

Subjetivación política del *Cuerpo sin Órganos* en el videoclip de rock alternativo

Marco Alberto Porras Rodríguez*

Resumen

Este artículo expone la relación entre arte como un espacio de expresión habitado por la incertidumbre y el enrarecimiento del sentido que configura modalidades políticas en un formato audiovisual mediático, como lo es el videoclip de rock alternativo. La relación entre creación artística, política de representación y videoclip se opera a partir de los discursos de poder que producen subjetividades basadas en la ortopedia social de ciertas instituciones. Para ello son pertinentes los conceptos de *imagen movimiento e imagen tiempo*, así como la metáfora del *Cuerpo sin Órganos*, y su aplicación analítica en un corpus de videoclips.

Palabras clave: videoclip, poder, cuerpo sin órganos, imagen-movimiento, imagen-tiempo.

Abstract

This article describes the relationship between art as a space inhabited by uncertainty and rarefied sense, and the construction of politics in audiovisual media, the music video of alternative rock. The relationship between artistic creation, policy of representation and the music video are operated by the big discourses of power that produce subjectivities that are based in the social orthopedic of certain social institutions. The next concepts image-motion and image-time, and the metaphor about the Body without Organs are going to be applied in the analysis of group music videos.

Key words: music video, power, body without organs, image-motion, image-time.

* Profesor-investigador, Departamento de Educación y Comunicación, UAM-Xochimilco [betauhaus12@yahoo.com.mx].

Videoclip, arte y política en la cultura mediática

La presencia de los medios de comunicación como un régimen de visibilidad establece políticas de representación donde los espectadores se reconocen en las imágenes de las pantallas, en las narrativas audiovisuales que configuran modos de ver el entorno. La profusa transmisión de información audiovisual genera una ilusión de que puede saberse “casi” todo del mundo, que se está ante la presencia absoluta de lo real cuando sólo es una representación, siempre acotada y producida desde un punto en el que convergen los corporativos mediáticos. Este escenario plantea un desafío a la interpretación de las obras audiovisuales, sus creadores e intérpretes.

La aldea global, en cuanto a la circulación de capitales y bienes simbólicos, precisa de la tecnología como condición *sine qua non* para constituir las imágenes del mundo. El arte no escapa a esta coyuntura. Hoy la tecnología es la figura de autoridad de las identidades globales, y aunque en el campo mediático la posibilidad de imaginación tecnológica implica una expansión de la forma, los relatos dominantes derivados de ella se circunscriben a los imaginarios visuales que instaura el mercado. En este contexto, si el artista contemporáneo utiliza la tecnología en lugar de evitarla, su lugar privilegiado continúa en la afirmación de la auto-expresión siempre crítica respecto de la hegemonía de las imágenes, por ello “[...] los artistas defienden el ámbito heredado de la imaginación privada y contradicen la importancia mundial y la publicidad de los medios tecnológicos” (Belting, 2011:89)

Por ejemplo, manifestaciones artísticas de la posguerra como el *pop art*, trabajaron la relación entre arte y medios de comunicación como un nuevo comentario sobre la cultura de masas; los íconos culturales de Andy Warhol o las chicas jóvenes de Roy Lichtenstein, son parodias que cuestionan no sólo la ubicuidad de los productos a partir de su reproducción sino también el contrato emocional con el espectador. Así, la frontera entre lo culto y lo popular devino el espacio donde el artista está impelido a mostrar su habilidad para introducir otro modo de mirar y enrarecer el entorno capitalista.

Hoy, conviene preguntarnos si la mirada artística puede habitar en los formatos audiovisuales de las pantallas globales donde “[...] la

cultura de masas reemplaza lo auténtico con estereotipos y repeticiones y así obliga al arte a compartir este nuevo juego en el que el arte participa tanto disimulándose y haciéndose valer simultáneamente” (Belting, 2010:109). Un producto mediático, el videoclip de rock alternativo, es un lugar pertinente para dilucidar ciertas políticas de representación apuntaladas en el uso de la tecnología; si emergió como formato audiovisual televisivo en la década de 1980 con una finalidad marcadamente publicitaria, también ha sido un formato libre a la experimentación técnica y narrativa, a la vez que ha permitido la inclusión de realizadores de otros campos culturales como el cine y la fotografía, permitiendo el cruce de modos de ver particulares. Si bien el discurso de la mayoría de los videoclips (sobre todo aquellos producidos desde los conglomerados corporativos) transita en una vertiente hegemónica al mostrar los valores de la sociedad de consumo, es innegable que una minoría significativa –algunos videoclips *mainstream*, gran parte de videoclips de rock alternativo– establece una mirada crítica, acercándose al discurso del arte como forma de resistencia.

Se puede dudar si existe arte en el videoclip cuando sus condiciones de producción y recepción están sometidas a los imperativos del mercado, donde la profusión de unos signos se configura en detrimento de otros, pauta de una “[...] doble coerción que desearía alienarnos ante la alternativa de *no ver nada en absoluto o no ver nada más que clichés*” (Didi-Huberman, 2012:32); pero a pesar de su condición publicitaria, algunos videoclips construyen el accidente y el acontecimiento como un intersticio para instaurar otras políticas de representación, es aquí donde el videoclip de rock alternativo es un terreno mediático que se conecta tangencialmente con el arte.

¿Cuál es el punto de conexión entre el videoclip de rock alternativo y el arte? No es el ámbito tecnológico (la destreza técnica del realizador) ni el modo de producción (la extensión de una industria cultural), ni siquiera la ostensión estetizante de los músicos (condicionada por un carisma); es en el tema del poder donde las fuerzas narrativas audiovisuales permiten discurrir modalidades críticas para enfrentar el avasallamiento deontológico de instituciones productoras de sujetos. Si el dispositivo de los videoclips *mainstream* –con su profusión de la forma, siempre apuntalada en el virtuosismo de la técnica– señala

modalidades representacionales referidas al deber ser, también son el camino abierto donde se anida la forma y el contenido del videoclip de rock alternativo que abreva de “[...] lo oscuro y lo incierto, características del arte en tanto actitud (en lugar de objeto de consumo)” (Belting, 2011:90); posición política que permite desterritorializar el entorno de imágenes mediáticas audiovisuales.

Territorios y desterritorializaciones en las imágenes mediáticas

En la sociedad contemporánea mediatizada existe una suerte de malestar que la recorre. Las instituciones mediáticas y sus pantallas, actúan como un dispositivo que pone en vista discursos creadores de subjetividades. La gran mayoría de estos discursos –televisión, publicidad, memes– muestran una manera de concebir el mundo en términos instrumentales: el sí mismo “es” porque “puede” y “debe ser” como “dicen” que “se” logra el éxito, la fama y la fortuna. Las imágenes de las pantallas exhiben la libertad individual como principio y fin del sujeto, pero a condición de que mantenga sus lazos con las instituciones que lo han formado.

Las formas de subjetivación institucionalmente correctas son visibles en los medios de comunicación, dispositivos que actúan como modeladores representacionales, bloques “[...] en los que la puesta en práctica de capacidades técnicas, el juego de comunicaciones y las relaciones de poder se ajustan entre sí según fórmulas pensadas, constituye lo que podría llamarse, ampliando un poco el sentido de la palabra, disciplinas” (Foucault, 2002:427). El cuerpo mediático –de los medios de comunicación masiva a los medios digitales– se constituye disciplinario y productor de subjetividades privilegiadas si cumple ciertas condiciones: saludable si se cuida y trabaja; deseable si se empata con el canon de belleza; seguro si acepta la vigilancia; productivo si se controla el gasto.

Es este cuerpo disciplinado en los medios de comunicación la imagen proyectada como relato que configura el orden establecido, fundamento de una ortopedia social que ejerce el poder corrigiendo, vigilando y controlando las subjetivaciones. Un régimen de visibilidad

de las pantallas donde el espectador puede mirarse y mirar a los otros en su finalidad instituyente; familia, religión, ciencia, trabajo, clase y comunicación global como referentes orgánicos contemporáneos.

Organización, organigrama: el cuerpo individual y social organizado está en el epicentro de las sociedades modernas o disciplinarias; “[...] distribuir, serializar, componer, normalizar. La lista es indefinida, variable en cada caso. El poder más que reprimir produce realidad, más que abstraer u ocultar, produce verdad” (Deleuze, 2016:55). Pero no hay que olvidar que el poder es una relación entre conjuntos; los grupos hegemónicos producen discursos que adhieren a los grupos subalternos en su proyecto de visión del mundo; el cuerpo orgánico encuentra su relevo y correlato en gran parte de las imágenes mediáticas al naturalizar el paso de una institución a otra para serializar la producción, denostar o trivializar la diferencia para normalizar la disidencia, distribuir el deseo o la emoción con base en el consumo.

Frente a esta constitución de subjetivaciones a la luz de un organismo socializante que impone a los sujetos maneras disciplinarias de habitar la sociedad, Gilles Deleuze y Félix Guattari plantean la metáfora del *Cuerpo sin Órganos* (CsO) como un lugar poblado de intensidades que pasan, circulan y se distribuyen en un espacio a la vez intensivo. Pero un CsO no implica la destrucción del organismo, sino constituirlo como punto de partida para derivar otras intensidades: “[...] es decir, un fenómeno de acumulación, de coagulación, de sedimentación que le impone formas, funciones, uniones, organizaciones dominantes y jerarquizadas, trascendencias organizadas para extraer de él un trabajo útil” (Deleuze y Guattari, 2012:164).

Sin embargo, cuando el cuerpo político abreva del marco hegemónico en las instituciones, construye un organismo que traza las rutas del deber ser. Ciertamente es que para vivir en sociedad se precisa de una organización, pero desde la perspectiva del CsO los discursos de las organizaciones no pueden ser colmadas por la carencia, la regla externa del placer y el ideal trascendente de lo imaginario como ortopedia. Hacerse de un CsO es trabajar en el *plano de inmanencia* del deseo, construir un *plano de consistencia* entre los órganos (estratos) para devenir un *programa* que:

[...] se define por ejes y vectores, gradientes y umbrales, tendencias dinámicas con mutación de energía, movimientos cinemáticos con desplazamiento de grupos, migraciones, y todo ello independientemente de las *formas accesorias*, puesto que los órganos aparecen y funcionan aquí como formas puras. El órgano cambia al franquear el umbral, al cambiar de gradiente (Deleuze y Guattari, 2012:159).

Este CsO precisa de la operación sobre *estratos* para su constitución. Michel Foucault los define como “[...] formaciones históricas, positivities o empiricidades. Están hechos de cosas y palabras, de ver y hablar, de lo visible y lo decible, de regiones de visibilidad y de campos de legibilidad, de contenidos y expresiones” (Deleuze, 2007:224). Tomemos un estrato contemporáneo para ejemplificar; la empresa es una institución y sus trabajadores los sujetos en lo referente al contenido, mientras que los enunciados acerca de la utilidad del trabajo son lo decible y el corporativo es su lugar de visibilidad en lo que toca a su expresión. Otro tanto podemos decir de la religión como institución normativa y sus fieles como sujetos producidos por enunciados mesiánicos que son constatación de lo decible que precisa de un espacio de mostración, la iglesia como lugar de lo visible.

La metáfora del CsO en el arte funciona para establecer la creación artística como *lugar de inmanencia* del deseo del autor, que da lugar a un *plano de consistencia* con base en la crítica de ciertos estratos sociales para hacer circular otras modalidades de la representación. En este sentido, el videoclip de rock alternativo es el CsO dentro del organismo de la cultura mediática en lo referente a la industria musical corporativa, ya que visibiliza lo oscuro y lo incierto en los estratos institucionales como formación de subjetividades, líneas de fuga divergentes de lo instituyente.

En este sentido, si las representaciones hegemónicas de las instituciones son el territorio del que abrevan las figuraciones mediáticas en los videoclips *mainstream*, éstos son una reterritorialización para su visibilización, punto de partida donde el videoclip de rock alternativo efectúa una desterritorialización de los estratos orgánicos:

[...] instalarse en un estrato, experimentar las posibilidades que nos ofrece, buscar en él un lugar favorable, los eventuales movimientos de desterritorialización, las posibles líneas de fuga, experimentarlas, asegurar aquí y allá conjunciones de flujo, intentar segmento por segmento *continuuums* de intensidades, tener siempre un fragmento de una nueva tierra. Sólo así, manteniendo una relación meticulosa con los estratos, se consigue liberar las líneas de fuga, hacer pasar y huir de los flujos conjugados, liberar intensidades continuas para lograr un CsO (Deleuze y Guattari, 2012:167).

Los estratos de un videoclip vendrían a ser la parte visual en correspondencia con la música y el discurso de la canción, que generan un sentido apuntalado en estratos externos: los discursos políticos del entorno. En sus estudios sobre cine, Deleuze establece la imagen como lugar no tanto de la representación directa como del acontecimiento devenido como flujo, a partir de la duración en la percepción del movimiento y el tiempo.

Desde la perspectiva deleuziana, la *imagen movimiento* es un conjunto que relaciona la parte con el todo de manera específica y diferencial a la vez, “[...] una materia signaléctica que implica rasgos de modulación de toda clase, sensoriales (visuales y sonoros), kinésicos, intensivos, afectivos, rítmicos, tonales e incluso verbales (orales y escritos)” (Deleuze, 1986:49). Con base en la semiótica de Charles Peirce, el filósofo francés trabaja la *imagen movimiento* como una imagen (sensación) que vale para otra imagen que vendría a ser el conocimiento en otro signo (objeto), bajo la condición de otra imagen en función de nuevos conocimientos generados por su interpretante (proceso cognitivo). En esta semiosis los cuerpos están sometidos a modulaciones, variaciones en cada instante de su operación; surge entonces un órgano sensomotriz donde la composición del cuadro, por obra de la cámara, genera pensamientos a partir de una representación indirecta del tiempo apuntalada en *imágenes-percepción* (potencias, cualidades) que vendrían a ser los cuerpos o figuras perceptibles en el cuadro y expresadas en el plano total; *imágenes-afección* (existencia) materializadas en el rostro: “intensivo” cuando la afección se traslada hacia el adentro—en el goce o el dolor—y “extensivo” cuando la afección se desplaza hacia el afuera—en

el placer y el confort—, ambos movimientos están fundados en el primer plano; e imágenes-acción (relación de un cuerpo con otro), donde el encuentro corporal genera cambios en sus trayectorias individuales, conjunto expresado en el plano medio.

Si bien el cine clásico hollywoodense operó las modulaciones de los personajes en función de un objetivo concreto de causa-efecto, son las corrientes cinematográficas de la posguerra (*neorrealismo*, *nouvelle vague*), con su proliferación de espacios y situaciones no cualificadas en ese momento, las que introducen una inversión del tiempo donde éste ya no está subordinado al movimiento; son las desviaciones del movimiento las que ahora dependen del tiempo: “[...] incluso el cuerpo deja de ser el móvil, el sujeto del movimiento y el instrumento de la acción, para convertirse más bien en un revelador del tiempo, algo que da testimonio del tiempo en sus fatigas y esperas” (Deleuze, 2007:318). Es la *imagen tiempo* del cine moderno la que plantea la coalescencia de distintos niveles de la duración; un acontecimiento puede revelarse en distintos estratos y momentos.

Lo propio del cuerpo en cada uno de estos regímenes de la imagen, es que la *imagen movimiento* de talante comercial o *mainstream* privilegia un cuerpo que figura la certeza de su eficacia; consecuente con su finalidad (acciones) y su fotogenia (pose). Mientras en la *imagen tiempo* de los videoclips de rock alternativo el cuerpo se desplaza en una nueva organización de la imagen: indeterminada, dispersa y errante, por lo tanto frágil en sus vínculos y crítica de los tópicos; “[...] ya no hay reacciones porque ahora estamos atravesados por situaciones ópticas y sonoras puras, puras porque los sentidos han sido emancipados de aquellos esquemas que no les permitían sentir más que bajo una regla de respuesta” (Dipaola y Yabkowski, 2008:157). Al escapar a la lógica de producción corporativa, las imágenes de los videoclips de rock alternativo pueden crear ideas tangencialmente distintas al discurso hegemónico.

En su constitución estética-política podemos señalar que en los videoclips *mainstream* se construye un organismo donde cada estrato se articula para configurar temáticas de causa y efecto, que si bien configuran una estética en su formalidad acentuada por la tecnología, en lo relativo al contenido apenas se traza un objetivo del personaje

medianamente definido. Frente a ello, y con base en una estética sobria en cuanto al uso tecnológico, los videoclips de rock alternativo instauran un CsO donde los cuerpos se someten a situaciones dispersivas, a la denuncia de los tópicos institucionales productores de subjetividades en el camino trazado por la ortopedia social. El CsO realiza un nomadismo en su plano de inmanencia, contrario al sedentarismo orgánico de las formas convencionales del videoclip *mainstream*. En lo que sigue intentaremos dilucidar cómo opera la metáfora del CsO en el tema de la mirada a partir de dos tópicos (mesetas) que nombramos “ideas de los otros” y “la omnipresencia de las pantallas”, como un plano de consistencia en el devenir de videoclips de rock alternativo, crítica a ciertas instituciones productoras de subjetivaciones.

Meseta 1: ideas de los otros

El sentido del viaje se fundamenta en el encuentro con otra cultura. Esta situación adquiere las formas de turismo o de exotismo. El turista es aquel que viaja llevando la cultura propia en su andar, donde los otros son especularmente divergentes; es así que la concepción orgánica en las imágenes de algunos videoclips advierte la configuración de un estereotipo de los otros, lo que “[...] constituye un recordatorio muy eficaz de los vínculos entre imagen visual e imagen mental. El estereotipo puede no ser completamente falso, pero a menudo exagera determinados elementos de la realidad y omite otros” (Burke, 2001:158). En el estereotipo no existen matices; el otro aparece completamente distinto o se asimila a la cultura propia.

Filmado en Sri Lanka, *Hungry Like The Wolf* (1983) de Duran Duran construye a los otros como subordinados al hombre occidental; la *imagen movimiento* de este videoclip es el relato de la búsqueda (finalidad) de la mujer salvaje (extraña, morena) por parte del protagonista del grupo Simon Le Bon. El hombre blanco espera infructuosamente que ella acuda a su encuentro, en el entorno de un bar aparecen habitantes de la ciudad dispuestos a entretener al visitante; un hipnotizador de cobras así como un músico y un chango al que Le Bon aparta violentamente de su mirada.

Los integrantes del grupo ayudan en la búsqueda, recorren la ciudad por donde transitan indiferentes a la pobreza de la gente, consiguen un niño que coadyuva en la tarea; es él quien conduce al cantante a la selva para su encuentro con la chica, que termina en una batalla de sugerencia sexual. El cuerpo político orgánico es el de la representación colonialista: sus estratos son los de Occidente como institución; Sri Lanka es el escenario exótico como espacio de visibilidad, el turismo es la modalidad de subjetivación, las líneas de la canción como una caza sensorial: “atrapa mi respiro”, “el olor de un sonido”, “voy de cacería detrás de ti” son los enunciados que instauran a un sujeto controlador susceptible de ser salvaje a la luz de la sexualidad, pero que también conquista y corrige a los habitantes del tercer mundo, esos cuerpos que no importan a menos que sean útiles para la consecución de los fines.

Un videoclip orgánico que asimila a los otros en la cultura propia es *Hymn For The Weekend* (2015) de Coldplay. Filmado en la India, configura la *imagen movimiento* del turista occidental que lleva el color y la alegría a una ciudad que se supone gris; las imágenes de los barrios, de los habitantes y los símbolos culturales están impregnadas de un orientalismo multiculturalista: la globalización es occidental. Apuntalados en la tecnología actual de intervención de la imagen, los símbolos religiosos aparecen en su colorismo exacerbado; un templo de colores cálidos, monjes con túnicas naranjas o amarillas se revelan en su fotogenia, una niña con piel azul representa a Krishna, hasta un faquir expulsa el fuego de la boca inundando extensivamente el espacio. El vocalista del grupo está en la búsqueda de una mujer cuya fisonomía tiene rasgos del canon de belleza exótico y multicolor; él la contempla embelesado en un cine, donde el letrero de la entrada augura la epifanía mediática al señalar “now showing”.

Las escenas de un concierto en la calle son la figuración de la ortopedia social; el órgano sensomotriz da lugar a imágenes y acciones cuyo movimiento está apuntalado en el color; los integrantes de la banda son acompañados por niños cuya coreografía es evidentemente occidental; el espectador asiste a un baile recurrente en las calles de las metrópolis estadounidenses. La *imagen movimiento* del videoclip se funda en “[...] lo típico como fruto de una lectura precipitada o un

prejuicio” (Burke, 2001:165); la institución es la cultura globalizante que produce sujetos que extienden y asimilan la mirada anglosajona en su ubicuidad, como dice una de las líneas de la canción “tú haces mi mundo iluminarse”, enunciados de corte amoroso en un “himno para el fin de semana” que transcurre en la Nueva Delhi de color multicultural.

En oposición a estas miradas colonialistas, el videoclip *Señor Matanza* (1994) de Mano Negra construye una política de representación basada en el *cuerpo sin órganos*. Las situaciones ópticas y sonoras sustentan las características de la *imagen tiempo*. El paisaje mostrado es el barrio de San Victorino en la ciudad de Bogotá, lugar habitado por comerciantes y artesanos donde el poder hegemónico controla hasta la pequeña economía. El encuadre del videoclip está rodeado por un halo negro difuminado que es analogía de la mirada no sólo del espectador sino del poder hegemónico metaforizado en el “señor matanza”; en algunas escenas aparecen unos dedos que intentan invisibilizar a los habitantes, denuncia del tópico tan propia de la *imagen tiempo*. Ancianos, niños de la calle, vendedores ambulantes, vagabundos discapacitados, son los desamparados “propiedad del señor matanza”. La fragilidad de los vínculos se exhibe entre estos cuerpos del desamparo y el cuerpo policiaco-militar, y aunque este último participa en las imágenes como mero espectador, es la figuración del monopolio de la fuerza de un poder que visibiliza la corrección, la vigilancia y el control.

El *cuerpo sin órganos* se instaura en los vectores de tránsito de la imagen tiempo, su punto de partida es el estrato de la violencia ejercida, condensada en la línea del estribillo “a mi negro lleva pal’ monte”. Frente a esta realidad denunciada, las imágenes del videoclip hacen un CsO al escapar del control, los habitantes del barrio bogotano –que por su marginación podrían ser de cualquier parte del mundo– se entregan a la errancia porque es el punto de fuga para huir del poder institucional que los distribuye en un espacio estriado. En un guiño realista y para el anecdotario, este videoclip toma como actores a gente real para realizar actos performáticos; Honder, el infante que baila bajo la mirada de la policía, es un niño de la calle que acompañó a Mano Negra en una gira por Sudamérica después de ser visto en la plaza central por Manu Chao. Cuando el cantante francés le ofrece llevarlo de gira por

Europa, Honder decide volver a las calles —a contrapelo del *happy-end* melodramático tan recurrente de nuestras sociedades mediáticas—, sólo deja para el espectador su huella mnémica en el videoclip.

Las imágenes del CsO de este videoclip de rock alternativo son cuerpos que expresan una suerte de política apuntalada en una estética de lo diverso, “[...] el exotismo no es ese estado caleidoscópico del turista y del espectador mediocre, sino la reacción viva y curiosa ante el choque de una individualidad fuerte contra una objetividad cuya distancia percibe y saborea” (Segalen, 1989:22). Lejos del discurso habitual de los políticos pragmáticos que ven la pobreza como posibilidad de transformación, el cuerpo político infantil es exhibido en su condición estética y cotidiana: ya no es más un instrumento de las acciones, sino revelador del tiempo que testifica las fatigas (el rostro del desamparo) pero también de las esperas (la sonrisa en el rostro infantil).

Los estratos orgánicos que horada el CsO de la canción de Mano Negra (ellos mismos forman un CsO dada la nacionalidad pluricultural de sus integrantes) son los de la violencia como institución que produce unos cuerpos invisibles al poder —salvo para la estadística gubernamental—, lo decible se manifiesta en el discurso de la canción, como la línea “él decide lo que va, dice lo que no será, decide quién la paga, dice quién vivirá”, mientras lo visible son las calles y la plaza pública, panóptico donde el poder vigila los cuerpos que escapan a la acumulación capitalista. El CsO visualizado en *Señor Matanza* denuncia el discurso hegemónico de la carencia como condición natural, y deriva de ahí otras intensidades, devenir y flujo de los cuerpos a la espera que también constituyen sociedades amalgamadas por la corrupción.

Meseta 2: la omnipresencia de las pantallas

Para los sujetos “conectados” nuestra época esta configurada por la cultura mediática. Las subjetividades urbanas son construidas por las experiencias representadas en las pantallas que vinculan el deseo con las imágenes de los otros en su inmediatez. La figuración audiovisual precipita las afecciones, visibiliza discursos sobre las sociedades y otorga transparencia a la vista del consumidor de imágenes. Los medios de

comunicación y sus imágenes están habitados por ensoñaciones, identificaciones catárticas, promesas de bienestar para conjurar la abyección del ostracismo, realidades siempre construidas donde el confort individual se apuntala al saberse parte de una comunidad. Las pantallas de los medios, y en particular de la televisión, son nodos de las redes corporativas; las imágenes proyectadas actúan como una suerte de educación sentimental, porque no son tanto especulares al mundo como espacios simbólicos que movilizan el sentido, al promover visiones del mundo productoras de sujetos.

En el caso de los videoclips de rock alternativo, si bien algunos son creadores de un discurso crítico que toma como referente la pantalla de televisión, otros realizan un acercamiento tangencial a la subjetividad producida por el poder, en su intento examinante terminan formando parte de los estratos que componen el organismo televisivo.

El videoclip *Secret Smile* (1998) de Semisonic elabora una construcción orgánica de la mirada en las pantallas de televisión y video. La *imagen movimiento* instaura las imágenes del órgano sensomotriz en correspondencia con algunas líneas de la letra de la canción; “nadie lo sabe pero tienes una sonrisa secreta” es *imagen-percepción* como cualidad y potencia del rostro femenino; “y la usas” es *imagen-afección* basada en la existencia; “sólo para mí” es *imagen-acción* que establece relaciones entre cuerpos. En el interior de una habitación se encuentra una pareja; el hombre –vocalista del grupo– graba con una cámara de video una chica que yace confortablemente en el piso, ella le quita la cámara para después grabarlo, juego de miradas que concluye en el retrato videogénico de ambos. La intimidad es interrumpida por reporteros de televisión, estableciendo una confrontación de causa y efecto entre la cámara casera y la cámara de televisión, que discurre imágenes de una división apenas perceptible entre lo privado y lo público.

El espectador atestigua que la pareja intenta escapar de la mirada pública de los *paparazzi* televisivos para continuar grabándose por las calles de una ciudad. Cada espacio que recorren los lleva recursivamente a los estratos del organismo televisivo; estudios de televisión en donde irrumpen las grabaciones de ciertos programas, incluso su trayecto es registrado desde un helicóptero. La pantalla de televisión termina testificando el vínculo amoroso entre ambos sujetos; pero en ningún

momento constituyen un punto de fuga para huir de las miradas de los otros. Al final del relato las acciones de causa-efecto concluyen en que la pareja es grabada por los otros integrantes del grupo.

Los estratos del organismo que modulan las imágenes del videoclip son la institución televisiva que produce una subjetividad especular y fotogénica ligada a la pose; enunciados de lo decible en alguna línea de la canción que refiere “sé que hay algo sagrado y libremente reservado y recibido sólo por mí”, establece una paradoja donde el espacio público se confunde con la intimidad en el régimen de lo visible contemporáneo. Al intentar una crítica al organismo televisivo mediante la exposición del imaginario de transparencia en tanto intimidad interrumpida, las imágenes del videoclip terminan legitimando el papel de la televisión como constructora de sujetos modelados por el control y la vigilancia, que al subordinar su movimiento al cuerpo social mediático anhelan aparecer en sus pantallas.

In Bloom (1991) de Nirvana, es otro videoclip que construye un discurso acerca del organismo televisivo. La *imagen movimiento* se constituye en una ironía del imaginario adolescente. El órgano sensomotriz realiza una representación indirecta del tiempo en función de sus tres tipos de imágenes (*percepción, afección y acción*), condensadas en el discurso de la canción y construidas según los acontecimientos referidos en la letra; “la primavera está aquí de nuevo, las glándulas reproductoras” como cualidades y potencias adolescentes; “él es el único que le gustan todas las canciones bonitas” señala su existencia afectiva y “podemos tener un poco más” como relaciones entre cuerpos.

El espacio audiovisual en el que discurren las *imágenes movimiento* es un escenario de televisión ubicado temporalmente en los albores de la década de 1960. Para ello establece una ironía reproduciendo la apariencia y poses de los grupos para adolescentes de la época, incluso el presentador del programa exhibe el lenguaje corporal convencional del *star-system* de los primeros años del organismo televisivo. De manera irónica, y mediante un montaje paralelo, *In Bloom* instaura una *imagen tiempo* al recurrir tangencialmente a uno de sus elementos, esto es, la denuncia de los tópicos; por un lado, la primera línea de la canción señala “vende a los niños por comida” como referente a la sociedad de consumo estadounidense de la posguerra, y por el otro, la

parte “maldita” de ciertos adolescentes en la frase “le gusta cantar solo y disparar su pistola”. En algunas escenas vemos al grupo con vestido de mujer, rompiendo sus instrumentos y la escenografía.

Los estratos por los que transita este videoclip son los de la institución televisiva ligada a la industria musical, que produce sujetos que consumen lo que se muestra en la pantalla; mientras lo decible son los enunciados referidos a la condición adolescente, alguna vez trágica en la línea de la canción “la fruta magullada, tierna edad en flor”, en tanto lo visible es una presentación en el estudio de televisión. Sin embargo, y a pesar del uso de la ironía, el videoclip no alcanza a emanciparse del organismo televisivo, ya que la fotogenia de los cuerpos de los músicos está en función de su eficacia para alcanzar la finalidad de su objetivo narrativo: llevar a la audiencia adolescente al paroxismo.

Pero la configuración del *cuerpo sin órganos* del dispositivo televisivo es perceptible en el videoclip *Come To Daddy* (1997) de Aphex Twin. La *imagen tiempo* configura un relato metafórico de las desviaciones del aparato televisivo. En una ciudad distópica, los edificios de arquitectura funcionalista construyen plásticamente la frialdad del acontecimiento acentuado por la tonalidad azul predominante. La *imagen tiempo* se instituye también en la coalescencia de la duración y tránsito por los espacios; el aparente real de la ciudad, y el de la telepantalla desde donde emerge el gran hermano que ordena y controla las acciones indeterminadas y dispersas de los infantes.

En el espacio vacío de la calle se advierte la figura de una anciana y su perro, observada desde la pared de un edificio donde la ubicuidad de la cámara hace las veces del personaje que mira y el espectador voyeurista. Entre la basura yace una televisión desconectada encendida por la orina del perro, y desde ahí emerge una entidad electrónica que canta con voz distorsionada “quiero tu alma, voy a comer su alma”. Al tiempo que salen niños y niñas con el rostro del vocalista de Aphex Twin; figuras errantes, que actúan como replicantes de la imagen televisiva, persiguen y espantan a la mujer y un hombre que huye aterrado al verlos. Las travesuras de los niños exhiben la fragilidad de los vínculos con el entorno que recorren, siempre ligados al ser monstruoso.

Los niños recogen la televisión para llevarla al interior del edificio, juegan y pelean entre ellos por poseer ese objeto, una suerte de disputa

por el padre simbólico. En una figuración que recuerda *Videodrome* de David Cronenberg, la entidad electrónica desborda el límite del aparato televisivo para inundar lo real y hacerse un CsO como un cuerpo indeterminado en su monstruosidad primero y en su constitución sexual después; rostro de hombre y vagina. Al final del videoclip, esta entidad se muestra como el jefe tribal de los niños replicantes, la voz distorsionada canta “ven con papito”.

El CsO de *Come To Daddy* se realiza a partir de una elaboración de los estratos del organismo televisivo; institución que produce en los sujetos réplicas de lo que aparece en las pantallas; lo decible está en los enunciados “quiero tu alma” y “ven con papito” como demanda atrayente y posesiva, visualizados en la ciudad distópica que deviene la utopía de la modernidad. La denuncia de la ortopedia social mediante el control y la vigilancia se configura como una emancipación del sentido donde se establece el esquema de respuesta esperado: no basta con decir que la televisión genera estereotipos, hay que exponer su violencia enrareciendo su vínculo de control sobre los sujetos.

El *programa* del CsO de *Come To Daddy* libera líneas de fuga que escapan de los flujos conjugados del discurso instrumentalmente pedagógico de la televisión, aquel que pretende la identificación de los espectadores con los cuerpos disciplinados en pantalla como promesa de emulación. Contra esto se efectúan desterritorializaciones maquínicas del discurso utilitarista del aparato televisivo al acentuar el lado siniestro o esa parte maldita basada en el derroche donde “[...] no se trata más que de una pérdida agradable, preferible a otra desagradable: se trata del placer, ya no de la utilidad” (Bataille, 2009:45). Más que una representación clarificada de la televisión, el relato instaura el acontecimiento como accidente, la “[...] puesta en abismo del cuerpo y de la figura, con el riesgo de una hiperviolencia” (Virilio, 2001:55). Segmento a segmento de las situaciones ópticas y sonoras, este videoclip instala una nueva tierra: trágica y abismal que se despliega en *continuum* de intensidades.

Conclusiones

Los videoclips analizados son una pequeña muestra no representativa de la relación entre arte, política y subjetividad. Además de su expresión estética y discurso crítico, “lo oscuro y lo incierto” del arte como actitud se manifiesta en las *imágenes movimiento* y las *imágenes tiempo* con que se elaboran los acontecimientos de la narrativa en el videoclip de rock alternativo. Algunas consideraciones derivadas de este análisis son:

1. La estética de los videoclips *mainstream* remite a la configuración de la forma en tanto una *teknè* basada en las posibilidades expansivas de la intervención de la imagen, mientras los videoclips de rock alternativo acentúan el contenido de la canción, que si bien no desdeñan la intervención de la imagen, ésta es el relevo del sentido político de la obra. El montaje de la imagen en sus tres variedades *percepción*, *afección* y *acción* abona a la configuración del discurso, algunas veces convencional en su relación con la *imagen movimiento*; otras veces marginal en su relación con la *imagen tiempo*.
2. Aunque en el rock se propugna su sentido crítico, es difícil escapar a los estereotipos de lo extraño como espacio de reterritorialización globalizante, esquemática, orgánica y multicultural. En nuestro corpus de videoclips observamos dos tendencias; en una prevalece una mirada colonialista donde los otros existen en cuanto funcionalidad de los fines: abordar el objeto de deseo y observar lo ajeno a través de la mirada propia. En la otra, las imágenes del organismo televisivo pretenden reflexionar sobre el registro de la condición humana, individual y colectiva, sin embargo, dada su exposición tangencialmente crítica, el relato audiovisual de la pantalla es especular de las acciones disciplinarias de los sujetos.
3. El *programa* narrativo audiovisual de algunos de los videoclips de rock alternativo fractura las relaciones de causa-efecto habituales de los videoclips *mainstream* al ahondar en una suerte de política de la diferencia con base en una denuncia de los tópicos; frente a la corrección anglosajona (*Hungry Like The Wolf*, *Hymn For The Weekend*) los desamparados pueden habitar al margen institucional (*Señor Matanza*); en oposición al placer que supone ser observado

- por el dispositivo orgánico mediático (*Secret Smile, In Bloom*) la pantalla ha de mostrar su lado siniestro (*Come To Daddy*).
4. El territorio estratificado por el poder figurado en los videoclips *mainstream*, es *desterritorializado* en sus estratos por el CsO para poblar otras tierras; al atravesar el umbral de lo orgánico, algunos videoclips de rock alternativo instauran un CsO cuya densidad semántica se encuentra en relación con nuevas modalidades políticas de representación: puntos de fuga disidentes para la creación e interpretación de un formato audiovisual.
 5. El arte de los videoclips, cuando está estrechamente vinculado con un sentido político, puede ser creador de subjetividades divergentes del discurso hegemónico, es aquí donde lo alternativo desempeña un papel relevante en la estética mediática contemporánea.

Bibliografía

- Bataille, Georges (2009). *La parte maldita*. Buenos Aires: Los Cuarenta.
- Belting, Hans (2010). *La historia del arte después de la modernidad*. México: UIA.
- (2011). *La imagen y sus historias: ensayos*. México: UIA.
- Burke, Peter (2001). *Visto y no visto, el uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona: Crítica.
- Deleuze, Gilles (2007). *Dos regímenes de locos, textos y entrevistas (1975-1995)*. Valencia: Pre-Textos.
- (2016). *Foucault*. Barcelona: Paidós.
- (1986). *La imagen tiempo, estudios sobre cine 2*. Barcelona: Paidós.
- y Félix Guattari (2012). *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Valencia: Pre-textos.
- Didi-Huberman, Georges (2012). *Arde la imagen*. México: Ediciones Vel Fundación Televisa.
- Dipaola, Esteban y Nuria Yabkowski (2008). *En tu ardor y en tu frío. Arte y política en Theodor Adorno y Gilles Deleuze*. Buenos Aires: Paidós.
- Foucault, Michel (2002). “El sujeto y el poder”, en *Vertientes contemporáneas del pensamiento francés*. México: UNAM.
- Segalen, Víctor (1989). *Ensayo sobre el exotismo, una estética de lo diverso*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Virilio, Paul (2001). *El procedimiento silencio*. Buenos Aires: Paidós.