

Un acercamiento a los vídeo clips de hip hop en Medellín



Claudia Patricia Acosta

Recibi: agosto 21 de 2007

Aprobado: septiembre 28 de 2007

Resumen

El artículo *Un acercamiento a los videos-clips de hip hop en Medellín* hace parte del proyecto de investigación *Mediaciones musicales juveniles desarrollado por el grupo Discurso, Organización y Política* de la Universidad de Medellín dirigido por la profesora Ángela Garcés Montoya. El texto conceptualiza, en una primera parte, el vídeo clip y de dónde proviene, identificando sus principales características y los variados elementos estéticos propios de su lenguaje audiovisual. En la segunda parte se realiza un análisis estético del vídeo clip en América Latina, relacionando agrupaciones reconocidas en Latinoamérica como *Aterciopelados*, *Molotov y Plastilina Mosh*; y por último, nos acercamos al estudio de las propuestas estéticas locales, propias de los videos-clips de *hip hop* en la ciudad de Medellín, que son el resultado de una forma particular de producción y expresión juveniles.

Palabras clave

Vídeo clip, estética, collage, arte, posmodernidad, fragmentación, cine, televisión, expresión, vivencias, cultura global, urbano, calle, barrio, jóvenes.

An approach to those video clips of hip hop in Medellín

Abstract

The article an approximation to the video clips of hip hop in Medellín does part of the research project of Musical Juvenile Mediations developed by the group Speech, Organization and Politics of the Medellín University directed by the teacher Ángela Garcés Montoya. In the first part, the text conceptualizes the video clip and where they come from, identifying its main characteristics and the varied esthetic elements of its audio-visual language. In the second part, an esthetic analysis of the video clips in Latin America is realized to relat recognized groups like Velvet, Molotov and Plastilina Mosh; and finally, we approach to the study of the esthetic local that make video clips of hip hop in Medellín city, which are the juvenile result of a particular form of production and expression.

Key words

Vídeo clip, esthetics, collage, art, postmodern era, fragmentation, cinema, television, expression, experiences, global culture, street, neighborhood, young people.

INTRODUCCIÓN

El artículo es producto de la investigación *Mediaciones musicales juveniles* y hace parte del trabajo de grado realizado como auxiliar de investigación. Se centró en la estética del vídeo clip de *hip-hop* en la ciudad de Medellín. Como acercamiento al tema, consultaron varios autores y diversos conceptos, teorías y análisis sobre el video musical que a lo largo del texto se irán exponiendo.

El propósito es analizar la estética del vídeo clip de *hip-hop* en Medellín, teniendo en cuenta los conceptos y componentes del lenguaje audiovisual planteados por los autores y las experiencias creativas de los jóvenes músicos y realizadores.

El texto define en un comienzo el vídeo clip y da a conocer sus características, luego realiza un análisis de la estética en América Latina y finalmente con estos elementos describe la estética y producción del vídeo clip de *hip-hop* en Medellín.

ESTÉTICA EN LOS VÍDEO-CLIPS

Una de las invenciones que combina arte con industria comercial es el vídeo clip; en él se dan intercambios entre el arte moderno, postmoderno y la cultura popular y no popular. El vídeo clip surge del diálogo entre las estéticas del cine y el video, aprovechando ambos lenguajes para transmitir una idea o sentimiento y facilitando su distribución y comercialización.

Figura 1. Al leer el texto *La audiovisión: Introducción a un análisis conjunto de la imagen y sonido*, de Michael Chion, se alcanza a deducir que el video musical al compartir algunas

cualidades en común con el cine y la televisión contiene las imágenes a través de un marco. Las imágenes, aunque de manera vertiginosa se proyectan una a la vez, mientras que el sonido desborda los límites y puede convivir simultáneamente con otros sonidos e imágenes. Teniendo en cuenta esta relación, el vídeo clip es otro género audiovisual, porque en él la imagen y el sonido están delimitados, estructurados, por los bordes del marco visual. Él reúne elementos del video experimental, el videoarte y la animación dentro la escena audiovisual, en un formato comercialmente viable, promocionando y divulgando las historias de grupos desconocidos hasta el momento a través de una ingeniosa manera de contar.

El video musical surge en el período posmoderno, caracterizado por el desarrollo industrial capitalista y el surgimiento de nuevas corrientes filosóficas, culturales y socioeconómicas, resultado de la expresión de diferentes manifestaciones e interacciones entre diversos contextos, aspectos que dotan al vídeo clip de libertad para narrar desde la construcción de sus propios elementos, símbolos y significados. El término posmodernidad¹ es para Fredric Jameson² sinónimo de una nueva actitud social del arte, basada en la producción masiva de bienes de consumo tanto materiales como simbólicos; durante este tiempo emerge una nueva clase de sociedad, nuevos tipos de consumo, desuso planificado de los objetos a un ritmo cada vez más rápido, de cambios en las modas y los estilos; la penetración de la publicidad, la televisión y los demás medios de comunicación de masas han llegado a transformar los modos de vida de una sociedad que se ha acostumbrado a pensar y establecer contacto con el mundo a través de ellos³.

Mariano Cebrián Herreros en la *Dimensión audiovisual del idioma* profundiza en la complejidad de las nuevas integraciones que

se dan entre los medios; el cine, la radio y la televisión han recogido y añadido otras peculiaridades a la capacidad oral, escritural, auditiva y visual producto de un contexto técnico audiovisual; el vídeo clip, aunque surgió con la posmodernidad, es un formato que constantemente se está renovando y vinculando con los avances de la tecnología, por su capacidad de apertura, es posible ver en él animaciones, textos convertidos en imágenes iconográficas, sonidos que se transforman de graves a agudos y de agudos a graves gracias a las posibilidades ilimitadas que ofrece el ordenador. La tendencia ha ido conduciendo a integrar los sistemas de expresión existentes en un solo soporte, como lo ha venido haciendo el vídeo clip, reflejo de una sociedad cambiante, en movimiento, que amplía cada vez más su universo comunicativo en un sola dimensión.

La estética que propone el vídeo clip se denomina neobarroca⁴ debido a las características que lo describen con la presentación de varios relatos paralelos, aparentemente sin conexión; un ritmo vertiginoso, acompañado de planos rápidos que siguen a la música y le confieren un significado. Al igual que en el cine experimental, no todas las representaciones se organizan según el orden de la narración, donde existe una representación no narrativa; en el vídeo clip ocurre lo mismo, las imágenes adquieren sentido con independencia de la mirada del espectador u observador. Según Regis Debray en *Vida y muerte de la imagen. Una historia de la imagen en Occidente, (...) una imagen se puede ver sin comprender, puede presentarse como un "signo óptico" puro, que no remite a ninguna acción o respuesta semántica posible*⁵. El vídeo clip es un formato donde las imágenes pueden representar o no un significado; su carácter

contenedor le permite resistir múltiples formas y a la vez ser una sola.

En el artículo de Ana María Sedeño Valdellós, "Estética del vídeo clip musical: el formato neobarroco" la autora describe los diversos lenguajes que habitan el universo del vídeo clip y lo convierten en metáfora de la sociedad contemporánea, donde los fenómenos que ocurren son cada vez más efímeros y fragmentarios.

Los vídeos musicales representan un desarrollo electrónico del arte del cine y del vídeo, y los convierten en el centro de una nueva estética: "collage electrónico" (imágenes movidas de objetos movidos en varias capas espaciales), división, simultaneidad, fragmentación de la narración, (niveles) de planos y significados, espacio inmaterial no cartesiano, tiempo no lineal, color televisivo, manipulación digital de todos los colores y formas, absoluta artificiosidad de la composición de la imagen, simulación de escenas, transformaciones geométricas con nuevos efectos gráficos, etc.⁶.

Las características del formato vídeo clip son la más fiel manifestación de una sociedad que ha entrado en una crisis de valores. El hombre es incapaz de aprehender la realidad de modo completo, por lo tanto todo debe y puede ser aceptado, todo vale; no existe una estructuración, sino una recepción dispersa y fugaz; contenidos en constante transformación producen una estética donde la única estabilidad es el cambio. Los nuevos modos de vida contemporáneos nos permiten reflexionar sobre lo que constituye el vídeo clip, un medio que surgió como resultado de la cultura de consumo, donde el valor de los objetos pierden rápidamente su vigencia.

EL VÍDEO CLIP MUSICAL: UN ARTE QUE SEDUCE

Una de las principales funciones del vídeo musical es ilustrar visualmente una canción existente. La duración está entre los cuatro y los seis minutos, tiempo durante el cual se promociona de manera comercial y simbólica, otorgado una especial significación sociocultural. El vídeo clip como producto mediático combina componentes publicitarios y artísticos que caracterizan gran parte de la actividad cultural contemporánea.

El video musical se vende como mercancía y espectáculo a través de sus imágenes, en una sociedad contemporánea que exige reconocerse e identificarse siguiendo el modelo de un producto. La producción de imágenes persigue algún interés ya sea con fines propagandísticos, comerciales o religiosos, ajenos a INCOMPLETO

Figura 2. Cualquier intención artística o estética. En la actualidad, el vídeo clip se ha convertido en una herramienta más de la publicidad: no sólo promociona la letra de una canción o a los integrantes del grupo, también trasciende a una serie de significados y valores comprendidos por la cultura. Una sociedad de consumo, acostumbrada al bombardeo de imágenes, no se conforma con escuchar música, desea ver; la música debe adquirir una dimensión audiovisual, más allá de su evocación visual y emocional. Para el espectador las imágenes son un elemento esencial.

La imagen en el vídeo clip vende a sus intérpretes

El video musical surge en el período posmoderno, caracterizado por el desarrollo industrial capitalista y el surgimiento de nuevas corrientes filosóficas, culturales y socioeconómicas

con sus peinados, su vestuario, su gestualidad, sus movimientos, elementos que logran trascender a la música. Los diferentes patrones estéticos y modelos de comportamiento son seguidos por jóvenes que encuentran espacios de identificación y de pertenencia en donde afirmarse como individuos, temporalmente. "El vestuario, la música, el acceso a ciertos objetos emblemáticos constituyen hoy una de las más importantes mediaciones para la construcción identitaria de los jóvenes" (Levis, Diego, 2004:10).

Los jóvenes encuentran en la música un espacio de identificación y diferenciación con otras culturas juveniles. Los grupos musicales con propuestas disidentes van perdiendo fuerza a medida que se comercializan y, aunque el número de seguidores aumenta, la esencia, su razón de ser se pierde y sólo queda un paquete estético, útil para vender discos y otros productos relacionados con los artistas.

El vídeo musical habla del imaginario de una época, lo recrea continuamente, es un medio que transmite mensajes y valores, cuyo contenido semántico y simbólico trasciende lo visual y el tema musical. Aunque parece enviar mensajes trasgresores, lo que comunica son comportamientos y estilos de vida. Un ejemplo es la estética de la violencia, que enseña la angustia y el miedo como compañeros de la vida. El espectador se vuelve insensible ante la crueldad.

El vídeo clip pertenece al formato que se acomoda a los gustos y prácticas de los jóvenes de una sociedad que prefiere la velocidad sobre la

pausa, lo efímero sobre lo perdurable, la diversión sobre el recogimiento. La descripción de estos elementos hace referencia a la posmodernidad, conformación de una nueva sociedad que evoluciona y se mueve a un ritmo cada vez más acelerado, manifestando en sus medios de expresión los profundos cambios de pensamiento y estilos de vida, productos del desarrollo científico y el crecimiento industrial. "La vídeo música se dirige a la emotividad de los espectadores mediante la representación simbólica de lo deseado, lo prohibido y lo temido" (Levis, Diego, 2004: 6).

El elemento provocador dentro de los vídeo clips actúa como atracción para jóvenes que en busca de marcas de significación y espacios de pertenencia puedan manifestar su espíritu inconforme y rebelde, donde fijar una identidad pasajera mientras logran construir y reconocer la propia; se imita, se disfraza más no se es. "El riesgo es que los disfraces se adhieran a la piel hasta confundirse definitivamente con ella. La vida como enfrentamiento entre la búsqueda del yo y su ocultación, entre el ser y el parecer ser" (Levis, Diego, 2004: 8)

Como medio audiovisual, el vídeo clip es una referencia para muchos jóvenes que siguen los movimientos, los gestos y el vestuario de sus ídolos. Carentes de una identidad, se limitan a seguir ciegamente lo que la pantalla les propone; sólo algunos tienen la conciencia suficiente para cuestionar y salirse del esquema que plantea el consumo mediático.

EL VÍDEO CLIP EN AMÉRICA LATINA

Figura 3. El vídeo clip en América Latina ha ido construyendo una estética propia que se resiste a un modelo visual dominante,

planteado por medios como la televisión y especialmente el canal de MTV destinado a emitir vídeo clips que pertenecen a un circuito transnacional, es decir, los vídeo que circulan más allá de las fronteras nacionales. La existencia de un canal como MTV latino en el nivel global confirma la presencia de lo latinoamericano como "lugar de enunciación". Esto se debe a la segmentación de los públicos, posible gracias a la diversidad de universos culturales relacionados con las iconografías, narraciones y sensibilidades contemporáneas. Aunque el vídeo clip del rock latino hace parte de los mercados globales y en ocasiones es producido por empresas transnacionales, éste conserva la marca del territorio, la diversidad es justamente lo que identifica.

En la cultura global "(...) los procesos de construcción identitaria corresponden a imágenes desterritorializadas, es decir no están ligadas a un espacio antropológico sino a textos, imágenes, gramáticas, producidos por la publicidad, la televisión, el cine, y configuran una memoria popular internacional, como lo llama Renato Ortiz, o universo de referencias mundializadas (Rueda, Amanda, 2002: 56-69).

La estética transnacional se construye por una serie de tendencias, modelos culturales conformados por imágenes y la variedad de música que circula a través de los circuitos audiovisuales a escala transnacional. La existencia de una estética transnacional no implica la pérdida de la iconografía ligada a un territorio; por el contrario, lo mundial incentiva la diferencia y la fusión, la música es el ejemplo más evidente. Lo local y lo regional se convierten en transnacional en la música mundo.

El vídeo clip producido en América Latina es una expresión de estas tensiones entre un territorio –local y nacional- y la lógica desterritorializada

de la comunicación de masas: éste se inscribe en los circuitos audiovisuales transnacionales, y en esta medida, participa de un modelo cultural hecho de rasgos iconográficos y estéticos específicos (Rueda, Amanda, 2002: 58)

Aunque no se puede afirmar que exista una cultura latinoamericana como tal, se puede hablar de un imaginario, una forma de mirar el pasado, una condición de tercer mundo y subdesarrollo y de una realidad cultural hecha de contradicciones y de cruces. "Lo latinoamericano es una "construcción que se relata" a través de marcas de identidad, de símbolos y de imágenes presentes en diversos objetos culturales, diversos géneros de la música popular, de la televisión y del cine" (Rueda, Amanda, 2002: 58). La estética latina se ha ido configurando a través de la parodia, el simulacro y lo kitsch, es decir la copia o la reapropiación de estilos que se exageran o transforman, lo que supuestamente es original, para darle un nuevo sentido, un nuevo significado. Las imágenes son copias de otras imágenes, aún así, si la creación se da por medio de la copia, el resultado final con su nuevo sentido y significado adquiere vida propia, un valor expresivo.

El vídeo clip en América Latina es una mezcla que proviene desde la colonización y cuyo referente es el territorio propio. Al leer la *Colonización de lo imaginario* de Serge Gruzinsky, se puede apreciar cómo el autor describe las operaciones de resistencia presentes en las imágenes producidas por los indígenas mexicanos durante el proceso de integración de los elementos plásticos de la pintura del Renacimiento a sus modos de representación; de la misma forma, la existencia de un modelo visual dominante en el videoclip puede transformarse y construir una estética propia a partir de los elementos de cada comunidad latina. Retomando a Jesús Martín Barbero en

Medios y culturas en el espacio latinoamericano, los pueblos indígenas renuevan constantemente sus modos de afirmación cultural y política; se apropian de elementos e interaccionan con los nuevos retos que impone el mundo globalizado, reelaborando sus símbolos y formas de expresión, sin perder el origen y la tradición de la que provienen. Esa es la mezcla, combinación de elementos entre diversas culturas, que se comunican, interactúan para recrear y expresar a través de medios como el videoclip una estética autóctona, propia de cada rincón del mundo.

Esa combinación de distintos elementos se toma de imágenes/estereotipos e imágenes cliché de la cultura popular y por otro lado se emplea la sátira, la parodia; todos estos componentes son prestados del imaginario barroco, de la dramaturgia religiosa, de la narración oral, de los géneros como el melodrama y la crónica roja. Con estas diversas posibilidades se propone una desviación, una relectura contemporánea de un imaginario latinoamericano o idiosincrasia, como lo llamaría Fredric Jamenson.

En el vídeo clip *Cosita seria*, del grupo colombiano Aterciopelados⁷ se puede ver que tanto el relato cantado como el visual son tomados de la canción popular latinoamericana: por un lado se manifiesta un desprecio por el moralismo urbano a través de silbidos y groserías; de otro lado, la expresión de la fascinación por lo sangriento y lo macabro. Estos elementos simbólicos de la cultura popular retoman fuerza dentro de las situaciones que plantea el vídeo clip. El encuentro de diversos tiempos y lugares juega con los límites entre lo auténtico y lo falso, un proceso cercano a la estética Kitsch, es decir: la acumulación, en el espacio, de objetos de diversos materiales de múltiples orígenes, desviados de sus usos originales; lo que es considerado de "mal gusto" asociado con la cultura popular y en oposición con la "alta"

cultura. El vídeo clip *Cosita seria* cita estos elementos y los incorpora obteniendo así una estética kitsch, una imitación que se supone como auténtica, una estética originalmente kitsch, operando el "Kitsch del kitsch".

Lo feo, lo grotesco, lo falso, adquieren su propio significado dentro del vídeo clip latino, como una forma de expresión que crítica a una sociedad de consumo uniformada por patrones de belleza y comodidad. El vídeo clip *Mr. P. Moshí*, del grupo mexicano Plastilina Mosh, propone la imagen de seis mujeres rubias y delgadas en vestidos de baño rosados o violetas en los que van impresos las letras de la canción, se peinan, juegan, bailan, leen revistas y ven televisión. Todas son exactas y se comportan igual que la modelo de la Barbie, la muñeca-maniquí americana reproducida en serie. La exageración de la puesta en escena, la serialidad y la banalidad de las acciones permiten concluir que se trata de un pastiche del mundo light de la sociedad de consumo americana, donde se imita lúdica y satíricamente al mismo tiempo. Por otro lado, por yuxtaposición aparecen unos mariachis, símbolo de la cultura mexicana; la integración de estos dos estereotipos, en un espacio y circunstancias que los exageran produce una parodia que genera controversia, crítica y denuncia algo.

ELEMENTOS CONTEMPORÁNEOS APROPIADOS AL VÍDEO CLIP LATINO

Figura 4. El video musical latinoamericano incluye las imágenes propias del territorio cultural, pero también introduce referentes propios de la cultura de masas, especialmente americanas; como algunos géneros o películas de jóvenes directores convertidos en "culto" en América Latina. Es el caso del vídeo clip de

Voto Latino, del grupo Mexicano Molotov. Los cuatro músicos que avanzan hacia la cámara se asocian inmediatamente con los personajes de *Reservoirs Dogs*, película de Quentin Tarantino (1992). Todos llevan gafas negras y trajes de colores diferentes (rosado, azul, negro) haciendo referencia a los nombres de los personajes de la película (Mr. Rose, Mr. Blue, Mr. Noir y Mr. Orange). Dentro del vídeo clip se retoman algunas escenas de la película, como la del músico vestido de azul que entra bailando a un pequeño cuarto, tiene un balde de gasolina sobre sus hombros, y lo lanza sobre el rostro de un policía, tal como lo hizo Mr. Castaño en *Reservoirs Dogs*.

El vídeo clip del rock latino participa de los circuitos transnacionales construyendo un mestizaje de temporalidades –aquella de lo rural y lo urbano-, de gramáticas –aquellas del pop-art y de la crónica roja-, de géneros cinematográficos –el cine negro y el cine de Hong Kong- Revoltijo de elementos, de operaciones, de tonalidades, todas ligadas a un espectáculo que activa las marcas de una historia cultural, de una memoria narrativa, gestual y musical asociada sea a la iconografía popular, sea a una situación social particular o a la historia del país (Rueda, Amanda, 2002: 64).

El video musical latino contiene "La poética del mestizaje", es decir, el lenguaje y las expresiones audiovisuales vinculadas a la memoria y a la estética contemporánea, donde se crea un nuevo sentido de identidad y se construye una mirada original de lo latinoamericano. Al retomar todos esos elementos tan comunes a la cultura de masas y darles un nuevo significado jugando con los contextos, espacios y situaciones, se enriquece la estética y el lenguaje expresivo que por lo general confronta a la cultura de consumo.

Lo importante de la producción cultural es el valor de la obra, relacionada con su capacidad de denuncia, de afirmación frente a una postura políticamente crítica de una identidad cultural minoritaria. El producto audiovisual, el vídeo clip latino, plantea una conciencia sobre una situación estética y cultural contemporánea; una respuesta creativa ante los procesos de globalización, lo comercial rentable y una propuesta cultural conformada por imágenes locales introducida en las redes de una estética-mundo de la cultura de masas audiovisual. "Esta es justamente la especificidad cultural y estética del vídeo clip del rock latino: manifestación de lo contemporáneo desterritorializado y encuentro entre un territorio y una memoria." (Rueda, Amanda, 2002: 66). El vídeo clip no es ni una obra de arte culto ni obra de arte popular en sentido tradicional, no participa de las diferencias que se establecen entre lo original, lo auténtico o lo tradicional entre lo visual culto y lo visual popular; la cultura visual contemporánea cuestiona la definición antigua de identidad con relación al territorio, los objetos folklóricos o con la obra de algunos artistas. Hoy la identidad puede darse por otro tipo de relaciones entre la industria cultural y los procesos que constituyen la cultura mundial.

En Medellín la producción de videoclips se ha ido construyendo a partir de la memoria, la tradición, las costumbres locales integrándose a las nuevas corrientes contemporáneas; la propuesta de los jóvenes músicos y realizadores, es conservar el discurso de resistencia frente al consumo, expresar desde lo local temas o problemáticas que pueden llegar a ser de carácter universal. El formato del videoclip se convierte en un medio que traspasa las fronteras de una nación, para comunicar por medio del lenguaje audiovisual situaciones que se viven en diferentes lugares del mundo y que hablan desde un territorio, con una voz propia. La estética del video

musical de *hip hop* en Medellín al igual que en el vídeo clip del rock latino se apropia de elementos de una estética dominante para debatirla, cuestionarla o recrearla transmitiendo nuevos significados a partir de una identidad que poco a poco se va construyendo.

LA ESTÉTICA DEL VÍDEO CLIP EN EL HIP HOP DE MEDELLÍN

Al referimos al vídeo clip de *hip hop* en la ciudad de Medellín, visualizamos historias de vida que se desarrollan en la casa, el barrio, las calles, los parques, los puentes y cementerios. Estas historias de vida traen recuerdos de la niñez, la familia, el trabajo, los amigos; se desenvuelven en medio de una realidad social hostil y violenta para algunos de ellos.

El vídeo clip "Mi vida" realizado por Camajan Club⁸ expone claramente las vivencias de un joven "Chonta" quien a través de las fotografías del álbum familiar recuerda su niñez y la forma como ha ido enfrentando la vida; resaltando el valor de la familia, los amigos y el trabajo como motivaciones para salir adelante. El joven comparte su experiencia vital desde las calles de Medellín y toma elementos representativos del *hip hop*, como cantarle a la cámara, realizar gestos, mostrar de fondo mientras camina, un muro pintado con grafito, visualmente, porque desde la canción expresa un discurso de resistencia que narra una historia de vida, pero también cuestiona acerca de las problemáticas que lo rodean. La música tradicional se mezcla con la música moderna, una combinación de sonidos nuevos y viejos que se unen para transmitir valores. Esa integración de elementos entre lo nuevo y lo viejo, es lo que caracteriza al videoclip, formato que juega con el tiempo, (pasado, presente y futuro); y por otro lado las formas de expresión

propias del video musical en Latinoamérica; resultado del mestizaje entre culturas.

Sonidos modernos que provienen de Nueva York o de otras ciudades del mundo, se fusionan con la música popular colombiana.

Acercarse a mirar un vídeo clip de *hip hop* en Medellín es ver reflejada una estética urbana, compuesta por barrios, calles, parques; habitados por seres humanos, adultos y niños que tratan de salir adelante en medio de las dificultades; Los videos musicales plantean puestas en escena, representando una realidad apoyada en lo documental, un juego entre realidad y ficción para narrar una historia con un profundo sentido social. Para Andrés de la Tribu Omerta lo que se busca expresar a través de un vídeo clip es relativo: "(...) todo depende de qué trate la canción, cada video representa un sentimiento, un momento, algo que hemos vivido, pues más que todo es como la realidad que nosotros vivimos, lo que mostramos en los videos"⁹.

Figura 5. El vídeo clip es en un medio de expresión y difusión que les permite a los jóvenes manifestar sus sentimientos, emociones y experiencias con libertad y autenticidad. En el video musical de *hip hop, Dolor*¹⁰, la historia comunica a través de la puesta en escena y la repetición de los planos, el drama que viven algunos jóvenes de la ciudad de Medellín, relacionado con la droga, el secuestro o la muerte. Problemáticas comunes que se viven en países del Tercer Mundo, pero además pueden ser el reflejo de algunos barrios de los países desarrollados. Lo local se convierte así en una experiencia universal; el vídeo musical es un lenguaje que puede ser comprendido en otros idiomas.

En Medellín, el vídeo musical de *hip hop* se basa en la realidad, ya que por un lado los jóvenes no cuentan con los recursos suficientes para realizar otro tipo de intervenciones fuera de la edición, como las animaciones o porque

simplemente esa es la forma en que quieren narrar sus historias. Sin embargo, los jóvenes se atreven a experimentar con lo poco que tienen a su alcance logrando efectos interesantes. Lina María Mejía de la Casa taller Platóhedro¹¹ comenta desde su experiencia:

(...) uno se las ingenia, por ejemplo una vez con unos pelados estábamos haciendo una escena de una matanza y para poder que se viera real, como no teníamos una pistola de verdad, lo hicimos con sombras, con las sombras chinescas y quedó en suspenso, narrativamente funcionó y quedó estéticamente bonito; esas son las exigencias de producir acá, como uno se las ingenia para crear el arte; para crear los rayos, crear la lluvia, para crear todas esas cosas que no tenemos (...) ¹².

El vídeo clip acepta ese tipo de recursos, los adopta de manera natural, gracias a su capacidad contenedora, donde pueden convivir las diferentes manifestaciones artísticas y diversos formatos. Omar Calabrese afirma desde su análisis a la estética posmoderna: La estética del fragmento en origen se manifiesta sobre todo en la ya muy común práctica de producir objeto contenedor, los cuales en su interior, ya no presentan productos acabados, sino sobre todo fragmentos de obras¹³. Este carácter permite a los jóvenes resolver las dificultades con mayor libertad y jugar con la estética que desean transmitir.

Una manera de enriquecer el lenguaje visual para comunicar con eficacia las ideas es empleando las figuras poéticas como las metáforas; de este modo los dramas humanos se enseñan a través de un lenguaje visual rico en significados que trasciende la simple representación de la realidad, cruel y directa; recursos que emplea Luckas Perro para la realización de sus vídeos:

(...) cuando hicimos "La rutina"¹⁴, de MC K Cano, estaba primero el blanco y negro como la idea de la rutina laboral, la ciudad gris; lo otro que se aprovechó fue la parte industrial de Medellín; el paisaje del metro, la gente que viaja en él, y a eso le insertamos imágenes de Eisenstein, cineasta ruso, del constructivismo; para pensar el arte como máquina, entonces era jugar con esa doble idea, la cotidianidad, lo gris, más lo mecánico, era lo que se quería mostrar y una imagen que a mí me impactó, unas fábricas de mujeres en Itagüí, Guayabal donde son filas, salones completos de mujeres cosiendo y escuchando vallenatos, (...) ahí había como unos símbolos y con "En medio de la guerra"¹⁵ el símbolo más fuerte es el de los bananos, el banano como el juguete, ¿cierto?, jugar a la guerra, pero también un arma que se puede comer; la metáfora ha funcionado y a la gente la ha tocado, se siente cercana a esa realidad, entonces cada símbolo viene con cada canción, dependiendo de la letra(...)¹⁶

La propuesta estética se afirma desde el interés de artistas, realizadores y músicos en preservar las ideas originales, sus sonidos, sus propias maneras de decir lo que piensan y sienten; Andrés realizador de Camajan club afirma: "A la tribu Omerta nos interesa mostrar nuestro discurso y contar lo que somos, sin dejar de pensar que confiamos en lo de nosotros y que lo de nosotros siendo fuerte puede llegar a ser muy comercial. Lo que nosotros hacemos siendo real, verdadero y fuerte también lo podamos llegar a vender y hacer de nuestro arte un trabajo".¹⁷

Figura 6. Como se ha señalado desde la estética del vídeo clip latinoamericano, las producciones audiovisuales logran identidad y diferenciación desde lo local, aunque retomen elementos, símbolos, iconos mundialmente

reconocidos, extraídos del cine, la televisión, el diseño gráfico o la publicidad; estos en otros contextos adquieren nuevos significados y afirman una postura particular frente a la vida. Los músicos y realizadores se preocupan por mantener una postura crítica del arte, sin necesidad de usar la violencia o las armas para que su discurso sea escuchado. Lina María Mejía de la Casa Taller Platóhedro habla desde su visión como realizadora:

(...)En esta actividad tenemos una visión muy social y por eso los grupos de hip hop nos encantan, los apoyamos mucho y espero que aquí en la casa, siempre encuentren un espacio para crear, porque el hip hop es eso mismo, esos cantos desde los barrios, de su situación, de lo que quieren, de sus necesidades y sus derechos; nuestra propuesta estética es poder acompañar esas líricas lo más fiel posible, siempre en colectividad con el grupo, entonces también ellos tienen sus propuestas estéticas y Platóhedro en unión con ellos organiza el guión¹⁸.

Las posibilidades que ofrecen los diversos medios de comunicación, con la llegada de la televisión por cable, el disco o el video representan los nuevos modos de percibir y de operar la identidad. Los jóvenes constituyen nuevas formas de relación y expresión a partir de la cultura audiovisual y la revolución electrónica; en el fragmento y en la velocidad encuentran un lenguaje.

En los vídeo clips *11-9*¹⁹ y *Luchar para subsistir*²⁰, encontramos varias de las características propias del vídeo clip, provenientes del arte barroco, el pop art y el collage. La versatilidad incluye otros formatos del cine y la televisión como imágenes de archivo de los noticieros: el documental, el argumental, las animaciones, la distorsión y repetición del sonido en relación con las imágenes enriquecen narrativa y visualmente

las canciones, donde se cuestiona y reflexiona sobre asuntos sociales y políticos, locales e internacionales. La guerra entre naciones, la destrucción de las torres gemelas en Estados Unidos, la muerte de miles de personas inocentes en Chile a causa de la dictadura de Pinochet, la explotación y pobreza de los pueblos indígenas en Latinoamérica, son problemáticas sociales que también preocupan a los jóvenes músicos de Medellín y encuentran en el vídeo clip un formato perfecto para la exposición de sus ideas.

Figura 7. Los realizadores de videos clip de *hip hop* en Medellín por lo general hacen parte de las bandas o son amigos de estas. El proceso de realización de un video musical exige confianza y compartir con ellos sus vivencias, su manera de interactuar en el barrio, conocer su lenguaje y las ideas que los motivan; de esta manera el producto final no será una representación superficial de la realidad, sino el reflejo de los valores auténticos de una juventud que se expresa. Luckas Perro nos habla desde su experiencia:

(...) la apuesta va en una cosa (...) hay una producción internacional de vídeo clips, aquí nos llega MTV, y otros canales musicales en francés o sueco, ahí llegan un montón de vídeo clips de mucha factura y dinero, al igual que un comercial de televisión se graba en cine, muchos de ellos, con la superproducción; nosotros no contamos con eso, pero no queremos hacer el vídeo clip como de vallenato, ese es como al que llegan muchos rappers de aquí; entonces con los elementos que hay, no intentar emular esos grandes vídeo clips sino que se vea que son artesanales, la fuerza está en el lenguaje, unos buenos movimientos de cámara, una buena idea, un juego con los colores, con los objetos que se colocan ahí; que quede el aire del barrio y como un producto muy local, esos son los que finalmente tienen más fuerza para fuera.²¹

La búsqueda de un estilo propio, local, que los identifique frente a la gran oferta de videos clips que hay en el mundo; deberán aprovechar el paisaje urbano, la geografía de las montañas, los modos de expresión de los jóvenes paisas, características que serán las que finalmente los diferenciarán y harán de sus sonidos e imágenes auténticos testimonios de su raza.

CONCLUSIONES

- El vídeo clip nace del diálogo entre las estéticas del cine y el video, sirviéndose de uno y otro lenguaje para emitir una idea o sentimiento; ambos medios son propicios para la comercialización y distribución.
- El vídeo clip es uno de los medios audiovisuales que ofrece mayor libertad de creación para la narración de historias de vida, transmite sensaciones y emociones propias del autor o de la banda. Su libertad radica en la variedad de elementos que puede tomar del cine, la televisión, el arte, el grafismo y la publicidad; por este motivo el vídeo clip se constituye en un collage, donde, además de habitar las distintas formas, se puede realizar todo tipo de juegos e intervenciones en el espacio y el tiempo.
- La estética del video musical de *hip hop* en Medellín se refleja a través del paisaje urbano: (las calles, el barrio, la esquina, los parques, los puentes, los cementerios etc.), hacen parte del entorno y la vida de los jóvenes artistas, quienes narran sus vivencias y cuestionan la violencia, la intolerancia y la indiferencia de una sociedad constituida por normas y modelos tradicionales de cultura.
- Otros elementos que predominan en la estética del video musical de *hip hop* es el empleo y contraste entre los formatos

documental y argumental, como formas narrativas que enriquecen la historia de vida a través de la puesta en escena y exposición directa de imágenes registradas de la realidad; el uso de metáforas urbanas aumentan su capacidad de significación.

- El vídeo clip es un medio que permite a las bandas de *hip hop* en Medellín difundir su música, obtener reconocimiento e ir construyendo un registro de la ciudad, su realidad socioeconómica, política y cultural.
- La producción de vídeo clips de *hip hop* en Medellín, es una hazaña, se trabaja con
- pocos recursos, pero a pesar de estas condiciones, se logra obtener un producto de buena factura, auténtico, propio, hecho con la magia y el sentimiento desinteresado de quienes hacen un esfuerzo por crear una industria audiovisual en Medellín.
- Lo que buscan los realizadores y los jóvenes músicos es conformar una estética propia, local, distinta de las demás, porque ha encontrado un estilo, una manera auténtica de contar las experiencias, aprovechando la geografía, el clima, el paisaje urbano y la gente que hace parte de esa realidad.

ANEXOS

A. 1

VÍDEO CLIP	En medio de la guerra
DIRECCIÓN	Luckas Perro
PRODUCCIÓN	Luckas Perro
MÚSICA	Lupa en FB7 Studio
ÁLBUM	En medio de la guerra
AÑO	2006
DURACIÓN	5 minutos
SIPNOSIS	Existe una guerra entre la bandas del barrio, los jóvenes salen a las calles y pierden la vida. Los niños juegan a la guerra, sus armas son bananos, entre los árboles se disparan y caen fatalmente heridos. La violencia no distingue raza, sexo o edad, los niños también están expuestos a la guerra.

A. 2

VÍDEO CLIP	La Rutina
DIRECCIÓN	Luckas Perro
PRODUCCIÓN	Luckas Perro
MÚSICA	MC K Cano con Dahianna. Mezcla Lupa en FB7 Studio
ÁLBUM	La Rutina
AÑO	2005
DURACIÓN	4:36 minutos
SIPNOSIS	La madre llama a su hijo "Milton", suena el reloj despertador, el joven se levanta desde muy temprano, todos los días a trabajar, se baña, desayuna, coge su morral y sale a la calle, pasando por muros y rejas grises; recorre las calles de una ciudad gris, cubierta de humo que sale de las grandes empresas. Una mujer cose en un máquina, desde allí expresa el tedio que la agobia y cuando la jornada termina, otra vez el joven se dirige de regreso a su casa, recorriendo calles grises, transitadas por autos y gente indiferente. Llega a su casa, pone su morral a un lado, se acuesta en su cama, de nuevo amanece, se escucha la voz de su madre que lo llama y el sonido del reloj despertador insistente.

A. 3

VÍDEO CLIP	Dolor
DIRECCIÓN	Turrodajes
PRODUCCIÓN	Turrodajes
MÚSICA	O. T. Chonta y Mary Hellen
ÁLBUM	Dolor
AÑO	2004
DURACIÓN	5 minutos
SIPNOSIS	<i>Dolor</i> nos narra varias historias paralelas que se entrecruzan para mostrarnos la realidad violenta que se vive en los barrios, por un lado un joven que se dirige a su auto es secuestrado, por dos jóvenes, uno de ellos nos cuenta desde su hogar que esta involucrado en la droga y el crimen, luego en la calle de su barrio es asesinado y finalmente una mujer, “La madre” ve la televisión en su hogar mientras de sus ojos brotan lagrimas, esperando el regreso de su hijo, que podría ser el secuestrado, el asesinado, el desaparecido.

A. 4

VÍDEO CLIP	11-9
DIRECCIÓN	Mama bomba films & Trance Medellín films
PRODUCCIÓN	Mama bomba films & Trance Medellín films
MÚSICA	BSC (Don Vito)
ÁLBUM	Camino al barrio
AÑO	2004
DURACIÓN	3:15 minutos
SIPNOSIS	Un collage de imágenes de archivo, documental y fotografías exponen como tema principal los atentados y destrucción de las “Torres gemelas” en Estados Unidos, mientras se escucha en primer plano el discurso de George Bush; luego paralelamente se enseñan las imágenes de los países en permanente conflicto como: Irak y Afganistán, con sus líderes políticos, a quienes Estados Unidos preparó y dotó de armas para la guerra, incluyendo la influencia que tuvo su política sobre países latinoamericanos como Chile. El vídeo clip hace una fuerte crítica a la política extranjera, al desencadenar muerte y destrucción y concluye evidenciando como Estados Unidos ha terminado siendo víctima de sus propios verdugos.

IMÁGENES

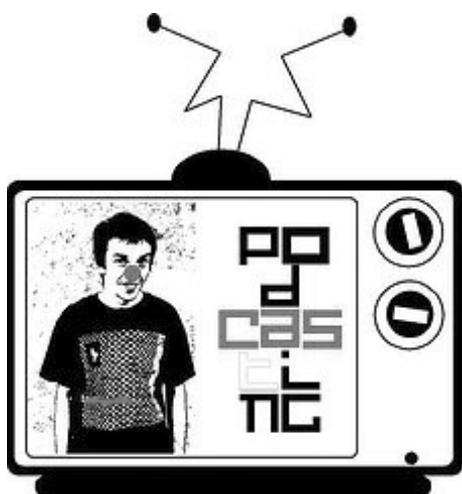


Figura 1. Videoarte.
Blogs.periodistadigital.com/



Figura 6. Casa Taller Platohedro. Miércoles 27 de Junio de 2007. www.platohedro.blogspot.com

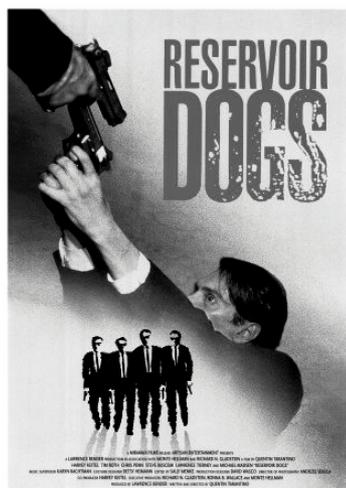


Figura 3. Afiche película Reservoir Dogs. Director: Quentin Tarantino. 1992. www.allposters.com/



Figura 4. Narcopoetas. Montecristo RIP y el Cuervo. Fotografía Betty Bastides. 2005. www.lafactoriadelritmo.com



Figura 7. Grabando a los Narcopoetas en la calle con lluvia. Fotografía de Betty Bastides. 2005. www.lafactoriadelritmo.com

NOTAS

- 1 El término posmodernidad fue consolidado por el teórico Jean-Francois Lyotard, en su obra *La condición posmoderna* (1979), como un concepto abarcador de la cultura, la economía y la sociedad postindustriales de los años sesenta, para caracterizar un período en el que todos estos ámbitos se resuelven en interacciones mutuas fuertemente complejas e intrincadas. Por su parte, Fredric Jameson lo emplea como sinónimo de una nueva actitud social del arte, basada en la reproducción masiva de bienes de consumo tanto materiales como simbólicos. Lo posmoderno podría definirse como una noción o concepción sociocultural que integra los aspectos económicos, culturales y sociales de aquello a lo que se refiera, siendo la manifestación cultural del capitalismo tardío, desarrollado en las últimas tres décadas. En el videoclip parecen materializarse los rasgos que Fredric Jameson menciona acerca de la posmodernidad, cuyo origen sitúa en algún momento no muy lejano al final de la Segunda Guerra Mundial, cuando surge una nueva clase social, caracterizada por nuevas formas de consumo, cambios rápidos en las modas y estilos de vida; y la intervención de los diferentes medios de comunicación de masas en la sociedad.
- 2 SEDEÑO Valdellós, Ana María. 16 de Junio de 2006. "Estética del vídeo clip musical: el formato neobarroco". *Cine y vídeo*. Segovia, p. 5. www.dosdoce.com/pagina_nueva_304.htm
- 3 Omar Calabrese describe la estética neobarroca de este fin de milenio como un policentrismo de varios relatos paralelos, aparentemente sin conexión; un ritmo trepidante especialmente en los solos musicales que coinciden con planos rapidísimos cuya percepción casi supera el umbral perceptivo. La era neobarroca alude a las nuevas formas de expresión que retoma de un período en el arte llamado barroco. El término Barroco, en portugués, se aplica a una perla que puede tener hermosas aguas, pero que pierde su precio por no ser perfectamente redonda. Los antiguos diccionarios formaron un adjetivo sinónimo de aquello que es extraño, caprichoso y fantasioso hasta llegar al desorden. Siguiendo un criterio estético, el gran crítico de arte alemán H. Wolfflin ha descrito cinco caracteres dominantes del barroco, oponiéndolo al ideal de clásico. Es pictórico y dinámico en la medida que la figuración ya no pretende captar un ser inmutable, sino en perpetuo devenir. La visión barroca no se detiene en la superficie, sino que penetra la profundidad del espacio, de ahí su pasión por la perspectiva. La composición barroca es abierta, juega con las curvas y las diagonales, llegando así a romper el encuadre. El arte barroco se interesa primordialmente por la síntesis, el efecto global es lo único que lo mueve y no el sabio equilibrio de las partes. Se complace, en fin, en una cierta oscuridad, y en la desaparición de los contornos, difuminados, que subrayan su ímpetu vital y están al servicio de su gusto por los contrastes violentos.
- 5 PARODI, Ricardo. *Regis Debray y la teoría de la imagen*. www.temakel.com/texfildebray.htm
- 6 SEDEÑO Valdellós, Ana María. 16 de junio de 2006. "Estética del vídeo clip musical: el formato neobarroco". *Cine y vídeo*. Segovia, (4) www.dosdoce.com/pagina_nueva_304.htm. Nacido en Ávila (España), reside en Colombia desde 1963. Es Doctor de Filosofía en la Universidad de Lovaina e hizo el postdoctorado en Antropología y Semiótica en París. Fundador y presidente de ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación) y es autor de los siguientes libros: *Comunicación masiva* (CIESPAL, Quito, 1978); *De los medios a las mediaciones* (G. Gili, Barcelona, 1987); *Telemelodrama* (Tercer Mundo, Bogotá, 1992); *Los ejercicios del ver* (Gesisa, Barcelona); *Oficio de cartógrafo* (F.C.E; Santiago de Chile, 2002).

- 7 En: una entrevista hecha por MTV Latino, Andrea Echeverri, la cantante de Aterciopelados, declara que la intención del grupo es tomar como fuentes ciertas representaciones del continente en su propuesta musical y estética: "La brujería callejera y todas esas cosas mágico religiosas latinoamericanas siempre nos han inspirado harto". En sus trabajos encontramos ciertamente una interpelación de lo popular que no alcanza a ser satírica, pero que contiene una tonalidad lúdica y caricatural a la vez.
- 8 Vídeo clip *Mi vida*, MC Chonta. Realizado por Camajan Club. 2004
- 9 Entrevista a Andrés MC de la "Tribu Omerta", realizador de Camajan Club. Realizada por Claudia Acosta. Medellín, julio 5 de 2007
- 10 Vídeo clip *Dolor*, Chonta y Mary Hellen. Realizado por Turrodajes. 2004
- 11 *Platohedro* es una corporación sin ánimo de lucro que empezó como grupo audiovisual realizando videos documentales y que fue creciendo a partir de otros colectivos que se unieron, creando arte en red y ubicándose en una sede donde ya se forma una casa taller y se amplía toda esa visión audiovisual, desde allí se hace diseño de web, talleres en la casa, charlas formativas, un matiné y un cine club para niños, un proyecto llamado La fábrica que es para la creación de un colectivo, de una obra y una videoteca que se está conformando en este año. La casa taller *Platohedro* lleva tres años trabajando y realizando todo tipo de formato audiovisual desde el documental, el vídeo clip etc.
- 12 Entrevista a Lina María Mejía productora de la Casa taller Platohedro. Realizada por Claudia Acosta. Medellín, julio 7 de 2007
- 13 CALABRESE, Omar. 1989. *La era neobarroca*. Madrid: Cátedra, Colección signos e imágenes.
- 14 Vídeo clip *La rutina* de MC K Cano. Realizado por Luckas Perro. 2005
- 15 Vídeo clip *En medio de la guerra*. Sociedad FB7. Realizado por Luckas Perro. 2006
- 16 Entrevista a Luckas Perro, antropólogo y realizador audiovisual de videos clips de *hip hop* en Medellín. Realizada por Claudia Acosta. Medellín, junio 4 de 2007
- 17 Entrevista a Andrés MC de la "Tribu Omerta", realizador de Camajan club. Realizada por Claudia Acosta. Medellín, Julio 5 de 2007
- 18 Entrevista a Lina María Mejía productora de la Casa taller Platohedro. Realizada por Claudia Acosta. Medellín, Julio 7 de 2007
- 19 Vídeo clip 11-9. BSC. Realizado por Mama bomba films & Trance Medellín films. Medellín, 2004.
- 20 Vídeo clip *Luchar para subsistir*. BSC. Realizado por Julio Lazo. Medellín, 2004.
- 21 Entrevista a Luckas Perro, antropólogo y realizador audiovisual de videos clips de *hip hop* en Medellín. Realizada por Claudia Acosta. Medellín, junio 4 de 2007

BIBLIOGRAFÍA

CALABRESE, Omar. 1989. *La era neobarroca*. Madrid: Cátedra, Colección signos e imágenes.

GRUZINSKY, Serge. 1995. *La colonización de lo imaginario. Sociedades indígenas y occidentalización en el México español*. Siglos XVI-XVIII. Fondo de Cultura Económica, México. Primera edición: Francia, 1988.

JAMESON, Fredric. 1985. *Postmodernismo y sociedad de consumo*. Barcelona, Editorial Cairos.

RUEDA, Amanda. 2002. "Videoclip del rock latino: Memoria y transnacionalidad". *Diálogos latinoamericanos*, Número 006, Universidad de Aarhus, pp. 56-69

CIBERGRAFÍA

SEDEÑO Valdellós, Ana María. 16 de Junio de 2006. "Estética del vídeo clip musical: el formato neobarroco". *Cine y video*. Segovia, p. 5. www.dosdoce.com/pagina_nueva_304.htm

CEBRIÁN Herreros, Mariano. junio de 1999. "Dimensión audiovisual del idioma". *Revista Ámbitos* N 2. Sevilla, pp. 23-37 www.infoamerica.org/articulos/c/cebrian_herreros.htm

DEBRAY Regis. *Vida y muerte de la imagen. Una historia de la imagen en Occidente*. www.temakel.com/textfildebray.htm

PARODI, Ricardo. *Regis Debray y la teoría de la imagen*. www.temakel.com/textfildebray.htm

MARTÍN BARBERO, Jesús. 2004. "Medios y culturas en el espacio latinoamericano". *Pensar Iberoamérica: Comunicación y cultura*, Número 5, Lima, p. 15. www.aulaintercultural.org