefacto intencionalmente ideado por el hombre para el artificio; pero como espacio simulado pretende representar lo que no es más que la puesta en presencia de su simulacro. Es también un espacio simbólico porque está todo él formado por diferentes elementos de carácter icónico, señalético, simbólico y, finalmente, un espacio representacional en la medida en que está construido mediante la manifestación de objetos e imágenes.¹⁶

El espacio de la instalación, de la performance es un bloque, una obra de arte. Como sugieren Deleuze y Guattari: “un bloque de sensaciones, es decir un compuesto de preceptos y afectos”.¹⁷

El espacio renueva la significación en su misma eventualidad, porque obliga al espectador a operar desde una duración, al menos espacialmente, diferente. El espacio aquí es siempre un espacio de relaciones entre las imágenes perceptivas y mentales, e incluso virtuales, entre el espectador y el autor. Un espacio que contiene imágenes y objetos, conceptos y emociones, palabras por pronunciar, y cuerpos durando.

¹⁶ De manera paradigmática ello puede apreciarse, y además con un potencial narrativo incuestionable, en *Lost in transition*, de Cabello y Carceller en la Galería 6 del Instituto Valenciano de Arte Moderno (IVAM). Este poema performativo, como ellas lo denominan, redefine la función del espacio como espacio de un lugar a otro... de escalera a espacio construido como tránsito y variación.

¹⁷ Deleuze, G., y Guattari, F., *¿Qué es la filosofía?*, Barcelona, Anagrama 1994, pp. 164-65: “Los preceptos ya no son percepciones, son independientes de un estado de quienes los experimentan; los afectos ya no son sentimientos o afecciones, desbordan la fuerza de aquellos que pasan por ellos. (...) La obra de arte es un ser de sensación, y nada más: existe en sí”. En las pp. 167-68 añaden: “Se pinta, se esculpe, se compone, se escribe con sensaciones. Se pintan, se esculpen, se componen, se escriben sensaciones. (...)”. Por este motivo quien sólo es pintor también es algo más que pintor, porque “hace que surja ante nosotros, sobresaliendo del lienzo fijo”, no la similitud, sino la sensación pura “de la flor torturada, del paisaje lacerado por el sable, arado y prensado”, devolviendo “el agua de la pintura a la naturaleza”.

La determinación significativamente experiencial de esa coincidencia espacio temporal es, desde el punto de vista del tiempo, el *evento* y desde el punto de vista del espacio el *entorno*. Evento y entorno son los dos modos en que el espectador se distancia y aleja del espacio y tiempo ordinario para sumergirse en el propuesto por la acción artística. Si el evento es lo dado *por* y *en* la experiencia, el espacio no sería él mismo evento; sí lo es, lo es en virtud de la experiencia del espectador que lo integra como parte del evento.

De esta manera se entiende la insistencia bergsoniana —que retomará posteriormente Deleuze también— en considerar que el espacio, los objetos, los cuerpos y acciones son concebidos como “imágenes en movimiento” pues es de esa forma como se presentan ante el espectador: actuando... Por utilizar la fórmula de Deleuze nos encontramos con un “tiempo que pasa a medida que se desarrolla”.¹⁸

Y se desarrolla porque somos conscientes de que el espectador es definitivamente el que tiene la última palabra, no por ello la más importante sin embargo, aunque sí la última. Ahora bien hay espectadores, especialmente los que se diluyen como público, que no aceptarán este papel, de ahí que algunas instalaciones y *performances* fuerzan a tener que tomar partido. Las estrategias de estas nuevas prácticas artísticas acaban finalmente remitiendo al espectador, instándole incluso incómodamente a mirar, a recordar, a reflexionar, ya sea de manera más contundente como en general lo hace Marina Abramovic, o más suave y sugestivamente como el de Bill Viola, o sirviéndose de ambos o alternándolos como Alfredo Jaar,... El artista conoce la lección peripatética: nada hay en la conciencia que no hay pasado antes por la pupila, pero en la actualidad sabe además que si no logran llegar más allá entonces códigos, condiciones y concesiones quedarán encerrados, desactivados, como el artefacto mismo a la espera de un mirar que esté dispuesto a afrontar y decidir. El espectador, en definitiva, tiene que vérselas con sus experiencias hechas imágenes y con sus imágenes hechas experiencias. La neurología confirma la acertada intuición aristotélica respecto a los sentidos. De todos ellos, la vista es el canal sensorial informativamente más relevante para el hombre, no solo fisiológicamente es el mayor del córtex, sino que es el más estimulado en el actual mundo de imágenes.

La experiencia estética que se pretende con la instalación, y en definitiva con todo arte, no es la de ser solo una experiencia, sino la de ser una experiencia distintiva, por ello la instalación como la *performance* propician ya de entrada un acceso distinto al mundo de lo sensible. En esa diferencia se juega la autenticidad de esa experiencia estética como una experiencia más densa, que requiere no solo de la percepción sino del análisis y reflexión, y que nos demanda una espera y acogimiento para una experiencia más intensa pues esta experiencia puede estar ideada para sobrecargar la obra con *connotaciones* y *emociones*.

El espectador se ejercita como autor cuando se dispone a recoger esos hilos que deja por ejemplo Jaar en la *The sound of silent* o *Venezia, Venezia*. Puede decirse que en ese momento sitúa su libertad estética para vincular la densidad de lo sensible con la discursividad de lo racional. También aquí, como ya entonces Kant alertara, las facultades más diferentes juegan a coincidir en el reconocimiento del impulso poético que descubren en la reorganización de la naturaleza que hace el autor. El espectador, en su libre juego de la imaginación estética, acoge y asiste a las intuiciones emotivas y conceptuales que presuponen ya esa libertad a la espera. La función activa del espectador está sin duda en su *mirada*, pero también en el conjunto de intuiciones, reflexiones y acciones que despliega sobre la obra de arte; y ello, nos obliga a considerar todas las *mediaciones contextuales*¹⁹

¹⁸ Deleuze, G., *La imagen-movimiento. Estudios sobre cine*, Barcelona, Paidós, 1992, p. 14, y también 16-18.

¹⁹ Marchan Fiz, S., *La estética en la cultura moderna*, Barcelona, Gustavo Gili, 1977, p. 93-94. Tal y como se

del fenómeno, es decir, de la manera más amplia posible. De ese modo, la obra se *abre* y teje en interacción con el espectador; propiciando así la transformación de la obra desde su condición ontológica hasta su condición comunicativa y cultural.

Eso ocurre con instalaciones y performances. El catálogo amplísimo de ejemplos forma parte de esa iconosfera actual en donde también se aprecian los vaivenes de lo contemporáneo, en donde los espacios y redes sociales van ganándole el terreno a la televisión, como esta lo hizo antes con el cine. Hoy más que nunca estamos atravesados por las imágenes, por los poderes de la imagen: los discursos visuales en esa *ars combinatoria* de palabras, sonidos, y movimiento, nos influyen, nos hacen pensar, nos emocionan, nos conmueven..., incluso juegan a redimir en el arte las imágenes lastimadas de la vida; a hacer efectiva una justicia poética y visual.

Ahora bien todo ello implica que para su supervivencia, estas prácticas artísticas, más allá de los meros gestos o artificios hueros, deben superar lo establecido, y periclitado, instaurando nuevas formas no solo de percepción, expresión, emoción, comunicación, interacción sino también de interlocución, que inevitablemente afectan a nuestras experiencias estéticas. De otra manera asistiremos a un espectáculo bien distinto: “el arte contemporáneo quema su último cartucho en una dilatada desaparición en la que pretende recuperar el poder de lo fascinante y lo que en realidad ocurre es que los gestos quedan presos de la comedia de la obscenidad y la pornografía.”²⁰

Instalaciones y performances nos involucran pues desde su percepción misma; no cabe ya separar la implicación de la explicación, y también viceversa.

Lamiendo

Es hora de ir cerrando el periplo, y para ello nada mejor que preguntarse sobre esas instalaciones y performances ahora a la luz de la ambivalencia indicada al comienzo de estas páginas sobre lo postmoderno en el contexto de la práctica artística contemporánea. Esta nueva manera de gestionar el potencial de las imágenes y el propio discurso visual ¿formaría parte y contribuiría a culminar el proyecto moderno?, o bien, ¿es necesario entender que ese proyecto está ya acabado, o desplazado/concluido y que estas prácticas son en sentido pleno postmodernas en tanto que expresan, como hemos sugerido, por un lado, una nueva estructuración espacio temporal, también del hecho artístico²¹ —que considera al menos parcialmente los rasgos de lo postmoderno— y, por otro, una nueva respuesta ante el mismo por un espectador mucho más activo y copartícipe en un contexto de consumo, afín a la superación del capitalismo e industrialización clásica, y con una presencia casi omnimoda de los *media*?²²

puede apreciar allí, el autor se refiere a “mediación” como el proceso estructurante que aúna al artista, el objeto estético, el espectador y la realidad, considerados en interacción.

Las instalaciones y performances, por una lado, han subrayado y potenciado esa interacción haciéndola múltiple y recíproca; pero, por otro, han matizado o minimizado el carácter estructurante al recoger el carácter rizomático al que ya nos referimos de la creación.

²⁰ Castro, F., *Mierda y catástrofe. Síndromes culturales del arte contemporáneo*, Madrid, Fórcola, 2014, p. 67.

²¹ Afín a lo indicado en la nota anterior, sobre esta cuestión véase también Giddens, A., *Consecuencias de la modernidad*, Madrid, Alianza, 1999. En la pág. p. 28, se puede leer: “El dinamismo de la modernidad deriva de la separación del tiempo y el espacio y de su recombinación de tal manera que permita una precisa «regionalización» de vida social; del desanclaje de los sistemas sociales (un fenómeno que conecta estrechamente con los factores involucrados en la separación del tiempo y el espacio); y del reflexivo ordenamiento y reordenamiento de las relaciones sociales, a la luz de las continuas incorporaciones desconocimiento que afectan las acciones de los individuos y los grupos.” En las páginas sucesivas Giddens se detiene en el análisis de esa ordenación espacio-temporal.

²² Jameson, F., *Teoría de la posmodernidad*, Madrid, Trotta, 1996, p. 25.

Lo que sí parece ser una postura común es el reconocimiento de unas transformaciones capitales, algunas ya indicadas, en todos los ámbitos de la cultura, tanto de las letras y artes como de las ciencias y de las tecnologías, que han redundado primero en la puesta en cuestión, relativización, e incluso crisis, de las *vacas sagradas* de la modernidad en todos esos mismos ámbitos y, muy en especial, también en los reductos más sagrados de la filosofía, y después, en la consolidación de un “estilo postmoderno”. Este ha quebrado “un proceso continuo y sin límite de emancipación de lo externo, de liberación de cualquier tipo de convención o pauta extrínseca a la realización de la obra misma (...). Nada volvería a ser igual en el arte”.²³

El estilo postmoderno, en vez de continuar la línea moderna de la originalidad, cuando no la novedad, apuesta por la apropiación y reelaboración de lo ya hecho mediante el *pastiche*²⁴, la *cita*²⁵, o sea, mediante la eliminación de fronteras entre la cultura superior — que sigue disfrutando y signando *su* cultura con el disfrute en el reconocimiento de la cita— y la cultura popular —que atienden en la misma obra más a la vertiente lúdica—. La hibridación entre ambas y el desdibujamiento de cada una de las culturas aúna lo masivo con lo selecto, lo popular y lo culto, como espléndidamente han indicado entre otros Néstor García Canclini, Frederic Jameson y Matei Calinescu²⁶. Las imágenes de la confusión son inevitables.

Esta pluralidad estilística es defendida por Danto como un rasgo incuestionable del arte contemporáneo —la falta de una dirección narrativa le parece justificación suficiente para optar por la denominación de arte posthistórico en vez de postmoderno²⁷—. Ahora bien,

Para Jameson la posmodernidad, que fecha en Estados Unidos a principios de los cincuenta y, una década más tarde en Europa, designa un nuevo periodo caracterizado por un nuevo orden económico y social, postindustrial, que se apoyará en una sociedad del consumo y de los medios de comunicación. Véase también en este sentido del mismo autor: “Posmodernismo y sociedad de consumo”, en *La posmodernidad*, Barcelona, Kairós, 1986.

²³ Jiménez, J., *Op. cit.*, p. 18.

²⁴ Jameson, *Op. cit.*, 1986, pág. 168. El *pastiche*, rasgo característico del posmodernismo, es: “la imitación, o mejor aún, la mímica de otros estilos y en particular de los amaneramientos y retorcimientos estilísticos de otros estilos”.

²⁵ Uno de los referentes paradigmáticos de este uso de la cita es sin duda *El nombre de la Rosa* de Umberto Eco, que aunque erudita llega a ser best-seller de la cultura popular.

²⁶ García Canclini, N., *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Barcelona, Paidós, 2001, pp. 14 y ss. Allí, señala como motores capitales de esa hibridación razones de tipo cultural (el intercambio), económico (la globalización) y comunicativo (mass-media).

Jameson, F., *Op. cit.*, Barcelona, Kairós, 1986. Por su parte Jameson coincide con García Canclini en la disolución de perfiles identitarios entre la cultura superior y popular a partir del recurso a la cita en este caso incluyendo los temas popular dentro de lo culto ya sin rubor.

Calinescu, M., *Cinco caras de la modernidad*, Madrid, Tecnos, 1991. La arquitectura postmoderna lleva a cabo la misma función de borrado de diferencias estilísticas al recuperar elementos que definían a una arquitectura anterior —gusto por lo decorativo, las formas intrincadas o difíciles y el trabajo sobre superficies—, aunque por otro lado insiste en romper con otros elementos del pasado (austeridad, uniformidad, monotonía incluso cromática). En un solo estilo se hibridan, pues, elementos bien diferentes.

²⁷ Danto, A., *Después del fin del arte*, Barcelona, Paidós, 1999. Por su parte, Danto entiende que los rasgos con los que se ha ido caracterizando la postmodernidad le confiere más un sentido estilístico que temporal, pues lo “postmoderno” surge como una propuesta que quiere aclarar las confusiones que acompañan al uso del término “contemporáneo”. Para él tanto la nostalgia como la ironía serán dos rasgos característicos de una posmodernidad que aun considera vigente en la media en que siguen acompañando, estilísticamente, a la postmodernidad.

De este modo se revelan los perfiles estilísticos de lo moderno y lo contemporáneo distinguiéndose, así, de su mero significado temporal, pero abundando en el carácter “reciente” de lo «contemporáneo», frente a lo moderno, aunque obviamente designa más que simplemente el arte del momento presente. Danto alerta ante la confusión por solapamiento entre “contemporáneo” y “posmoderno”, a pesar de que el primero sea más general —“un estilo de utilizar estilos”, pág. 32—, y el segundo mucho más concreto, pues alude a uno solo de esos estilos contemporáneos, precisamente, el posmoderno.

entendemos que lo determinante no es tanto la falta de dirección narrativa, sino el hecho de que sea solo una, que haya una dirección (principal, única, esencial, etc.) narrativa. Este paso de la única versión (*uni-versum*) a la multiplicidad de versiones (*multi-versum*) es a nuestro juicio lo determinante, y lo coherente con esa concepción y condición abierta de la obra que es tan característica de las prácticas artísticas que estamos considerando. Así, por ejemplo, la instalación de Alfredo Jaar *Venezia, Venezia* (2013) se despliega técnicamente entre el hundimiento del mundo y su re-emergencia de la mano del arte. La entrada al pabellón chileno de la Bienal veneciana era ya toda una declaración de principio: una imagen fotográfica. La de Lucio Fontana, en 1946, de pie, todo un símbolo, sobre las ruinas de su estudio destruido por los bombardeos de la Segunda Guerra Mundial²⁸. En esta propuesta como en muchas otras (Bill Viola, Marina Abramovic,...) el punto de mira apunta hacia la irrepetible individualidad fenoménica de los objetos y su entorno y, por extensión, subraya también la irreductible epifanía que también nos constituye a nosotros en esa relación, elegida por cada uno, pero que la instalación propicia.

Parece incuestionable que en aquel giro —de renovación— de la estética al que nos referíamos antes, las prácticas artísticas emergentes han tenido su influencia, y viceversa, y consecuentemente, tal y como reconoce Jean Marie Schaeffer se ha producido una *toma de conciencia sobre la imposibilidad de reducir la dimensión estética a la dimensión artística*.²⁹

El debate sobre lo postmoderno y contemporáneo no está cerrado, pero en este ínterin se ha podido apreciar algo más cómo estas prácticas artísticas no solo se han hecho eco de la nueva configuración, sino que además han contribuido a poner de manifiesto la riqueza y complejidad de experiencia estética y creación artística en tanto que constitutivas de una estructura relacional común. Junto a la idea de la dimensión estética como algo objetual e individual se reivindica su ahora también una voluntad relacional que va mucho más allá de la mera capacidad representativa.

El potencial relacional de estas obras, frente a su limitada y efímera capacidad representativa, permite apreciar su enorme dimensión visibilizadora, reconfiguradora y reactualizadora del mundo presente a través del fecundo entramado de universos — wittgensteinianos— que es capaz de generar.

Coherentemente, que esa trama, ese encuentro, sea más o menos fecundo, o/y duradero, dependerá de la capacidad de la obra para impregnar la trama individual y social, para transformar el mundo desde ese universo creativo. Pero también, sin duda, del concurso imprescindible, como se ha venido apreciando, de un nuevo espectador:

Tal vez sean estas las claves del nuevo espectador: que se abre a la escucha de la obra porque la lee. De este modo aprender a mirar se entiende como un aprender a leer.³⁰

²⁸ Tras la imagen de Fontana, más adelante Jaar dispone un puente “material y mental”, que conduce al espectador ante un espejo-laguna de agua de la que cada tres minutos emerge una réplica de los *Giardini*, con los veintiocho pabellones nacionales. Una imagen del hundimiento pero también de una segura emergencia desde el arte.

²⁹ Schaeffer, J. M., *Adiós a la estética*, Madrid, Antonio Machado Libros, 2005, p. 14. En las siguientes tres páginas el autor insiste tanto en romper la exclusividad —e indistinción— entre la experiencia estética y artística cuanto en insistir en la distancia existente entre la experiencia estética, los objetos de estudio de la estética en tanto que disciplina filosófica (juicio estético, que no es sinónimo de valoración estética) y las obras del arte (lenguaje artístico).

³⁰ Cereceda, M., *Problemas del arte contemporáneo*. *Curso de Filosofía del arte en 15 lecciones*, Murcia, Cendeac, 2006, p. 277.

Concluimos en gerundio, lamiendo: seguir indagando sobre los aspectos visuales de la cultura, sobre los regímenes de visibilidad, sobre las tecnologías con las que miramos —y nos miramos—, y también sobre la experiencia del mirar... Reflexionando sobre nuestra relación con la cultura visual, las relaciones implicadas entre estas obras, nuestros saberes y sensibilidades, y cómo todo ello se abre a un ordenamiento o/y “desordenamiento” de lo visible... Acometiendo la legibilidad emotiva y conceptual de las imágenes y los discursos visuales.

Cuando uno se expone a *The sound of silence* de Alfredo Jaar entiende el manido dictum: no hay que confundir *mirar con ver*. Pero puede añadir además: ni con *comprender*... Como declaraba recientemente el propio artista:

El arte no consiste en hacer cosas. ¡Hemos de dejar de producir objetos! El arte es pensar. Un 99% pensar y un 1% hacer.³¹

En esa infinidad de imágenes, como siempre ha ocurrido, no todas dan ni dicen lo mismo; pero, como nunca, ha habido tan diferentes formas de mirar. La instalación y la *performance* han contribuido también a cambiar nuestra forma de mirar y reflexionar sobre la imagen y sus relaciones, pero también a sugerirnos una constante re-alfabetización visual: imagen, espacio, tiempo,... que lo sigan haciendo depende de que continuemos transitándolos con la *mayoría de edad* del espectador, y también como una forma de lamer las heridas de una imaginación lastimada.

Bibliografía

- Baudrillard, Jean, *La ilusión y la desilusión estéticas*, Caracas, Monte Ávila, 1997.
- Bourdieu, Pierre, *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid, Taurus, 1998.
- Bourriaud, Nicolas, *Estética relacional*, Buenos Aires, Adriana Hidalgo, 2006.
- Calabrese, Omar, *La era neobarroca*, Madrid, Cátedra, 1994.
- Călinescu, Matei, *Cinco caras de la modernidad*, Madrid, Técnos, 1991.
- Castro, Fernando, *Mierda y catástrofe. Síndromes culturales del arte contemporáneo*, Madrid, Fórcola, 2014.
- Cereceda, Miguel, *Problemas del arte contemporáneo@. Curso de Filosofía del arte en 15 lecciones*, Murcia, Cendeac, 2006, p. 277.
- Danto, Arthur C., *Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde de la historia*, Barcelona, Paidós, 1999.
- Danto, Arthur C., *Qué es el arte*. Buenos Aires, Paidós, 2013.
- Deleuze, Gilles, *La imagen-movimiento. Estudios sobre cine*, Barcelona, Paidós, 1992.
- Deleuze, Gilles; Guattari, Félix, *¿Qué es la filosofía?*, Barcelona, Anagrama, 1994.
- Deleuze, Gilles; Guattari, Félix, *Rizoma*, Valencia, Pre-textos, 1977.

³¹ *El Punt Avui*, Barcelona., viernes 3 de junio 2016, p. 45.

- Eco, Umberto, *La definición del arte*, Barcelona, Destino, 2002.
- García Canclini, Néstor, *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Barcelona, Paidós, 2001.
- Geertz, Clifford, “El arte como sistema cultural”, en *Conocimiento local. Ensayo sobre la interpretación de las culturas*, Barcelona, Paidós, 1994, pp. 117-146.
- Giddens, Anthony, *Consecuencias de la modernidad*, Madrid, Alianza, 1999.
- Jameson, Fredric, “Posmodernismo y sociedad de consumo”, en *La posmodernidad*, Barcelona, Kairós, 1986.
- Jameson, Fredric, *Teoría de la posmodernidad*, Madrid, Trotta, 1996.
- Jiménez, José, *Crítica en acto*. Barcelona, Galaxia Gutemberg - Círculo de lectores, 2014.
- Liotard, Jean-François, *La condición postmoderna. Informe sobre el saber*. Madrid, Cátedra. 1984.
- Marchan Fiz, Simón, *La estética en la cultura moderna*, Barcelona, Gustavo Gili, 1977.
- Nancy, Jean-Luc, *La partición de las artes*, Pre-textos, Valencia, 2013.
- Schaeffer, Jean-Marie, *Adiós a la estética*, Madrid, Antonio Machado Libros, 2005.

Vigencia de las categorías de la Retórica en la cultura audiovisual*

The validity of Rhetorical categories in audiovisual culture

Rosa María NAVARRO ROMERO y Juan Carlos GÓMEZ ALONSO

Universidad Alfonso X - Universidad Autónoma de Madrid

DOI: <http://dx.doi.org/10.15366/bp2017.14>

Recibido: 15/11/2016

Aprobado: 30/01/2017

Resumen: Los ámbitos de la comunicación, la sociedad y el arte han evolucionado como consecuencia de los cambios culturales y del progreso de las nuevas tecnologías. Sin embargo, en la cultura audiovisual dominante hoy, la Retórica clásica sigue vigente y ha sabido adaptarse a los nuevos modelos de comunicación que integran elementos visuales, lingüísticos y acústicos que pueden ser analizados y entendidos a través de la Retórica Cultural.

Palabras clave: cultura audiovisual, Retórica Cultural, tropos, publicidad, discurso audiovisual

Abstract: Communication, Society, and Art evolve as a consequence of cultural change and new technologies' development. However, in current audiovisual mainstream Culture, Classical Rhetoric is still useful. It adapts itself to new communicative models incorporating visual, linguistic, and acoustic elements, which can be studied and understood through Cultural Rhetoric.

Keywords: Audiovisual Culture, Cultural Rhetoric, tropes, advertising, Audiovisual discourse

* Este trabajo es resultado de la investigación realizada en el proyecto METAPHORA (Referencia FFI2014-53391-P), proyecto de investigación financiado por la Secretaría de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación.

BAJO ALABRÉ, Revista de Filosofía y comunicación: persistencia y renovación del sistema retórico (La *rhetorica* II Época, Nº 14 (2017):83-94

Retórica y cultura audiovisual

La Retórica, definida como ciencia del discurso humano, que se ocupa de la construcción y pronunciación de discursos con la intencionalidad de influir persuasivamente en los oyentes, es una de las herencias más importantes que hemos recibido del mundo clásico. La Retórica como ciencia del texto, como ciencia del discurso que tiene en cuenta el texto retórico y el hecho retórico constituido por todos los elementos activos de la comunicación que afectan al discurso, al texto. Ciencia de la comunicación puesto que la textualidad y la comunicación se ha demostrado que están unidas. La Retórica, y no sólo la *rhetorica recepta*,¹ es un importante legado que después de estudiar los discursos del pasado ha propuesto preceptivamente nuevas formas para el discurso futuro en cada sociedad (como ha definido J. J. Murphy)² y se ha ido adaptando progresivamente y evolucionando de acuerdo a las distintas necesidades de las diferentes etapas históricas y evoluciones de la comunicación, aunque manteniendo vigente todo el sistema retórico. En este sentido planteamos que las nuevas formas audiovisuales de comunicación de la cultura actual se pueden analizar desde la Retórica Cultural, propuesta por Tomás Albaladejo, a través de la retórica visual. Para cumplir con el objetivo de la Retórica, que es persuadir y convencer a los oyentes o receptores, hay que tener en cuenta que este discurso (lingüístico, acústico e icónico al mismo tiempo) se debe adaptar al perfil cultural del receptor y de su sociedad.

La Retórica nos ha legado las operaciones retóricas del discurso: la operación previa a la construcción del discurso llamada *intellectio*, que se ocupa de tener en cuenta todos los factores previos a la construcción de un discurso y que tiene tanta importancia en el mundo actual audiovisual a la hora de configurar estos nuevos textos audio-lingüístico-icónicos de acuerdo a unos nuevos receptores que acceden a los mismos a través de canales muy diversos y en situaciones variadas. Y las operaciones de invención, disposición y verbalización del discurso, consideradas como constituyentes del discurso, junto a la memorización y pronunciación del discurso, operaciones no constituyentes del discurso que se encuentran integradas dentro de ese discurso en el mundo audiovisual por su propia esencia. Hay que tener en cuenta que tanto el hallazgo y organización de las ideas (*inventio* y *dispositio*) como la elaboración lingüística de los textos (*elocutio*), su exposición en público (*actio/pronuntiatio*) y hasta las técnicas de recordación o *memoria*, han ido evolucionando junto a cada nueva cultura y a unas nuevas formas y técnicas de comunicación. Se mantiene la misma finalidad persuasiva, se busca el mismo ideal de utilidad, aunque ello sea ante una cultura que condiciona esas operaciones retóricas, especialmente la operación retórica no constituyente de discurso retórico llamada *memoria*. El desarrollo en esta cultura audiovisual de una “memoria artificial” propicia esta cultura visual pedagógica y moralizante.³ Esa cultura visual, sostenida y alentada por las nuevas

¹ Albaladejo, T., “Textualidad y comunicación: persistencia y renovación del sistema retórico (La *rhetorica recepta* como base de la retórica moderna)” en: Antonio Ruiz Castellanos, Antonia Vñez Sánchez y Juan Sáez Durán (coords.), *Retórica y texto. III Encuentro Interdisciplinar sobre Retórica, Texto y Comunicación*, Universidad de Cádiz, 1998, pp. 3-14

² Murphy, James J., *A Synoptic History of Classical Rhetoric*, Davis, Hermagoras Press, 1983.

³ Hemos desarrollado el análisis de la operación de memoria, y de la memoria artificial en: Gómez Alonso, Juan Carlos, “Influencia de *memoria* y *actio* en la construcción del discurso retórico”, *The Canadian Journal of Rhetorical Studies*, 8, 1997, pp. 129-139. Gómez Alonso, Juan Carlos, “Retórica y Poética de los siglos XVI y XVII: la operación retórica de *memoria*”, *Edad de Oro*, XIX, 2000, pp. 121-130. Gómez Alonso, Juan Carlos, “Adaptaciones de la retórica eclesiástica: Fray Luis de Granada y Fray Diego Valadés”, *Temas de Retórica renacentista*, México, Universidad nacional autónoma de México, 2000, pp. 89-109. Gómez Alonso, Juan Carlos,

técnicas y las nuevas tecnologías, se integra en un marco de comunicación dialogístico estableciendo de esta manera un nuevo sistema sintáctico-semántico de comunicación a través de las imágenes, los sonidos y los elementos lingüísticos que los conforman. Frente al arte del lenguaje, propio de la Retórica, frente al poder razonador de la palabra, base del diálogo, la cultura actual se establece como integradora de estos esquemas en una cultura audiovisual, en una cultura de la imagen, en la que los elementos icónicos se presentan como las nuevas técnicas mixtas e híbridas de comunicación para el desarrollo del conocimiento y del trasvase desde la fuerza de la palabra hacia la fuerza de la imagen visual y del sonido, y en la interrelación de todas ellas.

El discurso audiovisual actual supone por igual una finalidad de cara al receptor de *docere, delectare y flectere*. Al igual que hiciera Horacio en su *Epístola a los Pisones*, se pone en el mismo nivel la dualidad que afecta a la autoría, pues es tan importante la capacidad natural para el ingenio, para concebir ideas y temas, como la técnica con la que se desarrolla. Tal vez se pueda pensar que lo que hoy se considera importante es la técnica (*ars*), pero consideramos que está al mismo nivel el ingenio natural (*ingenium*) de los creadores. Y lo mismo sucede con la dualidad que afecta al texto: ¿qué es más importante? ¿Qué destaca más, *res* o *verba*, el contenido o la forma? Aparentemente es la forma, pero somos conscientes de que solo es el vehículo para vender los contenidos, por lo que se establece de nuevo un equilibrio entre las tres dualidades, como sucediera con Horacio.

Los elementos sintácticos y semánticos (tanto intensionales como extensionales) llenan de contenido la constitución pragmática del mensaje audiovisual que, como hoy sucede con la Semiótica, propone y analiza la construcción de distintos signos, con sus propios códigos, en lo que hoy podemos analizar desde un análisis interdiscursivo como propone Tomás Albaladejo.⁴ La presencia en la cultura audiovisual de elementos lingüísticos y de elementos icónicos, unido a la referencialidad semántica de los mismos y a su carácter persuasivo, hacen del análisis de estos nuevos textos uno de los objetivos de estudio propios de la Retórica, como ciencia del discurso humano, y en especial de la Retórica Cultural.⁵

La retórica visual puede ser estudiada desde la Retórica Cultural⁶ y ello aportará resultados muy importantes para conocer el desarrollo de la Retórica en el momento actual y de la presencia de la Retórica en nuestro tiempo, así como de su evolución propiciada por esta relación. La retórica visual es capaz de narrar y persuadir a través de las imágenes. Por ello desarrolla un cuidadoso estudio de las composiciones lingüísticas e icónicas y mantiene una sensibilidad especial para el análisis del relato icónico consiguiendo comunicar al lector un mundo imaginario referencial, lleno de ensoñaciones, mediante la fuerza y

"La memoria artificial en la retórica actual: fray Diego Valadés como antecedente", Helena Beristáin y Gerardo Ramírez (compiladores). *La palabra florida. La tradición retórica indígena y novohispana*. México: Universidad Nacional Autónoma de México (Bitácora de Retórica nº 19), 2004, pp. 259-271.

⁴ Albaladejo, T., "Poética, Literatura Comparada y análisis interdiscursivo" *Acta Poetica*, 29, 2, 2008, pp. 245-275. Albaladejo, T., "Textualidad y comunicación: persistencia y renovación del sistema retórico (La *rhetorica recepta* como base de la retórica moderna)" en Ruiz Castellanos, A., Vázquez Sánchez, A. Sáez Durán, J. (coords.), *Retórica y texto. III Encuentro Interdisciplinar sobre Retórica, Texto y Comunicación*, Cádiz, Universidad de Cádiz, 1998, pp. 3-14.

⁵ Albaladejo, T., "Polyacroasis in Rhetorical Discourse", *The Canadian Journal of Rhetorical Studies / La Revue Canadienne d'Études Rhétoriques*, 9, 1998, pp. 155-167. Albaladejo, T., "La poliacroasis como componente de la comunicación retórica", *Tropelías. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 9-10, 1998-1999, pp. 5-20.

⁶ Albaladejo, T., "Retórica cultural, lenguaje retórico y lenguaje literario", *Tonos. Revista de Estudios Filológicos*, 25, 2013. Consultas en: https://www.um.es/tonosdigital/znum25/secciones/estudios-03-retorica_cultural.htm (última consulta, 15 de setiembre de 2016).

referencialidad de sus elementos icónicos. El semiólogo Umberto Eco, que entiende la retórica como una operación de componentes semánticos, al proceder al análisis de las imágenes publicitarias del siglo XX, en *La estructura ausente*, distingue cinco niveles de codificación:

- El nivel icónico o lugar de los códigos de conocimiento.
- El nivel iconográfico o terreno de los enunciados visuales y lugar del saber cultural icónico.
- El nivel tropológico, lugar donde aparece la retórica visual en forma de metáforas. Es en este nivel donde toda imagen adquiere un valor antonomástico en la medida en que el espécimen singular representa al propio género, tipo o especie.
- El nivel tópico que es el lugar de las connotaciones culturales estereotipadas.
- Y, por último, el nivel entimemático donde deberían desarrollarse las argumentaciones visuales.

Hoy en día está claro que la retórica visual es un modo de análisis que nos puede permitir la lectura e interpretación de imágenes. Los estudios provenientes de la semiótica y de la corriente estructuralista del siglo XX han desarrollado un nuevo interés por la Retórica. Roland Barthes, por ejemplo, propuso un análisis de la imagen con la ayuda de conceptos retóricos y a partir de sucesivas observaciones encontró que la mayor parte de las ideas creativas artísticas y comunicativas pueden interpretarse como la trasposición de las figuras retóricas clásicas. Por otro lado, la nueva Retórica desarrollada en el siglo XX se apoya en otras ciencias como la psicología, las ciencias de la comunicación, la sociología, la politología y la lingüística. Los intentos más recientes encaminados a una reconsideración científica de la obra artística proceden de especialistas alemanes que se basan en las reflexiones de Adorno, Habermas, Bense, Gadamer y Horkheimer, quienes se centran en intentar articular los condicionamientos de una comunicación intersubjetiva. Esta nueva retórica se dirige a la enseñanza de un nuevo creador u orador y al análisis del lenguaje intersubjetivo.

Estamos viviendo una época en la que se produce de nuevo, y como sucediera en el siglo XVII, una crisis del discurso, una crisis de la retórica que es reflejo de la crisis social. Una época de fusión, revolucionaria, en la que, entre otras salidas a esa crisis del discurso, se integra la literatura con el arte, lo popular con el saber clásico, la palabra con la imagen; y todo con una nueva tecnología de creación y de difusión. Es una cultura inmersa en un nuevo conceptismo que comunica a través de dos medios que se encuentran fusionados, el visual y el lingüístico-acústico.

Por otro lado, consideramos necesario, a propósito del estudio de la cultura actual, distinguir entre los Estudios de la Cultura y los Estudios Culturales como ya lo ha hecho Tomás Albaladejo. Los Estudios Culturales son una de las líneas o vías de estudio de la cultura; si decimos 'Estudios Culturales' nos estamos refiriendo a los *Cultural Studies* del ámbito angloamericano relacionados fundamentalmente con el comparatismo literario. Por lo que preferimos el concepto 'Estudios de la Cultura', que es más amplio e incluye tanto los Estudios Culturales como otras líneas o vías de estudio de la cultura. Por consiguiente, en los Estudios de la Cultura están incluidos: Los Estudios Antropológicos y Etnográficos de la Cultura; los Estudios Culturales (*Cultural Studies*) angloamericanos; el Análisis y la Crítica de la Cultura, una moderna teoría de la cultura, desarrollada en gran medida en Holanda, en la Amsterdam School of Cultural Analysis que estudia los fenómenos culturales relacionados con la comunicación y la litera-

tura, como el mercado editorial, el papel de las nuevas tecnologías en la literatura, etc.; la Semiótica de la Cultura, que fue desarrollada en la Escuela de Tartu (Estonia) por Yury Lotman, Boris Uspensky y su continuador Peeter Torop y que estudia la cultura desde la perspectiva de la Semiótica, explicando la obra como signo que mantiene relación con otras obras siendo distintas formas de manifestación cultural por medio de sistemas de signos verbales, visuales (pictóricos), musicales, etc.; y por último, la Retórica Cultural propuesta por Tomás Albaladejo y que es esencial para el trabajo que proponemos aquí por ser una de las más recientes aportaciones a los Estudios de la Cultura. Se basa en la dimensión retórica (desde una perspectiva persuasiva) de los elementos culturales presentes en la literatura; también se basa en la consideración de la Retórica como una construcción cultural, como una ciencia y una técnica culturales que son transmitidas de generación en generación manteniendo unos fundamentos estables, pero con las modificaciones que en cada momento sean necesarias. La Retórica Cultural abre relaciones entre los textos y la cultura con un carácter comparatista, atendiendo a sus semejanzas y a sus diferencias. El profesor Albaladejo ha propuesto la Retórica cultural concebida como una corriente en la investigación que se ocupa del papel funcional de la Retórica en la cultura y de sus elementos y rasgos culturales. El lenguaje retórico es considerado como construcción cultural hecha a partir del lenguaje natural y es explicado como un sistema de modelización secundario de acuerdo con la propuesta de Yuri Lotman. La conciencia que el productor y el receptor tienen de su uso del lenguaje retórico audiovisual abre una vía a la idea de que esta comunicación se encuentra dentro de un espacio especial cuyas leyes lingüísticas, comunicativas y culturales son diferentes de las de la vida cotidiana. La Retórica Cultural es propuesta como un instrumento para la explicación del arte como un fenómeno comunicativo ligado a la conciencia cultural de productores y receptores.

El lenguaje audiovisual. Recepción e interpretación

La evolución de la cultura audiovisual y el progreso de las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) han alterado de forma muy significativa los ámbitos de la comunicación, la sociedad y el arte. Creamos, gestionamos y recibimos los contenidos en el marco de la cibercultura y la transmedialidad, dando como resultado nuevos modelos de producción, recepción, crítica e interpretación. La prensa, el cine, la televisión y sobre todo internet, han evolucionado hasta implantar un nuevo lenguaje, en el que se combinan elementos visuales, sonoros y textuales y a través del cual no solo se crean contenidos, sino que también se comunican y reinterpretan las construcciones anteriores.

Los cambios más importantes se han producido en los elementos básicos de la comunicación:

- Código: ya no predomina el oral, sino el audiovisual.
- Soporte: el papel impreso pierde terreno frente a la pantalla.
- Receptor: ahora es un destinatario que se mueve en estructuras ramificadas, no lineales, y que recibe información de diferentes fuentes y en múltiples formatos.

Dentro de la cultura audiovisual, el receptor se enfrenta a un volumen de información tan elevado que es complicado de procesar. El lenguaje audiovisual ofrece muchas posibilidades, pero el receptor debe ser capaz de reconocer, interpretar y valorar esas posibilidades. Del mismo modo que hemos aprendido en la escuela a leer y escribir, es decir, a comunicarnos de forma verbal, ahora que el código es mayoritariamente audiovisual, debemos aprender a leer y entender las imágenes y los sonidos con los que nos comunicamos.

Marc Prensky fue el primero en utilizar el concepto de *nativo digital* para referirse a las personas que han nacido y crecido en la era digital, que asumen las nuevas tecnologías como algo natural, es más, no entenderían el mundo sin ellas.⁷ Los nativos digitales se comunican, se relacionan y procesan la información de una forma diferente a los *inmigrantes digitales*: estos procesan la información de forma secuencial y aquellos lo hacen de manera simultánea, puesto que reciben mucha información de diferentes fuentes. Los inmigrantes digitales, es decir, las personas que han tenido que adaptarse a las nuevas tecnologías, tienen más dificultades a la hora de utilizar las herramientas tecnológicas. Marc Prensky afirma que, si los nativos hablan una lengua digital, los inmigrantes la han aprendido a hablar “con acento”, pues siempre mantienen una conexión con el pasado. Es cierto que llevan a cabo unos procesos más lentos, pero tienen una mayor capacidad para comprenderlos, son más reflexivos. Por tanto, tienen más facilidad para detectar ciertos elementos en las imágenes como, por ejemplo, las figuras retóricas o los elementos intertextuales.

Prensky sostiene que entre ambas generaciones existe una “brecha digital”, y señala que los nativos tienen unas características particulares, como el deseo de recibir la información de manera inmediata, la preferencia por la multitarea y los procesos paralelos, el aprendizaje lúdico y los contenidos visuales. Se hace pues indispensable que ambos, nativos e inmigrantes, desarrollen una serie de competencias: los primeros, de tipo cognitivo; los segundos, de tipo tecnológico.

El hecho de saber utilizar las nuevas tecnologías o de estar acostumbrados a recibir la información de forma audiovisual no nos convierte en alfabetos digitales. Debemos desarrollar un pensamiento crítico que nos permita analizar, contextualizar, valorar y seleccionar la información, además de ser capaces de producir y comunicar el contenido digital. La alfabetización digital incluye la capacidad de comprender y usar la información en múltiples formatos en soporte digital de una gran cantidad de fuentes.⁸ Por tanto, no solo comprende aspectos operacionales, sino también cognitivos. Es necesario saber utilizar las herramientas digitales, los enlaces, los programas, etc., pero también hay que desarrollar capacidades de navegación, esto es, saber orientarse en las estructuras hipertextuales. Por otro lado, hay que desarrollar una serie de habilidades en el ámbito de la información: buscar, seleccionar y evaluar los datos y utilizarlos para un fin determinado, como han señalado A. J. van Deursen y J. A. van Dijk.⁹

El ejemplo de la publicidad

La mayor parte de la información que recibimos hoy nos llega a través del formato audiovisual. El ejemplo más evidente es la publicidad. El lenguaje audiovisual tiene su propia sintaxis y se hace necesario aprender a leer e interpretar lo icónico y audiovisual, pues, aunque *a priori* parece sencillo, es un lenguaje bastante más complejo de lo que parece sobre todo a la hora de codificar y decodificar el mensaje.

⁷ Prensky, M., “Digital natives, digital immigrants / 1”, *On the horizon*, 9 (5), 2001, pp. 1-6.

⁸ Burin, Debora, “Desarrollos recientes sobre habilidades digitales y comprensión lectora en entornos digitales” *Psicología, Conocimiento y Sociedad*, 6 (1), 2016, pp. 191-206. Consultar en: <http://revista.psico.edu.uy/index.php/revpsicologia/article/view/301> (última consulta, 10 de septiembre de 2016).

⁹ Van Deursen, Alexander Jan; Van Dijk, Teun Antonios, “Modeling traditional literacy, Internet skills and Internet usage: An empirical study”. *Interacting with computers*, 2014, iwu027. <http://iwc.oxfordjournals.org/content/early/2014/07/16/iwc.iwu027.short> (última consulta, 20 agosto 2016).

La imagen no es ya un mero elemento ilustrativo o de acompañamiento, sino que es texto: comunica, transmite, significa. Roland Barthes al estudiar la retórica de las imágenes ya hablaba de la imagen como mensaje polisémico y distinguía tres niveles en el mismo: el lingüístico, el icónico y el de la articulación.¹⁰ El autor se centraba sobre todo en la publicidad porque en ella: la significación de la imagen es sin duda intencional: lo que configura *a priori* los significados del mensaje publicitario son ciertos atributos del producto, y estos significados deben ser transmitidos con la mayor claridad posible; si la imagen contiene signos, estamos pues seguros que en publicidad esos signos están llenos, formados con vistas a la mejor lectura posible: la imagen publicitaria es franca, o, al menos, enfática.

Por otro lado, no hay que olvidar el objetivo de la publicidad: la persuasión. Por tanto, no debe extrañarnos que tome prestados para tal fin los instrumentos de la Retórica clásica. De hecho, algunos autores como J. M. Ricarte señalan una correspondencia entre las operaciones de la comunicación retórica con las de la comunicación publicitaria:¹¹ (*inventio/briefing*, estudios de mercado; *dispositio*/diseño de la estrategia publicitaria; *elocutio*/elaboración y adecuación del mensaje a los distintos medios y soportes; *memoria*/claves visuales, auditivas y textuales; *actio*/presentación de la campaña). Aunque esta correspondencia no está muy clara, lo cierto es que la Retórica es de suma importancia para el discurso publicitario. El uso de las figuras retóricas y tropos que pertenecen a la cultura general, consigue mayor efectividad en la publicidad. Las figuras tienen lugar en la cadena sintáctica y consisten en un aumento, disminución o cambio de lugar de los elementos que integran su construcción fonofonológica, sintáctica o semántica-intensional. Los tropos, que operan en lo paradigmático y afectan a la elección y no a la combinación, se construyen por la sustitución o cambio de una palabra o significado de una palabra por otra. Uno de los tropos más utilizados en la publicidad es la metáfora, que consiste en una sustitución semántica. Son muchísimos los ejemplos que podemos encontrar, entre ellos el cartel de la FIFA 2010 WORLD CUP SOUTH AFRICA, en el que aparece la cara de una joven de raza negra cuyo perfil representa el contorno del continente africano.¹²

La prosopopeya, esto es, la figura que consiste en atribuir a los seres inanimados o abstractos características y cualidades propias de los seres animados, es otra de las figuras más habituales en publicidad. Un ejemplo bastante ilustrativo es el de la marca Yamaha, que lanzó un anuncio en el que se podía ver una jirafa montando en moto, junto al lema “Algunos hacen de la calle una selva”.¹³

La conocida marca de bebida *Absolut Vodka* es experta en el uso de las figuras y los tropos en sus anuncios publicitarios: metáfora, hipérbaton, personificación, sinécdoque y, en fin, una larga lista de figuras que construyen a partir de su famosa botella, que siempre aparece como protagonista de la imagen.

¹⁰ Barthes, Roland, “Rhétorique de l’image”, *Communications*, 4 (1), 1964, pp. 40-51.

¹¹ Ricarte, José María, *Creatividad y comunicación persuasiva*, Barcelona, UAB, UPF y UV, 1999.

¹² Consultas: <http://es.coloribus.com/archivo-de-publicidad-y-anuncios/impresos/apartheid-museum-official-2010-fifa-world-cup-poster-13991205> (Última consulta 10 de septiembre de 2010).

¹³ Consultas: http://www.elpoderdelasideas.com/wp-content/uploads/yamaha_jirafa.jpg (última consulta 10 de septiembre de 2016).

La persuasión en el discurso publicitario

La publicidad no sólo se ha servido de herramientas retóricas para conseguir sus objetivos, sino que también ha adoptado las técnicas narrativas y literarias para construir discursos persuasivos. Javier Suso en *Smoke Selling y El retrato del rey*¹⁴ apuntaba que en un principio la comunicación en publicidad se centraba en la venta del producto. Con el paso del tiempo y la multiplicación de la oferta las marcas fueron perdiendo credibilidad. Además, los consumidores empezaron a aburrirse de la publicidad, opinaban que había demasiada e intentaban evitarla. Por eso, aproximadamente en los años 80, se pasó de lo que él llamó la “Era del Producto”, en la que predominaba una publicidad argumentativa, a la “Era de la Marca”:

A partir de los años noventa —en el momento en que la explosión de Internet vino a coincidir con el ‘giro narrativo’ de las ciencias sociales—, políticos y publicitarios fueron apoderándose del arte de contar historias (storytelling) porque comprendieron que esa “arma de distracción masiva” servía mucho mejor a sus intereses que la mera propaganda y publicidad.¹⁵

En esta segunda etapa, la publicidad persigue que los consumidores asocien una marca a unos valores determinados, a un estilo de vida. A partir de ese momento, se busca que el consumidor compre un producto, no por los beneficios que pueda aportar sino para que se identifique con él y pueda usarlo para comunicar cómo es o cómo le gustaría ser.

En esos momentos, el centro de la publicidad es el anuncio televisivo, el *spot*. Las empresas empiezan a darse cuenta de que contar historias es la mejor herramienta para conectar con el público, para crear un compromiso. Se empieza a poner en práctica la técnica del *Storytelling*, esto es, narrar historias para conseguir un vínculo emocional entre la marca y el consumidor. La persuasión deja de construirse a través de los argumentos y pasa a ser emocional, a basarse en el ensalzamiento de valores universales como el amor o la amistad. En otras palabras, la publicidad deja de utilizar una retórica argumentativa en favor de una afectiva. Como señala José Vidal-Beneyto:

La práctica de contar historias es una nueva modalidad de comunicación que actualiza las estrategias de la persuasión y desarrolla y profundiza las técnicas de la propaganda, utilizando los recursos del universo narrativo para crear una estructura receptiva y un clima emocional favorables al logro de los objetivos de quien lo utiliza.¹⁶

Bien presentando los orígenes de la marca como una leyenda, bien partiendo de situaciones cotidianas protagonizadas por héroes anónimos, los anuncios que narran, que cuentan una historia, empiezan a multiplicarse. Y funcionan: convencen, entretienen, conectan con el lado emocional, escapan de lo habitual, activan la imaginación del consumidor y no se olvidan. Son eficaces y se convierten en experiencias que el receptor desea consumir y compartir:

¹⁴ Suso, J., *Smoke Selling y El retrato del rey*, Madrid, Empresa Activa, 2010.

¹⁵ Rodríguez Rivero, Manuel, “¿Me lo dices o me lo cuentas?”, *El País*, 11/10/ 2008.

¹⁶ Vidal-Beneyto, José, “Cuénteme un cuento/1”, *El País*, 2/02/2008. http://elpais.com/diario/2008/02/02/internacional/1201906812_850215.html (última consulta, 10 de septiembre de 2016).

Aquella retórica que nació en la polis griega, como retórica oral y política ante la necesidad de argumentar en los espacios públicos es hoy una retórica pragmática, porque pragmático es el lenguaje que utiliza, es la retórica como arte de la palabra en acción que utiliza todas las estrategias de la comunicación, desde la publicitaria a la audiovisual y que pretende, por encima de cualquier otra cosa, construir y forjar un mensaje que haga eficaz esa comunicación y supeditar todo lo demás a esa eficacia persuasiva que precisa.¹⁷

El *Storytelling* funciona porque, en el fondo, forma parte de la condición humana, lo hemos utilizado siempre: somos consumidores de historias desde el origen de los tiempos. Y no solo con el fin de entretener, sino también con el objetivo de enseñar y de convencer (no olvidemos que, por ejemplo, la mayoría de los cuentos infantiles tenían un fin bastante claro: enseñar lo que se debía o no se debía hacer, qué conductas eran correctas y cuáles reprochables). Por otro lado, en un momento en el que el público recibe la mayor parte de la información en formato audiovisual, es lógico que una historia o cuento transmitido a través de ese formato tenga el éxito garantizado.

Con el paso del tiempo, el *storytelling* dejó de ser una técnica solo publicitaria y se convirtió también en habitual de la comunicación institucional, del periodismo y del discurso político. Es en Estados Unidos donde esta técnica es más utilizada y Barack Obama es uno de sus mejores representantes. De hecho, en ese país es cada vez más frecuente que los asesores de comunicación (*spin doctor*) sean sustituidos por asesores en el arte de contar historias (*story spinners*).

En España, al menos en lo que tiene que ver con el discurso oral, su uso está menos extendido. Recordemos el caso de “la niña de Rajoy”, uno de los ejemplos (fallidos) más claro de *storytelling* en España. Para Antonio Núñez el error de Rajoy en ese momento consistió en la falta de vinculación entre el relato y la vida del narrador, por lo que no transmitía suficiente emoción y parecía que la historia realmente no le afectaba.¹⁸ Para conseguir el efecto deseado, además de establecer una estructura narrativa, es preciso situar el relato en un contexto cotidiano y utilizar figuras retóricas (sobre todo la metáfora y la antítesis) y es fundamental que la vinculación emocional sea, al menos, verosímil.

Evidentemente, más allá de las características mencionadas, el éxito del mensaje también depende, y mucho, de las habilidades retóricas del emisor. Entre ellas, una de las fundamentales es el conocimiento del receptor, de sus necesidades y deseos y, por supuesto, adaptar el contenido a ellos. Sin esa *captatio benevolentiae* será más difícil persuadir a la audiencia, pues no se sentirá identificada con lo que está viendo y escuchando.

Pero más allá del discurso oral, el mundo de la política también empezó a utilizar la técnica de la narración o *storytelling* en sus *spots* de campaña. De hecho, en la campaña de 2008, tanto el PP como el PSOE (este último bajo la dirección de Isabel Coixet) crearon una serie de anuncios o pequeños cortos que intentaron llamar la atención de los votantes apelando a sus sentimientos. El resultado no fue el típico anuncio de un partido, en el que el candidato aparece en primer plano solicitando el voto y exponiendo sus argumentos, sino una historia similar a las que ya aparecían frecuentemente en publicidad, una narración que intentaba conmover, emocionar, crear un vínculo con el receptor:

¹⁷ Peña Jiménez, Palma. *El spot electoral: la retórica del audiovisual*. <http://www.ae-ic.org/malaga2010/upload/ok/245.pdf> (última consulta, 24 de agosto de 2016).

¹⁸ Núñez, Antonio, *¡Será mejor que lo cuentes!: los relatos como herramientas de comunicación*, Madrid, Empresa Activa, 2007.

En los vídeos de los dos grandes partidos, que son los que tienen mayor presupuesto y pueden encargar la elaboración y realización de sus spots a expertos, nos encontramos con “mini-historias”, “minipéculas” o cortos cinematográficos que apelan a lo más afectivo del ser humano: a los sentimientos, a las sensaciones, al engaño, a la ilusión, a la traición cuasi amorosa [...]Es la retórica-pragmática que pretende influir y hacer actuar, —alterando, modificando o activando— al auditorio, la mayoría de las veces mediante un mensaje más emocional que racional. Porque aquella retórica argumentativa, se ha convertido en las democracias actuales en retórica emotiva.¹⁹

El *storytelling*, por tanto, se basa en contar una historia que conmueve y que tiene un claro objetivo: vender, persuadir. Pero lo que vende (ya sea un refresco o un partido político) no aparece de forma explícita, sino que se llega a la moraleja a través de la deducción.

De los tres modos fundamentales que distinguía Quintiliano en la retórica (*docere, delectare* y *movere*), en esta técnica persuasiva predominan los dos últimos: se busca conmover, tocar el corazón, pero sin que el receptor pierda su tiempo. Los publicistas son conscientes de que cada vez hay más publicidad y que los consumidores no se sienten cómodos con ella. Por ejemplo, cuando vemos la televisión, solemos cambiar de canal cuando comienzan los anuncios. Saben que el tiempo del consumidor es escaso, y que este no quiere perderlo viendo propaganda. Por tanto, tienen que ofrecer algo más, un cuento, un corto, un espectáculo: un entretenimiento. Y eso es el *storytelling*: una forma de persuasión basada en la emoción y el entretenimiento y construida con técnicas narrativas y que utiliza herramientas retóricas para conmover, para apelar a los afectos y a los recuerdos. Estas herramientas son, fundamentalmente, los tropos.

Conclusiones

La Retórica clásica sigue vigente hoy. A pesar de los cambios que se han producido en la cultura, la tecnología y la comunicación en general, las estrategias retóricas tienen la capacidad de adaptarse a los nuevos tiempos. A pesar de que el receptor actual está acostumbrado a recibir los mensajes a través del medio audiovisual, queda claro que existe una retórica visual que es capaz de narrar y persuadir a través de las imágenes. Los mensajes persuasivos siguen utilizando los recursos retóricos clásicos, adaptados al formato audiovisual, y la retórica visual puede facilitarnos las herramientas necesarias para la lectura e interpretación de las imágenes, pero también de todos los elementos que componen el mensaje (textuales, sonoros, etc.).

En esta época, marcada por una crisis social, una crisis del discurso, pero también por los avances tecnológicos, se ha producido una integración cultural, de géneros y formatos, de formas de representación, de saberes, de canales de comunicación y, todo ello, a través de la fusión de lo visual y lo lingüístico-acústico. Esta integración, esta fusión, puede ser entendida y analizada a través de la Retórica Cultural, que supone una apertura en las relaciones entre los textos y la cultura, y que entiende el lenguaje retórico como una construcción cultural hecha a partir del lenguaje natural. Supone un instrumento clave para el análisis y la comprensión del arte como un fenómeno comunicativo unido a la conciencia cultural tanto de productores como de receptores.

¹⁹ Peña Jiménez, Palma. *El spot electoral: la retórica del audiovisual*. <http://www.ae-ic.org/malaga2010/upload/ok/245.pdf> (última consulta, 24 de agosto de 2016).

Bibliografía

- Albaladejo, Tomás, *Retórica*, Madrid, Síntesis, 1989.
- Albaladejo, Tomás, “Textualidad y comunicación: persistencia y renovación del sistema retórico (La *rhetorica recepta* como base de la retórica moderna)” en: Antonio Ruiz Castellanos, Antonia Viñez Sánchez y Juan Sáez Durán (coords.) *Retórica y texto. III Encuentro Interdisciplinar sobre Retórica, Texto y Comunicación*, Universidad de Cádiz, 1998, pp. 3-14.
- Albaladejo, Tomás, “Polyacroasis in Rhetorical Discourse”, *The Canadian Journal of Rhetorical Studies / La Revue Canadienne d'Études Rhétoriques*, 9, 1998, pp. 155-167.
- Albaladejo, Tomás, “Retórica y cultura. A propósito de la oratoria política” en; Emilio del Río, José Antonio Caballero y Tomás Albaladejo (eds.), *Quintiliano y la formación del orador político*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, 1998, pp. 11-26.
- Albaladejo, Tomás, “La poliacroasis como componente de la comunicación retórica” *Tropelías. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 9-10, 1998-1999, pp. 5-20.
- Albaladejo, Tomás, “Retórica y oralidad” *Oralia. Análisis del discurso oral*, 2, 1999, pp. 7-25.
- Albaladejo, Tomás, “Polifonía y poliacroasis en la oratoria política. Propuestas para una retórica bajtiniana” en: Francisco Cortés Gabaudan, Gregorio Hinojo Andrés y Antonio López Eire (eds.), *Retórica, Política e Ideología. Desde la Antigüedad hasta nuestros días*, Salamanca, LOGO, Vol. III (Ponencias), 2000, pp. 11-21.
- Albaladejo, Tomás, “Poliacroasis en la oratoria de Emilio Castelar” en: José Antonio Hernández Guerrero (ed.), Fátima Coca Ramírez e Isabel Morales Sánchez (coords.), *Emilio Castelar y su época. Ideología, Retórica y Poética*, Universidad de Cádiz, 2001, pp. 17-36.
- Albaladejo, Tomás, “Textualidad y comunicación: persistencia y renovación del sistema retórico. (La *rhetorica recepta* como base de la retórica moderna)” *Rhêtorikê. Revista Digital de Retórica*, 0, 2008, pp. 1-19.
- Albaladejo, Tomás, “Poética, Literatura Comparada y análisis interdiscursivo”, *Acta Poetica*, 29, 2, 2008, pp. 245-275.
- Albaladejo, Tomás, “La poliacroasis en la representación literaria: un componente de la Retórica cultural”, *Castilla. Revista de literatura*, 0, 2009, pp. 1-26.
- Albaladejo, Tomás, “Retórica cultural, lenguaje retórico y lenguaje literario” *Tonos. Revista de Estudios Filológicos*, 25, 2013. https://www.um.es/tonosdigital/znum25/secciones/estudios-03-retorica_cultural.htm (última consulta, 25 de octubre de 2015).
- Barthes, Roland, “Rhétorique de l'image”, *Communications*, 4 (1) 1964, pp. 40-51. <https://doi.org/10.3406/comm.1964.1027>
- Burin, Debora, “Desarrollos recientes sobre habilidades digitales y comprensión lectora en entornos digitales”, *Psicología, Conocimiento y Sociedad*, 6 (1), 2016, pp. 191-206. <http://revista.psico.edu.uy/index.php/revpsicologia/article/view/301> (última consulta, 10 de septiembre de 2016).

- Eco, Umberto, *La estructura ausente*, Barcelona, Debolsillo, 2011.
- Gómez Alonso, Juan Carlos, “La memoria en la *Rhetorica Christiana* de Fray Diego Valadés” *Diacrítica*, 12, 1997, pp. 79-92.
- Gómez Alonso, Juan Carlos, “Influencia de *memoria* y *actio* en la construcción del discurso retórico” *The Canadian Journal of Rhetorical Studies*, 8, 1997, pp. 129-139.
- Gómez Alonso, Juan Carlos “Retórica y Poética de los siglos XVI y XVII: la operación retórica de *memoria*”, *Edad de Oro*, XIX, 2000, pp. 121-130.
- Gómez Alonso, Juan Carlos, “Adaptaciones de la retórica eclesiástica: Fray Luis de Granada y Fray Diego Valadés”, *Temas de Retórica renacentista*, México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2000, pp. 89-109.
- Gómez Alonso, Juan Carlos, “La memoria artificial en la retórica actual: fray Diego Valadés como antecedente” en: Helena Beristáin y Gerardo Ramírez (compiladores). *La palabra florida. La tradición retórica indígena y novohispana*. México, Universidad Nacional Autónoma de México (Bitácora de Retórica nº 19), 2004, pp. 259-271.
- Lotman, Yuri Mijailovich; Escuela de Tartu.. *Semiótica de la Cultura*, Traducción de N. Méndez, Madrid, Cátedra, 1973.
- Lotman, Yuri Mijailovich; Uspenskij, Boris Andreyevich, *Ricerche semiotiche. Nuove tendenze delle scienze umane nell’U.R.S.S.*, Traducción de C. Strada Janovic, M. Marzaduri & G. Garritano, Torino, Einaudi, 1973.
- Murphy, James J., *A Synoptic History of Classical Rhetoric*, Davis, Hermagoras Press 1983.
- Núñez, Antonio, *¡Será mejor que lo cuentes!: los relatos como herramientas de comunicación*, Madrid, Empresa Activa, 2007.
- Peña Jiménez, Palma, *El spot electoral: la retórica del audiovisual*. <http://www.ae-ic.org/malaga2010/upload/ok/245.pdf> (última consulta, 24 de agosto de 2016)
- Prensky, Marc, “Digital natives, digital immigrants / 1”, *On the horizon*, 9 (5), 2001, pp. 1-6.
- Ricarte, José María, *Creatividad y comunicación persuasiva*, Barcelona, UAB, UPF y UV, 1999.
- Rodríguez Rivero, Manuel, “¿Me lo dices o me lo cuentas?”, *El País*, 11/10/ 2008.
- Suso, Javier, *Smoke Selling y El retrato del rey*, Madrid, Empresa Activa, 2010.
- Van Deursen, Alexander Jan; Van Dijk, Teun Adrianus, “Modeling traditional literacy, Internet skills and Internet usage: An empirical study”, *Interacting with computers*, iwu027, 2014. <http://iwc.oxfordjournals.org/content/early/2014/07/16/iwc.iwu027.short> (última consulta, 10 de septiembre de 2016).
- Vidal-Beneyto, José, “Cuéntame un cuento /1”, *El País*, 2/02/2008 http://elpais.com/diario/2008/02/02/internacional/1201906812_850215.html (última consulta, 10 de septiembre de 2016).

Evolución de la experiencia plurisensorial: Entre arte y vida cotidiana

The evolution of multisensorial experience: Between art and every day life

Cristina PALMESE y José Luis CARLES

Paisaje Sensorial. Estudio de arquitectura - Universidad Autónoma de Madrid

DOI: <http://dx.doi.org/10.15366/bp2017.14>

Recibido: 15/11/2016
Aprobado: 30/01/2017

Resumen: El estudio del desarrollo histórico del sonido permite mostrar su capacidad para transmitir no sólo la dimensión temporal sino también los aspectos relacionados con el espacio y el movimiento. El sonido no es un mero canal sensorial aislado, sino que en su interacción con la dimensión visual genera una asociación espacio-temporal indisoluble contribuyendo, en el arte y en la vida cotidiana, a la construcción del lugar, en un espacio-tiempo dado.

Palabras clave: audiovisión, espacio, tiempo, cuerpo, recorrido, movimiento, intersensorialidad

Abstract: The evolution of the concept of sound shows its ability to express the temporal dimension, but also aspects related to space and movement. Sound is not just another sensorial channel, since its interaction with the visual dimension generates an undetachable association of space and time, an specific one for every moment and place.

Keywords: audiovision, time, space, body, walk, intersensoriality, movement

Introducción

Las interacciones plurisensoriales constituyen un campo de investigación fundamental en el arte contemporáneo. La aparición de las tecnologías ligadas a la captación, reproducción y manipulación de la imagen y del sonido a finales del S. XIX va a significar un profundo cambio en la sociedad y el pensamiento contemporáneo.

La fotografía, la grabación sonora, el cine, el audiovisual..., además de abrir el paso a nuevos lenguajes artísticos, van a ofrecer nuevos modos de comprensión y transformación de la realidad, nuevos paradigmas útiles en los modos de entender y representar la realidad. El carácter inmaterial, inmediato, fugaz y virtual de las tecnologías audiovisuales proporciona en definitiva un modelo perceptivo nuevo en lo cotidiano, en las vivencias y en el arte.

Estas experiencias permiten además analizar la experiencia temporal y cotidiana del espacio, y permiten profundizar en el conocimiento de las vivencias del usuario, del espacio urbano, resultando particularmente útiles en las formas de pensar y de diseñar los espacios arquitectónicos y urbanos. La interacción imagen-sonido puede entenderse así en un sentido amplio, abarcando desde la experiencia cotidiana de la ciudad hasta la cultura científica y artística. En nuestra sociedad cada vez son más los conocimientos y aplicaciones derivados de la interacción entre ambas informaciones en las tecnologías, así denominadas, audiovisuales¹.

Las vanguardias musicales del s. XX abren nuevas conexiones transversales y nuevas variables en la tradicional separación entre artes del tiempo (como por ejemplo la música) y artes del espacio. El sonido desde los avances de la electroacústica y el arte sonoro es también un arte del espacio, lo que va a contribuir a crear nuevas formas de entender otras disciplinas, desde la arquitectura a la ecología pasando por la antropología la sociología.

Las vanguardias musicales

La lógica del desarrollo de las diversas formas artísticas con el creciente apoyo de las tecnologías resulta cada vez más pluridisciplinar y plurisensorial. En el campo de las vanguardias artísticas de inicios y mediados del s. XX encontramos experiencias de gran interés por sus implicaciones espaciales. Las tecnologías electroacústicas abren nuevas posibilidades estéticas a la difusión de imágenes y sonidos en el espacio, permitiendo un verdadero control compositivo del espacio sonoro. La dimensión audiovisual del espacio puede llevar a una aproximación integrada en la que se conjugan medios técnicos, formas artísticas y disciplinas científicas.

Es importante resaltar cómo, desde la disolución de la tonalidad y a partir de las vanguardias musicales de inicios del siglo XX, la música busca una mayor libertad escapando a la tiranía de la tonalidad ligada a los instrumentos de altura definida. Diversas corrientes, entre las que habría que señalar la visión pionera del movimiento futurista, buscan nuevas reglas que permitan crear estructuras musicales nuevas alejadas de las tradicionales. El propio movimiento futurista plantea un nuevo espacio para la música y abre la posibilidad de escuchar los sonidos de las máquinas, de las fábricas o de la ciudad, como una composición musical, siendo un referente clave en la posterior teoría de los Paisajes Sonoros que se desarrollaría en Canadá en los años 70 del s. XX.

¹ Palmese, Cristina, *Sobre la identidad de la ciudad. El estudio de la interacción audiovisual en las nuevas*

En el conocimiento de las posibilidades del campo audiovisual, resulta clave la experiencia del músico e ingeniero Iannis Xenakis, primero por la relación de trabajo que establece con Le Corbusier² y luego por las experiencias multimediales que desarrolla en sus composiciones denominadas “Politopos”.

La colaboración entre Xenakis y Le Corbusier está marcada en su inicio por la importancia de la combinación de luz y sombra para revelar una forma espacial, un volumen arquitectónico. Estas ideas son desarrolladas y ampliadas en la colaboración entre ambos en el proyecto y realización del Pabellón Philips, un espacio efímero para la Exposición Universal de Bruselas en 1958 en el que participa otro importante artista, el compositor Edgar Varèse, autor de la música.

La casa Philips, queriendo resaltar sus avances tecnológicos con una lúcida idea de mercado, crea las condiciones para una colaboración entre tres artistas de vanguardia (Le Corbusier, Varèse y Xenakis) que, quizás sin ser conscientes del alcance de su propuesta, crean una obra pionera de gran proyección futura en el campo artístico.³ A partir de ello, Xenakis, el autor que en aquel momento tenía menos influencia de los tres, va a desarrollar una concepción de construcción efímera del espacio muy compleja y multisensorial, los denominados politopos (1966-1978), basados en la superposición de espacios de luz, color, música, microclima, arquitectura,... Con ellos abandona la proyección de imágenes fotográficas y figurativas que propuso Le Corbusier para el Pabellón de Bruselas, en beneficio de composiciones de sonidos y luces abstractas con múltiples puntos de luz incandescente, láser, y el movimiento de cientos de espejos y prismas que crean redes lumínicas que envuelven y generan tridimensionalmente un espacio de carácter fundamentalmente inestable en el que el oyente se transforma en parte activa de la composición con su movimiento y sus recorridos: es quién fija dinámicamente el espectáculo tan minuciosamente predispuesto por el compositor.

Sonido y luz se integran generando una sensación espacial dinámica en un espacio inmaterial. Xenakis propone un concepto nuevo de diseño espacial desde y dentro de la arquitectura. Explora las posibilidades de la construcción del espacio fuera de los límites físico-geométricos convencionales, exclusivamente visuales, introduciendo nuevas variables que generan cualidades inmateriales de carácter sensorial (lumínicas, sonoras, climáticas...).

Xenakis desarrolla una serie de politopos (Montreal, 1967; Persepolis, 1971; Cluny, 1972; Micenas, 1978; Centro Pompidou, 1978) al hilo de los cuales el propio autor afirma:

El hombre puede acceder hoy a una serie de acontecimientos hechos de luz real como antes nunca mediante láser, flashes electrónicos, proyectores, informática... música luminosa para los ojos, simétrica a la música sonora para los oídos (...) de repente comprendemos que un nuevo arte de la luz que no es ni pintura ni fresco ni teatro ni ballet se aproxima a un arte por definición fuera del hombre (...) un arte como la música sin presencia antropomórfica o realista.⁴

Sonido e imagen. El cine y el lenguaje audiovisual

² Le Corbusier (Jeanneret, Charles-Édouard), *El Modulor y modulor2*, Barcelona, Poseidon editorial, 1980.

³ Le Corbusier (Jeanneret, Charles-Édouard); Jean Petit; Lucien Hervé; André Villiers; Paul Genest, *Le poème électronique*, Paris, Edition de Minuit, 1958.

⁴ Xenakis, Iannis, *Formalized music. Thought and Mathematics in Music*, Sharon Kanach (recop. y ed.), Pendragon Press, Nueva York, 1992. Asimismo, Xenakis, Iannis, *Arquitectura y música*, Antoni Bosch Editor, Barcelona, 1982.

Con los avances tecnológicos y la posibilidad de grabar y fijar el sonido en un soporte se abre la posibilidad de recoger la realidad de manera mas verosímil, de modo que la banda sonora en el cine (*soundtrack*) no sólo es música, que había sido la única ambientación sonora posible hasta la fecha, sino que incluye palabras y sonidos. El alcance del cine sonoro va a significar un nuevo paso en el modo de aproximarse a la realidad (de representarla, de simularla, de imitarla, de transformarla...), de modo similar a lo que supuso la fotografía en su momento. Con respecto a la banda sonora se crea una situación nueva, al integrarse en la misma, ruidos, voces y música, abriéndose el camino a un nuevo lenguaje audiovisual.

La aparición del cine sonoro, en los años '20, va a significar un impulso estético clave en este campo. El sonido, lejos de resultar un elemento redundante, crea con la imagen una relación sin independencia unilateral, una relación entre dos elementos que discurren en forma paralela conectadas en manera libre. En esta interacción entre sonido e imagen cabe referirse al manifiesto del sonido de Eisenstein, quien plantea el concepto de contrapunto.

En efecto, los maestros del cine soviético publicaron en 1928 un manifiesto, firmado por Eisenstein y Pudovkin entre otros, señalando el peligro de que la palabra y los diálogos esclavizasen la libertad creadora del montaje. Por ello, proponían como solución el empleo antinaturalista y asincrónico del sonido:

El uso del sonido en esta forma destruiría la cultura del montaje, porque cada adhesión del sonido a una pieza visual del montaje aumenta su inercia como pieza de un montaje y aumenta la independencia de su significado, lo cual redundaría sin duda alguna en detrimento del montaje, al operar primeramente en la yuxtaposición de las piezas y no en su montaje. Únicamente un empleo «contrapuntado» del sonido en relación a la pieza visual del montaje puede deparar una nueva potencialidad al desarrollo y perfección del montaje. Los primeros trabajos experimentales con el sonido deben dirigirse hacia la línea de su distinta no-sincronización de las imágenes visuales. Sólomente de este modo se obtendrá la palpabilidad, que conducirá luego a la creación de un contrapunto orquestal de imágenes auditivas y visuales.⁵

El mejor conocimiento de las características del sonido (psicoacústicas, culturales, espaciales...) permite abrir nuevos campos de investigación dirigidos a analizar la integración entre las características sonoras y las visuales. El análisis de algunas películas como es el caso del cine de Tati ayudan a entender esta integración mostrando por ejemplo cómo la imagen contribuye a crear un punto de escucha, un punto de escucha subjetivo. En efecto, juegos sutiles con la manipulación del sonido contribuyen a situar al espectador en un lugar concreto del escenario ya sea mediante variaciones de timbre que informan de la distancia, de la posición (frontal, de espaldas...), de posibles obstáculos en la transmisión del sonido. La combinación de imagen y sonido incide también en dar mayor relevancia a unos objetos sonoros: en el cine, como en la realidad, algunos sonidos pueden pasar desapercibidos para el oído, si no se ve la imagen a la que ese sonido se refiere.

⁵ Eisenstein, S. M.; Pudovkin, V. I.; Alexandrov, G. V., "Manifiesto del sonido". En Eisenstein, Sergei M., *Teoría y técnica cinematográfica*. María de Quadras (trad.). Madrid, Rialp, 2002, pp. 311-313.

A partir del momento en que aparece la banda sonora como parte integrante de la película, la reflexión teórica y la aplicación práctica del nuevo lenguaje, va a girar en torno a las modalidades de utilización de los dos elementos sonoro y visual. A pesar de esta evidencia, los estudios sobre cine se ocupan separadamente de la parte sonora (exclusivamente de la música) y de la parte visual. Los estudios que analizan las bandas sonoras suelen centrarse exclusivamente en la música. Hay que llegar a la década de los '80, en la que aparecen nuevos estudios de la dimensión sonora en el ámbito cinematográfico.

Uno de los investigadores que centra su interés en la percepción intersensorial y en cómo se produce la interacción del sonido con la imagen, y de la imagen con el sonido fue Chion⁶, discípulo de Schaeffer, músico ligado al mundo del cine quien crea una forma musical que el mismo denomina *cinema pour l'oreille*, cine para los oídos.... Son de gran interés las conexiones que podemos encontrar entre la música concreta y la utilización del sonido por parte de Tati particularmente en el uso por medio de sonidos, de ciertos símbolos, que representan acontecimientos o ideas. El sonido concreto adquiere un interés y protagonismo en la música a partir de los experimentos de Pierre Schaeffer y al mismo tiempo va a constituir un elemento importante como elemento narrativo en el cine de Tati. Esta importancia narrativa adquiere un valor casi musical (en la línea de las obras de música concreta de compositores como Pierre Schaeffer o de Pierre Henry) siendo su punto culminante la superposición de capas sonoras de la banda sonora de la película *Playtime*.

La banda sonora contribuye así a dilatar el tiempo y a construir diferentes capas de lo cotidiano con procedimientos, como hemos señalado, paralelos a los desarrollados por la música concreta. Chion parte de los presupuestos teóricos y aplicados, de su maestro y de la escuela de música concreta, con el objetivo de pensar y describir los sonidos como objetos, pero avanza además en el análisis de los problemas y contradicciones existentes con respecto al mundo sonoro en el campo del pensamiento, con las múltiples implicaciones semánticas, tecnológicas, científicas, artísticas, sociales... del sonido. Ello le lleva a plantear un análisis amplio y profundo del campo sonoro partiendo de las ideas y técnicas de escucha de Schaeffer sobre las que elabora la *Guide des objets sonores*⁷.

La imagen cinematográfica necesita servirse del sonido para una mayor riqueza expresiva. Chion utiliza el concepto de "lenguaje audiovisual", para indicar este camino del arte cinematográfico, videográfico, audiovisual..., refiriéndose a un lenguaje compuesto por sonido e imagen. Las películas sonoras, los videoclips, la televisión, el videodanza, los audiovisuales se "audioven". La audiovisión con esta argumentación es un ilusionismo: entre el sonido y la imagen se crea una ilusión audiovisual. La imagen privada de sonido se convertiría en algo abstracto y al sonido, privado de la imagen, le ocurría exactamente lo mismo. La imagen y el sonido unidos conseguirán un mayor impacto en la recepción del mensaje.⁸

⁶ Michel Chion es uno de los autores que destacan en este ámbito particularmente por su análisis amplio del sonido y sus aportaciones al conocimiento de la interacción entre sonido e imagen aspecto de gran interés para nuestro trabajo.

⁷ Chion, Michel, *Guide to Sound Objects. Pierre Schaeffer and musical research*. EARS De Montfort University, 2002, p.85.

⁸ Chion, Michel, *La audiovisión*, Barcelona, Paidós Comunicación, 1993.

Esta evolución de lo sonoro es fundamental, al aportar una aproximación cualitativa al análisis del espacio: el sonido, con su capacidad de introducir el tiempo y los aspectos dinámicos (el movimiento, la presencia del cuerpo...), no es simplemente otro canal sensorial en la aprehensión del espacio, ya que su interacción con lo visual genera un espacio-tiempo indisoluble, propio, característico de cada momento y lugar.⁹

La búsqueda de un modelo de análisis audiovisual aplicado al ambiente urbano

En el propósito de arrojar luz sobre las cualidades intangibles del espacio plurisensorial y en nuestro interés por delimitar variables sensoriales, perceptivas y cualitativas, resulta de gran utilidad el concepto de ambiente utilizado en determinadas líneas de trabajo¹⁰, que han dado lugar a una línea de investigación en el campo de ambientes arquitectónicos y urbanos. Jean-François Augoyard¹¹, establece la existencia del ambiente cuando en un conjunto de fenómenos localizados se dan cuatro condiciones:

1. Las señales físicas de la situación son detectables y descomponibles
2. Estas señales interactúan con:
 - La percepción las emociones y la acción de los sujetos
 - Las representaciones sociales y culturales
3. Estos fenómenos componen una organización espacial construida (construcción arquitectónica y/o construcción perceptiva)
4. Lo complejo (señales/perceptos/representaciones) es expresable (posibilidad de acceder a la representación experta)

Se trata de tomar en consideración el dominio sensible en las maneras de pensar y concebir el espacio habitado. Esta aproximación sensible al ambiente construido implica al mundo sonoro, luminoso, olfativo, térmico, táctil, sinestésico... Hemos hecho referencia a la preponderancia de lo visual en nuestra sociedad y como en la arquitectura, desde el Renacimiento se encuentra marcada por el dominio de lo visual.¹²

Desde el plano a la maqueta, del dibujo a la obra la producción de formas construidas depende tanto de la vista que incluso olvidamos esta hegemonía. Es por ello nuestro interés por interrogarnos sobre la naturaleza de una forma no visual y la propuesta de seguir lógicas espaciales diferentes (la de la escucha, la de la olfacción...) que ayuden a describir en manera diferentes un espacio habitado, proponiendo nuevos paisajes o nuevas formas de entender los paisajes ya sean sonoros, térmicos, olfativos...

⁹ Schafer, Robert Murray, *The Tuning of the world*, Toronto, McClelland and Stewart, 1977.

¹⁰ Thibaud, Jean Paul, *Une approche pragmatique des ambiances urbaines*. En *Ambiances en debat*. p. 146. Ed. La croisée, 2004.

¹¹ Augoyard, Jean - François, "Ambiances architecturales et urbaines : formes sensibles de l'interaction sociale, sens et figures du parasite sonore", en *Ambiances en débats*, Pascal Amphoux, Jean Paul Thibaud, Gregoier Chelkof (eds.), Bernin, Editions La Croisée, 2004, p. 145-158.

¹² Carles, José Luis; Gonzalez Bernaldez, Fernando; de Lucio, Jose Vicente, "Audiovisual interactions in soundscape preferences", en *Landscape Research*, nº 17-2 (1992). pp. 52-56.

Estamos ante un campo creado por aproximaciones multisensoriales y pluridisciplinarias (ciencias humanas y sociales, aspectos perceptivos y neurocientíficos, ciencias de la construcción del diseño o de la ingeniería, nuevas prácticas arquitectónicas...), que implica el trabajo de investigadores y profesionales de horizontes diversos y cubre tanto el campo de la investigación como actividades de concepción de acciones artísticas o de formación. Se plantea de este modo un nuevo “paisaje mental” fundamentado en la representación con nuevos formatos plurisensoriales, de fácil tratamiento, caracterizados por su instantaneidad y economía, usando tecnologías de uso cotidiano globales y consumibles que permiten la realización de simulaciones ontológicamente equivalentes a las realidades a las que sustituyen. Se plantea un nuevo espacio-tiempo del arte con vocación lúdica en el que se van definiendo unas características propias: omnipresencia, ubicuidad, percepción sutil, confusión de instantes y lugares...

Bibliografía

Augoyard, Jean - François, “Ambiances architecturales et urbaines : formes sensibles de l’interaction sociale, sens et figures du parasite sonore”, en *Ambiances en débats*, Pascal Amphoux, Jean Paul Thibaud, Gregoier Chelkof (eds.), Bernin, Editions La Croisée, 2004, pp. 145-158.

Carles, José Luis; Gonzalez Bernaldez, Fernando; de Lucio, Jose Vicente, “Audiovisual interactions in soundscape preferences”, en *Landscape Research*, nº 17-2 (1992). pp. 52-56.

Chion, Michel, *Guide to Sound Objects. Pierre Schaeffer and musical research*. EARS De Montfort University, 2002, p.85.

Chion, Michel, *La audiovisión*, Barcelona, Paidós Comunicación, 1993.

Eisenstein, S. M.; Pudovkin, V. I.; Alexandrov, G. V., “Manifiesto del sonido”. En Eisenstein, Sergei M., *Teoría y técnica cinematográfica*. María de Quadras (trad.). Madrid, Rialp, 2002, pp. 311-313.

Le Corbusier (Jeanneret, Charles-Édouard), *El Modulor y modulor2*, Barcelona, Poseidon editorial, 1980.

Le Corbusier (Jeanneret, Charles-Édouard); Jean Petit; Lucien Hervé; André Villiers; Paul Genest, *Le poème électronique*, Paris, Edition de Minuit, 1958.

Palmese, Cristina, *Sobre la identidad de la ciudad. El estudio de la interacción audiovisual en las nuevas herramientas para el proyecto. El caso de Cuenca*. Tesis Doctoral. Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid. 19/12/2014.

Schafer, Robert Murray, *The Tuning of the world*, Toronto, McClelland and Stewart, 1977.

Thibaud, Jean Paul, “Une approche pragmatique des ambiances urbaines”. En *Ambiances en debat*, Ed. La croisée, 2004.

Xenakis, Iannis, *Arquitectura y música*, Antoni Bosch Editor, Barcelona, 1982.

Xenakis, Iannis, *Formalized music. Thought and Mathematics in Music*, Sharon Kanach (recop. y ed.), Pendragon Press, Nueva York, 1992.

II. Cultura audiovisual en la vida cotidiana



El Auditorio Inquietante: estética sonora en los artgames

The uncanny auditorium: sound aesthetic in artgames

Luis Felipe CAMACHO BLANCO

Universidad Autónoma de Madrid

DOI: <http://dx.doi.org/10.15366/bp2017.14>

Recibido: 15/11/2016
Aprobado: 30/01/2017

Resumen: Los videojuegos se empiezan a erigir como el género artístico predominante del siglo XXI. Con un lenguaje ya maduro y una estética propia, aquellas limitaciones que tenían otrora se han convertido en grandes herramientas estéticas y semióticas con las que desencadenar distintos procesos emocionales. El sonido y la música han conseguido tener sus propias funciones dentro de los *artgames*, diferenciadas de las de otros medios audiovisuales, y lo más importante, se ha creado una sonoridad-signo, un simulacro baudrillardiano asociado al medio videolúdico: el *auditorio inquietante*.

Palabras clave: videojuegos, estética, sonido, música, valle inquietante, auditorio inquietante, simulacros, hiperrealidad, semiótica, audiovisual

Abstract: Artgames are progressively turning into the main artistic genre of the 21st century. With its own mature language and aesthetic, the old videogame limitations have become a great semiotic tool that triggers different emotional processes. Sound and music have obtained their own roles inside the artgames, different from the rest of audiovisual media and which is more important, they have created a sign-sound, a Baudrillard-type simulacrum associated to artgames media: the uncanny auditorium.

Keywords: Videogames, artgames, sound, music, uncanny valley, uncanny auditorium, simulacra, hyperreality, semiotics, audiovisual

La industria de los videojuegos, ciberjuegos o *artgames* está cerca de superar a la industria cinematográfica¹. Con unos inicios precarios, como su tecnología, pasando por una demonización del medio como catalizador de violencia, hemos llegado a una edad de oro videolúdica en la que se empieza a tomar consciencia de la importancia artística y estética del medio. Interiorizado ya por el imaginario colectivo y con algunas obras y autores que, sin duda, ya pertenecen a la historia del arte, el videojuego empieza a discernirse como el medio artístico del siglo XXI.

Para entender por completo su naturaleza artística es necesario verlo a través de la lente de la posthistoria y el posmodernismo. Lo hago por tradición, porque esto no sería un buen artículo sobre estética de los videojuegos sin que se reivindicase, una vez más, su naturaleza artística. Por ello lo haré escueto. No obstante, muchos de los argumentos aquí esgrimidos nos servirán posteriormente para el verdadero propósito de este artículo: hablar sobre la música y el sonido en la estética videolúdica.

Arthur C. Danto esgrimía que en el arte posthistórico el objeto y la obra de arte eran indiscernibles². Bajo este prisma, en su filosofía del arte, influenciada por Wittgenstein, el objeto artístico podría ser cualquier cosa. Para Danto no tenía importancia el criterio artístico tradicional, aquel en el que se precisaba de un discurso apoyado en una tradición estética, sino que aludía que el arte era arte porque se encontraba dentro de un marco cognitivo determinado, dentro de un mundo artístico³: un museo, un teatro, una performance, etc. Es decir, a pesar de que ya sentó unas bases para romper la idea tradicional de lo que el arte es, aún permanecía la idea de lo ritual dentro de su concepción. De esa forma, no es extraño que, con un claro platonismo, Danto considerara que el arte tiene la capacidad de crear un momento detenido, o dicho de otro modo, un círculo mágico en el que el receptor se introduce asumiendo sus reglas para abstraerse del mundo real. Recordemos que para Danto, en su teoría de los indiscernibles, las ilusiones y lo real son parte de nuestra experiencia vital. De este modo, aunque siguiendo la estela platónica el arte no va a ser un medio de conocimiento, sí va a generar una hiperrealidad en la que el receptor se introduce absorbiendo su lenguaje. Otro punto importante dentro de la filosofía del arte de Danto es la independencia que toma la obra de arte del discurso filosófico. Esta emancipación conduce a que el arte ya no precisa de un relato legitimador⁴. De forma algo irónica, la filosofía del arte de Danto reniega de la filosofía del arte y, como consecuencia, el artista no precisa ni de una tradición ni de una estética hegemónica (o su contrapartida), pudiendo expresarse libremente, lo que deriva en uno de los rasgos más importantes del arte poshistórico y posmoderno: el pluralismo.

¹ El término *artgame* (juego artístico) es un sinónimo de videojuego cargado de connotaciones. Su utilización habitualmente se emplea para diferenciar aquellos videojuegos (o creaciones semejantes) que tienen una intención puramente artística. Sin embargo, considero que esa sutileza es tremendamente imprecisa al entrar en la clásica polémica del qué es arte y qué es sólo entretenimiento. Utilizar el término *artgame* es una reivindicación y un posicionamiento evidente ante tal disyuntiva. Todo videojuego produce una experiencia estética y está avalado por un equipo creativo/artístico que trabaja en pro de esa experiencia. Por tanto, todo videojuego es arte. Todo videojuego es un *artgame*.

² Danto, A. C., *Después del fin del arte*, Barcelona, Paidós, 2001.

³ Danto, A. C., "The Artworld", *The Journal of Philosophy*, Vol. 61. 1964, pp. 571-584

⁴ Danto, A. C., *The Philosophical Disenfranchisement of Art*, New York, Columbia University Press, 1986.

Asumiendo que el posmodernismo exista, idea de la que muchos dudan, poniendo de manifiesto, otra vez de forma irónica, el pensamiento posmoderno, el videojuego toma cada una de sus características sin distinción. Es un arte reproducible, híbrido, plural, ecléctico y deconstructivo. Es un arte en el que el autor no tiene una importancia significativa debido a que su producción está hecha de forma cooperativa, salvo excepciones como *Fez* (Polytron: 2012), en la que su creador, Phil Fish, toma un papel romántico de genio atormentado, o la saga *Metal Gear* (Konami, 1987), en la que su director, Hideo Kojima, como forma de reivindicar el papel del director de videojuegos e igualarlo al del director de cine, se torna omnipresente dentro y fuera de su creación.

Otro rasgo a tomar en cuenta es que el videojuego es un producto cultural, es decir, no sólo es un objeto artístico, que busca enriquecer al ser humano, también es un arte-facto con significaciones socioculturales⁵. Esto deriva en que el videojuego está sometido a tensiones. Por una parte, los creadores buscan expresarse a través del medio. Por otra, están limitados por una industria cada día más masificada.

Todo ello nos sugiere el gran problema que han tenido los videojuegos para ser considerados por el imaginario colectivo como arte. El medio nos ha llegado como objeto económico en plena era del entretenimiento. Nos ha llegado además con la reproductividad de base, es decir, huérfano de rituales, ajeno y alejado de un marco cognitivo artístico. Lo hemos visto nacer y en consecuencia no ha tenido una tradición artística sobre la que sostenerse. Por ello, en su orfandad tomó como tutores al cine y a los juegos tradicionales, creando así un problema de identificación.

Hoy el asunto cambia y todos estos problemas están ya superados. Sin embargo, como un estigma o un trauma, en la esencia de los videojuegos permanece esta problemática que, como un fenotipo, se nos presenta en su particular lenguaje y en su ecléctica estética.

Los tres pilares en los que se cimienta y diferencia la esencia videolúdica son: la inmersión, el rol y la interacción. Para comprender mejor gran parte de la construcción sonora en el medio nos tenemos que detener un momento en definir y entender estos tres conceptos.

Todo *artgame* es un juego de rol. Tomamos posesión, y utilizo esta palabra con cierta intencionalidad, de un personaje preestablecido o creado a nuestro gusto. A diferencia de otras artes, no somos empáticos con el protagonista, sino que *somos* el protagonista. Esto nos lleva a relacionarnos con la obra de arte de una forma novedosa. Entramos en lo que se conoce como círculo mágico. El círculo mágico es la barrera mental que protege la realidad del juego, de tal forma que podemos separar ambos mundos, con sus reglas y sus roles. Al entrar en el círculo mágico asimilamos las reglas del mundo virtual y nos ceñimos a sus premisas. Captamos también nuestra propia existencia dentro del juego y, por supuesto, la identidad que allí nos corresponde. Existe por tanto una voluntad de vivir, de *ser* en un mundo distinto. Para Gadamer, el rol en el juego es un concepto que va más allá del protagonismo. Decía que “todo jugar es jugado”⁶ aludiendo a que es el juego el dueño de los jugadores, los cuales pierden su identidad en pos de un rol determinado.

La inmersión es de gran importancia para tomar posesión de un rol. El videojuego nos ofrece un nuevo mundo con sus propias reglas. La diferencia con otras artes es que el pacto tácito de la ficción se diluye al pasar de la empatía al protagonismo. Pasemos en un breve inciso al cine. Ni el cine-ojo de Vertov, ni sus discípulos contemporáneos del *Dogma 95*

⁵ Luengo, M., “El Producto Cultural: Claves Epistemológicas de su Estudio”, *Revista de Estudios de Comunicación Zer*, Vol. 13, nº 24, 2008.

⁶ Gadamer, H-G., *Verdad y Método I*. Salamanca, Sígueme, 1992.

consiguen que seamos más que simplemente espectadores. Incluso géneros metalingüísticos como el *found footage* consiguen la proeza de hacernos sentir dentro de la acción. Sin embargo, los *artgames*, incluso cuando toman estéticas tan ajenas a la realidad como el *pixel-art*⁷ o el *cartoon*, sí nos introducen en la diégesis. Lo consiguen porque tomamos un rol dentro de la acción, porque el mundo posible tiene unas reglas coherentes dentro de su idiosincrasia y porque somos contingentes de una forma sartriana, creemos que el mundo virtual existe a pesar de nosotros. De esa forma, el pacto tácito está realmente en la hiperrealidad, es decir, al entrar en el mundo posible virtual no tenemos una experiencia solipsista sino que creemos que hay algo más allá del horizonte.

La interacción, último pilar, se basa especialmente en esta contingencia. Cuando nos arrojan al mundo virtual como yectos⁸, tenemos un mundo inexplorado del que debemos aprender. Normalmente se nos exponen las reglas del mundo a través de demiurgos (explicaciones interdiegéticas) o tutores PNJ⁹ (explicaciones diegéticas). Una vez hemos aprendido los controles y las reglas, con la práctica y la experimentación los interiorizamos. Al interiorizarse el yecto se convierte en proyecto, en Dasein¹⁰. El Dasein es nuestra relación con el mundo, el cómo vamos hacia adelante de forma inconsciente, en la deriva o tomando posesión de nuestro destino. Cuando entramos en un mundo posible, con nuestro rol y en la protección de nuestro círculo mágico interactuamos con el mundo y con sus reglas avanzando inconscientemente. Incluso en juegos como *Minecraft* (Mojang AB: 2011), en el cual no se nos sugiere ningún objetivo, vemos cómo, después de unas horas, hemos dejado impronta en el mundo virtual, hemos avanzado y aprendido, y nos hemos puesto nuestros propios objetivos, nos hemos convertido en proyectos. Podemos hablar de que existe, incluso en el mundo virtual, una voluntad de poder que nos incita a crear y sacar rédito a nuestro potencial participando con el mundo. Por todo ello, alegaba que la contingencia es esencial para la interacción. Arrojarnos como entes contingentes nos espolea a interactuar con el entorno y tratar de hacernos importantes y necesarios, aunque sea una simple apariencia. Más adelante veremos la narrativa inmersiva, dónde todo esto tendrá una importancia significativa.

La capacidad de los videojuegos de hacernos protagonistas, introducimos en un mundo posible¹¹ y animarnos a interactuar con él es fundamental a la hora de analizar su estética. De igual forma, el sonido y la música participan activa o pasivamente con estos pilares y por tanto, nos serán de gran utilidad.

Antes de comenzar a abordar la estética del sonido debemos hacer un preámbulo algo más técnico. En realidad, como veremos más adelante, es probable que sea el apartado técnico y no el artístico lo que caracteriza a su estética sonora, así que esta parada es más que necesaria. Por otra parte, otro elemento de gran importancia es la industria del videojuego, es decir, la dimensión económica. Como tanto el apartado técnico como el económico forman parte de los medios de producción y están interrelacionados, los vamos a tratar juntos.

⁷ *Pixel Art*: estética pictórica, fundamentalmente digital, basada en la creación de imágenes a partir de la coloración individual de celdas enrejadas (píxeles, en el medio digital).

⁸ Según el existencialismo de Heidegger, el “estado de yecto” es en el que se encuentra el hombre al ser traído al mundo. A partir de este estado comienza a avanzar saltando de lo nuevo a lo nuevo convirtiéndose en proyecto, abandonándose en el mundo.

⁹ Personajes no jugables.

¹⁰ Heidegger, M., *El Ser y el Tiempo*, Madrid, Trotta, 2003.

¹¹ Mundo semánticamente distinto al mundo real al que sólo se puede acceder a través del texto, en este caso a través del videojuego.

El sonido en los videojuegos ha estado ligado desde sus inicios inexorablemente a la electrónica. Desde aquellos microprocesadores de las máquinas arcade de los setenta hasta los millones de cálculos de la composición procedural que ya comienza a implementarse de forma óptima, la tecnología ha tenido un lugar predilecto en la sonorización de los *artgames*. Tanto es así que lo primero que pensamos al hablar de la música de videojuegos es en el sonido 8-bit¹² y su género: el *chiptune*¹³. No obstante, aunque esto tiene su importancia, que trataremos más adelante, existen otros elementos relacionados con la electrónica que también tienen su interés. El más importante son las limitaciones. Ya fuese por el número de voces que pudiesen sonar al mismo tiempo (polifonía) o por el espacio de almacenamiento del que disponían los compositores, los límites han supuesto, en realidad, un revulsivo y un acicate para la creatividad. Los sonorizadores tuvieron que adaptar su producción a unos recursos limitados y a unas herramientas precarias que, junto al papel de la programación informática, crearon un nuevo lenguaje musical. La limitación ha supuesto un resurgir de la praxis barroca, una nueva aplicación para las construcciones cíclicas, el retorno de la composición por bloques, que al mismo tiempo ha servido de sustento para la elaboración de bucles; y, por último, quizás lo más importante, ha reavivado el interés de los compositores contemporáneos por la melodía. Este interés por la melodía no es pueril pues la música académica contemporánea ha renunciado, por lo general y con felices excepciones, a esta dimensión musical dando prioridad al timbre y la textura.

Otra limitación importante, aunque esta la tiene en común con la mayoría de medios audiovisuales, son los tiempos de desarrollo y el rol del compositor y el diseñador de sonido en los equipos creativos. Por lo general, el apartado sonoro es una de las últimas cosas que se hacen en un desarrollo. Esto conlleva que los diseñadores tengan un tiempo reducido y unos plazos de entrega más apretados. El apartado sonoro además no suele ser parte del equipo de desarrollo, sino que se suele contratar de forma externa o se introduce cuando el proyecto ya está avanzado. Esto produce que los diseñadores no tengan una influencia en el desarrollo ni una visión holística del proyecto. Todo ello acarrea que las formas de significar en el sonido y la música tengan una serie de lugares comunes, al tener que entregar el proyecto con cierta prisa y sin que haya mucho tiempo para la inventiva. Recordemos que aunque el trabajo de creación tenga un gran peso inspirativo, en la cultura audiovisual contemporánea los símbolos y los lugares comunes son una herramienta bastante arraigada. En consecuencia, muchas veces no me referiré al rol del compositor como tal, sino como diseñador.

¹² *Sonido 8-bit*: debido a las limitaciones inherentes a los sistemas digitales, tanto antiguos como contemporáneos, y a la dificultad de traducir las complejas ondas físicas del sonido a unos y ceros; se utiliza un método de digitalización denominado *Pulse Code Modulation* (PCM). En este método las ondas sonoras se construyen digitalmente a partir de: una frecuencia de muestreo (Hz), que establece cuantas muestras se toman cada segundo; y una resolución o cuantización (bits), que es el rango de valores posibles que se otorgan a cada muestra. El estándar actual son 16-bit (65.536 valores), aunque actualmente a nivel profesional se trabaja con 24 y 32 bits (con coma flotante). El sonido 8-bit, como su nombre indica, es aquel que tiene una cuantización de 8 bits, es decir, 256 valores posibles (nótese la diferencia al estándar) y que tiene, en consecuencia, un sonido de baja calidad, o resolución, y nos resulta sintético. A pesar de que 16-bit tenga ya una cuantización óptima, otros aspectos como la frecuencia de muestreo o la tecnología de articulación musical hacen que no se pueda asegurar una calidad de sonido óptima.

¹³ *Chiptune*: también llamado *música 8-bits* es un estilo musical donde todos los sonidos son sintetizados por el procesador de una videoconsola.

El diseño, término que no goza, ni en el ambiente académico ni en el artístico, de muy buena fama, es en realidad la mejor forma de llamar a estas composiciones audiovisuales. Cabe aclarar que no es un término peyorativo debido a que no ignora su naturaleza artística. Es decir, sus argumentos primarios siguen siendo patéticos y éticos, lo que en una visión aristotélica se traduce en *techne* poética. Además el propio creador toma autoconsciencia de su papel artístico, rasgo de gran importancia. Esto nos llevaría a preguntarnos: si aisláramos la música y el sonido del documento audiovisual, ¿Seguiría siendo arte? Y a un sin fin más de preguntas que poco tendrían que ver con el tema a tratar. Pero resumiendo: sí. No obstante, al hablar de diseño se pone de manifiesto que este tipo de música está compuesta como parte de un discurso ulterior y multimodal que le precede en importancia y que ésta tiene, además, que cumplir un rol y unas funciones específicas, ya sea éstas antitéticas o sintéticas.

Teniendo en cuenta todo lo que hemos comentado podemos decir que el compositor de audiovisuales es un trabajador productivo. Es decir, se enfrenta directamente al capital y, por tanto, se esconden detrás unos intereses económicos que, además, influyen en la creación de cada parte del proyecto de una manera directa. Ésta sería la gran infamia que rodea al diseño. Al estar éste condicionado por tensiones sociales y económicas, se suele obviar su evidente valor estético, su dimensión poética. Sin embargo, cada compositor y/o diseñador, a pesar de cumplir sus funciones, deja una impronta característica y expresiva, hasta el punto de que su música o su sonido trascienden el medio y se erigen como objetos artísticos inalienados.

Una vez hemos visto algunas características generales de los *artgames* y de su industria, tenemos una buena base para comenzar a ver cuáles son los rasgos estéticos y las funciones audiovisuales de la música y el sonido.

Nuestra sociedad se construye actualmente sobre una cultura visual. Es decir, las imágenes hegemonizan los discursos subyugando los textos de otras disciplinas con el suyo propio. En los medios audiovisuales eso se traduce en que la imagen va a ser el epicentro donde se va a cimentar el discurso, al que después se le revestirá a través del texto, el sonido o la interacción. Los videojuegos, como discurso audiovisual, no van a salvar esta característica y, por tanto, la música va a estar supeditada a la imagen. Sin embargo, aunque vivamos en una cultura visual, nuestra sociedad no ha sido totalmente educada para interpretar este lenguaje a la perfección. De ese modo, no todo el mundo sabe contextualizar una imagen, desentramar sus significados, captar la ironía o trascender el encuadre. El texto musical es el encargado, junto a otros elementos, de aclarar o condicionar la interpretación del texto visual.

Esta consideración nos aclara la influencia que ha tenido la industria cinematográfica para el videojuego. La tradición, las herramientas y las funciones, ya avanzadas y, sobre todo, interiorizadas por el público, en torno a los significados y significantes de la música y el sonido en el género audiovisual han servido de sustento para los videojuegos. De esa forma, podemos encontrar en el apartado sonoro de los videojuegos interacciones música-imagen similares a las que encontramos en el cine. Gabriel Correa las resumió muy bien en las siguientes¹⁴: 1) Interacciones semánticas: cuando el sonido interactúa con los significados y significantes de la imagen ya sea de forma semejante o antitética; 2) sintácticas: cuando el sonido está al servicio de la estructura; 3) narrativas: cuando el sonido está al servicio de elementos de la narración (paisajes, personajes, eventos); y 4)

¹⁴ Correa, G., "Relaciones a partir de [Philip] Tagg", <http://prodmusical.unsl.edu.ar/html/articulos.htm> (2000). [consultado el 23 de julio de 2016].

direccionales: cuando el sonido trata de condicionar al receptor. Las más arraigadas son aquellas que tienen, en realidad, una tradición más musical que audiovisual. Las interacciones semánticas, normalmente relacionadas con los tópicos musicales, las encontramos en la música de los videojuegos con cierta profusión. Por ejemplo, tópicos de inicio, como el de fanfarria, que nos sirve a nivel semántico y sintáctico, lo encontramos en las oberturas de la saga *Dragon Quest* (Enix: 1990). El tópico de inicio *Ex Nihilo*, a la manera romántica, los vemos en sagas como *Tomb Raider* (Core Design: 1996) o *MediEvil* (Sony: 1998). También las interacciones direccionales son comunes en los videojuegos, la música nos dice qué sentir. No obstante, éstas las veremos más adelante porque en los videojuegos tiene características propias muy interesantes.

El videojuego también se aprovecha bastante de la industria musical. En primer lugar, hay que aclarar que los compositores de videojuegos tienen influencias y conocimientos muy dispares. A diferencia de la industria cinematográfica, donde los compositores suelen tener amplios conocimientos “clásicos” y en *filmscore*, y cuentan, además, con gran ayuda de orquestadores; en los videojuegos nos encontramos compositores electrónicos, populares o clásicos, y normalmente una mezcla de todo ello. Esto conduce a que a nivel musical hallemos un gran eclecticismo, ya no sólo de un videojuego a otro sino en un mismo videojuego. El mejor ejemplo para ilustrar este eclecticismo es la saga *Final Fantasy* (Squaresoft: 1987) y el caso de su compositor Nobuo Uematsu. Uematsu comenzó su carrera musical como teclista interpretando rock clásico y progresivo, es decir, sus influencias son principalmente populares. Consecuentemente, encontramos pasajes en sus composiciones con clara influencia rockera (*One Winged Angel*, uno de los temas más conocidos de *Final Fantasy* comienza citando el clásico *Purple Haze* de Jimmy Hendrix). No obstante, también podemos escuchar en la banda sonora de *Final Fantasy* un preludio con clara influencia bachiana (*Prelude*, en casi todos los juegos de la saga), una pieza inspirada musicalmente en las Folías de España y orquestalmente en Manuel de Falla (*Vamo' alla Flamenco*, en *Final Fantasy IX*) e incluso una ópera (*María and Draco*, en *Final Fantasy VI*).

La música popular, ya sea incidental o no, ha tenido un hueco prioritario en la industria del videojuego. Juegos como la saga *Tony Hawk's Pro Skater* (Neversoft: 1999) o la saga *Fifa* (Electronic Arts: 1993), han utilizado música de bandas populares como banda sonora para aparentar modernidad y normalmente atraer a un público joven o a un *target* determinado, especialmente en el primer caso. De igual forma, gran parte de la música incidental escrita para videojuegos tiene un tono popular asociado a su época y a la moda del momento. Bandas sonoras como la de *Castlevania* (Konami: 1986) o *Street Fighter II* (Capcom: 1991) nos suenan a música de finales de los ochenta. En cambio, la banda sonora de *Bastion* (Supergiant Games: 2011) o *No Man's Sky* (Hello Games: 2016) recoge gustos más contemporáneos. Para terminar, encontramos también hibridaciones entre música clásica y popular. Un ejemplo paradigmático es la adaptación rockera que hacen Hiroshi Takeyasu y Tomoya Tomita de conocidas obras de música clásica, como por ejemplo *La Danza Húngara nº 5* de Johannes Brahms para el juego *Parodius Da!* (Konami: 1990).

Este eclecticismo musical es una característica de la música de videojuegos que hay que tener muy en cuenta. Básicamente nos está aclarando una cosa: sea lo que sea lo que hace a la música de videojuegos ser lo que es, no está arraigado en el estilo musical. La escritura, las reglas y los rasgos musicales no son la esencia de la música de los videojuegos. Tengamos en mente, para las próximas páginas, aquel aforismo atribuido a Debussy: “la música no está en las notas sino entre las notas”, porque tendrá una importancia muy significativa no solo por qué dice sino por quién lo dice.



Final Fantasy VI, ópera “Maria and Draco”: Fuera del medio, en todos los sentidos, la música de esta microópera nos provocaría extrañeza, si no desagrado. Sin embargo, dentro del mundo posible del juego crea un efecto realmente atractivo para el jugador

A la hora de desarrollar un juego, el director, junto al equipo creativo, eligen el diseño y el estilo artístico que van a utilizar para crear su obra. Por lo general y resumiendo, se expone un estilo pictórico, la forma de los personajes y del mundo, y la paleta de colores. Con ello, junto a otros elementos como la descripción psicológica de los personajes o de la historia, se confecciona un documento de diseño. En este documento de diseño se basa el equipo gráfico para ir desarrollando bocetos y así avanzar en lo que posteriormente veremos en el apartado artístico. Así funciona, normalmente, el desarrollo de videojuegos, ya sea a través de *scrum*¹⁵ u otros métodos de creación cooperativa. ¿Cuándo llega el diseño sonoro? Habitualmente, con la música y el sonido, como hemos dicho anteriormente, se empieza a trabajar después de que todo el apartado gráfico y artístico esté en un estado más avanzado. En principio, el director, junto al jefe del apartado artístico, son los encargados de dar al compositor y a los diseñadores de sonido una serie de indicaciones de cómo debe ser la sonoridad en el juego. No obstante, especialmente en el caso del compositor, el cual tiene que adentrarse en los niveles para ver qué música pega en cada sitio, el trabajo de creación práctico se hace hacia el final del proyecto, dejando los bocetos y las inspiraciones para el desarrollo temprano. Todo esto sería una idealización de cómo funcionaría más o menos la creación del apartado artístico, sin embargo, cada videojuego es un mundo. Además existen otros factores que determinan la elección del arte en un videojuego: el *target*, el estado del mercado, la editorial, etc. No obstante, nos ayuda a ver la importancia ya no de la imagen, sino del estilo artístico que se haya elegido.

¹⁵ *Método Scrum*: método de desarrollo cooperativo utilizado habitualmente en el desarrollo de software.

Repitiéndome, el sonido en los medios audiovisuales está supeditado a la imagen. Cuando el código de la imagen forma parte de su mensaje, entonces la música ha de transformarse para atender a ese metalenguaje. O dicho de un modo más claro, al elegir una estética determinada, el sonido ha de adaptarse a esta estética. Por ejemplo, no sería consecuente utilizar *pixel art* para el apartado gráfico junto con un sonido realista debido a que, según la tradición o convención estética, se conseguiría un efecto antitético, lo cual no suele ser habitual. Cuando la industria del videojuego era joven, estas consideraciones estaban impuestas por las limitaciones técnicas, actualmente, sin esas limitaciones y teniendo el videojuego una tradición lingüística propia y madura, este tipo de elecciones artísticas se hacen por motivos estéticos.

Existen ciertas relaciones formales en cuanto a la elección de un estilo artístico y de un estilo musical. El *pixel art* por tradición suele ir acompañado de sonido de 8 o 16 bits, enfatizando así su naturaleza prototecnológica. El *voxel art*¹⁶, aunque sigue la estela tecnológica, suele ir acompañado de un sonido más minimalista y divertido, ya que los juegos creados de esta forma han usado, con raras excepciones como *7 Days to Die* (The Fun Pimps: 2016), colores vivos y formas sencillas. El *cartoon* utiliza una estética más infantil. Y los juegos de realismo marrón o fotorrealismo utilizan un sonido más adulto, bandas sonoras con tintes cinematográficos y/o música licenciada. Hay que hacer una aclaración. Como vemos aquí sólo hablamos del apartado sonoro, el estilo musical puede ser de distintas naturalezas. También hay que decir que esto son patrones que se dan con recurrencia y que hay excepciones que, normalmente por motivos narrativos o ideológicos, se apartan de esta norma. Un ejemplo de estas excepciones es *Ni No Kuni* (Level-5: 2010), un juego *cartoon* basado en la estética de los estudios *Ghibli* que tiene una banda sonora cinematográfica compuesta por Joe Hishaisi, el compositor de los mismos estudios. Otro ejemplo, basado en la narrativa del juego, es *Civilization IV* (Firaxis Games: 2005). Aunque su estética no es del todo realista, su contenido histórico y documental conlleva que gran parte de la música utilizada sean pregrabaciones de obras de música clásica.

El diseño de Mundos (con mayúsculas, para aclararnos) difiere del diseño artístico o estético. Mientras el primero se trata de *cómo* se ve, éste va a tratar sobre *qué* se ve. Como hemos dicho anteriormente, para conseguir una buena inmersión se precisa de un buen mundo posible en el que todo tenga sentido. El *qué* se escucha en nuestro mundo virtual ha de ser igual de coherente que el *qué* se ve. Como ocurre con el cine, podemos distinguir la utilización de la música como diegética o extradiegética. Para ilustrar la diferencia y la importancia que tiene en el medio vamos a utilizar dos sagas de la misma compañía, Bethesda, que por mecánicas y género están hermanadas: *Elder Scrolls* (1994) y *Fallout* (1996, con Black Isle Studios). El primero está ubicado en un mundo de fantasía medieval. En él podemos escuchar música diegética interpretada por bardos en las tabernas. Sin embargo, la mayoría del tiempo escuchamos de forma extradiegética la magnífica banda sonora compuesta por Jeremy Soule. Esta banda sonora, con tintes medievales y cierto minimalismo, es utilizada para evocar las grandes estepas y montañas del continente de Tamriel, lugar dónde se desarrolla la saga. Una apreciación interesante es que las sensaciones conseguidas por Soule, especialmente a la hora de reproducir los vastos territorios que tiene el mundo posible de *Elder Scrolls*, se construyen de forma parecida a

¹⁶ *Voxel Art*: el vóxel es la unidad tridimensional equivalente al píxel bidimensional. Es la unidad mínima procesable en una matriz tridimensional. En consecuencia, el *Voxel Art* es la creación de espacios a partir de vóxeles. Normalmente es una estética basada en hexaedros.

como lo hace Antonio José Palacios para representar el páramo castellano en su *Sinfonía Castellana* (1925)¹⁷. Si bien simplemente es una feliz coincidencia, nos hace entrever que a la hora de realizar música pintoresca, evocativa o descriptiva se caen en una serie de lugares comunes con un gran poder de significación.

Por otro lado, en la saga *Fallout*, ubicada en un mundo distópico y post-apocalíptico, se aprovecha el desarrollo tecnológico de su mundo para hacer que toda la música sea diegética. Ello se consigue al dar al jugador la posibilidad de utilizar una radio con diferentes cadenas. Esta radio no sólo sirve para escuchar música, la cual, por cierto, está elegida con gran coherencia, también, a través de un locutor, se nos dan datos del mundo que nos rodea y de cómo afectamos en él. Otro elemento interesante de *Fallout* es que su mundo devastado y tecnológico se ve representado sónicamente por el protagonismo de las máquinas y lo industrial. Aunque esto es habitual, el gran acierto en cuanto a sonido es que la música que escuchamos en la radio tiene la sonoridad propia de un vinilo, lo cual redundará otra vez en la maquinaria como recurso estético-sonoro. De una manera parecida podemos ver los diferentes usos de la música en otras dos sagas hermanadas: *Red Dead Redemption* (Rockstar: 2010) y *Grand Theft Auto* (Rockstar: 1997). En la primera, la música *country* extradiegética nos evoca el salvaje oeste, lugar y tiempo en el que está ubicado el universo del juego. En cambio, en *Grand Theft Auto*, otra vez utilizando el recurso de la radio, la música se convierte en diegética y se corresponde al lugar y el tiempo del propio juego.



Radio en *Fallout 4*: La música y el sonido son diegéticos, forman parte de la trama, de la ambientación, y se ven encarnados en un objeto virtual

¹⁷ Construcción a partir de orquestaciones sencillas, sección de cuerdas y arpa en la mayoría de casos, notas largas y desarrollos lentos sin tensiones tonales.

Como vemos en estos ejemplos, la música y el sonido son esenciales a la hora de dotar al mundo de una sonoridad propia y una coherencia estética. Por supuesto, hay que tener en cuenta el sonido ambiente, el cual los diseñadores cuidan con especial escrupulosidad. Un ejemplo interesante es *Inside* (Playdead: 2016). Este juego en 2.5 dimensiones, una estética minimalista y una paleta de colores limitada a la escala de grises, utiliza un sonido y unas reverberaciones realistas con el fin de dotar al discurso de cierta solemnidad y también de crear profundidad en los escenarios, lo que se conjuga con el efecto de 2.5 dimensiones de la imagen. Junto a esto se combina una elegante elección de colchones armónicos, con un gran propósito direccional, que suenan en momentos decisivos. Un ejemplo curioso es que gran parte de los escenarios se componen de agua, en la que se bucea. Bajo el agua, además de apagarse el sonido, se puede escuchar un colchón armónico muy tenue que representa a la perfección el vacío y la flotabilidad de estos escenarios.

Por último, en este apartado de diseño, tenemos que hablar sobre los diseños de nivel. Mientras los diseños del mundo están pensados para crear un universo virtual coherente, el diseño de nivel se centra en los retos, obstáculos y particularidades de cada escenario dentro de ese universo. Para ilustrarlo mejor vamos a ver el ejemplo de *Mario Bros.* (Nintendo: 1983). El universo en el que se desarrollan los acontecimientos de *Mario Bros.* (el diseño de mundo) es el *Reino Champiñón*. Dentro de este reino, cada escenario tiene sus propias particularidades, aunque siempre existe una cohesión estética. Como ocurre en la composición musical, al comienzo de cada nivel se nos expone un motivo (una amenaza, un tipo de puzzle, etc.), o unos cuantos. Poco a poco estos motivos se van desarrollando, haciéndose más complejos pero manteniendo la estructura o la forma. Con ello vamos aprendiendo una serie de mecánicas de juego. Lo normal es que después de unos cuantos escenarios haya una recapitulación para que no olvidemos las mecánicas que hemos aprendido al comienzo. Aunque el caso de *Mario Bros.* es particular y exquisito en cuanto a diseño de nivel, este tipo de construcciones se aplican con más o menos acierto en la mayoría de videojuegos. A esto se lo conoce como curva de aprendizaje.

¿Qué relación tiene la música con el diseño de nivel? La música y el sonido se coordinan con la construcción del nivel de las siguientes formas:

- *Simbolizando obstáculos y amenazas*: cada amenaza tiene un sonido particular con el fin de que el jugador pueda percibir mejor el peligro, incluso si éste está fuera del campo de visión. En *Mario Bros.* los cañones suenan, aunque sean disparados fuera del campo de visión.

- *Otorgando recompensas*: el jugador asocia unos sonidos a una serie de recompensas. Al escuchar estos sonidos, por puro condicionamiento clásico, se siente mejor. En *Mario Bros.* el sonido de la recolección de monedas o el ya clásico 1-UP.

- *Influyendo en el tempo de la jugabilidad*: aumentar o disminuir el tempo de la música condiciona la velocidad de los movimientos del jugador. En *Mario Bros.* cuando se coge una estrella, se incita al jugador a través de la música a acelerar el ritmo. También ocurre cuando queda poco tiempo para terminar el nivel.

- *Dando singularidad a cada nivel*: junto con la sección artística, se añade un plus de originalidad a cada escenario a través de la utilización de nuevas músicas, orquestaciones o estilos. Curiosamente, a nivel sonoro no suele haber grandes cambios pues el diseño sonoro forma parte del diseño estético. No obstante, sí hay cambios estilísticos notables en la música y en el sonido ambiental.

Algunas de estas funciones que toma el sonido y la música dentro de los videojuegos son realmente interesantes, pues se diferencian totalmente de las interacciones que ocurren en otros géneros audiovisuales. En los videojuegos, por su naturaleza, hay funciones que interactúan directamente con las capacidades motoras del jugador. Éste es un sujeto potencial, en tanto que tiene capacidad para realizar acciones, y, por tanto, estas funciones van dirigidas a condicionar cómo o por qué realiza esas acciones. Un ejemplo claro es la función de simbolizar amenazas. Mientras en el cine, en el que los receptores son pasivos e impotentes, tiene un sentido *pathético*, al jugar con el sentimiento de indefensión, en los videojuegos además del sentido *pathético* adquiere una dimensión lógica, al reparar en las capacidades físicas e intelectuales del jugador. A las anteriores funciones les podemos añadir, ya fuera del diseño de nivel, otras tres:

- *Poner de manifiesto la participación con el mundo*: el jugador, al moverse por el espacio, genera sonidos como pasos, puertas o cajas cerrándose, interruptores, etc. No es sólo el poder de la sincronización entre la imagen y el sonido, sino, y esto es lo que lo hace único, la sincronización entre esos dos elementos y nuestro cerebro y las actividades motoras de nuestro cuerpo (mover los dedos o la mano).

- *Generar espacios dinámicos*: el jugador siente estar dentro de un espacio pues, al transitar por él, el sonido ambiental cambia, ya sea por el paso de un escenario a otro o porque la posición de nuestro personaje hace que se transforme cómo escuchamos los focos de sonido o la reverberación.

- *Guiar al jugador*: el sonido y la música se suelen utilizar para guiar nuestros pasos o conseguir objetivos. En *Far Cry 4* (Ubisoft: 2014), el sonido nos indica cuán cerca estamos de los objetos coleccionables *Máscaras de Yalung*. En *Elder Scrolls*, una de las flores que sirve de ingrediente para las pociones, la *Raíz de Nirn*, suena si pasamos cerca de ella.

Como vemos, todos estos elementos informan e interactúan con el jugador desde la jugabilidad del videojuego. Aportan inmersión, interacción y en consecuencia *roleplay*. También aportan cierta contigencia. Por ejemplo, al acercarse y oír una *Raíz de Nirn* en *Elder Scrolls* nos da la sensación de que ésta está allí a pesar de nosotros. Es un detalle que rompe con el solipsismo que nos podríamos encontrar dentro de un mundo virtual, nos quita la sensación de que no “existe”, o no está cargado, el mundo más allá de lo que abarca nuestro campo de visión, o de carga.

Dentro de los videojuegos existen cuatro tipos de narrativa¹⁸. Implícita: cuando el jugador interpreta como historia los elementos del juego (*Tetris*, por ejemplo). Formal: cuando el jugador no participa en la historia, sino que es un mero espectador que sigue un guión planificado (p.e. *The Order*). Interactiva: una mezcla entre las dos anteriores en la que el jugador, a través de su interacción con el mundo, va disparando eventos guionizados (p.e. *Elder Scrolls*). Y, por último, historia interactiva: el jugador tiene consecuencias directas en la historia, es decir, puede cambiar los acontecimientos, el modo de llegar al objetivo e incluso el propio objetivo, como sucede en *Fallout New Vegas* (Obsidian Entertainment: 2010).

¹⁸ Boon, R., “Writing for games”. *Game Writing: Narrative Skills for Videogames*, Boston, Charles River Media, 2007.

Todas estas formas narrativas están categorizadas a nivel de guión, sin embargo, realmente no tienen en cuenta los procesos utilizados para presentar la historia al jugador. Es decir, la historia que vivimos en el videojuego se nos puede enseñar a través de diálogos, cinemáticas, texto, contextualización y/o eventos pre-escritos (in-game). No obstante, no hay una categorización clara frente a estos elementos debido a que cada juego utiliza una configuración distinta haciendo esa categorización demasiado complicada.

Con todo, dentro de ese conglomerado de procesos narrativos, despunta la llamada narrativa inmersiva. Se conoce como narrativa inmersiva a la forma particular de los videojuegos de contar su historia desde la propia jugabilidad. El ejemplo clásico y paradigmático es la saga *Half Life* (Valve: 1998). En ella, al jugador se le presenta la historia a través de la ambientación (carteles, edificios, personajes...), eventos in-game en los que no se pierde el control del personaje y, por supuesto, la música y el sonido. Todo, por supuesto, con una limitación muy estricta de los elementos extradiegéticos con el fin de no expulsarnos del círculo mágico. Un último elemento interesante es que en este tipo de narrativa al jugador no hace falta enseñarle todo; es decir, muchos trazos de la historia están diseminados por el mundo esperando a que el jugador los encuentre, aunque estos no sean, realmente, relevantes para cumplir sus objetivos. Una forma exquisita de realizar esta narrativa inmersiva la encontramos en el comienzo del juego *Bioshock Infinite* (Irrational Games: 2013). Utilizando unos pocos diálogos sugerentes de los que somos meros espectadores, un cuidadoso simbolismo dispuesto por todo el primer escenario que nos adelanta lo que nos vamos a encontrar (si le prestamos atención) y un sonido y una música que nos evocan unos sentimientos muy afines a la ambientación general del juego, que aún no conocemos, se consigue introducir desde los primeros compases de la partida al jugador dentro del mundo narrativo del juego.

Además, se invita a explorar e interactuar con el entorno con la intención de familiarizarse, debido a que más adelante en el juego se volverá a este escenario y la simpatía que despierta es importante para el efecto dramático del *déjà vu*. Uno de los temas principales de *Bioshock Infinite* son los viajes en el tiempo, tema que no conocemos hasta que hemos avanzado un poco en la trama. Sin embargo, con la música diegética se nos adelanta este giro narrativo continuamente, utilizando música moderna orquestada e interpretada al estilo de principios del siglo XX, tiempo en el que está ubicado el juego. Un momento musical interesante, porque ilustra muy bien la narrativa inmersiva y el papel de la música en ella, consiste en la aparición en medio de la ciudad del juego (Columbia) de un cuarteto de voces interpretando a capela el *God Only Knows* de The Beach Boys¹⁹. Interesante porque nos adelanta la temática del juego mucho antes de conocerla y porque se nos presenta en pantalla como parte de la ambientación, pudiendo ignorarlo si queremos o si no le hemos prestado atención.

En definitiva, lo que consigue la narrativa inmersiva es quitarnos importancia dentro del mundo. Este “está ahí” a pesar de la irrelevancia de nuestro personaje y somos nosotros los que tenemos que participar en él, ya sea disfrutando de lo que nos ofrece, interactuando con él y/o cumpliendo con nuestros objetivos. El sonido y la música, diegéticos a ser posible, forman parte de esa narrativa de la misma forma que las fachadas de los edificios, los PNJs, los carteles...; están ahí dando viveza al mundo, otorgando un *plug-in* narrativo a la ambientación.

¹⁹ El mundo posible de *Bioshock Infinite* se sitúa en 1916. *God Only Knows* de The Beach Boys data de 1966.

Jean Baudrillard decía que la sociedad contemporánea vive en una realidad simulada, no en términos cosmológicos sino perceptivos²⁰. Cada elemento de nuestra sociedad se simplifica hasta convertirse en un signo y consecuentemente esa amalgama de signos es lo que asimilamos como realidad, sustituyéndola. Baudrillard, en su visión social y antropológica, hacía grandes reflexiones sobre cómo además estos signos, a los que llamaba simulacros, no eran creados de forma individual, sino que se iban gestando por la masa social o imponiendo por los medios de comunicación. Siguiendo preceptos parecidos, Hall hablaba de constructos sociales²¹, grandes estructurales semióticas con las que la sociedad, especialmente occidental, había creado su identidad. Quizás la visión de Hall es la que más se aproxima al padre de esta visión lingüística de la sociedad, Levi-Strauss, ya que la mitología además de que provee una cosmovisión crea una identidad. Roland Barthes, en cambio, aplicaba valores lingüísticos al mundo cultural²². En sus investigaciones se puede entrever que gran parte de la expansión de una simbología, y quizás la creación de lo que Baudrillard llamaba hiperrealidad, estaba basado en las recreaciones ilusorias que se nos presentaban en los medios audiovisuales.

Este pequeño resumen sobre la hiperrealidad y la semiótica de la cultura nos va a resultar fundamental para la última parte de este artículo. Primero porque cuando se crea un videojuego se está creando un mundo virtual, es decir, una hiperrealidad. Segundo porque para definir qué es la música de los videojuegos hay que tener en cuenta cómo los videojuegos se han convertido en un signo para la sociedad, en un simulacro.

Ahora que los *artgames* están llegando a niveles técnicos y gráficos asombrosos y que está apareciendo con fuerza la realidad virtual y la realidad aumentada, las fronteras entre la realidad y la ficción se van haciendo más difusas. A nivel visual aún queda mucho por mejorar y además hay grandes obstáculos que superar. De entre todos, el que más nos interesa es la llegada del *valle inquietante*. Una vez los videojuegos hayan llegado a un nivel gráfico que se confunda con la realidad cabe preguntarse si estaremos preparados para enfrentarnos a una verdadera hiperrealidad. Actualmente cuando nos vemos inmersos en un videojuego, la hiperrealidad es conscientemente simulada, sabemos que todo lo que vemos son signos de la realidad. A pesar de que entremos en su mundo, el círculo mágico hace que nuestra mente sepa perfectamente que no es real. Sin embargo, cuando el mundo virtual esté tan bien simulado que nuestra vista sea perfectamente engañada quizás exista un sentimiento de repulsión al notar ciertos detalles que no se aplican a la lógica del mundo real. Al fin y al cabo, aunque seamos una cultura visual y se nos engañe fácilmente al no estar educados en ella, tenemos otros sentidos con los que orientarnos.

Estas preguntas sobre nuestra percepción de los gráficos de los videojuegos las propongo porque algo así ha ocurrido con la música. A diferencia de la imagen, el sonido es más fácil de simular y, sin embargo, aún existe el sesgo del *valle inquietante*. Cuando los sonidos de los videojuegos se creaban de forma artificial mediante ondas simples y generadores de ruido empleábamos la imaginación para asumir que esos sonidos se encontraban en los arcaicos mundos posibles de los primeros videojuegos. No existía la problemática de no sentirlos como reales. A pesar de que esos timbres se nos hiciesen extraños formaban parte del medio. De ese modo, los interiorizamos y se convirtieron en signos dentro del marco cognitivo del videojuego. Seguiremos con esta idea más adelante.

²⁰ Baudrillard, J., *Cultura y Simulacro*, Kairós, Barcelona, 2007.

²¹ Hall, S., *Representation: cultural representation and cultural signifying practices*, London, Open University Press, 1996.

²² Barthes, R., *Lo Obvio y lo Obtuso: imágenes, voces y textos*, Buenos Aires, Paidós, 1986.

Cuando se fue mejorando la calidad del audio con la entrada de ondas compuestas imitando sonidos reales y la inclusión de muestras (*sample*), nos acercábamos al *valle inquietante* y por ello esa sonoridad artificial nos comenzaba a resultar más extraña. A la simulación del timbre de instrumentos reales, timbre que se nos hace extraño y molesto, lo que se suele denominar incorrectamente “sonido MIDI”²³, hay que sumarle la imposibilidad de darle un toque humano a la interpretación y a la articulación, que nos hace sentir incluso más incómodos.

Actualmente ya tenemos sonidos reales de buena calidad, que solventan esa repulsión por la simulación, o sonidos artificiales con una estética más cuidada y a la que estamos más acostumbrados. No obstante, cuando hablamos de música de videojuego no nos vienen a la mente unos rasgos estilísticos determinados, sino que lo primero en lo que pensamos es en un timbre. Cuando Debussy decía que había que prestar atención a lo que hay entre las notas, hablaba no sólo del discurso del creador, también de que la música tiene otras dimensiones igual de importantes. Él era un impresionista (o simbolista, según para quién) que le daba importancia al timbre y a la textura. Para entender cuál es la estética de los videojuegos nos tenemos que olvidar del estilo, pues es ecléctico y plural, y prestar atención al timbre y a cómo ese timbre se ha vuelto un signo, un simulacro.

El sonido 8-bit, el de 16-bits y el compuesto de muestras de baja calidad (samples) es la verdadera estética del sonido de videojuegos. La esencia estética se encuentra en la artificialidad de estos simulacros, en lo que llamo el *auditorio inquietante*, es decir, la amalgama de sonidos artificiales que, por su cercanía con el sonido real, al que quieren imitar, nos parecen esperpénticos y, a veces, desagradables. Pero resulta que estas sonoridades tienen la capacidad de activar el marco cognitivo de los videojuegos y, en cierta medida, la nostalgia o la memoria del recuerdo, aquella sensación idealizada y normalmente irreal del pasado.

Debemos hacer una distinción importante entre música y sonido *de videojuego* y sonido *a(!) videojuego*. La música y el sonido de videojuego es el diseño sonoro asociado a una obra del medio. El diseño sonoro de cada videojuego es distinto, ecléctico y plural, al ser un medio postmoderno. En cambio, el sonido a(!) videojuego, la sonoridad asociada al medio, sí es aquello relacionado con el *auditorio inquietante*. Es decir, es la sonoridad-signo que nos evoca por diversos mecanismos semióticos el medio videolúdico. Al crear esa asociación semiótica se pierde parte del sentimiento de repulsión que, descontextualizado, nos podría crear.

Cuidado con una cuestión: no se trata de que los sonidos sean esencialmente de mala calidad. Recordemos que hay ciertas estéticas sonoras que utilizan artefactos²⁴, distorsiones o granulados²⁵ para otorgar a la música de un timbre particular y corrupto pero cuidado e interesante. Hablo, por ejemplo, de la sonoridad a vinilo, grabaciones *low-fi*²⁶ o las

²³ *Sonido MIDI*: forma popular, y errónea, de denominar, normalmente, al sonido 8-bit. El Midi (Musical Instrument Digital Interface) es simplemente un protocolo de comunicación digital y, por tanto, carece de sonido.

²⁴ *Artefactos*: se conoce como artefacto sonoro a los pequeños ruidos que se pueden escuchar en algunas grabaciones musicales y que tienen una naturaleza extramusical, normalmente derivada del medio. Un ejemplo son los repiqueteos de la aguja sobre el vinilo o las pequeñas distorsiones producidas por la compresión mp3.

²⁵ *Granulados*: además de una herramienta para la creación de ondas complejas, el granulado como valor estético musical consiste en la adición de pequeñas y continuas distorsiones a una grabación. Normalmente, a nivel retórico-semiótico se trata de simular el sonido subyacente de una máquina, ya sea con la adición de ruidos blancos, rosas o pardos; o con el ruido constante de la aguja de un vinilo.

²⁶ *Grabaciones Low-fi*: estética nostálgica que busca colorear el sonido utilizando medios de producción antiguos, defectuosos o de baja calidad con el fin de dotar a la música de un discurso sonoro añadido.

sobrecompresiones de la *guerra del volumen (loudness war)*²⁷. Lo que tratamos aquí es el camino inverso. Una sonoridad ya artificial que quiere sonar con unos timbres y unas envolventes realistas, con más o menos éxito, pero siempre sin llegar a la perfección.

Para ver la diferencia entre sonido de videojuego y sonido a(!) videojuego con ejemplos voy a referirme a la película *¡Rompe Ralph!* (Disney: 2012). Lo hago porque al ser un homenaje a los videojuegos y ser para todos los públicos podemos ver mejor cuáles son esas recreaciones ilusorias de las que hablaba Barthes²⁸. Además, se pone de manifiesto la diferencia entre recrear la sonoridad de un medio y la de una obra del medio. De esta manera, encontramos intertextos de videojuegos concretos, como la exclamación-signo de *Metal Gear*, con su característico sonido, o el mundo posible-laberinto de *Pac-man* (Namco: 1980). Estos intertextos de videojuegos clásicos no activan el marco cognitivo de los videojuegos sino el de unos videojuegos concretos que evocan unos sentimientos distintos para cada persona. No obstante, a nivel general, el diseño de la película está basado en la estética videolúdica. Si atendemos a la banda sonora vemos cómo en todas las pistas siempre está esa sonoridad artificial del *auditorio inquietante*. El compositor Henry Jackman, para documentarse, no optó por todas las épocas que han tenido los videojuegos, sino que fue directamente a escuchar la música de los clásicos arcades para tomar referencias. La decisión de Jackman no es más que la prueba de que para evocar satisfactoriamente la sonoridad del videojuego hay que trasladarse a aquella época en la que el timbre era defectuoso, artificial y, como dirían los ingleses, un *wannabe*, es decir, un querer llegar a ser y no conseguirlo.

Otro ejemplo interesante lo encontramos en el videojuego *South Park: la vara de la verdad* (Obsidian: 2013). En términos generales la estética se acoge a la serie de animación en la que está basado el videojuego, con ciertos toques de fantasía medieval. Lo hace además con un juego metalingüístico muy acertado adaptando las mecánicas de los juegos de rol a las tramas y el humor propio de la serie. No obstante, hay un escenario, que se corresponde con un viaje a Canadá (recordemos que un lugar común de la serie es decir que este país está atrasado respecto a Estados Unidos), en el que se adopta la estética pixel-art y con ella la sonoridad 8 bits. La estética de este escenario es un gran chiste; sin embargo, se sostiene sobre la nostalgia y los intertextos. De esa forma, está construido sobre los juegos de rol clásicos, lo que se puede ver especialmente en el mapa del mundo que cita estructuralmente a juegos como los primeros *Final Fantasy* o *Chrono Trigger* (Square: 1995). El sonido a lo largo del juego oscila entre la sonoridad propia de la serie y sonoridades de nueva épica influenciadas por videojuegos como *Elder Scrolls* o series como *Juego de Tronos*. Pero en el escenario canadiense todo se convierte en una gran oda al *auditorio inquietante*: el sonido se desconstruye a los 8 bits y su banda sonora es una versión *chiptune* del himno de Canadá.

²⁷ *Guerra del Volumen (loudness war)*: tendencia de las grabaciones musicales a elevar la intensidad de la señal con el objetivo de sobresalir y persuadir al público a partir de un alto volumen. Cuando la señal no pudo hacerse más intensa (porque se producirían ruidos de distinta naturaleza) se optó por comprimir la señal de audio para reducir el rango dinámico y así conseguir una intensidad constante en toda la grabación. Reducir el rango dinámico conlleva un deterioro de la musicalidad de las grabaciones al perderse los matices dinámicos y hacer que la música siempre suene “igual de alta”. A este factor, habitualmente negativo, se le conoce como “la sobrecompresión (dinámica) de la *Guerra del Volumen*”.

²⁸ Recreaciones ilusorias: término parafrástico utilizado para designar el pensamiento barthiano sobre la recepción, codificación y resignificación de las imágenes. Para Barthes, cuando vemos una imagen la verbalizamos interiormente y le atribuimos una serie de significaciones basadas en nuestra cultura, nuestros conocimientos o en agentes externos. Esta resignificación habitualmente no se corresponde a la realidad objetiva y, por tanto, tiene un carácter ilusorio.



Mapa de Canadá en *South Park: La Vara de la Verdad*: suena el himno de Canadá en 8 bit, el mapa se deconstruye hacia una estética *pixel-art*. Ambos elementos tienen un sentido paródico, pero también intertextual y nostálgico

Concluyendo, la música y el sonido de los videojuegos están al servicio de la imagen. Al igual que en otros medios y géneros audiovisuales, el apartado sonoro está ligado normalmente a la parte final de la producción, lo que genera una serie de problemas y características propias. Al tener poco tiempo para el proceso creativo y de inspiración, los compositores y diseñadores suelen utilizar lugares comunes, lo que crea una carencia en cuanto a inventiva y experimentación. El compositor de videojuegos además es un trabajador productivo, es decir, se enfrenta directamente al capital. En consecuencia, su obra se ve limitada por las tensiones inherentes al producto cultural. Dicho de otro modo, sus creaciones han de cumplir una función y un rol dentro de la obra audiovisual, pero sin perder su esencia artística, expresiva y emocional.

El sonido en los videojuegos tiene una serie de funciones originales, que se suman o difieren ligeramente de las cinematográficas. Éstas son: simbolizar amenazas, otorgar recompensas, influir en la velocidad de la jugabilidad, crear espacios dinámicos, guiar al jugador y poner de manifiesto la participación con el mundo. En el videojuego estas funciones toman al receptor como un sujeto activo y potencial, lo que genera interacciones motoras y psicológicas diferentes y más complejas a las de otros géneros audiovisuales. En otros géneros audiovisuales, las funciones sonoras se limitan a la ambientación o al pathos mientras que en los videojuegos también introducen una dimensión lógica al reparar en las capacidades físicas e intelectuales del jugador.

Por último, la verdadera estética de los videojuegos no se encuentra en los rasgos estilísticos de la música sino en sus timbres y su textura. La sonoridad de los videojuegos como signo está conceptualizada en la idea del *auditorio inquietante*, es decir, aquellos sonidos que quieren acercarse a los sonidos reales pero que por su artificialidad manifiesta nos crean cierta repulsión. Esta repulsión, sin embargo, se soslaya al convertirse en un

simulacro o, dicho de otro modo, en un signo que nos evoca el medio de dónde proviene. Por tanto, sonoridades artificiales como los 8 bits o el mal llamado “sonido Midi” ya están invariablemente introducidas para el imaginario colectivo dentro del marco cognitivo de los videojuegos, a pesar de que gran parte de la música *chiptune* contemporánea no tenga nada que ver con el medio videolúdico.

Bibliografía

- Barthes, Roland, *Lo Obvio y lo Obtuso: imágenes, voces y textos*, Buenos Aires, Paidós, 1986.
- Baudrillard, Jean, *Cultura y Simulacro*, Kairós, Barcelona, 2007.
- Boon, Robert, “Writing for games”. *Game Writing: Narrative Skills for Videogames*, Boston, Charles River Media, 2007.
- Correa, Gabriel, “Relaciones a partir de [Philip] Tagg” (2000), <http://prodmusical.unsl.edu.ar/html/articulos.htm> [consultado el 23 de julio de 2016].
- Danto, Arthur C., “The Artworld”, *The Journal of Philosophy*, Vol. 61. 1964, pp. 571-584. <https://doi.org/10.2307/2022937>
- Danto, Arthur C., *Después del fin del arte*, Barcelona, Paidós, 2001.
- Danto, Arthur C., *The Philosophical Disenfranchisement of Art*, New York, Columbia University Press, 1986.
- Gadamer, Hans-Georg, *Verdad y Método I*, Salamanca, Sígueme, 1992.
- Hall, Stuart, *Representation: cultural representation and cultural signifying practices*. London, Open University Press, 1996.
- Heidegger, Martin, *El Ser y el Tiempo*, Madrid, Trotta, 2003.
- Luengo, María, “El Producto Cultural: Claves Epistemológicas de su Estudio”, *Revista de Estudios de Comunicación Zer*, Vol. 13, nº 24, 2008.

Fuentes Audiovisuales

- Bethesda, *Elder Scrolls*, Maryland, EE.UU., 1994.
- Black Isle Studios, *Fallout*, California, EE.UU., 1996.
- Capcom, *Street Fighter II*, Osaka, Japón, 1991.
- Core Desing, *Tomb Raider*, Derby, Reino Unido, 1996.
- Electronic Arts, *Fifa*, California, EE.UU., 1993.
- Enix, *Dragon Quest*, Tokio, Japón, 1990.
- Firaxis Games, *Civilization IV*, California, EE.UU., 2005.
- Hello Games, *No Man's Sky*, Guildford, Reino Unido, 2016.
- Irrational Games, *Bioshock Infinite*, Massachusetts, EE.UU., 2013.
- Konami, *Castlevania*, Tokio, Japón, 1986.
- Konami, *Metal Gear*, Tokio, Japón, 1987.
- Konami, *Parodius Da!*, Tokio, Japón, 1990.
- Level-5, *Ni No Kuni*, Fukuoka, Japón, 2010.
- Mojang AB, *Minecraft*, Estocolmo, Suecia, 2011.
- Namco, *Pac-man*, Tokio, Japón, 1980.

Neversoft, *Tony Hawk's Pro Skater*, California, EE.UU., 1999.
Nintendo, *Mario Bros*, Kioto, Japón, 1983.
Obsidian Entertainment, *Fallout New Vegas*, California, EE.UU., 2010.
Obsidian Entertainment, *South Park: la vara de la verdad*, California, EE.UU., 2013.
Pázhitnov A, *Tetris*, Moscú, 1984.
Playdead, *Inside*, Copenhague, Dinamarca, 2016.
Polytron, *Fez*, Montreal, Canadá, 2012.
Ready at Dawn, *The Order: 1886*, California, EE.UU., 2015.
Rockstar Games, Nueva York, EE.UU., *Grand Theft Auto*, 1997.
Rockstar Games, Nueva York, EE.UU., *Red Dead Redemption*, 2010.
Sony, *MediEvil*, Tokio, Japón, 1998.
Squaresoft, *Chrono Trigger*, Tokio, Japón, 1995.
Squaresoft, *Final Fantasy*, Tokio, Japón, 1987.
Supergiant Games, *Bastion*, California, EE.UU., 2011.
The Fun Pimps, *7 Days to Die*, Texas, EE.UU., 2016.
Ubisoft, *Far Cry 4*, Sena-Saint Denis, Francia, 2014.
Valve, *Half Life*, Washington, EE.UU., 1998.
Walt Disney Animation Studios, *¡Rompe Ralph!*, California, EE.UU., 2012.

La estética de lo siniestro en el videoclip: integración de lo siniestro en el discurso audiovisual

The aesthetics of the uncanny in music videos: the integration of the
uncanny in the audiovisual discourse

Anahí QUIRÓS FERNÁNDEZ

Universidad Autónoma de Madrid

DOI: <http://dx.doi.org/10.15366/bp2017.14>

Recibido: 15/11/2016
Aprobado: 30/01/2017

Resumen: Este trabajo aborda el estudio de la estética de lo siniestro en su relación con la música, la imagen y el discurso en el marco concreto del videoclip. A través de la revisión teórica de las ideas expuestas por Sigmund Freud en su opúsculo “Lo siniestro” (1919) y el análisis de vídeos musicales de diferentes géneros, se plantean dos interrogantes: ¿Cómo aparece lo siniestro en el videoclip? ¿Se adscribe lo siniestro a un determinado género musical?

Palabras clave: Videoclip, Lo siniestro, Género musical, Estética, Freud

Abstract: This work discusses the aesthetics of the uncanny in its relation with music, image and discourse in the context of music videos. Having conducted a theoretical review of the ideas exposed by Sigmund Freud in his opuscul “Das Umheimliche” (1919) and the analysis of musical videos of different genres, two questions arise: in what sense the uncanny is present in these videos? Is the uncanny related to a specific musical genre?

Keywords: Music video, Uncanny, Musical genre, Aesthetics, Freud

El videoclip: cuestiones generales

El videoclip, según Ana Sedeño, es el mensaje o formato audiovisual más definidor de la cultura posmoderna, ubicado en una sociedad de masas denominada mediática, consumista o de la información¹. Esto se debe, por un lado, a que el videoclip nació como representante de la cultura popular que imperaba en la segunda mitad del siglo XX, el pop-rock – donde prima lo novedoso y los productos culturales llegan a ser efímeros –, y como forma de promoción de la misma. Por otro, porque se trata de un formato fruto de una investigación constante y responde a un lenguaje personal que permite una mayor innovación.

Con estas premisas, intentar proporcionar una definición genérica, es decir, que englobe a todos los tipos existentes de videoclip es harto complicado. Los propios teóricos que han basado sus investigaciones en este género audiovisual coinciden en la dificultad de su definición. Primero, porque se trata de un género de naturaleza multidisciplinar, y, segundo, porque es relativamente reciente y está en constante evolución².

El primer problema que se encuentra a la hora de estudiar y analizar el videoclip es su ubicación dentro de un área de conocimiento o temática específico: se han realizado estudios desde el campo de la Comunicación Audiovisual a la Historia del Arte, pasando por la Musicología, la Sociología, la Estética o la Semiología. Esta falta de unificación reside en el hecho de que cada disciplina que se ocupa de este tema presenta una propuesta que toma como relevante uno u otro elemento sobre los demás. Según David Selva los videoclips se han estudiado de forma aislada, desde la música o la imagen, sin tener en cuenta que es la relación entre ambos elementos lo que conforma la identidad del género³. En cambio, Sedeño centra muchos de sus escritos en el videoclip como género insertado en la cultura posmoderna y enfocado como producto, ya que la finalidad última del videoclip es vender algo, ya sea la canción, el artista, su estética o cualquier otro elemento.

De este modo, muchos autores optan por ofrecer características básicas o rasgos heterogéneos que se pueden aplicar al videoclip actual⁴. No existe una definición precisa y definitiva, sino acercamientos a la materia desde distintas perspectivas que se construyen sobre una base de elementos, sino comunes a todos los videoclips, sí dominantes sobre los que centrar su estudio. Ana Sedeño resume estas características básicas en los siguientes aspectos⁵:

- Presentan una finalidad comercial o publicitaria. Desde sus inicios, ligado a la MTV, el videoclip ha servido de medio promocional para la venta de un disco o una canción y, de forma más sutil, la imagen y personalidad de un grupo o solista.

¹ Sedeño Vandellós, Ana María, “El videoclip musical como formato audiovisual publicitario”, *Actas del Congreso Comunicação e Cidadania*, Braga, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho), 2007, p. 751.

² Voces Fernández, Javier: “La estructura videoclíptica y su inserción en el cine actual: el caso de El gran Lebowski (Joel Coen, 1998)”. En: *Fonseca, Journal of Communication*, nº 4 (2012), p. 31.

³ Selva Ruiz, David, “La visualización de la música en el videoclip”, *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, nº 21, 2012, p. 102.

⁴ Se pueden encontrar otras propuestas en: Tarín Cañadas, Marta, “La narrativa en el videoclip ‘KnivesOut’, de Michel Gondry. Un ejemplo de relato en plano secuencia”, *Icono 14*, vol. 10, nº 2, 2012, pp. 148-167 ; Fandos Igado, Manuel: “El vídeo-clip musical”, *Comunicar. Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*. Nº 1, 1993 (Ejemplar dedicado a: Aprender con los medios), pp. 96-99.

⁵ Sedeño Valdellós, Ana María, “El videoclip como mercanarrativa”, *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, nº 16, 2007, p. 503.

- Es una combinación o unión de música, imagen y lenguaje verbal, en la que la música prevalece sobre la imagen. Es el elemento fundamental ya que el vídeo se construye sobre una canción preexistente, que condiciona o limita las posibilidades visuales y determina el ritmo y el montaje, que busca la sincronía entre lo visual y lo sonoro.

- Constituye un discurso específico y particular, cuyas bases se sostienen en la especial relación entre imagen y sonido – en la que la imagen supone un apoyo para estimular el atractivo sonoro – en relación a unos fines publicitarios.

- La estética de la fragmentación siempre está presente, por lo que se produce una ruptura de las convenciones narrativas, ya sea de forma espacio-temporal o a través de alterar la perspectiva. Además, se emplean recursos del lenguaje narrativo, como la elipsis, que fomentan el desarrollo de la discontinuidad temporal.

- Gran variedad de puntos de vista a través de los movimientos de la cámara.

Sedeño añade que, si se contempla el videoclip como un texto audiovisual, podemos encontrar que un gran número de vídeos comparten tres características más: un tema musical o canción formada por una letra y una música instrumental; un repertorio visual; y textos escritos como parte de la banda icónica⁶.

Es necesario tener en cuenta estas consideraciones generales para no perderse en análisis carentes de sentido o poco aproximados a la realidad del videoclip. De esta forma, una vez sentadas las bases del marco de estudio, surgen dos cuestiones: ¿Cómo aparece lo siniestro en el videoclip? ¿Se adscribe lo siniestro a un determinado género musical? Lo que lleva a plantear dos hipótesis: la música refuerza el sentimiento o efecto siniestro que provocan las imágenes y lo siniestro se integra en la historia como elemento estructural de la misma.

Lo siniestro Según Freud. Definición del objeto de estudio

En 1919, el neurólogo austríaco Sigmund Freud publica su ensayo *Lo siniestro* (“*Das Unheimliche*”), que toma como bases teóricas la definición filosófica de Friedrich Schelling y el ensayo sobre la psicología de lo siniestro de Ernst Jentsch de 1906, y como base de análisis el cuento *El hombre de arena* de E. T. A. Hoffman.

La definición de lo siniestro que Freud aporta en su ensayo parte de la revisión de sus acepciones. En una primera aproximación alude a la voz alemana ‘*unheimlich*’ (siniestro) como antónimo de ‘*heimlich*’ y de ‘*heimisch*’ (íntimo, secreto, y familiar, hogareño, doméstico)⁷, de lo que se desprende que lo siniestro causa angustia por el hecho de no ser conocido.

En el intento de delimitar el significado de ‘*heimlich*’, Freud recoge varios pasajes del *Diccionario Alemán* de Daniel Sanders (1860) en los que se encuentra este término definido, por un lado, como lo «íntimo, familiar»⁸ y, por otro, como lo “secreto, oculto, de modo que otros no puedan advertirlo, querer disimular algo”⁹. En este recorrido

⁶ Sedeño Valdellós, Ana María, *Realización audiovisual y creación de sentido en la música. El caso del videoclip musical de nuevo flamenco*, Tesis doctoral, Universidad de Málaga, 2003, p. 107.

⁷ Freud, Sigmund, “Lo siniestro”, en Hoffman, E. T. A., *El hombre de la arena. Precedido de Lo siniestro por Sigmund Freud*, Palma de Mallorca, José J. Olañeta Editor, 2008, p. 12.

⁸ *Ibid.*, p. 13.

⁹ *Ibid.*, p. 16.

lexicográfico demuestra que, entre los diferentes matices de su acepción, ‘heimlich’ coincide con su antónimo ‘unheimlich’. Por tanto, la sensación de extrañeza que produce lo siniestro ocurre en el marco de la vida cotidiana.

Para demostrar esta unión entre lo familiar y lo desconocido, el psicoanalista se sirve de la definición de lo siniestro de Schelling: “todo lo que, debiendo permanecer secreto, oculto... no obstante, se ha manifestado”¹⁰. Los pasajes extraídos del *Diccionario Alemán* de los hermanos Jacob y Wilhelm Grimm terminan por despejar las dudas al respecto. Entre las diferentes acepciones del término son la cuarta y la novena las que marcan el camino que ha seguido la voz ‘heimlich’ hasta identificarse con lo siniestro:

4. de HEIMATLICH (propio de la comarca natal), HAEUSLICH (hogareño), emana la noción de lo oculto a ojos extraños, escondido, secreto, empleándose estos términos en diversas relaciones... [Continúa más adelante con el siguiente ejemplo:] ‘a la izquierda, junto al lago, hay una pradera heimlich (escondida) en el bosque’ (Schiller, *Tell I*, 4). [...]

9. El sentido de escondido, peligroso, oculto, que se expresa en la referencia precedente, se destaca aún más, de modo que heimlich acaba por aceptar la significación que habitualmente tiene unheimlich[...]: ‘Me siento a veces como un hombre que pasea por la noche y cree en fantasmas: todo rincón me parece heimlich (siniestro) y lúgubre’. (Klinger, *Teatro*, III, 298).¹¹

Como el propio Freud explica ‘heimlich’ es una voz cuya acepción evoluciona hacia la ambivalencia, hasta que termina por coincidir con la de su antítesis, ‘unheimlich’¹².

Elementos de lo siniestro

El análisis de *El hombre de la arena* de E. T. A. Hoffman proporcionó a Freud la base teórica sobre la que explicar aquellos factores susceptibles de despertar en nosotros el sentimiento de lo siniestro. Este sentimiento se origina por la intervención de uno o varios de los elementos que se especifican a continuación.

*La animación de lo inanimado*¹³. La apariencia animada de objetos inanimados y los objetos inanimados que cobran vida se conforman como el primer elemento de lo siniestro porque la incertidumbre causa angustia. Las muñecas, figuras de cera o autómatas, en resumen, seres artificiales que cobran vida, son elementos recurrentes tanto en la literatura como en el cine. Basta recurrir al *Frankenstein* de Mary Shelley, en cuyo relato un ser compuesto de cadáveres cobra vida.

El movimiento artístico simbolista considera que la obra de arte equivale a una emoción provocada por la experiencia, por lo que tratan de exteriorizar una idea, de analizar el yo¹⁴. Por tanto, aplican los estudios de Freud sobre los sueños y la existencia de una parte irracional en lo humano como forma de reivindicar la búsqueda interior. En sus obras establecen correspondencias entre objetos y sensaciones para lo que utilizan los símbolos, decantándose por lo sobrenatural, lo que no se ve, lo que las liga a la estética de lo siniestro.

¹⁰ *Ibid.*, p. 17.

¹¹ *Ibid.*, pp. 17-18.

¹² *Ibid.*, p. 18.

¹³ *Ibidem*

¹⁴ “Simbolismo, Pintura Simbolista”, *Arte España. El portal de la Historia del Arte*. En: <<http://www.arteespana.com/simbolismo.htm>> [Consulta: 07 de septiembre de 2016]

La idea de seres inanimados que cobran vida (muñecas, autómatas) puede también ser vista como el arquetipo de la mujer fatal que destroza lo que ama, parte del imaginario simbolista¹⁵. La *femme fatal*, la mujer como género de perversidad, un ideal inalcanzable de la mujer perfecta que conjuga sexo y muerte, deseo y temor¹⁶.

Basta un ejemplo para comprender la relación entre ambas ideas. En la obra de Hoffman, Nataniel, el protagonista, se enamora de los ojos esmaltados de Olimpia, sin saber que es una muñeca automática. No es el hecho de descubrir que es una muñeca automática lo que aterra a Nataniel sino el recordar a través de ella un suceso traumático de su infancia: la muerte de su padre ligada al «hombre de la arena», un hombre malo que arroja arena a los ojos de los niños cuando no quieren dormir, haciéndolos saltar de sus órbitas para luego dárselos de comer a sus hijos.

La mutilación asociada a la castración. Según Freud, la experiencia psicoanalista explica que herirse los ojos o perder la vista es un motivo de angustia infantil y terror adulto. Este miedo a quedar ciego o a la pérdida de los ojos está asociado al miembro masculino en algunos contenidos oníricos, en fantasías y mitos, y a que el temor a perderlo produce un sentimiento intenso y oscuro que alcanza a la representación de perder otros órganos. Por tanto, es un sustituto frecuente de la angustia de castración¹⁷. Pone como ejemplo a Edipo, quien después de matar a su padre y desposar a su madre, se castiga arrancándose los ojos.

El doble. El factor que provoca con mayor intensidad la sensación de extrañeza es el tema del *doble* o del *otro yo* en todas sus variaciones y desarrollos¹⁸: aparición de personas idénticas a uno mismo; telepatía entre ambos sujetos; identificación de uno con otro, lo que provoca la pérdida del dominio sobre uno mismo, de forma que se produce el desdoblamiento, partición y sustitución del yo; y el constante retorno a lo semejante a través de la repetición “de los mismos rasgos faciales, caracteres, destinos, actos criminales, aun de los mismos nombres en varias generaciones sucesivas”¹⁹.

Freud alude a los estudios sobre el doble que realiza Otto Rank en 1914 en su obra *Der Doppelgänger*. En la estela de Rank, enuncia que este fenómeno aparece originalmente tanto en edades tempranas como en el hombre primitivo, primero como un elemento que asegura la supervivencia (el alma inmortal que sobrevive a la muerte)²⁰ y, una vez que se supera esa fase, se convierte en un mensajero que anuncia la muerte²⁰. La idea del doble no desaparece en las siguientes fases de la evolución del yo, sino que se modifica y adquiere nuevos contenidos. En esta evolución Freud distingue a la conciencia²¹ como una instancia particular que se opone al resto del yo, que sirve para la auto-observación y la autocrítica.

Al doble también se incorporan todas las posibilidades de nuestra existencia que no han hallado realización y que la imaginación no se resigna a abandonar, todas las aspiraciones del yo que no pudieron cumplirse a causa de adversas circunstancias exteriores, así como todas las decisiones volitivas coartadas que han producido la ilusión del libre albedrío²². Es decir, el doble es ese sujeto que realiza todo aquello que el yo realmente quiere y no ha

¹⁵Ídem.

¹⁶Santamaría Blanco, María Lourdes, “¿Qué me pasa doctor Freud? Una aproximación a lo siniestro en el arte y la cibercultura, y un epílogo gótico contemporáneo”, *Herejía y belleza: Revista de estudios culturales sobre el movimiento gótico*, n° 1, 2013, p. 57.

¹⁷Freud, Sigmund, “*Lo siniestro*”, *Op. cit.*, p. 21.

¹⁸*Ibid.*, p. 23.

¹⁹*Ibidem*

²⁰*Ibid.*, p. 24.

²¹*Ibid.*, p. 25.

²²*Ibid.*, p. 24.

podido hacer, es la manifestación de la frustración interior.

El doble, entendido como repetición o recurrencia, también causa sentimientos de extrañeza a través de elementos o situaciones exteriores al yo. Por ello se hace alusión al retorno involuntario a un mismo lugar²³ y a la repetición involuntaria²⁴. En el primer caso, Freud pone el ejemplo de una persona que se pierde y, al tratar de encontrar el camino de vuelta, regresa varias veces al mismo punto. En el segundo caso, donde se podría hablar de casualidad, el autor identifica el encontrarse en un mismo día y en diferentes ocasiones con un mismo número, por ejemplo, como algo extraño e inquietante, relacionado incluso con las supersticiones. Esta repetición de lo semejante está ligada a un impulso de repetición interior, una repetición compulsiva con el poder suficiente para sobreponerse al principio de placer²⁵. Un impulso que para Freud contiene un carácter demoníaco.

La omnipotencia del pensamiento y el animismo. Otro punto acerca de lo siniestro en la teoría de Freud es la idea de la omnipotencia del pensamiento²⁶, un pensamiento que se traduce a una realidad, la inmediata realización de un deseo frecuentemente asociado a una desgracia. El psicoanalista proporciona un ejemplo claro al respecto, un caso clínico en el que un hombre, enojado porque otro hombre tiene lo que él quiere, exclama: “¡Que se muera de un patatús!”, y en un corto plazo de tiempo, eso sucedió. Algo que también puede asociarse a la superstición y el temor al *mal de ojo* como un impulso de la envidia que se traduce en la mirada y que adquiere una fuerza especial, que podría llegar a convertirse en un acto, una secreta intención de dañar.

Estas ideas forman parte de la concepción animista del mundo²⁷, asociada principalmente a culturas primitivas, y caracterizada por la creencia de que tanto objetos como elementos naturales poseen alma, por la creencia en espíritus humanos y seres sobrenaturales; y, por tanto, por la creencia en la vida después de la muerte. Freud opina que en el transcurso de nuestro desarrollo individual, todo hemos pasado por una fase correspondiente a este animismo que no ha dejado rastro en nosotros pero “cuanto hoy nos parece siniestro llena la condición de evocar esos restos de una actividad psíquica animista, estimulándolos a manifestarse”²⁸. Recuperar algo que nos era conocido pero que hemos perdido en nuestra evolución personal, por lo que el sentimiento de lo siniestro despierta lo primitivo que hay sumergido en el yo.

La teoría del psicoanálisis afirma que todo afecto de un impulso emocional es convertido por la represión en angustia, por lo que se puede reconocer que lo angustioso es un afecto reprimido que retorna. Por tanto, esta forma de angustia es lo siniestro. Aquí se entiende la ambigüedad entre ‘*heimlich*’ y ‘*unheimlich*’, puesto que lo siniestro es algo familiar que se ha tornado extraño por el proceso de represión: como afirmó Schelling, lo siniestro es aquello que habiendo permanecido oculto, se ha manifestado.

El tema de la muerte. Muchas personas consideran siniestro todo aquello relacionado con la muerte, espectros, cadáveres, apariciones y espíritus²⁹, aunque estos elementos se mezclan con lo espeluznante. Pocos sentimientos han cambiado tan poco desde tiempos primitivos como nuestras relaciones con la muerte debido, según explica Freud, a la fuerza de nuestras reacciones afectivas primarias y la incertidumbre de nuestro conocimiento

²³ *Ibid.*, p. 25.

²⁴ *Ibidem*

²⁵ *Ibid.*, p. 26.

²⁶ *Ibid.*, p. 27.

²⁷ *Ibidem*

²⁸ *Ibid.*

²⁹ *Ibid.*, p. 28.

científico³⁰. La ciencia aún no ha logrado determinar si realmente existe o no vida más allá de la muerte. Sí parece innegable que el ser humano es mortal, pero nos cuesta asimilar la idea de nuestra propia mortalidad, por este motivo se habla de vida más allá de la muerte y de la «posibilidad» de comunicarse con los muertos.

El temor ante los muertos es un temor primitivo, por ello nos angustia cualquier elemento que lo evoque. Si el tema de la muerte se complementa con el animismo, la magia, los encantamientos, la omnipresencia del pensamiento, las actitudes frente a la muerte, las repeticiones no intencionales y el complejo de castración, podemos encontrar casi todo el conjunto de elementos que transforman lo angustioso en lo siniestro.

*Una persona siniestra*³¹. Una persona es considerada siniestra cuando se le atribuyen intenciones malévolas, aunque no por sí misma, sino con la ayuda de fuerzas particulares, donde entra en juego el animismo, como los demonios.

Lo macabro. Lo macabro, entendido como aquello relacionado con la muerte y su imaginería, y con las sensaciones de horror y rechazo que provoca, se enlaza con lo siniestro. Por tanto, miembros separados, cabezas cortadas, manos separadas del brazo, pies que bailan solos debido a una fuerza sobrenatural que los hace moverse (animismo), son elementos que esconden caracteres siniestros al estar conectados con el complejo de la castración.

Lo onírico. Lo onírico, lo relativo a los sueños, también se presenta como analogía de lo siniestro en cuanto a que muestran elementos desconocidos o reprimidos por el hombre, angustiosos y placenteros, y, en muchas ocasiones, reflejos de nuestro interior a través de las metáforas.

Consideraciones finales. Todos los elementos que Sigmund Freud desarrolla en su estudio como siniestros no siempre pueden entenderse como tales, ya que otros autores se han valido de ellos como elementos cómicos en sus obras. Para que tales factores temáticos se consideren siniestros tienen que intervenir otras condiciones.

Lo siniestro se da cuando desaparece la frontera entre fantasía o ficción y realidad³², es decir, cuando lo que creemos fantástico aparece ante nosotros como real. Pero esta situación depende del campo en que el narrador decida moverse. En un cuento los sucesos que se considerarían fantásticos en la vida real se presentan como hechos reales.

Diferencia, por tanto, entre lo siniestro vivido y lo siniestro en la ficción (la obra literaria). En el texto se apunta que lo siniestro en las vivencias se da cuando complejos infantiles reprimidos son reanimados por una impresión exterior, o cuando convicciones primitivas superadas parecen hallar una nueva confirmación³³. En la ficción, lo reprimido y lo superado no puede aplicarse. El propio Freud concluye: “mucho de lo que sería siniestro en la vida real no lo es en la poesía; además, la ficción dispone de muchos medios para provocar efectos siniestros que no existen en la vida real”³⁴.

En el campo de la ficción adaptamos nuestro juicio a las condiciones de la realidad que nos presenta el narrador, de forma que podemos justificar la presencia de esas figuras y, así, evitamos el sentimiento de lo siniestro.

Si el narrador sitúa la ficción en el terreno de la realidad común, adoptamos las convenciones de esa realidad común. El escritor puede exaltar y multiplicar lo siniestro de forma que presentase situaciones que nunca ocurrirían en la vida real. Nos libra de la

³⁰ *Ibid.*

³¹ *Ibid.*, p. 29.

³² *Ibid.*, p. 30.

³³ *Ibid.*, p. 33.

³⁴ *Ibid.*

superstición que creíamos superada y nos engaña al prometer la realidad para salirse de ella. De este modo consigue su propósito de conseguir hacernos reaccionar ante su ficción como si se tratasen de nuestras propias vivencias.

Este juego queda incompleto si no se hace uso del suspense³⁵: el lector no debe conocer cuáles son las convenciones que rigen el mundo que adopta el narrador o bien, el éste debe dejar para el final la explicación de esas convenciones; la incertidumbre debe ser el eje central de la narración. Así, el narrador cumple con la afirmación de Freud: la ficción crea nuevas posibilidades de lo siniestro que no pueden existir en la vida real.

¿Qué rasgos de lo siniestro son los más recurrentes en los vídeos musicales?

La animación de lo inanimado, junto con el fenómeno doble, es uno de los temas que más se puede observar en los videoclips. Lo más común es encontrar objetos inanimados con apariencia animada u *objetos inanimados que cobran vida*. Por lo general, en el corpus audiovisual analizado, este segundo caso es el más frecuente.

En *Tourniquet*, Marilyn Manson construye un maniquí femenino a partir de fragmentos de sí mismo (sus uñas, piel y pelo: partes muertas), algo que recuerda a *Frankenstein*³⁶. El maniquí tiene un aspecto extraño e inquietante: ojos completamente negros que se tornan blancos cuando consuman su amor, sin piernas, piel desconchada y agrietada como si fuese yeso en una pared. Transmite la sensación de que está sin terminar. Una vez que consuman su amor, Manson se transforma en un ser similar de aspecto extraño, lo que hace pensar en las consecuencias funestas de su unión, con la consecuente desesperación del cantante al encontrarse en una situación poco agradable. Aquí, se puede considerar siniestra la metamorfosis porque Manson se convierte en un ser extraño.



Maniquí protagonista de *Tourniquet*, de Marilyn Manson © Floria Sigismondi.

³⁵ *Ibid.*, p. 34.

³⁶ Marilyn Manson, *Tourniquet*. <<https://goo.gl/SFVta>>[Consultado el 07/09/2016].

Blue de The Birthday Massacre presenta varios elementos de lo siniestro, lo que indica que en una misma historia pueden conjugarse aspectos diferentes sin que resulte en detrimento alguno de ellos³⁷. En este vídeo encontramos muñecos inanimados, de aspecto casi idéntico los unos a los otros, que cobran vida y que albergan oscuras intenciones que pueden no quedar demasiado claras para el espectador. Por otro lado, el muñeco protagonista se encuentra con que tiene un doble: el encargado de llevar la silla y la muñeca (que morirá al final del vídeo a la habitación destinada a tal efecto). Lo macabro se hace presente cuando la cantante arranca los brazos de varias muñecas para dibujar con ellos una línea roja que la conduce a centro del laberinto. El desenlace, con la cabeza cortada de la joven y de la muñeca, también es macabro.

A pesar de que la música resulta ser un mero acompañamiento que en ocasiones se traslada a lo visual, The Killers logra crear en *Here with me* mucha incertidumbre³⁸. El muchacho protagonista está enamorado de Winona Rider, que trabaja en la feria. Utilizará una muñeca de cera para sustituirla y, así, poder vivir una historia de amor con ella, para lo que en ocasiones parece tener vida. A lo largo de la historia surgirán dudas sobre si la muñeca realmente tiene vida o se trata de un producto de la obsesión del chico. Esta obsesión se hace patente en el vídeo, principalmente cuando el chico entra a una cafetería y se encuentra con que todos los comensales tienen el rostro de Rider. El giro final de la historia descubre que el chico y la muñeca tienen una mecha en la cabeza, lo que les hace iguales: ambos personajes son muñecos de cera animados. La incertidumbre y el suspense hacen de esta historia una historia siniestra.



Fotograma final de *Here with me* de The Killers ©Tim Burton

³⁷ The Birthday Massacre, *Blue*, <<https://goo.gl/PqrdBq>>[Consultado el 07/09/2016].

³⁸ The Killers, *Here with me*, <<https://goo.gl/BjdqXv>>[Consultado el 07/09/2016].

Lindsey Stirling se presenta como la muñeca violinista de una bola de cristal en *Shatter me*. Una muñeca inanimada que comienza a funcionar cuando se activa el mecanismo que le da cuerda. Más allá de su condición de violinista en una bola de cristal Stirling posee vida propia y anhela salir de la bola de cristal. Aquí reside el elemento siniestro del cuento: una muñeca que cuando la dan cuerda vive realmente³⁹.

Al igual que *Blue, Vengeance rhythm* de Two Fingers presenta varios elementos siniestros⁴⁰. La acción se desarrolla en un cuarto infantil lleno de juguetes en el que un oso de peluche inanimado cobra vida. Lejos de ser el tierno osito que cualquiera puede llegar a imaginar, es un sádico asesino que asesina al resto de muñecos con los que se va encontrando. Aunque se trate de juguetes, hay sangre y vísceras por todas partes, cuando lo «lógico» sería espuma y plástico, introduciendo un elemento macabro. El final, en el que se descubre que la masacre es producto de la imaginación de un niño, es realmente sorprendente. Por un lado, presenta al niño como una persona siniestra que alberga oscuras intenciones y, por otro, el niño disfruta de este sadismo y lo celebra con la simulación de un acto sexual entre sus muñecos. Al ser descubierto su dicha se convierte en preocupación.



Fotograma de *Afrika Shox* de Leftfield y Bambaataa © Chris Cunningham

La mutilación asociada a la castración se presenta en sentido figurado en *AfrikaShox* de Leftfield y Bambaataa⁴¹. Se trata de una metáfora de la marginación a la que el personaje principal se ve sometido: un hombre de raza negra al que la única respuesta que obtiene en sus llamadas de auxilio es la indiferencia general. Sus miembros se rompen ante el contacto con otros humanos y con el entorno urbano, como si se tratasen de piezas de porcelana que estallan en su choque contra el suelo. Esta castración figurada supone la total vulnerabilidad del hombre. El desenlace es bastante duro: un taxi colisiona contra el hombre, ya muy desesperado, que se desintegra completamente, sin dejar rastro, convertido en polvo. Hasta tal punto llega su marginalidad y la indiferencia de los demás: desaparece y a nadie le importa. Esta es la castración que la sociedad le hace padecer.

³⁹ Lindsey Stirling, *Shatter me*, <<https://goo.gl/PAuKtA>> [Consultado el 07/09/2016].

⁴⁰ Two Fingers, *Vengeance rhythm*, <<https://goo.gl/ViGvio>> [Consultado el 07/09/2016].

⁴¹ Leftfieldfet. Afrika Bambaataa, *Afrika Shox*. <<https://goo.gl/F1YjiR>> [Consultado el 07/09/2016]

En *Gooddaytoday* de David Lynch se conjuga este elemento con «lo onírico»⁴². El protagonista es un niño pequeño que se embarca en un viaje imaginario. En este viaje, producto de una ensoñación, entra en un mundo alternativo en el que entiende el comportamiento de su madre y su hermana. Aquí, a su padre le han arrancado los ojos (quizás también debido a su obsesión con la televisión) y su madre se los sirve para comer al niño junto a una lengua (que se entiende que también es del padre). El padre se presenta entonces como el causante del mal que los acecha y por eso es castigado. Por su culpa la madre es alcohólica y la hija mayor se pasa el día con el teléfono móvil como forma de evadir los problemas. En otra etapa de este viaje onírico, la historia se desarrolla en un barco, a la deriva, en el que la familia pida ayuda con utensilios de cocina, un teléfono móvil y una mano cortada.

El niño se presentará como un héroe atípico en el desenlace: una vez regresa de este viaje onírico se encuentra con que él ha disparado a su padre en la cara, a la altura de los ojos, librando así a su madre y a su hermana del mal que representaba el progenitor. Esta historia recuerda a Edipo, que después de desposar a su madre y matar a su padre, se arranca los ojos como castigo por sus actos. La pérdida de la visión y de la vida, según la historia, puede asimilarse a ese castigo edípico.



Madonna, *femme fatale* en *Frozen* © Chris Cunningham

⁴² David Lynch, *Gooddaytoday*. <<https://goo.gl/KGoXBF>> [Consultado el 07/09/2016].

Frozen de Madonna es un paradigma de lo tétrico y lo oscuro en el que la propia cantante se presenta como una bruja o hechicera, aspecto que en el Simbolismo se asocia a la *mujer fatal*⁴³. Tiene poderes mágicos, sobrenaturales, ente los que figura la levitación, la multiplicación o desdoblamiento de la personalidad y la metamorfosis. El ambiente, azul y oscuro, permite a la bruja desarrollar sus habilidades en el desierto, un lugar completamente desolado y sin vida.

The Used se remite al *doble* en *The bird and the worm*⁴⁴. El encuentro de Bert con su doble, el ser maligno que le ha provocado malos ratos, no es más que un enfrentamiento consigo mismo. Su descenso al mundo de la locura se expresa a través de la metáfora de las aguas profundas. Bert está perdiendo la cabeza y todas las manifestaciones con las que se encuentra o enfrenta son delirios. Además, en el vídeo, aparecen gusanos en momentos determinados, son un mal presagio, algo malo o angustioso va a pasar. El gusano/Bert y el pájaro/el ser maligno/su doble son una metáfora de lo que está sufriendo y de la oscuridad que hay en su interior: no puede escapar de la locura, no hay nada que lo salve de ella.

En un sentido completamente diferente *We are the Fallen* representa en *Bury me alive* el doble a través de dos hermanas gemelas⁴⁵. Una vez que descubrimos la trama entendemos qué ha pasado: una hermana ha enterrado viva a otra para quedarse con el hombre al que ambas aman. Resulta llamativo el color del vestido que se ha elegido para cada una de ellas: la chica enterrada viva va vestida de blanco mientras que la que ha trazado el cruel plan, de negro. Blanco y negro, como la oposición entre el bien y el mal, el *ying* y el *yang* que equilibran las fuerzas del universo. Esta batalla entre el bien y el mal parece que es ganada por la gemela de blanco, la buena, aunque recurre a un acto malvado como atraer a su hermana con ella a la tumba (se entiende que ha muerto en el enfrentamiento final). La idea de un gemelo malvado es uno de los paradigmas que Freud expone en “Lo siniestro”.



Encuentro de dobles en *The World is not enough* de Garbage ©Philipp Stölz.

⁴³ Madonna, *Frozen*, <<https://goo.gl/fct5Jt>> [Consultado el 07/09/2016].

⁴⁴ The Used, *The bird and the worm*, <<https://goo.gl/D6RnEq>> [Consultado el 07/09/2016].

⁴⁵ We are the Fallen, *Bury me alive*, <<https://goo.gl/cG4iVc>> [Consultado el 09/09/2016]

Otro doble malvado aparece en *The world is not enough* de Garbage⁴⁶. Esta vez no es una hermana de sangre, sino una mujer biónica creada a imagen y semejanza de la cantante Shirley Manson. La mujer biónica se crea con un plan determinado: sustituir a la cantante en su exhibición en un teatro para hacerlo volar por los aires. En este caso se conjuga, además del fenómeno del doble, la representación de la mujer fatal, representado en la mujer biónica como objeto de deseo (la gente va al teatro a verla cantar porque les gusta) y muerte (su presencia acabará con la vida de todos los presentes). Este doble, por el hecho de ser doble, ya es siniestro, pero también puede considerarse una persona siniestra ya que tiene un plan oculto para herir a gran cantidad de gente. Si bien es cierto que no tiene el respaldo de un poder sobrenatural, como indica Freud, su habilidad de quitar la vida con un beso está fuera de lo normal. Una competencia proporcionada por la tecnología que la ha creado.

El temor ante la muerte también se manifiesta en el videoclip que Misfits preparó para *Scream!*⁴⁷. Se trata de una historia de muertos vivientes que atacan el hospital en el que ingresan ya cadáveres. En el vídeo se hace patente el terror que despiertan. Aunque puede considerarse que los miembros del grupo son los protagonistas, introducen a una enfermera, la única persona a la que se escucha gritar en todo el vídeo. Cuando se ve acorralada por la banda, parece despertar de un mal sueño. La diferencia entre este mundo de pesadillas (lo onírico) y el mundo real del videoclip la marca el color de la imagen: la pesadilla se manifiesta en blanco y negro. Una vez que se descubre la verdadera identidad de la chica (una fan del grupo que espera en el *backstage*) la historia toma un giro inesperado. El vocalista apoya su mano en el hombro de la chica y ella, poco después advierte que hay una mancha de sangre. Cuando se vuelve para ver al cantante, éste tiene aspecto de muerto viviente. ¿El ataque zombie ha sido real o una pesadilla? Este giro de la trama crea incertidumbre en el espectador, que no sabe en qué terreno se mueve finalmente la historia.

Lo espeluznante de la muerte y la incertidumbre de saber cómo y cuándo ha pasado todo es lo que plantea *If I had a heart* de FeverRay, donde la interpretación de la historia queda en manos del espectador⁴⁸. Lo que sí queda claro es que la presencia de la muerte ha sido causa y efecto de la masacre que se observa. La escasa luminosidad y la lentitud del movimiento de cámara se suman a la incertidumbre que se plantea en esta historia.

El vídeo de muertos vivientes por antonomasia es *Thriller* de Michael Jackson. Conjuga los ingredientes siniestros de los muertos que regresan a la vida, el cementerio en tinieblas, la oscuridad y soledad de las calles, y los seres sobrenaturales como el hombre lobo, con lo onírico. La película de terror que Jackson va a ver con su novia y el posterior levantamiento zombie, con él a la cabeza, no son más que una pesadilla de ésta. El giro final descubre a Michael con ojos fantasmales. Y esa ambigüedad crea inquietud al espectador, como sucede en *Scream!* ¿Ha sido todo un sueño? El suspense se mantiene.

En este recorrido ya hemos encontrado varias personas siniestras, aquellas que albergan intenciones malévolas. Freud indica que estas intenciones vienen respaldadas por fuerzas sobrenaturales, aunque en un marco más general puede considerarse siniestra cualquier persona que oculte un plan perverso que hiera deliberadamente a alguien como en el caso de las gemelas de *Bury me alive*.

⁴⁶ Garbage, *The World is not enough*, <<https://goo.gl/znFWuN>> [Consultado el 15 de septiembre de 2016]

⁴⁷ Misfits, *Scream!*, <<https://goo.gl/dPjFG6>> [Consultado el 09/09/2016].

⁴⁸ Fever Ray, *If I had a heart*, <<https://goo.gl/89ia8>> [Consultado el 10/09/2016].



Fotograma final de *Thriller* de Michael Jackson ©John Landis

Siguiendo la teoría freudiana, la niña protagonista de *First of the year* de Skrillex cumple todos los requisitos para ser una persona siniestra⁴⁹. La primera persona siniestra que figura en este vídeo es el hombre que observa a los niños jugar en un parque y luego sigue a la niña hasta un local abandonado. Su cara de lascivia y el bote de cloroformo que saca del bolsillo hablan por sí solos. La niña a la que pretende atacar resulta tener poderes sobrenaturales. Tras asestarle unos golpes, el hombre entra en un estado de inconsciencia. En esta visión se encuentra con una vitrina llena de muñecas. Una de ellas no tiene ojos, lo que se relaciona con el miedo a la castración. Dadas las intenciones del hombre, la mutilación asociada a la castración parece ser el castigo perfecto. Una vez que regresa de esta ensoñación, el poder sobrenatural que otorga los poderes a la niña se manifiesta como un enorme monstruo negro.

⁴⁹Skrillex, *First of the year*, <<https://goo.gl/hkS5r>> [Consultado el 15/09/2016]

El discurso musical

No podemos olvidar que el videoclip está formado por la unión de imágenes y música, siendo la música preexistente a las imágenes y base de la historia que se quiere contar. En este sentido, ¿qué relación tiene o cómo se relaciona la música con lo siniestro? El hecho de que la canción se escriba primero limita las posibilidades visuales ya que la música condiciona también la iconografía de la imagen. Por este motivo, conviene partir de la idea de que las imágenes son un refuerzo y una aportación a la música⁵⁰.

En el análisis del discurso musical se ha tenido en cuenta el sonido, propiamente dicho, y los efectos, silencios y ruidos que puedan existir en el transcurso de la canción. Además, se ha tomado en cuenta la voz como parte de la melodía, ya que el timbre afecta a las sensaciones y sentimientos que la música provoca.

En primer lugar, resulta llamativo el caso de los dos temas instrumentales, *First of the year* y *Vengeance Rhythm*. La ausencia de texto parece suponer una ventaja con respecto al resto de canciones ya que se puede observar cómo la música tiene relación directa con las imágenes, ya sea a través del ritmo, la intensidad, el timbre o los efectos sonoros. La música electrónica, además, tiene la capacidad de crear sensaciones y ambientes sugerentes.

Good day today también se puede etiquetar como música electrónica. El hecho de que la música sea muy repetitiva causa sensación de desasosiego en quien la escucha. Para Freud, la repetición constante era materia siniestra. Aquí la música funciona como un pensamiento ya que pasa prácticamente desapercibida junto con el texto porque ambos se funden en un clima extraño.

La música pop también incluye elementos considerados siniestros en los videoclips. *Here with me* es una simple balada pop, suave y tranquila, que permite disfrutar de las imágenes sin ningún tipo de alteración. En estos dos casos, la música no logra concebir atmósferas siniestras, sino que lo siniestro se configura en relación a otros aspectos como la soledad o la incertidumbre.

En cambio, la historia de *Thriller* da pie a la introducción de la música, por lo que queda perfectamente ubicada. La voz de Vincent Price acerca el vídeo al cine de terror clásico, en el que el efecto sorpresa se intensificaba a través de la música, logrando así crear atmósferas tenebrosas. El propio título de la canción remite al suspense que la música refuerza y crea.

El rock y sus diversos subgéneros también visitan lo siniestro. *Blue* parece recordar sonidos que se asocian a lo infantil. La base instrumental tiene toques electrónicos y es bastante repetitiva lo que, sumado a los contrastes entre la voz de la cantante principal y los sonidos guturales del acompañante, se logra una combinación extraña que acompaña perfectamente la historia siniestra que se desarrolla. Lo trágico, lo dramático y la traición de las imágenes que acompañan a *Bury me alive* quedan perfectamente sostenidas por la voz sutil de la cantante; aquí, las partes instrumentales subrayan la historia y los sentimientos del personaje principal.

Como en otros casos, la música sigue el ritmo de la historia y se comporta como un acompañamiento el pop-rock de *The world is not enough*, donde lo más remarcable es el cambio de tonalidad en la parte final, que predice que algo va a pasar. En *Scream!*, canción de aire punk, la música no aporta grandes novedades, por lo que se reduce a acompañar a las imágenes.

⁵⁰ Selva, David, "La visualización de la música en el videoclip", *Op. cit.*, p. 103.

El hard rock de *The bird and the worm* llama la atención por el registro del cantante y su capacidad para modificar el timbre y la intensidad de su voz. Así, es capaz de seguir con su voz el camino a la locura que sigue su personaje en el vídeo. La voz tétrica y profunda que dobla a la voz principal, refuerza los momentos de tensión, al igual que los susurros, que intensifica la paranoia del personaje. La música, basada en guitarras, bajo y batería, resulta el colchón ideal para las imágenes.

Shatter me, con tintes de música clásica y electrónica, sigue el ritmo de las imágenes y se intensifica cuando la bailarina intenta y consigue su propósito. Ni en la música ni en la letra se encuentra nada más allá de un mero acompañamiento musical.

El electrofunk de *AfrikaShox*, tema en el que destaca el uso de las cajas de ritmos, los sintetizadores y potentes sonidos electrónicos, marca el ritmo de las imágenes. Además, los sonidos electrónicos intensifican los momentos dramáticos que pasa el protagonista.

El recurso a sonidos de Medio Oriente de *Frozen* se construye como una balada electrónica de tempo medio en la que algunos de los movimientos de la cantante se producen con el cambio musical.

En *If I had a heart* la música y el texto se confunden, volviéndose a veces ininteligibles. Genera una atmósfera oscura, al tratarse de música experimental con toques de música ambiental, consigue su propósito. La instrumentación también es bastante débil. La parte más clara de la canción es la estrofa que canta la muerte, por lo que la música puede entenderse como una especie de letanía.

El metal industrial (subgénero del heavy metal) del tema *Tourniquet* utiliza sintetizadores y guitarras con afinación muy grave, que suenan en ocasiones bastante distorsionadas, lo que acompaña la extrañeza de las imágenes. La voz de Manson, con su peculiar estilo y su sonido en ocasiones gutural, aporta a la melodía un carácter aún más grave y sombrío.

Conclusiones

Que el fenómeno del doble o la mutilación asociada a la castración resulten siniestros depende no solo de su consideración como tal, sino de la historia de la que son partícipes y del suspense que contenga. Es decir, se llega a la misma conclusión que Freud: lo siniestro funciona en relación a otros elementos. Como ocurre en la literatura, no basta con presentar a dos hermanas gemelas en *Bury me alive*, sino que tienen que desarrollarse unas acciones y unas consecuencias para que una de ellas pueda considerarse siniestra. La expectación ante ese desarrollo de los acontecimientos es lo que se denomina suspense.

En ocasiones basta con hacer dudar entre ficción y realidad de forma sutil para que el espectador note que algo no va bien, sin la necesidad de generar un suspense, como ocurre en la literatura. Se entiende que todo aquello que aparece en los videoclips es una ficción en la que se presentan unos personajes, un escenario y unos hechos o acciones. Lo siniestro se integra en una historia que se crea única y exclusivamente para un videoclip con unas imágenes, una música y un texto determinados.

Por tanto, la posibilidad de sorprender y crear atmósferas siniestras reside, además, en el otro elemento esencial del videoclip junto con la imagen, la música. En el videoclip, la música es esencial ya no sólo porque se parte de una canción preexistente como base visual, sino porque se presenta, según el trabajo realizado, con cuatro posibilidades: crear ambientes o atmósferas propicias para lo siniestro; reforzar las imágenes; contradecir a las imágenes para aumentar el sentido de lo siniestro; y como mero acompañamiento musical. Cabe afirmar que las funciones de la música no se limitan exclusivamente a potenciar el sentimiento o efecto de lo siniestro. El texto no se presenta como un elemento esencial a la hora de establecer relaciones con lo siniestro.

Por otro lado, como se ha podido comprobar, lo siniestro no se adscribe a un género musical particular, sino que su uso es totalmente independiente. Desde la música electrónica hasta el punk, pasando por el rock alternativo y la música pop, lo siniestro es un elemento común que se utiliza indistintamente.

El hecho de que un videoclip contenga elementos que puedan incluirse en lo siniestro no quiere decir que, por fuerza, el videoclip refleje la estética de lo siniestro entendida como se ha referenciado en este trabajo. Tiene que existir una sugestión o una referencia conocida, suspense o incertidumbre, otros elementos, al fin y al cabo, para poder considerarlo siniestro.

Bibliografía

Fandos Igado, Manuel, “El vídeo-clip musical”, *Comunicar. Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*. Nº 1, 1993, pp. 96-99.

Freud, Sigmund, “Lo siniestro”, en Hoffman, E. T. A., *El hombre de la arena. Precedido de Lo siniestro por Sigmund Freud*, Palma de Mallorca, José J. Olañeta Editor, 2008, pp. 9-35.

Santamaría Blanco, María Lourdes, “¿Qué me pasa doctor Freud? Una aproximación a lo siniestro en el arte y la cybercultura, y un epílogo gótico contemporáneo”, *Herejía y belleza: Revista de estudios culturales sobre el movimiento gótico*, nº 1, 2013, pp. 51-72.

Sedeño Valdellós, Ana María, *Realización audiovisual y creación de sentido en la música. El caso del videoclip musical de nuevo flamenco*, Tesis doctoral, Universidad de Málaga, 2003.

Sedeño Valdellós, Ana María, “El videoclip como mercantarrativa”, *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, nº 16, 2007, pp. 493-504.

Sedeño Vandellós, Ana María, “El videoclip musical como formato audiovisual publicitario”, *Actas del Congreso Comunicação e Cidadania*, Braga, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho), 2007, pp. 750-759.

Selva Ruiz, David, “La visualización de la música en el videoclip”, *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, nº 21, 2012, pp. 101-1108.

Tarín Cañadas, Marta, “La narrativa en el videoclip ‘Knives Out’, de Michel Gondry. Un ejemplo de relato en plano secuencia”, *Icono 14*, vol. 10, nº 2, 2012, pp. 148-167

Voces Fernández, Javier, “La estructura videoclíptica y su inserción en el cine actual: el caso de El gran Lebowski (Joel Coen, 1998)”, *Fonseca, Journal of Communication*, nº 4, 2012, pp. 23-59.

Archivos de video

- David Lynch, *Gooddaytoday*. <<https://goo.gl/KGoXBF>>, consultado el 07/09/2016.
Fever Ray, *If I had a heart*, <<https://goo.gl/89ia8>>, consultado el 10/09/2016.
Garbage, *The World is not enough*, <<https://goo.gl/znFWuN>>, consultado el 15/09/2016.
Leftfieldfet. Afrika Bambaataa, *Afrika Shox*. <<https://goo.gl/F1YjiR>>, consultado el 07/09/2016.
Lindsey Stirling, *Shatter me*, <<https://goo.gl/PAuKtA>>, consultado el 07/09/2016.
Madonna, *Frozen*, <<https://goo.gl/fct5Jt>>, consultado el 07/09/2016.
Marilyn Manson, *Tourniquet*. <<https://goo.gl/SFVta>>, consultado el 07/09/2016.
Misfits, *Scream!*, <<https://goo.gl/dPjFG6>>, consultado el 09/09/2016.
Skrillex, *First of the year*, <<https://goo.gl/hkS5r>>, consultado el 15/09/2016.
The Birthday Massacre, *Blue*, <<https://goo.gl/PqrdBq>>, consultado el 07/09/2016.
The Killers, *Here with me*, <<https://goo.gl/BjdqXv>>, consultado el 07/09/2016.
The Used, *The bird and the worm*, <<https://goo.gl/D6RnEq>>, consultado el 07/09/2016.
Two Fingers, *Vengeance rhythm*, <<https://goo.gl/ViGvio>>, consultado el 07/09/2016.
We are the Fallen, *Bury me alive*, <<https://goo.gl/cG4iVc>>, consultado el 09/09/2016.

¿Más allá de la postmodernidad?: Countdown, Beyoncé y Keersmaeker

Beyond Posmodernity? Countdown, Beyoncé and Keersmaeker

José Ignacio SANJUÁN ASTIGARRAGA

Conservatorio Superior de Danza María de Ávila

DOI: <http://dx.doi.org/10.15366/bp2017.14>

Recibido: 15/11/2016
Aprobado: 30/01/2017

Resumen: La cantante americana Beyoncé utiliza en el videoclip de la canción *Countdown* elementos de dos coreografías de Anna Teresa De Keersmaeker. El presente texto intenta establecer qué elementos toma Beyoncé de las obras de Keersmaeker y cómo se relaciona esta apropiación con otras imágenes (Audrey Hepburn, Diana Ross) que también aparecen en el vídeo.

Palabras Clave: Beyoncé, Keersmaeker, coreografía, intertextualidad, postmodernidad

Abstract: American singer Beyoncé used in the music video for the song *Countdown* elements of two choreographies by Anna Teresa De Keersmaeker. This paper tries to establish which elements were taken from Keersmaeker's works and how this relates to other images (Audrey Hepburn, Diana Ross) that also appear in the music video.

Keywords: Beyoncé, Keersmaeker, choreography, intertextuality, postmodernism

El vídeo *Countdown* de Beyoncé, que utiliza fragmentos de la coreógrafa belga Anna Teresa De Keersmaeker, se ha convertido en un punto de referencia, casi en un lugar común, al referirse a cuestiones de autoría, propiedad intelectual o plagio. Tanto desde el ámbito periodístico, el ámbito del mundo fan, que domina en internet, o desde el propio ámbito académico la discusión sobre la autoría de los fragmentos coreográficos, así como de otros elementos del vídeo, se han convertido en asunto de exposición, análisis y debate (e incluso improprios, en el proceloso universo de internet).

En las aproximaciones académicas a este trabajo de Beyoncé ha primado la reflexión sobre los derechos de autor y la propiedad intelectual sobre las coreografías; en las aproximaciones periodísticas se enfrentan dos puntos de vista: aquellos que acusan a la cantante americana de “ladrona intelectual” sin escrúpulos, sacralizando la obra de Keersmaeker y denigrando a Beyoncé; y aquellos que destacan la personalidad de Beyoncé y su capacidad para hacer suyo un material ajeno llevándolo a su propio terreno.

Estas páginas, sin embargo, tienen como objetivo la reflexión sobre los distintos niveles de apropiación de elementos ajenos, ya sea el vestuario, el peinado, el diseño del vídeo o los movimientos, así como una reflexión sobre la realidad del plagio coreográfico: ¿qué elementos, realmente, toma Beyoncé de la coreografía de Keersmaeker? Finalmente, este análisis nos conducirá a una reflexión de carácter general, en la que el análisis de los elementos citados nos ayudarán a situar en una posición estética propia el trabajo de Beyoncé.

El vídeo y la polémica

Countdown pertenece al cuarto disco de Beyoncé, aparecido en 2011, y titulado 4.¹ El vídeo apareció en octubre de 2011 para acompañar el lanzamiento de la canción como single. Previamente habían aparecido tres singles y sus correspondientes vídeos. Las primeras reseñas del vídeo² señalaron la presencia de referencias del pasado (Audrey Hepburn, Diana Ross, la película *Flasdance*, la serie *Fame*, entre otros) sin que esa presencia de elementos conocidos (¿en forma de homenaje?) supusiera ningún problema. Sin embargo, pronto se encontró una nueva referencia en el vídeo, el trabajo de la coreógrafa Anne Teresa De Keersmaeker. Las coreografías *Rosas danst Rosas* y *Achterland* se mostraban, claramente, evocadas (¿copiadas?) en el trabajo de Beyoncé. No eran obras sólo conocidas por algunos “iniciados” en la danza contemporánea, ya que *Rosas danst Rosas* es el trabajo fundacional de Keersmaeker y la pieza que dio nombre a su compañía, *Rosas*. Y ambas piezas tienen una vida más allá de los escenarios, especialmente la primera, ya que la película del director francés Thierry de Mey³ creó la versión de la coreografía que ha quedado en la memoria visual del espectador. De estas versiones filmadas han partido las referencias del *Countdown*.

¹ Columbia Records, 2011.

² *Rolling Stone*: <http://www.rollingstone.com/culture/news/beyonce-takes-a-fashionable-trip-through-retro-cinema-in-countdown-video-20111007> [consultado el 29 de octubre de 2016].

³ Estas filmaciones están disponibles en DVD: *Rosas danst Rosas*, dir. Thierry de Mey, Éditions à voir, 1997; *Achterland*, dir. Anne Teresa De Keersmaeker, Avila/Rosas, 1993.

Rápidamente la prensa se hace eco del presunto plagio y aparecen las declaraciones de los protagonistas. Por una parte, la coreógrafa belga, en un inteligente texto publicado en un blog, reflexiona sobre las relaciones entre su coreografía y el videoclip⁴. Establece la relación del trabajo de Beyoncé no sólo con su coreografía, sino con la filmación de Thierry de Mey:

Cuando vi el video, me sorprendí del parecido del videoclip de Beyoncé no sólo con los movimientos de *Rosas danst Rosas*, sino también con el vestuario, el decorado e incluso los planos de la película de Thierry de Mey. Obviamente, Beyoncé y el director del vídeo han saqueado muchos fragmentos de escenas integrales en la película⁵.

Keersmaeker señala que es de justicia reconocer que, gracias a Beyoncé, la danza contemporánea ha podido llegar a una audiencia mucho mayor. También escribe que “Beyoncé canta y baila muy bien” y —añade quizás con ironía— “tiene buen gusto”. Sin embargo, la actuación de Beyoncé tiene implicaciones que van más allá de las reflexiones estéticas o culturales, ya que la cuestión debe contemplarse desde el ámbito legal: “Por otra parte, hay protocolos y consecuencias para tales acciones, y no puedo imaginar que ella y su equipo no sean conscientes de ello”.

Finalmente, introduce una reflexión interesante sobre el contexto y significado de las coreografías: si *Rosas danst Rosas* se interpretó en su momento como una obra sobre el poder de la mujer, como una muestra de expresión femenina, Keersmaeker piensa que el baile de Beyoncé ha traicionado su perspectiva original, ya que su movimiento “es seductor”, en la forma de un “entretenimiento consumista”.

Por otra parte, Beyoncé declara que, efectivamente, *Rosas* fue una de las referencias para la realización del vídeo, del mismo modo que Audrey Hepburn o Diana Ross. Adria Petty, el director del vídeo de *Countdown*, lo entiende como un homenaje⁶:

No fue nuestra intención apropiarnos del trabajo de alguien, se trata más bien de ponerlo en el vocabulario como un homenaje y atraer la atención de la gente; no se trataba de decir, “Mirad, he encontrado esto”. Pienso que nuestra intención fue decir, “Esto es genial. Deberíais verlo”. Espero que sea esto lo que suceda.

Poco tiempo después de las declaraciones de los protagonistas, más allá de las cuestiones estéticas, entran en la disputa los equipos legales de ambas artistas, y un último comunicado cierra las declaraciones públicas⁷:

Rosas [la compañía fundada por A. T. De Keersmaeker] mantiene su posición. *Rosas danst Rosas* y *Achterland* han sido plagiados en el videoclip [...] De acuerdo con Rosas, el video no puede ser mostrado sin la aprobación previa de los autores (Anne Teresa De Keersmaeker y Thierry De Mey). Nuestros abogados han comunicado a Sony esta postura. Rosas desea abrir un diálogo con ellos en un contexto neutral y no comentará el contenido de estas negociaciones.

⁴ <http://theperformanceclub.org/2011/10/anne-teresa-de-keersmaeker-responds-to-beyonce-video/> [consultado el 29 de octubre de 2016].

⁵ *Ibidem*

⁶ GQ, “Video Deconstruction: Director Adria Petty on Beyoncé’s ‘Countdown’”, en *Revista GQ*, 10 – X – 2011. Accesible en <http://www.gq.com/style/blogs/the-gq-eye/2011/10/video-deconstruction-director-adria-petty-on-beyoncs-countdown.html>

⁷ <http://theperformanceclub.org/2011/10/anne-teresa-de-keersmaeker-responds-to-beyonce-video/>

Countdown: Beyoncé y sus imágenes

Nuestro recorrido por el vídeo no tiene la intención de realizar un análisis visual y musical, sino señalar aquellos elementos que pueden considerarse “homenajes”, “apropiaciones” o “plagios”, conceptos todos confusos, no desde el punto de vista legal, sino desde un punto de vista estético.

La estructura musical de la canción está basada en un estribillo, integrado por dos secciones diferentes, la segunda de las cuales contiene la “cuenta atrás” que da título a la canción. Este estribillo se repite en tres ocasiones, con notables modificaciones en su última aparición, anunciando el final de la canción. Cada una de las estrofas tiene tres frases diferentes. Esta canción, por otra parte, no es absolutamente original, ya que tiene como punto de referencia *Uhh Ahh*, de Boyz II Men⁸, como queda recogido en la autoría oficial de la composición, a diferencia —desde la perspectiva legal— de la ausencia de reconocimiento, en los créditos oficiales del vídeo, de cualquier relación con la obra de Keersmaeker⁹.

La primera sección del estribillo está acompañada de una imagen de la cantante vestida con un traje negro de cuello alto, imitando a Audrey Hepburn en la escena de baile más famosa de la película *Funny Face*, del año 1957 [0:15]¹⁰. Para acompañar la promoción de la película se realizaron una serie de fotografías, en las que Audrey aparece con ese vestuario sobre un fondo blanco y que, con el tiempo e independientemente de la película, crearon una figura de la actriz conocida y repetida¹¹. Pero no sólo el vestido, que incluye los zapatos y unos icónicos calcetines blancos, o el peinado, también la disposición corporal o los movimientos nos remiten a la actriz americana. Beyoncé se disfraza, se viste de Audrey: sin embargo, y así nos lo recuerda en planos irónicos en los que mira a la cámara, nunca deja de ser ella misma. Es decir: no se convierte en Audrey, sino que juega a disfrazarse de Audrey.

Pronto, también en el estribillo, aparece otra imagen de Beyoncé: más moderna y agresiva, y mostrando su embarazo en los últimos compases de la primera sección [0:36], en una imagen que, por el peinado y maquillaje, recuerda a la modelo Twiggy. Es importante esa referencia al embarazo, ya que se trata de una referencia a la propia cantante, a su propio yo, a su momento vital, en una imagen más de un juego de disfraces, espejos y personalidades que nunca esconden (más bien revelan) a la protagonista.

La presencia de los números (y la cuenta atrás) en la última frase del estribillo da lugar a juegos referenciales a través la pantalla partida o del número de imágenes de Beyoncé que aparecen [0:26 en adelante]. Es ésta una sección más animada visualmente, con más cambios, de acuerdo con esa “cuenta atrás” de la música. Aparece una nueva imagen de la cantante, en la que los colores agresivos se apoderan de la pantalla. Beyoncé lleva un sombrero a rayas blancas y negras, los colores de la primera sección del estribillo, y un vestido / bañador en el que los colores cambian rápidamente, también sobre un fondo de color cambiante [0:37]. El sombrero, de nuevo, nos evoca la figura de Audrey.

⁸ Esta canción pertenece al disco *Cooleyhighharmony*, de 1991. El vídeo oficial puede consultarse en internet: <https://www.youtube.com/watch?v=ci8hWx4CR-k> [consultado el 29 de octubre de 2016].

⁹ No terminan aquí los homenajes o sugerencias de *Countdown*, ya que la frase con la que comienza la canción “Killing me softly” nos remite, inevitablemente, a “Killing me softly with his song”, canción popularizada por Roberta Flack en 1973.

¹⁰ Incluyo el minutaje del vídeo que se encuentra en la página oficial de Beyoncé: <https://www.youtube.com/watch?v=2XY3AvVgDns> [consultado el 29 de octubre de 2016]

¹¹ Disponible en <http://rareaudreyhepburn.com/image/3666493758> [consultado el 29 de octubre de 2016]



Imágenes del vídeo oficial de *Countdown* (1): Beyoncé como Audrey Hepburn

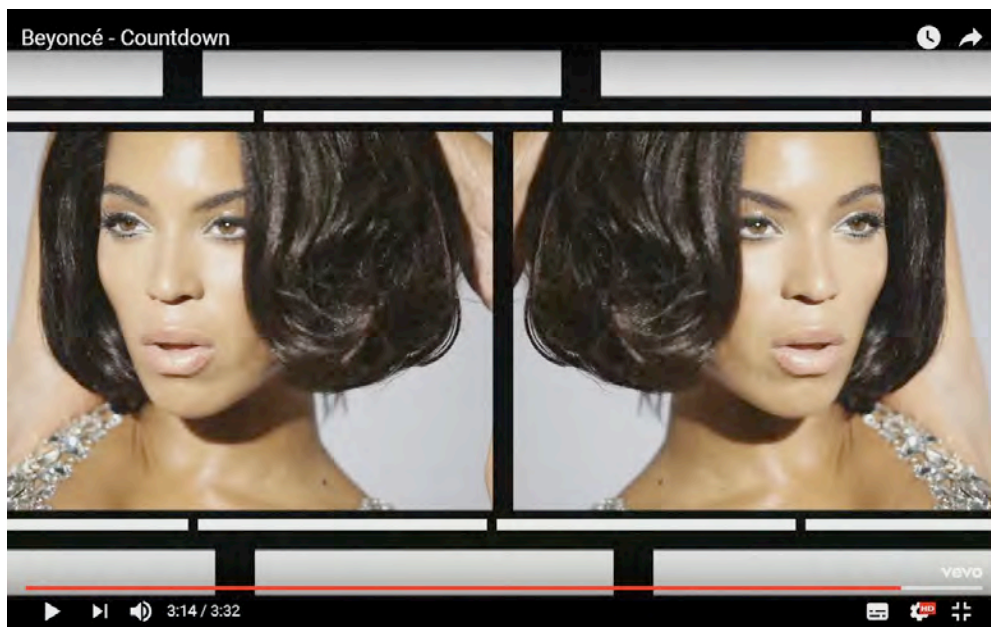
Aparece un nuevo escenario, en el que los laterales están ocupados por músicos, y el fondo por sillas [0:55]; a veces vacías, a veces con las bailarinas sentadas en ellas. La cantante presenta un vestido parecido al inicial, pero ya no *es* Audrey. Las primeras reseñas del vídeo remitían, como imagen para esta sección, a la serie *Fama*, ya que es fácil evocar una sala de ensayo en la que conviven músicos y bailarines. Sin embargo, el elemento referencial más significativo, aparentemente, se encuentra en los movimientos de los bailarines, a los que se une Beyoncé, que están basados en frases de la coreografía *Achterland*.

Pero no son sólo los movimientos los que nos remite a *Achterland*, ya que la disposición espacial nos recuerda a la escenografía, sobria, de la última sección de esta coreografía, donde las sillas, situadas al fondo o a la derecha del escenario adquieren un importante protagonismo y constituyen, junto a un piano o un violín que comparten escenario con los bailarines, los únicos elementos escénicos.

Una nueva imagen de Beyoncé se suma al juego de disfraces: Este escenario alterna con imágenes en pantalla fragmentada de la cantante, con una camisa, en diferentes tonos pastel [1:12]. De nuevo, la imagen no representa a Beyoncé, sino que nos remite a una colección de imágenes diversas: quizás Brigitte Bardot, quizás la estética de *West Side Story*. La presentación de las imágenes está acompañada de técnicas muy utilizadas en los títulos de crédito de los años 60 y 70, como, por ejemplo la pantalla partida o las siluetas sobre fondos de colores, cuyas referencias son evidentes: *The Thomas Crown Affair* (1968), los títulos de créditos de Saul Bass o los de las películas de James Bond de los años sesenta¹². Esta técnica se utilizará en otros momentos del vídeo [3:32].

¹² En esta página pueden encontrarse algunos de los títulos de crédito de Saul Bass: <http://www.notcoming.com/saulbass/index.php/> [Consultado el 29 de octubre de 2016].

El inicio de la segunda estrofa nos lleva a las dos últimas secciones de *Rosas danst Rosas*, en la versión para vídeo de Thierry De Mey, que reinterpreta los movimientos y dos escenarios de la coreografía de Keersmaeker, que analizaremos en el siguiente apartado. Falta, sin embargo, una nueva identidad de Beyoncé: La sección final del vídeo nos presenta a la cantante con un vestido y peinado que recuerdan a Diana Ross y al grupo *The Supremes* [3:07]. Aquí la referencia es doble, ya que la propia Beyoncé participó en *Dreamgirls*, una película que tiene como trasfondo real al grupo en el que participó Diana Ross.



Imágenes del vídeo oficial de *Countdown* (2): Beyoncé como Diana Ross

Una amplia sala, con las bailarinas sentadas en sillas —la escena más famosa de *Rosas*— cierra, aparentemente, el vídeo [3:18]. Hay algo más, quizás inesperadamente. Termina la música sobre los movimientos en las sillas. Pero el vídeo, ya sin música, sigue durante unos segundos [3:30]: vemos el rostro de Beyoncé. Sonríe. Ha abandonado los disfraces y las máscaras (que nunca lo fueron): si Madonna se encarna (una y otra vez) en imágenes cargadas de significado, para convertirse, ella misma, en ese significado, Beyoncé juega a disfrazarse, pero —nos recuerda— siempre es ella misma. Es un juego de imágenes, no un juego de significados.

Achterland

La sección central del vídeo, que se inspira en *Achterland* nos ofrece la posibilidad de una primera reflexión sobre la relación entre las dos obras: se recogen en esta sección de *Countdown*, modificados, algunos movimientos o fragmentos de frases de movimientos basados en *Achterland*. Es necesario notar la diferencia: esos movimientos existían de

forma aislada, Beyoncé —es decir, el coreógrafo de Beyoncé—los ha extraído de la coreografía original para crear una nueva frase, una nueva secuencia. También se ha modificado, por supuesto, el estilo, ya que, por ejemplo, la relación entre movimientos y música es absolutamente diferente en ambas creaciones.

Los elementos de la escenografía, los elementos materiales que se encuentran en escena, su ubicación y la relación de los bailarines con ellos también parten de *Achterland*, ya que la presencia de las sillas en el escenario es una de las señas de identidad de esta coreografía. Son sillas en las que reposan o se mueven las bailarinas [1:24-1:35], y que delimitan el espacio de la actuación a la vez que crean un nuevo espacio. Del mismo modo, la presencia —real, física— de los músicos tiene su origen en *Achterland*, donde estos, además, en ocasiones interactúan sutilmente con los intérpretes.

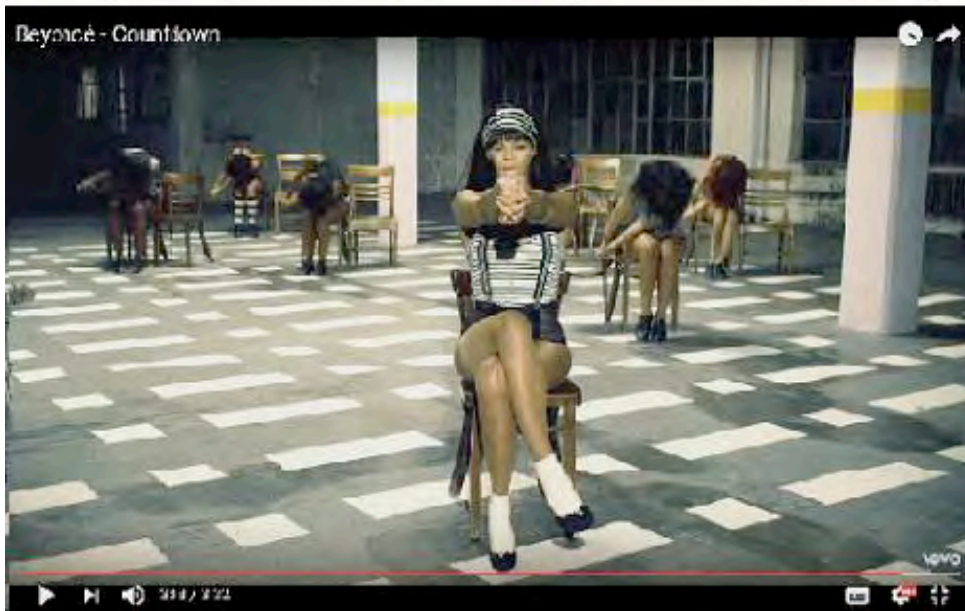
Rosas danst Rosas

En la sección que denominamos “de las ventanas” es donde más claramente se ve la relación entre las dos obras. La cantante se sitúa en un plano medio frente al espectador. Sus movimientos se alternan con planos de las bailarinas [2:32]. En *Rosas* las bailarinas ocupan el fondo de la escena, en un contrapunto habitual en Keersmaeker. Los movimientos parten de gestos cotidianos: abrir una parte de la camiseta, llevar los brazos a la cabeza, abrazarse la cintura... Los movimientos de Beyoncé (que sólo coinciden en parte con los de Keersmaeker) son más gestuales y, a la vez, acentuados, como es propio del estilo de baile que utiliza [2:34, 2:37, 2:50].

El verdadero objeto original reproducido no es tanto la coreografía como las imágenes del vídeo: encuadres de cámara, escenografía, vestuario... Los movimientos, quizás, son el elemento menos significativo. El plano inicial, por ejemplo, es idéntico, como idéntico es el vestuario. La creación de Keersmaeker —su coreografía— no es lo que recoge Beyoncé, sino unas imágenes; no utiliza una coreografía, sino sugerencias visuales.

La secuencia de las sillas constituye ya uno de los símbolos coreográficos de Keersmaeker, por la presencia de las repeticiones de elementos, la relación con gestos cotidianos que se convierten en movimientos de danza, la precisión en el trabajo de grupo o la preponderancia de la mujer como protagonista. Pertenece, según ha analizado la propia coreógrafa, a la primera sección, denominada “posiciones en abanico”¹³, dentro del “segundo movimiento” de *Rosas*. Muchos de sus elementos de la concepción de la danza se pueden ver en esta secuencia. Es una secuencia compleja, en la que se presentan las células de movimiento y determinados gestos y posturas cotidianas que se utilizarán en la segunda sección. Se exponen en una compleja organización, en la que alternan episodios al unísono y solos. Todas las bailarinas realizan la primera secuencia, que concluye con un reposo (ahí está el gesto cotidiano: la mano apoyada en la barbilla). La primera intérprete realiza una segunda secuencia, que termina con el gesto de reposo, al que todas se unen. Las dos primeras intérpretes realizan ahora una tercera secuencia, que termina, del mismo modo, en el movimiento de reposo... Es tan sólo el primero de muchos planteamientos compositivos que tienen su origen en la música minimalista.

¹³ De Keersmaeker, Anne Teresa; Cvejic, Bojana, *A Choreographer's Score. Fase, Rosas danst Rosas, Elena's Aria*, Batók. Mercatorfonds / Rosas, 2012. p. 92



Imágenes del vídeo oficial de *Countdown* (3): la escena de las sillas en *Countdown* y en *Rosas*

En la secuencia de las sillas [3:18 en adelante], Beyoncé, en primer término, realiza movimientos cuyo acento (el final del movimiento) coincide con los números de la cuenta atrás del estribillo (son diez movimientos, por lo tanto). Algunos de estos movimientos parten de gestos cotidianos: recogerse el pelo, cruzar las piernas, apoyar la mano en la barbilla... Las bailarinas que están tras Beyoncé se sitúan en un plano menos importante: en ocasiones coinciden sus movimientos en el tiempo fuerte, en otros momentos se mueven por la sala o miran a sus compañeras

De nuevo, nos hallamos ante la evidencia de que Beyoncé no ha copiado la coreografía de la artista belga. Al menos, no los movimientos: Pero no hay duda de que el vídeo remite (copia) a *Rosas* en la escenografía, la disposición espacial de las bailarinas, su posición en las sillas o el punto de vista de la cámara. Paradójicamente, todo está ahí: menos los movimientos de la propia coreografía.

Imágenes y significados

Los estudios académicos han presentado siempre a Madonna como la encarnación de la postmodernidad dentro de la música pop¹⁴. La cantante americana juega con los significados y las imágenes y se convierte en Marilyn, en *Evita* o en Marlene Dietrich. Madonna eligió el camino del travestismo artístico, sin que sepamos —nunca— quién es ella. Porque ella es una creación sucesiva, una constante e interminable encarnación de figuras del pasado. Sin embargo, nadie se ha planteado el concepto de plagio, desde una perspectiva legal, en, por ejemplo, el vídeo *Material girl*, que revisa *Diamonds are a girl's best friend*¹⁵.

Beyoncé aborda la construcción de su identidad como artista desde otra perspectiva. La multiplicación de las imágenes de la cantante en el vídeo —imágenes en ocasiones contradictorias— podría llevarnos a pensar en ese juego de personajes que realiza Madonna, y a un análisis dentro de los planteamientos de la postmodernidad. Sin embargo Beyoncé establece una diferencia fundamental. En la creación de su “yo” artístico, su “yo” público (del que este vídeo es un ejemplo) las imágenes ajenas no son sino un adorno, un disfraz momentáneo, escogido no por su significado (por la potencia de su significado) sino por su contenido estético. Son colores brillantes o la evocación sin nostalgia de un pasado elegante: del mismo modo que Beyoncé elige un vestuario, también elige una imagen que hace suya durante unos instantes. No es posible encontrar una relación lógica —desde el significado— entre las coreografías de Keersmaeker, las imágenes brillantes de Diana Ross o la vitalidad y elegancia evocada de Audrey Hepburn. No existe esa creación de significados que sí existe en Madonna.

Porque Beyoncé sitúa siempre en primer lugar a su propio “yo”, un “yo” vital y real. No importa, por otra parte, la verdad de ese “yo”, sino el hecho de que Beyoncé lo presente como real y el público lo acepte. Por eso las imágenes nunca esconden o niegan a la cantante que es, siempre, ella misma. Y, desde esta perspectiva, adquiere todo su sentido la conexión con la realidad que nos ofrece un momento del vídeo, que presenta a Beyoncé embarazada (imagen que, paradójicamente, quizás no sea una imagen del embarazo real). Del mismo modo, la imagen final —Beyoncé, sin máscaras, sonriendo a la cámara (a los espectadores)— es la confirmación de que aquello que hemos visto no es sino un juego de

¹⁴ Guilbert, Georges-Claude, *Madonna as Postmodern Myth: How one Star's self construction rewrites sex, gender, Hollywood and the American Dream*, McFarland, 2002.

¹⁵ Cook, Nicholas, *Analysing Musical Multimedia*, Oxford, Clarendon Press, 1998.

disfraces de la artista, que nunca ha abandonado su personalidad. Tras la sucesión de personajes, colores, formas, pantallas divididas e imágenes repetidas y modificadas de la protagonista, durante unos segundos ella —su “yo” real— nos mira (divertida y pícara). Nos sonrío: “Soy yo, siempre he sido yo”, parece decirnos. Las imágenes, los maquillajes, los filtros han desaparecido. Ha desaparecido incluso la música. Y queda una imagen, un rostro, que no ha querido desaparecer en los disfraces.

Un final inesperado

La utilización en el vídeo de *Countdown* de la escena de las sillas de *Rosas* tuvo una consecuencia inesperada. En el año 2013 se cumplieron los treinta años de la coreografía *Rosas danst Rosas*. Para celebrarlo, la compañía creó un proyecto denominado *The fABULEUS Rosas remix project*¹⁶, en el que se invitaba a quien quisiera a recrear la escena completa de las sillas. En la página web de la compañía se ofreció un vídeo en el que se explicaba con detalle la secuencia de los movimientos, para que pudiera ser reproducida. Quien quisiera recrear la secuencia podía hacerlo libremente, y enviar después un vídeo *Rosas*. Llegaron más de trescientas propuestas, que pueden verse en la web de la propia compañía¹⁷, además de un emocionante vídeo que recoge fragmentos de las diferentes versiones: niños y ancianos, colegios y fábricas, conservatorios y guarderías ofrecen su versión de un fragmento fundamental de la danza contemporánea del siglo XX.

En el planteamiento del proyecto no se citaba el vídeo de *Countdown*. Pero es evidente que ese proyecto no habría llegado tan lejos, paradójicamente, sin la versión (no autorizada) de Beyoncé.

¹⁶ Disponible en <http://www.rosasdanstrosas.be/home/> [consultado el 29 de octubre de 2016]

¹⁷ Disponible en <http://www.rosasdanstrosas.be/videos/> [consultado el 29 de octubre de 2016]

Bibliografía y fuentes

[the editors of GQ], “Video Deconstruction: Director Adria Petty on Beyoncé’s ‘Countdown’”, en *Revista GQ*, October 10, 2011.

Boyz II Men, *Cooleyhighharmony*, Motown Records, 1991.

Coleen, Nika, “Beyonce Takes a Fashionable Trip Through Retro Cinema in ‘Countdown’ Video”, en *Rolling Stone*, October 7, 2011.

Cook, Nicholas, *Analysing Musical Multimedia*, Oxford, Clarendon Press, 1998.

De Keersmaeker, Anne Teresa, *Achterland*, Avila/Rosas, 1993.

De Keersmaeker, Anne Teresa; Cvejic, Bojana, “A Choreographer’s Score. Fase”, *Rosas danst Rosas, Elena’s Aria*, Batók. Mercatorfonds / Rosas, 2012.

De Mey, Thierry, *Rosas danst Rosas*, Collection Éditions à voir, 1997. Bruxelles, Rosas, 1995.

Guilbert, Georges-Claude, *Madonna as Postmodern Myth: How one Star’s self construction rewrites sex, gender, Hollywood and the American Dream*, McFarland, 2002.

Knowles, Beyoncé, *4*, Columbia Records, 2011.

La Rocco, Claudia, “Anne Teresa De Keersmaeker Responds to Beyoncé Video”, en *theperformanceclub.org*, October 10, 2011.

El videoclip como herramienta de adoctrinamiento social y religioso: el caso de Israel

Music videos as social and religious indoctrination tools:
the case of Israel

Amalio GONZÁLEZ SÁNCHEZ

Universidad Autónoma de Madrid

DOI: <http://dx.doi.org/10.15366/bp2017.14>

Recibido: 15/11/2016
Aprobado: 30/01/2017

Resumen: A lo largo del tiempo, la música ha sido contemplada como ciencia, como arte y como lenguaje. Precisamente, desde su asociación con el lenguaje, ha sido utilizada como creadora de identidades, ya sean sociales, políticas, religiosas, etc. Así, por un lado, encontramos músicas compuestas específicamente para crear identidad de grupo (como en el caso de la inmensa mayoría de los himnos de clubes deportivos, etc.); por otro lado, encontramos otras músicas que, habiendo sido compuestas con fines diversos, llegan a convertirse en auténticos aglutinantes sociales. El presente artículo pretende estudiar estas dos casuísticas en el caso de un país como Israel.

Palabras clave: música, adoctrinamiento, religión, judaísmo, identidad

Abstract: Music has been referred to as a science, as art and as language through History. Precisely from its association with language it has been used as a means to create identities, either social political, religious, etc. Thus, music can be specifically composed to create a sense of group identity (as in the case of the vast majority of sports clubs hymns); on the other hand, music—even if composed for different purposes— can also act as a genuine social binder. This article aims to study these two possibilities in the case of a country: Israel.

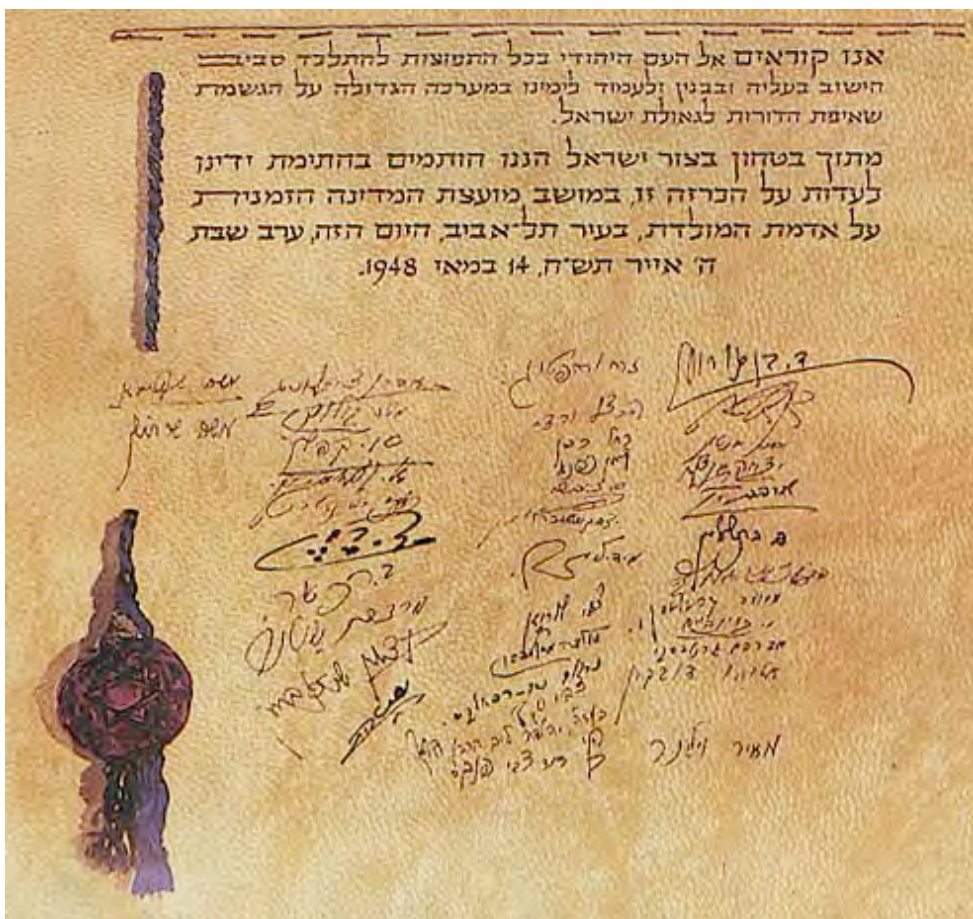
Keywords: music, indoctrination, religion, judaism, identity

Se puede afirmar que Israel, el pequeño país creado en 1948, es una de las naciones que ha conocido más conflictos diplomáticos y bélicos en todo Oriente Próximo desde su fundación. La música, acompañada por otras artes, ha tenido un papel protagonista en todos ellos. De hecho, el arte musical ha gozado de un papel primordial en la cultura hebrea desde los comienzos de su existencia. Rastreando hechos, mitos y leyendas en diferentes textos de la cultura hebrea, podemos encontrar numerosos ejemplos de usos de la música como herramienta para ensalzar, suplicar o pedir perdón a Dios (encontramos numerosos ejemplos en el libro de los *Salmos*). Por otro lado, existen numerosos ejemplos que atribuyen a la música una función festiva, celebrativa de la alegría compartida por todo un grupo social (por ejemplo, el *Cántico triunfal*, entonado con motivo del paso del Mar Rojo en el libro del *Éxodo* o el *Cántico de Débora y Barac*, el cual se encuentra en el libro de los *Jueces*, que celebra la victoria del pueblo de Israel contra el ejército de Sísara). El arte musical también ha desempeñado la función de expresar las quejas de Dios hacia su pueblo escogido (como la *Canción de la viña*, contenida en el libro del profeta *Isaías*) o para manifestar el plan de Dios hacia el hombre (los cuatro *Cantos del Siervo*, esparcidos a lo largo de varios capítulos del libro de *Isaías*). En la cultura hebrea, la música ha acometido funciones de carácter mágico-religioso, tal como se aprecia en la narración de la conquista de Jericó, cuyos muros cayeron tras el toque de las trompetas y del grito unánime de todo el pueblo de Israel.

Estas y otras funciones, pues, son llevadas a cabo por la música dentro de la vida hebrea. Todas estas funciones tienen un denominador común: es utilizada, bien por todo el pueblo, bien en nombre de todo el pueblo o bien dirigida hacia todo el pueblo cuando se trata de un mensaje divino el que se va a transmitir. Es decir, la idea de identidad social, política y religiosa es muy apreciable en la cultura hebrea y en la religión judía. Distinguimos aquí entre cultura y religión. Con el término “cultura” entendemos todo el complejo entramado entre conocimiento, tradición y modo de vida de todo un pueblo, clase social, época, etc.; por tanto, la religión será sólo una parte de dicha cultura. En este caso, una persona puede ser de religión judía y cultura hebrea o no, y viceversa.

Desde la destrucción de la ciudad de Jerusalén por Tito en 74 d.C. y, con ella, la del Segundo Templo (edificado unos diez siglos antes por el rey Salomón), los hebreos se quedaban sin tierra propia en la que vivir y sin templo en el que celebrar las principales fiestas de su calendario litúrgico. Ese mismo año comenzaba una diáspora de casi diecinueve siglos a lo largo y ancho del mundo conocido.

La esperanza en la unificación de todo el pueblo de Israel en una tierra propia comenzó a atisbarse en 1948. En este año se producirán tres hechos importantes: en primer lugar, tras la lectura de la *Megilat Haazmaut*¹ (Declaración de Independencia) por David Ben Gurión como primer presidente, se creó oficialmente el Estado de Israel; en segundo lugar, durante el acto de proclamación de Israel como nación, se entonó *Hatikvá* (*La esperanza*) como himno israelí (este himno, no obstante, no será declarado oficialmente como himno del Estado de Israel hasta 2004); en tercer y último lugar, en 1948 tuvo lugar la *Guerra árabe-israelí*, uno de los conflictos bélicos más importantes que se han producido en Israel, tanto por su profundidad como por la repercusión que tuvo posteriormente.



Firmas de la *Megilat Haazmaut*

¹ *Megilat Haazmaut*. En: <https://knesset.gov.il/docs/images/megila.jpg>. Consultado el 09/02/2016.

El origen musical de *Hatikvá* se remonta hasta el inicio del siglo XVII. En 1600, el tenor y compositor romano Giuseppe Cenci (conocido como Giuseppino del Biado) compone el tema *Fuggi, fuggi da questo cielo*². Esta obra será más conocida como *La mantovana* o *Il ballo di Mantova*. El éxito de esta pieza tuvo que ser muy grande, ya que se expandió con gran rapidez por toda Europa, realizándose versiones tanto vocales como instrumentales. Incluso la música fue reutilizada y versionada en el ámbito de la música popular de numerosos países. Así, lo encontramos en Escocia en una composición atribuida a Mouton con el título de *My mistress is pretty*³. En Polonia se conocerá como *Pod Krakowem*⁴, en una pieza para laúd de Bartłomiej Pekill (ca. 1601 - ca. 1670). También se utilizará la melodía de *La mantovana* en la pieza popular ucraniana *Kucheriava Katerina*⁵, esta vez en modo mayor. En Rumanía se dedicaría al maíz, bajo el título de *Cucuruz cu frunza-n sus*⁶. En Alemania se transformó en una canción infantil, pero entonada en modo mayor: *Fuchs, du hast die Gans gestohlen*⁷. En el folkore sueco la encontramos en la pieza *Ack, Värmland, du skona*⁸. En la República Checa también pasó al repertorio de canciones infantiles, concretamente en la canción *Kočka leze dírou*⁹.

La melodía de *La Mantovana* también se difundió ampliamente en el ámbito de la música académica. Así, la encontramos por ejemplo en *Il Scolaro*¹⁰, de Gasparo Zanetti (ca.1600-1660). Gian Battista Ferrini (1601-1674) la utilizaría también para su obra *Il ballo di Mantova*¹¹. También se escucha en *An italian rant*, pieza que forma parte de *Dancing Master*¹², de John Playford (1623- ca.1686). Biagio Marini (1594-1663) la incluirá en su *Passacaglia Op. 22*¹³ (1655), escuchándose ecos de la misma, como en la “Sarabande” de su *Sonata da camera n° 3 en Do menor*¹⁴. Avanzando en el tiempo, Camille Saint-Saëns (1835-1921) usará la melodía de *La mantovana* para dar comienzo a la tercera de sus *Rapsodias sobre cantos bretones, Op. 7*, publicadas para órgano, para harmonium y para piano a cuatro manos. Bedřich Smetana (1824-1884) también hará buen uso de la misma en

² Cenci, Giuseppe. *Fuggi fuggi da questo cielo*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=4HXfCOLJbl0>, Consultado el 10/02/2016.

³ Mouton, Jean. *My mistress is pretty*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=WYARyxT1N0A>, consultado el 10/02/2016.

⁴ Pekill, Bartłomiej. *Polish Dance*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=b4X65jfhUcg>, consultado el 10/02/2016.

⁵ Tradicional. *Kucheriava Katerina*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=x6Zk7c-tlPQ>, consultado el 10/02/2016.

⁶ Tradicional. *Cucuruz cu funza-n sus*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=4RBDIwVJZx4>, consultado el 10/02/2016.

⁷ Tradicional. *Fuchs du hast die Gans Gestohlen*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=KoKt2WXHiyg>, consultado el 10/02/2016.

⁸ Tradicional. *Ack Värmland du sköna*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=kXPPMYyJI-g>, consultado el 10/02/2016.

⁹ Tradicional. *Kočka leze dírou*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=i8VBRzpQKYA>, consultado el 10/02/2016.

¹⁰ Zanetti, Gasparo. *Il Scolaro*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=g4fiNbhcmIq>, consultado el 10/02/2016.

¹¹ Ferrini, Gian Battista. *Il ballo di Mantova*. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=-Ko7w5Y_SMU, consultado el 10/02/2016.

¹² Playford, John. *An Italian Rant*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=nPL2FXqVc9M>, consultado el 10/02/2016.

¹³ Marini, Biagio. *Passacaglia in G Minor (Op. 22)*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=PyMw-QX6c74>, consultado el 10/02/2016.

¹⁴ Marini, Biagio. *Sonate da Camera Sarabanda Op.22 n° 3 C minor*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=A10wjPXkGS4>, consultado el 10/02/2016.

*El Moldava*¹⁵, primero del ciclo de poemas sinfónicos *Mi patria*. Aunque la lista de canciones y piezas populares, así como de obras de música académica, podría verse incrementada, aquí nos limitaremos a ofrecer estos ejemplos.

Con todo esto, podemos afirmar que la melodía del himno israelí, *Hatikvá*, no ha sido compuesta *ex profeso* para desempeñar dicha función. Esto no es exclusivo de este himno. Otros países han adoptado melodías populares o de compositores académicos (Haydn, Beethoven, etc.) como himno nacional. Lo importante no es el origen de la música que se adopta como himno. Lo realmente excepcional es que estas melodías que se usan como himnos tienen, de alguna manera, la capacidad de crear conciencia de grupo, de nación, de pueblo¹⁶. La música, realmente, actúa en estos casos como aglutinante social, como creadora de identidad.

La letra de *Hatikvá* tampoco fue escrita para el himno israelí. En realidad, su autor es Naftali Herz Imber (1856-1909), un poeta judío de origen ucraniano. El poema del que se extrajo la letra de *Hatikvá* está incluido en el libro *Barkai*, editado por primera vez en Jerusalén en 1886. Y, más concretamente, la letra del himno de Israel está tomada de la primera estrofa y el estribillo del poema que abre el libro.

Un año más tarde, en 1887, este tema fue seleccionado como himno oficial del sionismo, siendo orquestado posteriormente por el judío alemán Paul Ben Jaim (1897 – 1984), orquestación publicada por primera vez en 1957.

Pero ¿por qué *Hatikvá* se convirtió en himno del sionismo? La letra del himno es:

כל עוד בלבב פנימה	Kol od baleivav penima	Mientras en lo profundo del corazón
נפש יהודי הומיה	nefesh yehudi homia	palpite un alma judía
ולפאתי מזרח קדימה	Ulfaatei mizraj kadima	y dirigiéndose hacia el Oriente
עין לציון צופיה	Áin leTzion tsofia	un ojo aviste a Sión
עוד לא אבדה תקותנו	Od lo avda tikvateinu	no se habrá perdido
התקוה בת שנות אלפים	Hatikva bat shnot alpaaim Lihiot am	nuestra esperanza;
להיות עם חופשי בארצנו	jofshi beartseinu	la esperanza de dos mil
ארץ ציון וירושלים	Eretz Tsion veYerushalaim	años, de ser un pueblo libre en nuestra tierra:
		la tierra de Sión y Jerusalén.

¹⁵ Smetana, Bedřich. *Die Moldau*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=KAHb8v1PaKc>, consultado el 10/02/2016.

¹⁶ Se trataría, en efecto, de crear en quienes cantan la conciencia de una comunidad imaginada, pecisamente a través de la música. Al respecto, consúltese la propuesta de Anderson, Benedict. *Imagined communities. Reflections on the origin and spread of Nationalism*. London-New York, Verso, 1991, p. 145.

Observamos, pues, un pueblo que a lo largo del siglo XIX va tomando conciencia de “ser”, aunque se encuentre disperso por toda la tierra. A finales de siglo, de la mano del periodista y escritor de origen austríaco Theodor Herzl (1860-1904), conocido en hebreo como Binyamin Ze'ev Herzl, nace el sionismo como movimiento sociopolítico. Dicho movimiento propone el retorno a Sión de todos los judíos del mundo. Sión, como es bien sabido, es el nombre de uno de los montes cercanos a Jerusalén y todo un símbolo para la religión judía. Y el texto del poema de Paul Ben Jaim aúna perfectamente los dos conceptos fundamentales del sionismo: la vuelta a Sión y la esperanza de reunirse en la tierra de Jerusalén, la tierra que Dios entregó a su padre Abraham, la tierra prometida a la que llegó el pueblo de Israel de la mano de su caudillo Josué y que conquistó tras numerosas contiendas bélicas, según se narra en los libros bíblicos.

Esta esperanza tuvo que prolongarse y reavivarse casi a diario durante el tiempo del nazismo. *Hatikvá* continuó entonándose prácticamente a diario en los campos de trabajo y de exterminio alemanes. Cada vez que los judíos eran llevados a la muerte, no sólo eran acompañados por bandas de música, sino que se hacía un llamamiento a la esperanza a través de la proclamación cantada de *Hatikvá*.

26 de julio de 1956. El coronel del ejército egipcio Gamal Abdel Nasser, prisionero de guerra durante el conflicto de 1948 y presidente de Egipto desde 1954, proclama en Alejandría la nacionalización del Canal de Suez. Esto supuso una clara amenaza no sólo para Israel como nación, sino para los intereses económicos de países como Estados Unidos, Francia o Gran Bretaña. Esta contienda bélica, conocida también como *Guerra del Sinaí*, finalizó con unos resultados bastante negativos en lo referente a relaciones internacionales¹⁷.

El 15 de mayo de 1967 las fuerzas armadas egipcias comienzan nuevamente a asentarse en el Sinaí, mientras se prohíbe el paso del Estrecho de Tirán a toda embarcación israelí que quiera dirigirse a Eilat (ciudad turística al sur de Israel). Siria y Jordania, países fronterizos con Israel, se aliarán con Egipto, también fronterizo, y comenzará la *Guerra de los Seis Días*. Israel luchará contra Siria por el control de los Altos de Golán al nordeste de Israel. La lucha por el control del agua ha sido una constante en Oriente Próximo, ya que son países enclavados en un terreno mayoritariamente desértico, con muy pocas precipitaciones. Contra Jordania luchó por el mantenimiento de Jerusalén oriental y contra Egipto por el poder en la franja de Gaza.

Poco después de este conflicto, como respuesta, verá la luz la canción *Shir lashalom* (*Canción por la paz*), compuesta por Yair Rosenblum (música) y Yaakov Rotblit (letra), ambos miembros de la Brigada Nahal de la Compañía de Entretenimiento de las Fuerzas de Defensa de Israel, y estrenada en 1969 por Miri Aloni¹⁸.

Nuevamente encontramos en el texto la palabra *tikvá* (esperanza); concretamente, en la quinta estrofa de la canción:

¹⁷ Acerca de los conflictos árabe-israelíes se ofrece una descripción más detallada en: Morris, Benny. *Righteous victims: a history of the Zionist-Arab conflict, 1881-1999*, New York: Alfred A. Knopf, 2001.

¹⁸ Rosenblum, Yair; Rotblit, Yaakov. *Shir lashalom*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Sz8O0OcAA3c>, consultado el 14/02/2016.

שאו עיניים בתקווה
לא דרך כוונות
שירו שיר לאהבה
ולא למלחמות.

Levanta tus ojos con esperanza,
no a través de la mira del rifle.
Canta una canción para el amor
y no para las guerras.

Esta vez se trata de la esperanza en el fin de las guerras. No obstante, sería prohibida por Rehavam Ze'evi (jefe de las Fuerzas de Defensa de Israel) por su mensaje, supuestamente antisionista. Como se puede deducir por la traducción del texto, en realidad el mensaje es antibélico. *Shir lashalom* sería usado también como himno durante el conflicto de Israel y Líbano en 1978. Su carácter pacifista se prolongaría en el tiempo hasta el 4 de diciembre de 1995. En esta fecha, en Tel Aviv sería asesinado Isaac Rabin de un tiro por la espalda. Mientras descendía del escenario en el que se había entonado un momento antes esta canción, y en cuya interpretación había participado él mismo, Yigal Amir, un judío ultraderechista, le disparó. Amir era contrario a la cesión de territorio israelí a la autoridad palestina a cambio de paz.

El 6 de octubre de 1973 comienza una nueva guerra árabe-israelí. En esta ocasión, Israel se enfrenta nuevamente a Siria. La fecha de inicio de este litigio no es, ni mucho menos, casual. No fue decidida aleatoriamente por el gobierno sirio cuando decidió invadir el noreste de Israel. Este día se celebraban dos festividades religiosas, una judía y otra musulmana. Para los judíos se celebraba el *Yom Kippur*, el día de la expiación, el día del perdón. Esta fiesta es una de las más sagradas del calendario religioso judío. Durante este día, todo judío está obligado a perdonar al prójimo todo tipo de deuda y de afrenta. Además, en el ámbito civil, se suele tomar como día festivo. De este modo, la vida se paraliza, en cierto sentido, en Israel. Los militares suelen disfrutar de un día de vacaciones y, por tanto, la defensa del país se ve reducida considerablemente. Y todo esto, sin duda, era bien conocido por el país vecino. Por otro lado, en este día se celebraba en la religión musulmana la conmemoración de la *Batalla de Badr*, la primera guerra lanzada por Mahoma contra los infieles de la tribu de Quraysh. Y también coincidía con la celebración del Ramadán, con su correspondiente ayuno.

En este contexto bélico nace el tema *Shir baboker baboker* (*Canción por la mañana*), interpretado por el cantante israelí Shlomo Artzi. Este artista, uno de los más conocidos y apreciados por el público israelí, nació en 1949 en la localidad israelí de Moshav Alonci Abba. Sus padres fueron supervivientes del holocausto judío (*shoah*). Su padre fue sionista, activista en la ciudad de Bukovina (Rumanía). Shlomo Artzi mostró buenas dotes para la interpretación dramática desde la niñez, aunque finalmente se decantaría por la música. Mientras realizaba el servicio militar, en 1970 se presentó al Festival de la Canción Israelí con el tema *Pitom achshav, pitom hayom* (*De repente ahora, de repente hoy*), con música de Yaakov Hollander y letra de Tirza Atar. Artzi venció y fue proclamado "Cantante del Año". En 1975 Israel presentó a Shlomo Artzi al Festival de la Canción de Eurovisión, con el tema *At va'aní* (*Tú y yo*).

La letra de *Shir baboker baboker* es la siguiente¹⁹:

¹⁹ Artzi, Shlomo; Koren, Gidi; Gilboa, Amir. *Shir baboker baboker*. En: <http://www.hebrewsongs.com/?song=pitomkamadam>, consultado el 14/02/2016.

פתאום קם אדם בבוקר י הוא עם ומתחיל ללכת, ומרגיש כ ולכל הנפגש בדרכו קורא הוא שלום.	De repente se levanta un hombre por la mañana, siente que es una nación y comienza a caminar Y a todo el que encuentra en su camino le saluda: “Shalom”.
דגנים עולים מול פניו מבין חריצי המדרכת. וניחוחות לראשו מדיפים עצי אזדרכת. הטללים רוססים והרים, ריבוא קרניים, הם יולידו חופת שמש לכלולותיו.	Los tallos de maíz están creciendo tras él. Entre las grietas de las aceras los lilos derramarán su rica fragancia en la cabeza. Las gotas de rocío son espumosas y las colinas una miriada de rayos.
פתאום קם אדם בבוקר ומרגיש כי הוא עם ומתחיל ללכת, ולכל הנפגש בדרכו קורא הוא שלום.	De repente se levanta un hombre por la mañana, siente que es una nación y comienza a caminar Y a todo el que encuentra en su camino le saluda: “Shalom”
והוא צוחק גבורת דורות מן ההרים, ונכלמות משתחוות המלחמות אפיים, להוד אלף שנים מפכות במסתרים, אלף שנים צעירות לפניו כפלג צונן, כשיר רועים, כענף.	Y se ríe con la fuerza de generaciones en las montañas, y las guerras, avergonzadas se inclinan hacia el suelo, para la gloria de mil años, que brotan de los escondites, mil años jóvenes enfrente de él como un libro de frío, como el canto de un pastor, como una rama.
פתאום קם אדם בבוקר ומרגיש כי הוא עם ומתחיל ללכת, הוא שלום. ולכל הנפגש בדרכו קורא והוא צוחק גבורת דורות מן ההרים.	De repente se levanta un hombre por la mañana, siente que es una nación y comienza a caminar, y ve que la primavera ha regresado y el árbol está reverdeciendo desde la caída de la hoja del otoño pasado.

Este tema, incluido en el álbum פתאום קם אדם (Dicen que hay una tierra) se convirtió en toda una referencia de la canción-protesta israelí²⁰. De él han sido muchas las versiones que se han ido realizando y muchas las interpretaciones que del mismo han sido presentadas en diferentes eventos sociales. Además, ha sido utilizado como compactador social, casi como un himno, cada vez que Israel se ha visto envuelto en algún conflicto desde 1973 o cuando se ha realizado alguna manifestación contra el propio gobierno israelí.

De todas las versiones que existen, analizaremos la realizada por el grupo HaGroovatron (autodenominados “El diablo judío”) en 2009²¹ con motivo del *Conflicto de la Franja de Gaza*, acaecido en 2008-2009 y conocido como *Operación “Plomo fundido”*. En este caso, y en los que siguen, son los propios músicos los protagonistas del videoclip, aunque en ocasiones, en la industria audiovisual israelí también se cuenta con actores para la realización del montaje audiovisual²².

²⁰ Artzi, Shlomo; Koren, Gidi; Gilboa, Amir. [ארצי שלמה]. שיר בבוקר בבוקר. Recuperado de <http://www.hebrewsongs.com/?song=pitomkamadam>, consultado el 14/02/2016.

²¹ HaGroovatron. *Shir BaBoker (Canción por la mañana)*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=sPZeEm-eUhw>, consultado el 16/02/2016.

²² Regev, Motti (1997). “Who does what with music videos in Israel”. En: *Poetics*, 25, 1997, pp. 225-240.

Antes de proceder al análisis, diremos que, como afirma Amy Horowitz²³:

Insider status and outsider status offer ethnographers contrasting sets of insights and limitations. Insider often get chichness, intimacy, access, continuity and historical depth, while outsiders are often able to see the naturalized as constructed, examine assumptions, introduce comparative perspectives, and approach the field with a nonpartisan eye.

Por tanto, es muy posible que el lector perciba alguna limitación en el análisis de los videoclips seleccionados o que, una vez visualizados, pueda entenderlos desde otro punto de vista. Esto no hará sino enriquecer el análisis audiovisual.

HaGroovatron es una banda que practica un estilo musical que podríamos definir como groove-punk. Su versión de *Shir baboker* se renombró como *Pitom kam Adam (De repente se levanta un hombre)*, ya que es el comienzo del estribillo del tema musical. La versión de HaGroovatron de este tema mantiene el mismo estribillo que la de Artzi, aunque con un cambio sutil en la armonía. Si se escuchan bien los dos estribillos, se percibirá que sobre las palabras “Adam”, “umargish” y “hanifgash”, la armonización de la versión de Artzi introduce el IV grado mayorizado (acorde de Re mayor), mientras que Hagroovatron no lo usa, sino que mantiene la armonía del I grado (acorde de La menor). El colorido armónico en el caso del tema interpretado por Artzi da la sensación de armonía arcaica, más tradicional. En cuanto al texto de las estrofas, HaGroovatron sustituye la letra creada por Tirza Atar por una serie de fragmentos extraídos de la *Meguilat Haatzmaut (Declaración de Independencia)* del Estado de Israel, leída en 1948 por David Ben Gurion, como ya se ha apuntado anteriormente.

En el videoclip, el grupo realiza diferentes autorreferencias, como en la imagen de los campos arados. *Groove* significa “surco” en inglés, y así queda plasmado en los planos tomados de los surcos arados. Además, se utilizan el vestuario y diferentes elementos de *atrezzo* para indicar que en Israel se reúnen tradición y modernidad: unos miembros de la banda visten camisas de corte occidental, mientras otros llevan una camisa blanca sin botones, haciendo referencia a la cultura hebrea²⁴. En cuanto a la instrumentación, vemos instrumentos musicales modernos a la vez que algunos miembros del grupo “tocan” instrumentos de labranza, como el bieldo, con el que se hace referencia a la tradición. La figura del bieldo es muy interesante, ya que se utiliza para “separar el trigo de la paja”. Esta expresión, impregnada de un fuerte carácter religioso, hace referencia a la “separación entre los buenos y los malos”.

El videoclip comienza presentando, uno a uno, a los miembros de la banda. Para ello se recurre a la técnica cinematográfica del plano corto. Una vez presentados, se levantan a la vez. Esta es una clara referencia a la cultura hebrea. Como todo el mundo, el hebreo tiene vida propia: su familia, sus negocios, sus aficiones, etc., de manera individual. Pero, en las ocasiones que lo requieren, se convierte en pueblo. Todos los individuos se reúnen y comienzan a caminar, como desde los tiempos más remotos, a lo largo (en fila) y a lo ancho del mundo. A los 33 segundos de su comienzo, el videoclip muestra un meme

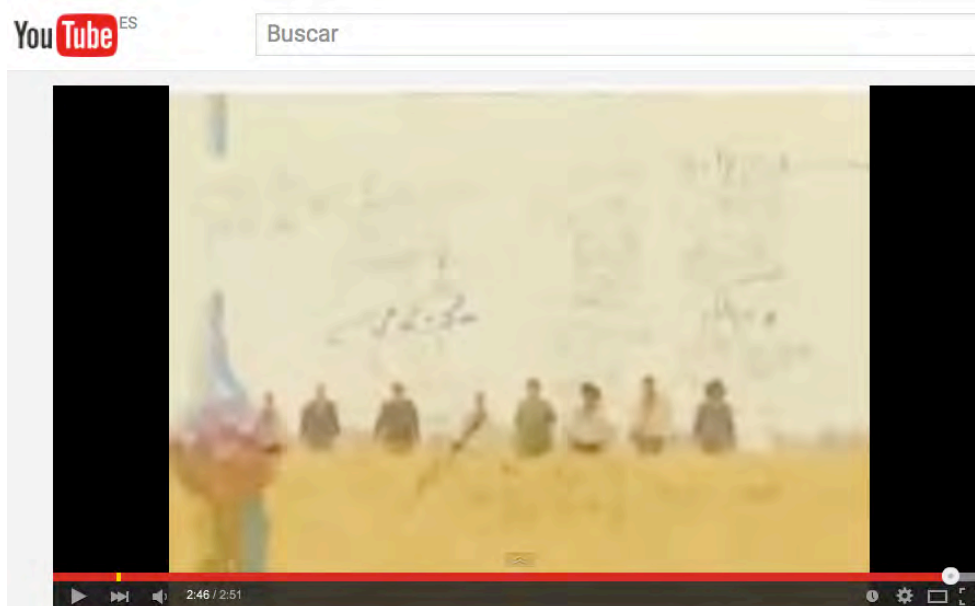
[https://doi.org/10.1016/s0304-422x\(97\)00015-6](https://doi.org/10.1016/s0304-422x(97)00015-6), consultado el 15/02/2016.

²³Horowitz, Amy, *Mediterranean Israeli music and the politics of the aesthetic*. Detroit: Wayne State University Press, 2010, p. 12.

²⁴ Acerca de la importancia del vestuario como elemento de construcción de identidad sociocultural, concretamente en el mundo judío, es importante el trabajo de Luján Díaz, Victoria (2012). “La vestimenta como símbolo identitario judío”. En: *Cultura y Religión. Revista de Sociedades en Transición*, 2012, Vol. VI, nº 2 (julio-diciembre), pp. 103-117.

característico: puñetazos en la mesa como signo de protesta, como símbolo de hastío, del “hasta aquí”. Este meme, usado también de manera intertextual, ya se había usado en videoclips de otras canciones protesta, como *They don't care about us* (1996), de Michael Jackson. De este tema se rodaron dos videoclips: uno en Brasil (Doña Marta y Salvador de Bahía) y otro en el que Jackson interpreta el papel de preso. En esta versión aparece el mismo meme que en *Shir baboker*, mientras que en el rodado en Brasil los puñetazos se sustituyen por una figuración rítmica: tres tresillos interpretados por los instrumentos de percusión.

Comienza la primera “estrofa” con la declamación de un fragmento de la *Megilat Haazmaut*. En este fragmento se afirma que el Estado de Israel garantiza la libertad de todos sus habitantes. Dicha libertad estará regulada y dirigida “a la luz de las enseñanzas de los profetas de Israel” en un claro guiño al adoctrinamiento religioso y social. La segunda “estrofa” puede resumirse con la palabra חופש (jofesh, libertad). Dicha paz se conseguirá a través de la igualdad de derechos de todos los habitantes de Israel. Esta libertad, además, viene “de lo alto”. En este sentido, son numerosísimas las referencias bíblicas que se pueden encontrar acerca de la liberación del pueblo de Israel por parte de Dios. Y esta libertad que llega desde el cielo queda indicada en el videoclip mediante el *travelling* que realiza la cámara. Tras el estribillo, la tercera estrofa queda condensada en la palabra שלום (shalom, paz), la cual se conseguirá mediante la oferta amistosa que realiza Israel a todos los pueblos vecinos. De la suma de ambas palabras, jofesh y shalom, nace la fiesta, la celebración de la consecución de dichos objetivos, tal como queda reflejado en el videoclip a partir del minuto 2:09. Los puñetazos en la mesa, el hastío, se han convertido en palmas de celebración, en aplausos, en celebración. Como cierre del videoclip, puede visualizarse las firmas de la *Megilat Haazmaut*, imagen incluida al principio de este texto.



Final del video de HaGroovatron, *Shir baboker*. Los integrantes del grupo se alejan, en un fundido con las firmas de la *Megilat Haazmaut*

Así pues, tenemos en este videoclip un mensaje visual, un mensaje musical y un mensaje social. Este último, quizá más oculto, aunque se puede ver: el pueblo hebreo es, sin duda, una unidad. Y esto, con independencia de dónde y de cómo vivan cada uno de sus miembros individualmente.

Este tema ha creado conciencia colectiva y ha llamado a “ser pueblo” a todos los judíos del mundo. Un ejemplo de ello es la banda argentina Jailight (formada por músicos judíos), la cual grabó en 2012 su propia versión de *Shir baboker baboker*. En este caso, el título del mismo coincide con el de HaGroovatron: *Pitom kam adam*²⁵. El estribillo se mantiene intacto respecto a la versión original de Artzi: escuchamos la misma letra en hebreo. La letra, en cambio, tiene otro tipo de contenido social. Jailight es una banda que musicaliza, generalmente, letras tomadas de la espiritualidad judaica y cuyo estilo musical podría definirse como una fusión entre el hip-hop, el reggae y el funk. El propio nombre de la banda también es una fusión entre “Jai” (“vida”, en hebreo) y “light” (“luz”, en inglés).

El videoclip de *Pitom kam adam* difiere del realizado por HaGroovatron: nos encontramos en una gran ciudad: Nueva York. Esta ciudad, símbolo del cosmopolitismo, acoge a personas de toda raza y lengua. Es por esto que en el videoclip aparecen presentando personajes pertenecientes a diversos estratos socioculturales, razas y lenguas. Esto está particularizado en las imágenes que acompañan al estribillo: personas que sostienen cartulinas en las que están escritas las palabras (transliteradas) del estribillo en hebreo. Son muchas las imágenes que muestran al vocalista de la banda y a numerosas personas moviéndose por la calle (recordamos que la segunda parte de la letra del estribillo dice: “Comienza a caminar y a todo el que encuentra en su camino le saluda: shalom”). Entre las imágenes, aparece una niña está dibujando algo: un dibujo circular, que representa a la Tierra, en el que aparece la palabra “paz” escrita en español, inglés, árabe y hebreo debajo de unos dibujos que se presentan como paradigma de los seres humanos.

* * *

En Israel existen centros educativos en los que se forman artistas con intención de mantener y difundir la cultura hebrea y la religión judía. Estos artistas se dedican, fundamentalmente, a la interpretación de textos bíblicos (salmos, textos proféticos...). Algunos de estos textos están dedicados, además, a su inclusión en las festividades religiosas del judaísmo o bien a difundir el mensaje propuesto desde el sionismo.

De todo esto se podrían citar un sinnúmero de ejemplos, pero nos ceñiremos sólo a un pequeño grupo de ellos.

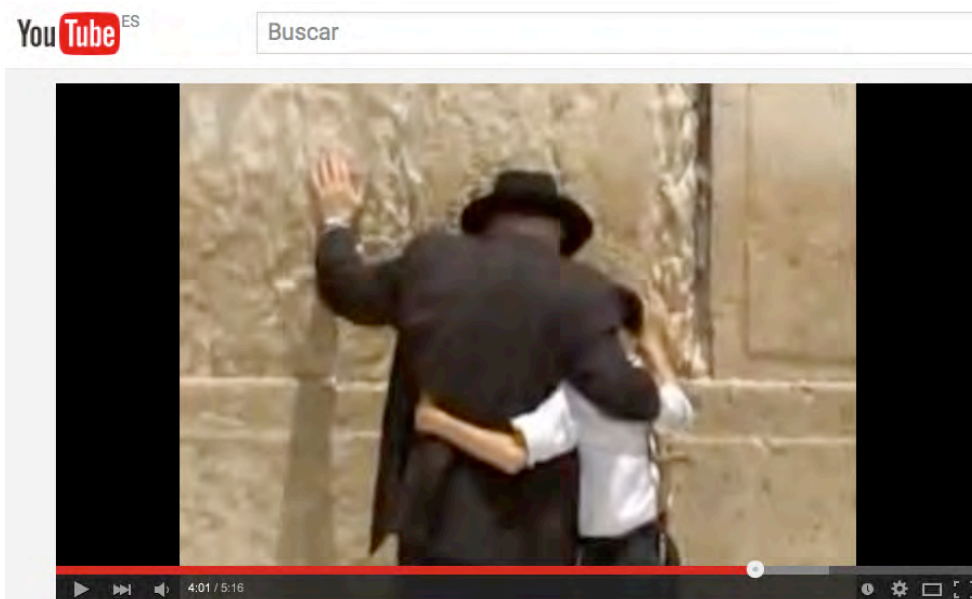
En primer lugar, existen grupos formados por niños (coros) ataviados con la *kipá* sobre su cabeza como signo de humildad. Esta prenda que se ponen los varones judíos, jóvenes y adultos, es un símbolo: “Hasta aquí llega tu altura. Todo lo que está por encima de la *kipá* le pertenece a Dios”. Un ejemplo de estos coros infantiles es *The Shira Hadasha Boys Choir*, fundado en 2004. De todos los temas que interpretan, escogemos como ejemplo *Yerushalayim*²⁶. En el videoclip de esta canción, el discurso visual no está relacionado con el textual; el texto está extraído de los primeros versículos del *Salmo 125* (126 en la versión de la *Vulgata*):

²⁵ Jailight. *Pitom Kam Adam*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=EPMr6SCpkFU>, consultado el 16/02/2016.

²⁶ The Shira Hadasha Boys Choir. *Yerushalayim*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ZHh9owBFWQM>, consultado el 20/02/2016.

Habotjim b'hashem kehar Tzion	Los que confían en el Señor son como el monte Sión.
Lo yimot le'olam yeshev.	No titubean, sino que permanecen para siempre.
Yerushalayim harim saviv lah	Jerusalén está rodeada de montañas
Ve'hashem saviv le'amo.	y el Señor rodea a su pueblo.

El videoclip comienza presentando a un niño judío que está memorizando la *Torah*. Este niño sueña con ir a Jerusalén. El judaísmo aconseja que todos sus seguidores realicen, al menos, una peregrinación a la ciudad santa de Jerusalén. El niño está ensimismado seguramente en estos pensamientos y su abuelo, viendo su deseo, le regala el viaje y le acompaña. En 1:57 se divisa al fondo la ciudad de Jerusalén desde el Monte Scopus. Este monte, uno de los que rodean Jerusalén, según narra el salmo que se está cantando, es un lugar muy estratégico: desde él Tito lanzó el ataque con el que devastó la ciudad; y en él acamparon los cruzados durante la Primera Cruzada. Este “Monte de los espectadores” es el único lugar desde el que se pueden contemplar el Mar Muerto y la ciudad de Jerusalén. Callejeando por Jerusalén, llegan al Muro Oeste, conocido como el Muro de las Lamentaciones, el único resto que queda del Segundo Templo de Jerusalén, destruido por Tito en el año 70. Este muro, amén de ser sagrado para los judíos (en él lloran por la destrucción de su Templo y en él esperan que todos los judíos retornen a Israel, que se construya el Tercer Templo y que venga el Mesías), es una autorreferencia a la productora del videoclip: “Western Wall Productions”.



The Shira Hadasha boys choir. *Yerushalayim*. Escena del muro de las lamentaciones

Otro coro de niños, *The Yeshiva Boys Choir*, además de entonar salmos y cantos que podríamos asociar con la religión judía, también se han implicado en la interpretación de temas con un fuerte contenido social y político. Concretamente, el tema *Daddy, come home* (*Papá, vuelve a casa*) es un claro ejemplo de ello. De este tema se han producido dos videoclips. En el primero de ellos²⁷ aparece el niño solista, un pianista y una *hanukah* (candelabro de nueve brazos). El niño relata que su padre ha salido de casa para alistarse en el ejército para ir a luchar a una guerra en un lugar lejano. El padre le ha prometido que volverá “cuando se enciendan las velas de *Hanukah*”. *Hanukah* es una fiesta religiosa judía que se celebra aproximadamente en torno a la Navidad cristiana y en la que se rememora un milagro ocurrido en el Templo de Jerusalén durante el asedio de los macabeos. La lámpara que iluminaba el *sancta sanctorum* del Templo debía cargarse cada día de aceite para evitar que se apagase. Debido al acoso de los macabeos, no se pudo recargar con aceite en ocho días. Sin embargo, continuó ardiendo durante ese tiempo. Es por ello que se conoce como *Fiesta de las luces*. Lo cierto es que el padre muere en la guerra, y el niño se consuela mientras piensa que su padre lo protegerá para siempre desde el más allá.

En el videoclip, a medida que se va creando la tensión rítmica, melódica y armónica que conducen al solo interpretado por la guitarra eléctrica, van apareciendo imágenes bélicas. Concluyendo el videoclip, leemos la frase: “Dedicated to the daddys that did not come home”²⁸. El coro infantil aparece durante el estribillo, uniformados todos con *kipá* negra, camisa blanca y chaleco y pantalón negros²⁹. Vestidos de blanco y negro se podía ver también a los niños del *Shira Chadasha Boys Choir* en el videoclip de *Yerushalayim*. El blanco y el negro son muy importantes en la simbología judía. En la ciudad de Jerusalén se encuentra el Santuario del Libro, perteneciente al Museo de Israel. En él se conserva, entre otras cosas, un facsímil del rollo del *Libro de Isaías*, encontrado en Qumrán. La estética externa del lugar es muy significativa: las paredes del Santuario son de mármol blanco, mientras que enfrente de las mismas se encuentra un muro de mármol negro. Ambas paredes simbolizan a los hijos de la luz y a los hijos de las tinieblas.

En el videoclip del tema *Daddy, come home* se puede visualizar un meme típico de la cultura hebrea. Cuando se trata de suplicar, puede verse cómo el niño mueve arriba y abajo las dos manos. Este mismo gesto podemos verlo en otras actuaciones, como la del niño Mordechai Shaphiro en su interpretación del tema *Rachem* (*Misericordia*)³⁰, cuyo texto está extraído del capítulo 9 del libro del profeta *Daniel*. Este tema, por supuesto, también está relacionado con la vida social y religiosa de Israel, ya que se entona durante la festividad de *Yom Kippur*, a la que ya se ha hecho referencia.

Ataviados con prendas blancas y negras, con corbata o sin ella, con *kipá* o con sombrero, son numerosos los intérpretes de música religiosa que cantan en Israel.

* * *

²⁷ The Yeshiva Boys Choir. *Daddy, come home*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=xF7UVW6PLig>, consultado el 20/02/2016.

²⁸ “Dedicado a los papás que no regresaron a casa”.

²⁹ Luján Díaz, Victoria, *Op. cit.*

³⁰ Shaphiro, Mordechai; Shwekey, Yaakov. *Rachem*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=6xDS3gRbxEg>, consultado el 20/02/2016.

Otro modo de difusión del adoctrinamiento social y religioso a través de la música en Israel es la organización y promoción de numerosos certámenes y festivales de canción en vivo. En este sentido, son muchos los cantantes solistas que difunden el tema social y religioso israelí. Un ejemplo de ello se encuentra en la artista Sarit Hadad, con temas como *Shemá, Israel (Escucha, Israel)*³¹. En la versión ofrecida por Rabbí Hagay Batzrí se muestran los elementos, quizá, más sagrados de la fe judía, acompañando a su credo. En primer lugar, el shofar, instrumento musical fabricado con un cuerno de carnero y cuyo origen (legendario) se establece en el carnero que sacrificó Abraham en lugar de su hijo Isaac; este instrumento se interpretaba, fundamentalmente, como llamada a la batalla. En segundo lugar, se muestra el Muro de las Lamentaciones de Jerusalén. A continuación, aparece un dibujo que representa el arca de la Alianza. Después, una mano escribiendo la Torah (se dice que todo buen judío debería escribir la *Torah* de su puño y letra por lo menos una vez en su vida; la quinta y sexta imágenes del vídeo nos muestran la *Torah*, escrita en su rollo). Finalmente, aparece la bandera de Israel (como símbolo del pueblo) y el Monte Sinaí (donde se cree que Dios mismo entregó las tablas de la Ley a Moisés).

En medio de un mundo globalizado, del que no escapa Israel, se hace necesario para el judaísmo conservar sus tradiciones y fiestas, quizá dejadas de lado por las últimas generaciones. Así, utilizando la música pop-rock, y siguiendo los patrones musicales de Occidente (hacia donde ya miran los jóvenes de Oriente Próximo), se han realizado videoclips de canciones como *Bar Mitzvah Song*³², en la que se llama a la celebración del ritual de la mayoría de edad para los chicos.

A través de breves pinceladas, hemos intentado mostrar cómo los medios audiovisuales (el videoclip, en este caso), no sólo son un producto industrial con miras comerciales, sino que además se pueden utilizar como material didáctico, tanto para adoctrinar socialmente a un grupo humano como para difundir mensajes religiosos que intenten calar en el inconsciente colectivo de una sociedad (la israelí, en este caso) que tiende claramente al laicismo y a la globalización.

Bibliografía

Anderson, Benedict. *Imagined communities. Reflections on the origin and spread of Nationalism*. London-New York, Verso, 1991.

Artzi, Shlomo; Koren, Gidi; Gilboa, Amir, *Shir baboker baboker*. [Letra de la canción, online], <http://www.hebrewsongs.com/?song=pitomkamadam>, consultado el 15/02/2016.

Horowitz, Amy, *Mediterranean Israeli music and the politics of the aesthetic*. Detroit, Wayne State University Press, 2010.

Luján Díaz, Victoria (2012). “La vestimenta como símbolo identitario judío”. En: *Cultura y Religión. Revista de Sociedades en Transición*, 2012, Vol. VI, nº 2 (julio-diciembre), pp. 103-117. <https://doi.org/10.1177/016344370202400306>.

Morris, Benny. *Righteous victims: a history of th Zionist-Arab conflict, 1881-1999*, New York: Alfred A. Knopf, 2001.

Regev, Motti (1997). “Who does what with music videos in Israel”. En: *Poetics*, 25,

³¹ Hadad, Sarit. *Shema Israel*. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=1Zoq4X_nCdA, consultado el 26/02/2016.

³² Mendi & Avi Piamenta. *Bar Mitzvah Song*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Qk804wPnTtU>, consultado el 28/02/2016.

1997, pp. 225-240. [https://doi.org/10.1016/s0304-422x\(97\)00015-6](https://doi.org/10.1016/s0304-422x(97)00015-6).

Archivos de vídeo

- Artzi, Shlomo; Koren, Gidi; Gilboa, Amir. [ארצי שלמה]. שיר בבוקר בבוקר. Recuperado de <http://www.hebrewsongs.com/?song=pitomkamadam>, consultado el 14/02/2016.
- Artzi, Shlomo; Koren, Gidi; Gilboa, Amir. *Shir baboker baboker*. En: <http://www.hebrewsongs.com/?song=pitomkamadam>, consultado el 14/02/2016.
- Cenci, Giuseppe. *Fuggi fuggi da questo cielo*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=4HXfCOLJb10>, consultado el 10/02/2016.
- Ferrini, Gian Battista. *Il ballo di Mantova*. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=-Ko7w5Y_SMU, consultado el 10/02/2016.
- Hadad, Sarit. *Shema Israel*. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=1Zoq4X_nCdA, consultado el 26/02/2016.
- HaGroovatron. *Shir BaBoker (Canción por la mañana)*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=sPZeEm-eUhw>, consultado el 16/02/2016.
- Jailight. *Pitom Kam Adam*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=EPMr6SCpkFU>, consultado el 16/02/2016.
- Marini, Biagio. *Passacaglia in G Minor (Op. 22)*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=PyMw-QX6c74>, consultado el 10/02/2016.
- Marini, Biagio. *Sonate da Camera Sarabanda Op.22 n° 3 C minor*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=A10wjPXkGS4>, consultado el 10/02/2016.
- Megilat Haazmaut*. En: <https://knesset.gov.il/docs/images/megila.jpg>. [Consulta 09/02/2016.
- Mendi & Avi Piamenta. *Bar Mitzvah Song*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Qk804wPnTtU>, consultado el 28/02/2016.
- Mouton, Jean. *My mistress is pretty*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=WyARyxT1N0A>, consultado el 10/02/2016.
- Pekill, Bartłomiej. *Polish Dance*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=b4X65jfhUcg>, consultado el 10/02/2016.
- Playford, John. *An Italian Rant*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=nPL2FXqVc9M>, consultado el 10/02/2016.
- Regev, Motti (1997). "Who does what with music videos in Israel". En: *Poetics*, 25, 1997, pp. 225-240. [https://doi.org/10.1016/s0304-422x\(97\)00015-6](https://doi.org/10.1016/s0304-422x(97)00015-6), consultado el 15/02/2016.
- Rosenblum, Yair; Rotblit, Yaakov. *Shir lashalom*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Sz8O0OCAA3c>, consultado el 14/02/2016.
- Shapiro, Mordechai; Shwekey, Yaakov. *Rachem*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=6xDS3gRbxEg>, consultado el 20/02/2016.
- Smetana, Bedřich. *Die Moldau*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=KAHb8v1PaKc>, consultado el 10/02/2016.
- The Shira Hadasha Boys Choir. *Yerushalayim*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ZHh9owBFWQM>, consultado el 20/02/2016.
- The Yeshiva Boys Choir. *Daddy, come home*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=xF7UVW6PLig>, consultado el 20/02/2016.
- Tradicional. *Ack Värmeland du sköna*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=kXPPMYyJl-g>, consultado el 10/02/2016.

- Tradicional. *Cucuruz cu funza-n sus.* Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=4RBDIWVJZx4>, consultado el 10/02/2016.
- Tradicional. *Fuchs du hast die Gans Gestohlen.* Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=KoKt2WXHiyg>, consultado el 10/02/2016.
- Tradicional. *Kočka leze dírou.* Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=i8VBRzpQKYA>, consultado el 10/02/2016.
- Tradicional. *Kucheriava Katerina.* Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=x6Zk7c-tlPQ>, consultado el 10/02/2016.
- Zanetti, Gasparo. *Il Scolaro.* Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=g4fiNbhcmIlg>, consultado el 10/02/2016.

Momentos: Julio Iglesias y el discurso del vitalismo en el régimen visual contemporáneo

Momentos: Julio Iglesias and the vitalistic discourse in the contemporary visual system

José Antonio GUILLÉN BERRENDERO

Universidad Rey Juan Carlos

DOI: <http://dx.doi.org/10.15366/bp2017.14>

Recibido: 15/11/2016
Aprobado: 30/01/2017

Resumen: El presente trabajo es una reflexión ensayística sobre la construcción de Julio Iglesias como arquetipo musical e intérprete de canciones propias del vitalismo burgués en el régimen visual del siglo XX.

Palabras clave: Julio Iglesias, burguesía, vitalismo, música popular, globalización

Abstract: This paper deals with the construction of Julio Iglesias as a musical archetype and vocalist of melodies related to a bourgeois vitalism in the visual regime of the twentieth century.

Keywords: Julio Iglesias, Bourgeoisie, vitalism, popular music, globalization

Identidad cultural, memoria sentimental, evocación fingida de sentimientos o simple negocio, cada instante vinculado con la música es un momento clave; instantes “que no vuelven nunca más” del mismo modo que surgieron la primera vez que los escuchamos, vivimos o interpretamos. Cantar en el siglo XX y convertirse en un fenómeno social universal constituye, en cierto modo, una realidad bastante frecuente que puede llevarnos a pensar que el éxito es una certeza variable y un imponderable para todos los que se suman y se dejan seducir por Euterpe. Sin embargo, en la visión social e intelectual de un artista como Julio Iglesias hay algo de sublime-patético que se mueve en los rasgos de la indeterminación más absoluta. Es un relieve enfático que trata de denostar con un dogmatismo intelectual la realidad de los datos que parecen destacar algo adjetivado de popular y que, sin ninguna duda, tiene algo de música práctica que habla de lo que se desea, de lo deseable en el campo de los sentimientos, como caja de resonancia emotiva de las pulsiones vitales de todos los individuos¹.

La música del *crooner*, como toda la producción musical, cuando es representada tiene la capacidad de crear heterotopías básicas para paladares siempre necesitados de emociones con los que crear un no lugar emotivo en el que imaginar la frustración amorosa, la necesidad de afecto o la poética de una fantasía juvenil. La visión de éxito identificada con determinados productos culturales como Julio Iglesias es un motor muy importante para cada uno de los individuos que componen las clases medias de todo el mundo. De China a Alaska y de Suecia a Chile, Julio Iglesias y este tipo de música ligera, vincula en una indistinguible comunidad imaginada a centenares de personas. Él, el artista, aparece como único, casi heroico en cada una de sus apariciones públicas o privadas. En videoclips o en shows. De blanco y negro, un micrófono como símbolo de su poder y la inusitada fuerza esencial de la música para convertir una voz en una emoción.

En la época de la reproductibilidad, del You Tube, de las listas de reproducción aleatorias y de otras formas exageradas de expresión de la sociedad de masas, cantantes como Julio Iglesias continúan aferrándose a las presentaciones y estéticas propias del tiempo largo, de aquello que siempre garantiza una emoción contenida y un gesto siempre fiel. Llorar, reír, vivir, triunfar, emociones y acontecimientos siempre permanentes en la vida de todos.

Más de siete mil conciertos en todos los continentes (creo recordar que eran cinco). Conciertos ante más de cien mil personas en Chile en 1977 y en 1990. Más de diez conciertos consecutivos en París, en el Palacio de Congresos durante los años ochenta, cuando la progresía intelectual española repudiaba el prestigio internacional asociado al “Régimen”. Conciertos en Nueva York, Los Angeles, Sydney, Pekin, Grabaciones y duetos con artistas del *mainstream* anglosajón como Diana Ross, Willie Nelson, Stevie Wonder, Sting, Sinatra, o Paul Anka. Apariciones en todas las televisiones del mundo en los horarios de máxima audiencia familiar y en programas integrados en el sistema social propio de las clases medias nacidas del *welfare state*. Premios y distinciones públicas y privadas, y sobre todo el permanente escrutinio favorable del público durante más de cuarenta años, convierten a Julio Iglesias de la Cueva (Madrid, 23 de septiembre de 1943) en un fenómeno llamativo por su repercusión internacional —extraña para un español de sus años— y por

¹ Las palabras que siguen a esta presentación son una reflexión en evolución de un texto más amplio sobre el

Este texto tiene una deuda de gratitud con Germán Labrador y Miguel Salmerón Infante, con quienes compartí asignatura durante el curso académico 2014-2105 en el Grado de Historia y Ciencias de la Música de la Universidad Autónoma de Madrid. Con tal motivo se pudo profundizar en las cuestiones que aquí se tratan y que en cierto modo recoge esta breve reflexión.

su indisimulada relación con la idea de globalización.

El brillante mundo intelectual que encierra la música siempre ha desdeñado lo popular. Recientemente, uno de los iconos de la música *indie* española, Leyva, se quejaba amargamente de este hecho. Aducía que lo popular era rápidamente ridiculizado por la sociedad. Las élites intelectuales siempre han visto en fenómenos como el de Julio Iglesias una rémora musical carente de algún valor propio de la alta cultura o de una expresión cultural intelectualmente válida. Sin embargo, el espíritu trágico que encierra toda consideración y crítica musical se adentra en un elemento más profundo, que tiene que ver con un análisis ideológico que pretende ser a su vez crítica y salvación de un determinado uso estético-musical. La hegemonía cultural que preside determinadas concepciones y categorizaciones sobre este particular se basa en el falso aserto de que aquello que gusta a la multitud no puede poseer cualidades estéticas e intelectuales, de tal modo que el racismo de la inteligencia que definiera Pierre Bourdieu, pareciera ensañarse con los artistas como Julio Iglesias y otros fenómenos de la misma índole.

El frío análisis de su propia existencia como fenómeno social y musical debe hacernos pensar en otros elementos que creemos pueden y deben ser colocados sobre la mesa. Julio Iglesias es un burgués: Julio Iglesias emite un discurso vitalista centrado en una sublimación del amor romántico-burgués basado en la permanente dialéctica del antagonismo entre amado-despechado; y finalmente, Julio Iglesias representa la fragilidad del éxito en un mundo rápido, veloz.

Sin embargo, hay algo de atractivo en todo ello. Hasta qué punto Julio Iglesias no es cada uno de los que le escuchan; o mejor dicho, quién no es Julio Iglesias. La sociedad contemporánea ha creado una suerte de espacios simbólicos en torno a lo musical, lugares por los que transita el gusto, la moda, la ideología y el mercado. La música siempre ha unido a las personas; ha servido de vínculo especular entre vidas, memorias, sentimientos e historias individuales y colectivas. Las historias de otros, creadas por éstos en su propia realidad, son robadas por los oyentes; los receptores que las hacen suyas, haciendo que las cosas duren más que la propia vida de los individuos. En Julio Iglesias no existe la ardiente simbiosis de sexo, muerte y excesos que parece presidir el rock. Su propia puesta en escena remite al retrato de un caballero, con el siempre aristocrático negro y blanco. Los códigos escénicos y el espacio de representación que usa Julio Iglesias son una constante visual que identifica al artista, la música, los fans y la temática de las canciones. Un objeto de consumo con su propio campo de capital simbólico atribuido tanto al personaje como a sus propios seguidores que sobre todo, en el momento de su despegue universal, era un valor permanente frente a la fragilidad de otros géneros musicales dentro de la todavía frágil transición española; aunque cabría preguntarse ahora si Julio Iglesias era ya en ese momento un cantante español o no.... En cualquier caso, y bajo la perspectiva que engloba este texto, pensemos en Julio Iglesias en el tiempo largo braudeliano, en el efecto lisérgico de la música y en su vertiente de rito.



La imagen del *crooner*: negro y blanco, del principio al final de su carrera

Hace unos años, escribía Pelinski que cuando uno escucha a Julio Iglesias cantar el tango *Yira, Yira*, “que el tango, en su nomadismo inveterado, nos obliga a cruzar fronteras culturales...”². O la declaración, —muy en la onda de la generación progresista castellana que criticó a Aleksandr Solzhenitsyn y su *Archipiélago Gulag*— en la obra casi autobiográfica *Una forma de resistencia. Para no tirar las cosas* de Luis García Montero: “(...) No fue un capricho de niño raro. Es que mi madre era partidaria de Julio Iglesias y mi padre un decidido defensor de Raphael”. Ante esta encrucijada —casi cruce de caminos entre el diablo y el cielo— el poeta optó, según sus propias palabras “(...) por salir corriendo gracias a un cantautor catalán que había puesto música a los versos de un poeta sevillano”³. Obviamente que esta figura es la de Juan Manuel Serrat, otrora fetiche de la bohemia intelectual, culta y urbana de los años ochenta en España y hoy en día convertido también en un arquetipo del burgués siempre progresista que realiza brindis tanto a la posmodernidad y a la gentrificación como al “clasicismo” musical y estético de los ochenta.

La propia Maruja Torres, escritora, novelista, periodista y articulista, en una de sus iniciales obras narrativas de literatura e imbuida del uso de la denominada “mayúscula platónica” escribió una novela sobre Julio Iglesias titulada *Oh, es El. Viaje fantástico hacia Julio Iglesias*, publicada en 1986⁴, donde con sentido del humor y alguna dosis de cinismo que encubre el rechazo al protagonista de la novela, desgrana el encuentro con el mito de

² Pelinski, Ramón, *Introducción a la Etnomusicología. Quince fragmentos y un tango*, Madrid, Akal, 2000, p. 163

³ García Montero, Luis, *Una forma de resistencia. Para no tirar las cosas*, Madrid, Alfaguara, 2013, p. 87.

⁴ Torres, Maruja, *Oh, es El. Viaje fantástico hacia Julio Iglesias*. Madrid, Anagrama, 1986.

una joven periodista. Pero Julio Iglesias no es Rimbaud, ni Hugo, ni Lamartine ni Bécquer o Espronceda. Julio Iglesias es un evocador de sensaciones perfectamente encapsuladas en el ideario del amor romántico estandarizado en todos sus niveles; por eso, no es de extrañar que a Armando Costa, protagonista de la novela *As coxas e o escrivão* de Eliete Costa, el cantante le parezca “o melhor amigo que já teve”, ya que el cantante español fue clave en que dejase la bebida.⁵

La vida sigue igual

La primera de las grabaciones de Julio Iglesias, aquella por la que comenzó a resultar un cantante *ad hoc* para un mundo español del desarrollo económico fue la canción *La vida sigue igual*⁶. Declaración de principios que nos habla de lo inmanente, del esencialismo y de la forma más obvia de resultar y ser en el mundo. El lanzamiento de la canción estuvo vinculado al éxito en el fenómeno burgués-vacacional de los festivales de música de la Europa Mediterránea de su tiempo. Julio se presentó en el Festival de Benidorm en 1968 y logró ganar con esta canción de la que fue intérprete y compositor. Pero este pequeño triunfo fue rápidamente ilustrado en la adaptación biográfica de la vida del cantante a una película con tintes de drama-musical que también llevaba por título *La vida sigue igual* y que se estrenó en 1969.

Esta es la primera gran construcción visual de Julio Iglesias para la sociedad de masas. Una presentación como producto comercialmente válido y con una estética siempre dominada por el orden y la combinación. Madrid, Benidorm y otra vez Madrid son los escenarios en los que el cantante vive su génesis, acontecimiento traumático, recuperación y resurgimiento. Un mini rojo, ambientes típicos de la mocedad universitaria de los años sesenta, familias de la burguesía madrileña son el telón de fondo del artista. Su choque repentino con la realidad, plasmado en el pobre niño accidentado al que visita y la canción *En un barrio que hay en la ciudad*, dan el tinte social a un cantante vital pero que no apelaba a la protesta ni a la reivindicación de clase, pues su lógica era otra.

Vida, muerte, trabajo. Julio no es el Hércules y sus trabajos reflejados por Zurbarán que cantaba en su *opera prima*, pero hablaban de un primer inicio de vitalismo burgués que casaba muy bien con las esperanzas y formas de comprender la sociedad de la mayor parte de los españoles y personas que escucharon la canción. Hoy, en las exégesis que preceden a su interpretación en los conciertos que da por todo el mundo, aún identifica esta canción como instante de cambio en su vida. El gozne que le abrió el camino de la fama y del espectáculo y que le sacó del anonimato burgués del Madrid de los años sesenta para convertirlo en un fenómeno transversal y universal. De Benito Gutiérrez veintisiete a Miami Beach o Punta Cana, la vida sigue igual, en lo colectivo, en la perspectiva macro, pero obviamente no en la micro.

La letra de la canción es una suerte de lugares comunes propios de la clase media pero que tiende hacia los universales y en cierto modo a la autorreferencialidad que el universo burgués de los años sesenta necesitaba. La potencia evocadora del esencialismo vital está expresada en una canción que es repetida en todas las presentaciones del artista en cualquiera de los lugares en los que pueda cantar.

⁵ Costa, Eliete, *As coxas e o escrivão*, Rio de Janeiro, KBR, 2012, p.92.

⁶ Iglesias, Julio, *La vida sigue igual*, Columbia, 1968.

Unos que nacen otros morirán,
unos que ríen ,otros lloraran,
aguas y cauces ríos y mar,
penas y glorias guerras, y paz.

Siempre hay por que vivir, por que luchar,
siempre hay por quien sufrir y a quien amar.
Al final, las obras quedan las gentes se van,
otros que vienen las continuaran,
la vida sigue igual.

Pocos amigos que son de verdad,
cuantos te alaban si triunfando estás,
y si fracasas bien comprenderás,
los buenos quedan, los demás se van.

Soy un truhán, soy un señor

Los primeros años de un artista en la sociedad tienen tanto algo de aprendizaje individual y plasmación de su propio yo, como del anhelo de las necesidades colectivas en universos dominados por formas variadas de masculinidad, galantería urbana de sociabilidad pequeño-burguesa. Hay canciones que parecen profecías auto-cumplidas sin ningún afán redentor. Este es el caso de otro de los éxitos y clichés de arquetipo burgués representado por Julio Iglesias; trasunto de Don Juan, empequeñecido por sus propias debilidades, nunca disimuladas, el Julio Iglesias que aparece en la letra de *Soy un Truhán soy un señor*⁷, se nos antoja un hedonista que se acaba de confesar. Uniendo en todo momento los rasgos esenciales del español, definidos ya en alguno de los textos fundacionales de la idea de España desde Menéndez Pidal, pasando por Ramiro Ledesma Ramos o García Valdecasas, aunque, como veremos no será el último.

La letra, en la línea de las del Dúo Dinámico (Ramón Arcusa y Manolo de la Calva), puso ritmo a la idealización del perfecto romántico que usa el vino como catalizador de sus fracasos y como atenuante de sus siempre bien intencionados intentos de seducción. Basta recordar la propia puesta en escena del cantante en sus giras durante los años 76 al 78 y su aparición en la película *Me Olvide de vivir*, segundo intento por construir un *biopic* sobre su propia vida, en la que tres mellizas rubias, argentinas, ponían voz femenina a los coros.

Confieso que a veces soy cuerdo y a veces loco,
y amo así la vida y tomo de todo un poco.
Me gustan las mujeres, me gusta el vino,
y si tengo que olvidarlas, bebo y olvido.

Mujeres en mi vida hubo que me quisieron,
pero he de confesar que otras también me hirieron.
Pero de cada momento que yo he vivido
saqué sin perjudicar el mejor partido.

⁷ Iglesias, Julio; de La Calva, Manuel; Arcusa, Ramón, "Soy un truhán, soy un señor". En *A mis 33 años*. Columbia, 1977.

Y es que yo
amo la vida y amo el amor.
Soy un truhán, soy un señor,
algo bohemio y soñador.
Y es que yo
amo la vida y amo el amor.
Soy un truhán, soy un señor,
y casi fiel en el amor.

Me olvidé de vivir

El artista siempre llamado Julio Iglesias grabó, cuando se convirtió oficialmente en *crooner*, una canción generacional, vital, resumen de tantas vidas y en cierto modo un acto de confesión sin el dramatismo de *My Way*, el standard por antonomasia de los cantantes melódicos desde Sinatra a Robbie Williams. La canción *Me Olvide de vivir* fue originalmente una versión castellana de la canción francesa *J'ai oublié de vivre*, grabada por el Elvis francés, Johnny Hallyday en 1977⁸. Julio Iglesias la grabó en 1978 con letra de él mismo y de los ya citados de la Calva y Arcusa, con la colaboración M. Díaz, M. Korman y J. Flores. La canción formaba parte del Long Play titulado *Emociones* y fue grabada además en italiano y portugués. Este disco fue el segundo que grabó con el sello americano CBS y le convirtió ya en un fenómeno mucho más universal, alejado de la Península y de su reducido mercado musical.

Vida líquida, marcada por el deseo de un triunfo rápido, Julio parecía adelantar el ritmo vertiginoso ocurrido en los años ochenta por el triunfo fácil de los neo-con en la política, por la cultura del enriquecimiento veloz. Pero además, presupone el precio del esfuerzo personal y el pago por ejercer una profesión dedicada a tanta gente menos a uno mismo. En el filme que sirvió de promoción al LP, Julio interpreta esta canción mientras que la protagonista femenina de la cinta pasea camino del aeropuerto desconsolada por el abandono sufrido por parte del artista. Julio, del mismo modo, siente la soledad del que ha tenido que renunciar a sus sentimientos por la aceptación de un destino que le parecía impuesto por un orden providencial, que castiga a los enamorados pero que reivindica en cierta medida la recompensa del esfuerzo.

De tanto correr por la vida sin freno,
me olvide que la vida se vive un momento,
de tanto querer ser en todo el primero,
me olvide de vivir los detalles pequeños.

De tanto jugar con los sentimientos,
viviendo de aplausos envueltos en sueños,
de tanto gritar mis canciones al viento,
ya no soy como ayer, ya no se lo que siento.

Me olvidé de vivir [cuatro veces]

De tanto cantarle al amor y a la vida,
me quede sin amor una noche de un día,

⁸ Billon, Pierre; Revaux, Jacques, "J'ai oublié de vivre", en *C'est la vie*, Philips, 1977.

de tanto jugar con quien yo mas quería,
perdí sin querer lo mejor que tenía.

De tanto ocultar la verdad con mentiras,
me engañé sin saber que era yo quien perdía,
de tanto esperar lo que nunca ofrecía,
hoy me toca llorar, yo que siempre reía.

Me olvidé de vivir [cuatro veces]

De tanto correr por ganar tiempo al tiempo,
queriendo robarle a mis noches el sueño,
de tantos fracasos de tantos intentos,
por querer descubrir cada día algo nuevo.

De tanto jugar con los sentimientos,
viviendo de aplausos envueltos en sueños,
de tanto gritar mis canciones al viento,
ya no soy como ayer, ya no se lo que siento.

Me olvidé de vivir [cuatro veces]

¡Hey!

El canto absoluto al vitalismo doliente está en *¡Hey!*⁹, grabada como banderín de enganche para todos los mercados musicales. Traducida al inglés, francés, italiano, portugués y alemán, la canción supone la consagración absoluta del cantante y la puesta en escena más arquetípica del héroe musical, herido, compungido, que sólo renace mediante la superación y exhibición pública de su dolor romántico. No es el heroísmo caballeresco que desarrollará en *Quijote*, o el denodado esfuerzo por evidenciar el pesimismo por el tiempo perdido que resalta en *Me Olvide de vivir*; la canción *¡Hey!*, surge de un reproche personal, permanente e inmanente al dolor sufrido por la desigual proporción de un enamorado hacia su enamorada. Un lugar común en la literatura universal y en las experiencias vivenciales. Autorreferencial o no, el público, “las gentes” de todo lugar, clase y condición pueden sentirse interpeladas ante las primeras palabras que Julio emite en su puesta en escena. Más aún, si como ocurría en durante los conciertos de los años ochenta hasta los noventa, *¡Hey!* era el colofón de un *popurrí* de canciones que comenzaban con *Abrázame, 33 años* y *Momentos*, acabando con el clímax musical doliente, evocador de noches de pasión que acababan en un adiós sin motivo aparente y que termina con la tópica imagen de Julio Iglesias, en actitud de respeto orante ante el público a la finalización de la canción.

¡Hey!
No vayas presumiendo por ahí
diciendo que no puedo estar sin ti
tú que sabes de mí.
¡Hey!
Ya sé que a ti te gusta presumir
decir a los amigos que sin ti

⁹ Belfiore, Gianni; Iglesias, Julio; Balducci, Mario; Arcusa, Ramón, *Hey*, CBS, 1980.

ya no puedo vivir.

¡Hey!
No creas que te haces un favor
cuando hablas a la gente de mi amor
y te burlas de mí.
¡Hey!

que hay veces que es mejor querer así
que ser querido y no poder sentir
lo que siento por ti.

Ya ves
Tú nunca me has querido, ya lo ves;
que nunca he sido tuyo ya lo sé,
fue solo por orgullo ese querer.
Ya ves
De qué te vale ahora presumir,
ahora que no estoy ya junto a ti
qué les dirás de mí.

¡Hey!
Recuerdo que ganabas siempre tú
que hacías de ese triunfo una virtud
yo era sombra y tú luz.
¡Hey!
No sé si tú también recordarás
que siempre que intentaba hacer la paz
yo era un río en tu mar.

Ya ves (etc.)

¡Hey!
Ahora que ya todo terminó
que como siempre soy el perdedor
cuando pienses en mí.
¡Hey!
No creas que te guardo algún rencor,
es siempre más feliz quien más amó
y ese siempre fui yo.

Ya ves (etc.)

Quijote

El himno oficial de los españoles debería ser esta canción. Quizá Américo Castro y Sánchez Albornoz, Menéndez Pidal o Marcel Bataillon en sus iniciales debates sobre el ser de España y de lo español bebieron de la idea de un Quijote sobredimensionado, de un mito recibido o un arquetipo más o menos exitoso. La canción *Quijote*¹⁰ grabada por Julio

¹⁰ Belfiore, Gianni; Iglesias, Julio; de la Calva, Manuel; Arcusa, Ramón, *Momentos*, CBS, 1982.

Iglesias en su disco *Momentos* es, sin ningún género de dudas, una carta de presentación musical básica de lo español. Empezando por el propio videoclip promocional: Julio Iglesias en la cubierta de un yate mientras trémula, la bandera de España es movida por el viento al compás del hidalgo que Julio Iglesias recrea.



Julio Iglesias y la bandera española como telón de fondo, en la vida como en sus canciones

Alonso Quijano es un caballero que enloquece como consecuencia de sus lecturas y su tiempo; en su caso, Julio Iglesias, hijo de la clase media triunfante y de la españolidad natural del los ochenta, es el arquetipo del sufridor hedonista por su propia elección y por las necesidades de un mercado musical que busca crear estándares muy inidentificables. Realidad del sistema y de su propia impostura, *Quijote* refleja los lazos entre la visión del sufridor enfrentado a un mundo que no es el suyo, a un paradigma de una sociedad que no comprende “soy quijote de un tiempo que no tiene edad”, pues la formación de sus valores y la arquitectura de los mismos son una realidad ontológica de toda la civilización burguesa. El Quijote de Julio Iglesias es el triunfo de un cosmopolitismo burgués muy evidente, al apelar a los mismos valores universales que se le atribuyen al hidalgo de La Mancha. Hedonista, honrado, resuelve los problemas, ama la libertad, amante de la mujer en su concepción más abstracta, buscador permanente de la belleza como Keats, es una huida permanente de la realidad circundante la que canta Julio. Esta canción fue durante mucho tiempo el banderín de enganche en todas sus actuaciones públicas en conciertos, e incluso grabó una versión en italiano y otra en francés, pese a que siempre la interpreta en castellano. El aporte musical y su puesta en escena en esta canción obedece al tópico mayúsculo del *crooner* latino, si bien no alcanza la dosis estética que hemos visto en *¡Hey!*

Soy de aquellos que sueñan con la libertad,
capitán de un velero que no tiene mar;
soy de aquellos que viven buscando un lugar,
soy quijote de un tiempo que no tiene edad.

Me gustan las gentes que son de verdad,
ser bohemio poeta y ser golfo me da.
Soy cantor de silencios que no vive en paz,
que presume de ser español donde va.

Y mi dulcinea, dónde estarás,
que tu amor no es fácil de encontrar;
quise ver tu cara en cada mujer,
tantas veces yo soñé, que soñaba tu querer.

Soy feliz con un vino y un trozo de pan,
y también como loco caviar y champán;
soy aquel vagabundo que no vive en paz,
me conformo con nada con todo y con más.

Tengo miedo del tiempo que fácil se va,
de las gentes que hablan, que opinan de más,
y es que vengo de un mundo que esta mas allá,
soy quijote de un tiempo que no tiene edad.

Y mi dulcinea, dónde estarás, (etc.)

El *crooner* es un intérprete fiel de sus propias emociones y de las de su público. El gran boom del fenómeno que ocurrió en Estados Unidos ocurrió a imitación, en cierto modo, de los arquetipos italianos y franceses, individuos dotados de una capacidad muy concreta para conectar con las emociones del público mediante un selecto grupo de canciones y sobre todo de una puesta en escena siempre sencilla y elegante. Profesionales de la música en permanente conexión con el público que no espera una reacción violenta por parte del artista ni tan siquiera una forma radical de expresar ninguna tensión político-social. Son caballeros que cantan al amor, al desamor, a la vida y al aprendizaje vital con solemnidad, enfundados en ropas que remiten al peso específico del blanco y negro como colores propios del caballero y de la elegancia más sofisticada y que son parte esencial de la idea de nobleza y caballerosidad que se les presupone.

Julio Iglesias, siempre vestido de traje y corbata, discreto en sus movimientos, con una gestualidad contenida, representa en la visualidad de sus conciertos en directo o en diferido toda la potencia argumentativa del triunfador que se sube al escenario a estar menos sólo, pero que representa, como nadie, el mérito del triunfador para una sociedad necesitada de héroes ricos que viven bien. Valores tradicionales cantados con voz siempre discreta en registros argumentales contruidos para dar felicidad y mediar entre los conflictos personales más evidentes y en permanente negociación con la realidad musical que la burguesía espera disfrutar.

Cuando los Beatles o los Rolling estaban de moda y cantantes como Julio, Sinatra, Dean Martin, Tony Bennett estaban reducidos a circuitos muy pequeños en ámbitos de sociabilidad más o menos elitistas —pese a las presentaciones del primero en estadios— los rockeros, los apóstoles del Pop, eran los terremotos musicales para buena parte de la

juventud de su tiempo que no estaba dentro de la cultura *underground*. Hoy en día los grandes artistas consagrados del rock y los ya citados, junto con Julio Iglesias, comparten un público burgués que puede pagarse las entradas de sus conciertos y que vive de cierta evocación permanente de cuando unos eran rompedores y otros eran parte del sistema.

Julio Iglesias grabó para su gran incursión en el mercado norteamericano un LP titulado *1100 Bel Air Place*. En él, cantaba junto a Diana Ross un estándar romántico (*All of you*) y un himno al Don Juan, que todo hombre heterosexual y latino parecía llevar dentro como precio al éxito público (*To all the girls I've loved before*) junto con el cantante y referente del *country* Willie Nelson. Ambos fueron éxitos rotundos entre los WASP y catapultaron al *crooner* latino a formar parte, lentamente, del sistema musical mundial. El cantante burgués triunfador en Europa y América Latina era ahora un icono en los Estados Unidos, siendo recibido y bendecido por buena parte del *star system*.

Me va, me va

Como epílogo a todo ello, la canción vital para los que viven de este negocio de la música y sueñan con vivencias epicúreas. *Me va, me va*¹¹, mas allá de las claras limitaciones del argumento esgrimido, es toda una letanía que incide en los gestos del personaje en el escenario y es el momento para desplegar la bohemia vital del los que desean disfrutar en plena inclusión en el mundo de los adultos. Viajar, gozar y disfrutar de los placeres que uno se puede ganar con su esfuerzo o méritos personales.

Me va, me va, me va, me va, me va
me va la vida, me va la gente de aquí y de allá,
me va la fiesta, la madrugada, me va el cantar
me va el color si es natural.

Me va, me va, me va, me va, me va
hacer amigos, andar caminos, me va, me va;
soñar contigo y haber nacido para cantar,
me va el amor de verdad.

Hey there friends, let me say,
let the love lead the way,
dance with me and once again
hold my hand, be my friend...

Me va, me va, me va, me va, me va (etc.)

Everywhere, ever way,
we can hear the music play,
we can feel when love is there
everyday, everywhere...

Qué mejor que las palabras del propio cantante para concluir esta pequeña reflexión sobre él, que como buena parte de su música, está más cerca de la emoción que de una pureza argumental fenomenológica. Si la vida de las personas es una permanente

¹¹ Ceratto, Ricardo; Hammond, Albert, "Me va, me va", en *1100 Bel Air Place*, CBS, 1984.

casualidad, la de los cantantes parece más una causalidad. Dice Julio Iglesias en una reciente entrevista en *El Periódico*, de 1 de agosto de 2016 ante la pregunta que le realizó Jordi Bianciotto,

P: *Usted ha sido muy criticado por su forma de cantar.*

R: *Mire una cosa, el más grande crítico que tengo soy yo. Que hablen mal de mí ya me importa tres cojones (ríe). Y que digan que no canto, y todas esas cosas... He cantado con todos: desde Sinatra a los clásicos del pop. Pero criticarme, los primeros 20 años, tenía cierta justicia. Porque cantaba como el culo.*

Pues eso mismo, la república de la música ligera, de los artistas universales, no tiene fronteras. Son un fenómeno cosmopolita que se reinventa a golpe de aplauso de un público medio que, cada vez más, va a tener un encuentro con el personaje, ya que la música, la forma de cantar y otros elementos antes fundamentales ahora se pueden revivir con un clic y la adecuada conexión a internet. Ver a Julio Iglesias en directo es uno de los fenómenos más “clásicos” que hoy en día pueden existir dentro del mundo visual de la pequeña burguesía, y que cante en Fa sostenido o en Sol no deja de ser una impostura musicológica para eruditos y especialistas. El secreto está en reencontrarse con el hombre, con el arquetipo, con el cantante de la familia. Y lo sabes.

¡Hey!

Bibliografía y fuentes

- Belfiore, Gianni; Iglesias, Julio; Balducci, Mario; Arcusa, Ramón, *Hey*, CBS, 1980.
- Belfiore, Gianni; Iglesias, Julio; de la Calva, Manuel; Arcusa, Ramón, *Momentos*, CBS, 1982.
- Billon, Pierre; Revaux, Jacques, “J'ai oublié de vivre”, en *C'est la vie*, Philips, 1977.
- Ceratto, Ricardo; Hammond, Albert, “Me va, me va”, en *1100 Bel Air Place*, CBS, 1984.
- Costa, Eliete, *As coxas e o escrivão*, Rio de Janeiro, KBR, 2012.
- García Montero, Luis, *Una forma de resistencia. Para no tirar las cosas*, Madrid, Alfaguara, 2013.
- Iglesias, Julio, *La vida sigue igual*, Columbia, 1968.
- Iglesias, Julio; de La Calva, Manuel; Arcusa, Ramón, “Soy un truhán, soy un señor”. En *A mis 33 años*. Columbia, 1977.
- Pelinski Ramón, *Introducción a la Etnomusicología. Quince fragmentos y un tango*, Madrid, Akal, 2000, p. 163.
- Torres, Maruja, *Oh, es El. Viaje fantástico hacia Julio Iglesias*. Madrid, Anagrama, 1986.

NORMAS DE PUBLICACIÓN

La revista *Bajo Palabra* publica artículos inéditos de calidad sobre cualquier temática relativa al campo de humanidades, especialmente, artículos de carácter filosófico. También se admiten informes sobre tesis y tesinas de filosofía, traducciones originales, comentarios de libros de interés filosófico y reseñas de cursos, congresos o conferencias de carácter filosófico. Esta revista va dirigida a los estudiantes e investigadores de cualquier universidad que quieran publicar el contenido de su investigación, así como a los profesionales de la filosofía. Su periodicidad es anual.

Pautas para la presentación de originales

1. Los artículos deberán estar escritos en castellano o inglés, y deberán tener una extensión máxima de 15 páginas (incluidas las notas, que irán como notas a pie de página), las reseñas entre 2 y 4 páginas y los escritos relativos a un proyecto de investigación entre 5 y 8 páginas.

2. Los trabajos deberán presentarse en formato Word Perfect o Word para Pc en versión editable. El formato de letra empleado es Times New Roman 12, justificado, y con un interlineado de 1,5 líneas.

3. Los escritos presentados deberán ir firmados con el nombre y los dos apellidos del autor, que podrá indicar grado académico, lugar de trabajo, dirección electrónica y/o página web personal, si así lo desea. En caso de que haya más de un autor, la revista respetará el orden elegido por los autores.

4. La redacción se reserva el derecho a la publicación o no de las colaboraciones recibidas y la decisión sobre el número en el que aparecerán. En la evaluación participarán evaluadores externos al Comité científico, especialistas en el tema del que versa el texto propuesto, que deliberarán sobre la conveniencia de su publicación. Los autores que colaboran en este número tendrán derecho a un ejemplar de la revista correspondiente.

5. Los artículos llevarán el título en su idioma original y en inglés, así como un resumen/*Abstract* (de 6 líneas aproximadamente) y las palabras claves/*Keywords* en inglés y español.

6. Las referencias bibliográficas y notas aclaratorias irán numeradas correlativamente. El texto citado va entre comillas (“”). En lo posible, se darán los siguientes datos bibliográficos: autor, título de la obra y/o publicación periódica, lugar de edición [este dato está excusado en caso de primeras ediciones históricas, incunables, etc.], casa editorial, y fecha de publicación, o bien, datos de publicación periódica (volumen, número, fecha, etc.); seguido de indicaciones de localización en capítulos, párrafos, paginación, etc. si hay pasajes citados.

6.1. Las referencias bibliográficas serán completas la primera vez que se den, siguiendo este modelo: Apellidos, Nombre, “Capítulo”, *Título de obra*, Localidad, Editorial, Año, páginas. Véase un ejemplo: Ortega y Gasset, J., “Lo que dijo a Goethe un capitán”, *Meditaciones del Quijote*, Madrid, Revista de Occidente en Alianza Editorial, 2001, pp. 51-54.

6.2. Si esta referencia se repite más adelante será suficiente escribir: el autor, la obra, op. cit., y la página o páginas. Véase el ejemplo: Ortega y Gasset, J., *Meditaciones del Quijote*, op. cit., p. 106.

6.3. Si la repetición es inmediata, tan sólo hay que indicar la página siguiendo este ejemplo: *Ibid.*, p. 15.

6.4. Si se repite no sólo la obra sino también la página citada inmediatamente, se escribirá en la nota: *Ídem*.

6.5. Entre corchetes [] van los añadidos personales que se hacen dentro de una cita. También han de escribirse entre corchetes los puntos suspensivos que expresan los cortes que se hacen dentro de una cita [...]

7. Bibliografía: La bibliografía consultada –es decir, sólo aquella a la que se haga referencia en el texto– se recogerá, al final del artículo, ordenada alfabéticamente por apellido y nombre del autor. Apellido y nombre se repetirán en cada entrada si se citan varias obras de un autor.

8. DOI y Crossref: todas las citas incluidas en el artículo deberán recoger el DOI (Digital Object Identifier) de la publicación (con su enlace activo, en el caso de que lo tengan), justo al final de la referencia del artículo. Ejemplo: Autor, “Título del artículo”, *Título de la revista*, volumen (número), año, pp-pp. doi: xx:xxxxxxxxxx

Para consultar si una referencia bibliográfica tiene o no DOI, pueden comprobar las bibliografías de su artículo con la siguiente herramienta Simple Text Query, donde se pueden realizar búsquedas individuales y por bloques introduciendo toda la bibliografía: <http://www.crossref.org/simpleTextQuery>

Esta herramienta es totalmente gratuita. El proceso es muy sencillo y está explicado en la misma página web: para poder recibir el DOI hay que registrarse en esta página, e introducir simplemente con un copia y pega toda la bibliografía del artículo; en la mayoría de los casos, la herramienta le devolverá la bibliografía completa con la información adicional DOI para todos los elementos incluidos en ella. Después de esto, sólo se precisa seleccionar los resultados de búsqueda, copiarlos al portapapeles, y actualizar la bibliografía del artículo con su DOI correspondiente.

Los textos deberán enviarse por correo electrónico a:
revista.bajopalabra@uam.es

También puede registrarse en nuestro sitio web y recibirá instrucciones por mail:
www.bajopalabra.es

Proceso de Evaluación y Selección de originales

1. Los escritos deben enviarse a la dirección indicada antes del 30 de marzo de cada año.
2. Se acusará recibo de los originales pero no se mantendrá correspondencia sobre ellos hasta el momento del dictamen final.
3. La coordinación remitirá al Comité Editorial los originales de manera anónima para proceder a su evaluación. Éste lo evaluará y hará los comentarios pertinentes a los autores, pudiendo en ocasiones enviarles un juego de pruebas que deberán ser corregidas por ellos. En el proceso de evaluación participarán dos revisores externos especialistas en el tema, que evaluarán la originalidad, la relevancia y la calidad del escrito. Tras la evaluación, se emitirá un informe confidencial sobre la conveniencia de su publicación.
4. El Secretario remitirá una comunicación motivada de la decisión tomada por el Comité Editorial, asegurando así el anonimato en todas las etapas del proceso. Se comunicará asimismo la fecha previsible de publicación. En caso necesario, se contactará con los autores, si procede, con sugerencias y comentarios que procuren una mayor adaptación de sus trabajos a los requisitos de publicación.

Advertencias

El Comité Científico aceptará para su consideración cuantos originales inéditos le sean remitidos, pero no se compromete a su devolución ni a mantener correspondencia sobre los mismos, excepto cuando hayan sido solicitados.

El Consejo de Redacción de la Revista *Bajo Palabra* no se hace responsable de las opiniones en ella expresadas por sus colaboradores.

Los originales enviados no deben haber sido publicados anteriormente ni estar en vías de publicación. Con posterioridad a su publicación en la Revista *Bajo Palabra*, los autores podrán reproducirlos, indicando siempre el lugar de aparición original.

PUBLICATION PROCEDURES

The journal *Bajo Palabra* publishes quality, original articles on themes within the field of humanities, especially work of a philosophical character. It also admits thesis reports, philosophical dissertations, book reviews of philosophical interest and course, congress and conference reviews. *Bajo Palabra* is open to students and researchers from any university who want to share their research with other interested academics. The journal issues one volume each year.

Guidelines to submit papers

1. Articles should be written in Spanish or English, and should not exceed a maximum of 15 pages (bibliography and footnotes included), book reviews should be between 2 and 4 pages, and research project reports between 5 and 8 pages.

2. Originals should be presented in Word Perfect or Word for Pc formats in an editable version. Font format used should be Times New Roman 12, justified, and with 1.5 line spacing.

3. Submitted originals should be signed with the author's name and last name, and should indicate academic level, workplace, e-mail and/or personal Web page. When the original is signed by more than one author, the journal will respect the order choice made by the authors.

4. The editorial board reserves the right to publish or not received contributions and to decide on the number of contributions that will appear. The evaluation process is conducted by an external scientific board of qualified researchers of the field. The authors who collaborate in one issue will receive a copy of the journal.

5. Every submitted article should present its title, a six-line abstract, and a list of key words both in English and Spanish.

6. Bibliographic references and footnotes should be numbered consecutively. Quotes should be presented in inverted comas ("..."). When possible, authors should include the following bibliographic information: Author, title of the work and/or journal, edition [this information is not required for first editions, incunabula, etc.], publisher, and date of publication, or periodical publication details (volume, number, date, etc.), followed by information about the location the chapter, paragraph, page, etc. if there are quoted passages.

6.1. Bibliographic references should be given in full the first time following this model: Last name, Name, "Chapter", *Work' title*, Edition's city, Publisher, Year, pages. For example: Ortega y Gasset, J., "Lo que dijo a Goethe un capitán", *Meditaciones del Quijote*, Madrid, Revista de Occidente en Alianza Editorial, 2001, pp. 51-54.

6.2. If this reference is repeated again, it will suffice to write: author, work's title, op. cit., and page number. For example: Ortega y Gasset, J., *Meditaciones del Quijote*, op. cit., p. 106.

6.3. When the repetition is immediate, only the page number has to be specified as follow: *Ibid.*, p. 15.

6.4. When not only the work's title is repeated but referred page number is repeated too, the footnote should say "Idem."

6.5. Brackets [] should be used when personal additions are included within a quote. They should also be used for suspension points to express omissions within a quote [...].

7. Bibliography: The consulted bibliography –comprising only the references which are actually used in the article's text– must be appended at the end of the article, arranged in alphabetical order by surname and name of the author. If several works of the same author are quoted, the author's surname and name must appear repeatedly at each one of this author's entries.

8. DOI and Crossref: All references quoted in the article must include their corresponding DOI (Digital Object Identifier) - together with a valid, active access link, in case they have it - at the end of the other bibliographic data of the item in the bibliography. Example: Author, "Title of the article", Title of the magazine, volume (number), year, pp-pp. doi: xx:xxxxxxxxxx.

To check if a bibliographical reference has a DOI or not, the website of crossref.org offers a "Simple Text Query" tool (<http://www.crossref.org/simpleTextQuery>), which allows searching both for single items and for whole blocks of bibliographic items by simply entering the whole bibliography. This tool is entirely free of charge; however, it is necessary to register on crossref.org in order to get access to DOI information. The usage of this tool is very simple and instructions for it are given on the crossref.org website itself. In order to search DOI information for the whole bibliography of an article, we suggest to copy the bibliography as a block and paste it into the text field of crossref's "Simple Text Query" tool; in most cases, the tool will return the bibliography completed with the additional DOI information for all the items included on it. After this, the only remaining step to perform is to select those search results, copy them to the clipboard, and update the article's bibliography by just pasting the search results over it.

Originals should be sent by email to:
revista.bajopalabra@uam.es

Authors can also register in our Web site in order to receive instructions by e-mail:
www.bajopalabra.es

Evaluation Process and Originals' Selection:

1. Originals should be sent to the above-mentioned e-mail address before the 30th of March of each year.
2. The journal will acknowledge the reception of papers to the authors, but will not correspond again with them until the final decision.
3. The coordination team will send originals to editorial and scientific board anonymously to proceed for its evaluation. Two external experts will be involved in the evaluation process of each original, and will evaluate its originality, relevance, and quality. After the evaluation, a confidential report is produced to assess the suitability of the publication. This report contains comments, and in some cases, they will be transmitted to the authors in order to make corrections.
4. The journal's secretary will transmit the reasoned decision of the editorial and scientific board, thus ensuring the anonymity of the process. The journal's secretary will also communicate the foreseeable date of publication. When necessary, the secretary will contact the authors with suggestions and comments in order to meet the journal's requirements.

Warnings

The scientific board will take into consideration all the originals that it will receive, but doesn't promise to give them back neither to correspond with authors, unless under requirement.

The editorial board of *Bajo Palabra* is not responsible for the opinions expressed in the journal by its collaborators.

Submitted originals should not have already been published nor be in the process of being published. After their publication in *Bajo Palabra*, authors will have the right to reproduce them but indicating always the place of its original appearance.

PETICIÓN DE INTERCAMBIO

*También pueden cumplimentar este formulario en el sitio web:

<http://www.bajopalabra.es/>

Institución:

Dirección Postal:

País:

Teléfono:

Correo electrónico:

Estamos interesados en recibir su revista *Bajo Palabra*, números:

En intercambio por nuestra Revista – Serie (*Por favor, adjunte su ISSN así como otra información sobre su/s Revista/s o Serie/s: periodicidad, contenido, página web...):

Dirección de intercambio:

Dirección de Canje
BIBLIOTECA DE HUMANIDADES
Hemeroteca C/ Freud, 3
Universidad Autónoma de Madrid
Campus de Cantoblanco
28049 Madrid (ESPAÑA)
Tel. 00- 34- 91-497 55 57 Fax 91-497 50 64
Email: revistas.biblioteca.humanidades@uam.es

EXCHANGE REQUEST:

*This form can also be filled online

<http://www.bajopalabra.es/>

Institution:

Address:

Country:

Telephone:

Email:

We would like to receive your journal Bajo Palabra, numbers:

*In Exchange of our Academic Journal - Serie (*Please, enclose its ISSN as well as other information about your journal/s or serie/s : periodicity, content, website...):*

Exchange Address:

Exchange address

BIBLIOTECA DE HUMANIDADES

Hemeroteca C/ Freud, 3

Universidad Autónoma de Madrid

Campus de Cantoblanco

28049 Madrid (ESPAÑA)

Tel. 00- 34- 91-497 55 57 Fax 91-497 50 64

E-mail: revistas.biblioteca.humanidades@uam.es