

## UNA MIRADA FURTIVA A LA CANCIÓN POPULAR Y EL VIDEO CLIP



Javier Castaño Vera\*

---

### RESUMEN

El texto plantea que la canción, antes que “divertir”, es portadora de un mensaje y hoy en día constituye un sistema sígnico o discurso específico particular de la cultura de masas y que como tal no hace parte de la imagen del videoclip, pero éste para existir necesariamente requiere de la música y sus cantores para lograr mostrar su armonía.

Entre las conclusiones a las que llega el texto es que la radio acrecentó su sintonía al incluir como propuesta de entretenimiento las canciones populares, con temas de despecho, infidelidad, desamores, traiciones y aquellos sentimientos más flameantes del corazón.

**Palabras Claves:** cultura de masas, canción popular, videoclip.

### SUMMARY

The text states that the song rather than “fun,” carries a message and today is a sign system or particular specific discourse of mass culture and as such is not part of the video clip, but this necessarily requires for music and its singers to try to show its harmony.

One of the conclusions of the text is that the radio increased its line to include entertainment as a proposal for popular songs, with themes of despair, infidelity, indifference, treachery and those fluttering feelings of the heart.

**Key words:** mass culture, popular song, video clip.

## Introducción

En Colombia el proceso “culturista” mediatizado podríamos contextualizarlo como un hecho que surge después de los conflictos histórico/políticos de la guerra de los mil días, el desmembramiento de Panamá, la guerra fratricida entre liberales y conservadores y el Frente Nacional, estrategia donde se alternaba el gobierno del país entre uno y otro partido [1], y como un acontecimiento que se impulsa con la llegada de la Televisión al país, durante la dictadura del Teniente General Gustavo Rojas Pinilla (1953-1957).

Como indica Beatriz J. Rizk, la historia narra más de 57 años de televisión, precedidas de un gran desarrollo de la radio y acompañada del “apogeo del teatro independiente colombiano, un ejemplo de tenacidad y dedicación que bien merece un lugar destacado en la producción latinoamericana del Nuevo teatro” [2]. Proceso “culturista” en el que además de la nueva técnica mediática, involucra al “japonés Stanilavskiano Seki Sano” quien juega un papel importante en la enseñanza de teatro a personalidades que han sido claves en la TV, la radio y el teatro Colombiano: Santiago García[3], Fausto Cabrera[4] y Bernardo Romero Lozano [5], éste último dirigió “El niño del Pantano” primer teleteatro hecho en la televisión colombiana. [6]

## La radio, la canción popular y la música de carrilera

En la primera mitad del siglo pasado surge un medio electrónico que rápidamente se posicionó en el gusto de los espectadores, y desde la década de los años 40's la radio se fortalece en las grandes cadenas radiales: Caracol, RCN, Todelar, etc. y cautivan a los radioescuchas con las radionovelas, montajes melodramáticos seriados que en esa época cubrían más del 50% de la programación radiada.

La radio acrecentó su sintonía al incluir como propuesta de entretenimiento las canciones populares, música que hacía referencia al despecho, la infidelidad, los desamores, las traiciones y aquellos sentimientos más flameantes del corazón. Surgieron los grandes Disc-jockey que con su popularidad lograban posicionar en la radio un tema musical, proceso apoyado por la industria discográfica, que de esta manera acrecentaban las ventas de discos y los artistas adquirían una posición relevante dentro del imaginario del público radiofónico.

Se hace referencia de las canciones populares cuando estas se convierten en “mercancías” de fácil venta y volatilidad alta en la radiodifusión, la transmisión en medios magnéticos, la compraventa a través de la web y en aquellas que hacen parte de la industria del entretenimiento. Sin embargo es bien sabido que este género tiene una larga historia cuyo origen es difícil de precisar:

“Composiciones líricas inseparables de la poesía en la Grecia Antigua, cantos religiosos y cánticos más tarde, canciones de los trovadores y juglares entre los siglos XI y XIII, canciones polifónicas a partir del siglo XIV que se escuchaban en las cortes europeas, canciones folclóricas y panfletos de carácter político y picaresco más populares, canciones y recitativos de ópera, canciones “políticas” con la revolución francesa.

Canciones de los café- conciertos y del Music- Hall a partir del siglo XIX, canciones de Agustín Lara, Javier Solís, Los Beatles, Darío Gómez, canciones folclóricas, populares, baladas, de “intelectuales”, “protesta”, canciones poéticas, tangos, vallenatos, etc.” [7]

El termino canción [8] desde el punto de vista semántico, en ningún momento es suficiente para dar idea de la enorme variedad de “subgéneros” contenidos en esta palabra. Sin embargo, más

que una definición exacta, lo que es de interés con relación a la canción, es que siempre ha sido compuesta para decir y expresar algo, para reflejar las distintas prácticas sociales de los hombres en diferentes momentos y lugares, sus trabajos, sus labores cotidianas, sus penas, tristezas y alegrías en relación con la mujer amada, sus angustias, sus temores y esperanzas en relación con la religión, en fin, con todo lo que el sentimiento humano puede reflejar en una simple canción.

“La canción, aún con la pérdida en gran parte de estos aspectos, antes que “divertir”, es portadora de un mensaje y hoy en día constituye un sistema signico o discurso específico particular de la cultura de masas, que como toda otra creación humana ha sido afectada y en gran parte determinada por las condiciones extra discursivas en las cuales se desarrolla” [9].

Estas condiciones extra discursivas han convertido a las canciones en un referente sentimental, desprovisto de connotaciones políticas o religiosas (hacemos referencia a las canciones populares, más cercanas al posmodernismo; no a los temas de los 60's que poseían una clara tendencia de denuncia –proyectos modernistas- y aquellas cuyo referente es explícitamente religioso), aquellos temas que sólo buscan recrear, entretener y divertir. Con estas características, las canciones hacen parte de la cultura dominante, propende por la conservación del “establecimiento” y pretende ser despolitizada con el único fin de “entretener” y así confirmar su calidad de mercancía. No denuncia, no compromiso. Sólo romanticismo.

“Bajo este condicionante, la canción renunció a la calidad de su poesía, de sus expresiones, de su contenido; perdió casi totalmente sus verdaderas raíces folclóricas y su anclaje en la vida social como reflejo de un verdadero actuar de los hombres en sus medios particulares y regionales, convirtiéndose así, poco a poco, en canción de “ídolos” de producción en serie, trascendiendo barreras nacionales, e impulsada ante todo por sus posibilidades comerciales.”[10]

Pero no siempre fue así: Los primeros juglares cantaban mensajes que corrían de pueblo en pueblo, posteriormente estos juglares llevaron el canto al deseo de conquista y se fue incrustando la serenata como parte del juego amoroso, más adelante las canciones sirvieron a la lucha de clases y a la denuncia de los atropellos y las desigualdades y finalmente la música interiorizó los sentimientos, el despecho y las canciones de amor y desamor.

En términos culturales la música de carrilera surgió hacia la primera mitad del siglo pasado, cuando los campesinos arriando una recua de mulas, llegaban hasta las estaciones del ferrocarril esperando que pasara el tren que llevara su preciada carga a través de la montaña. Mientras esto ocurría ellos consumían maíz fermentado (chicha) y cantaban canciones que eran odas a la ingrata que los engañó, a la madre que murió o al amigo que los traicionó, siempre acompañados de una guitarra o un tiple (instrumento popular de cuerda afinado en la zona andina) y con ellos interpretaban ritmos como el vals, el bambuco, los corridos y las rancheras, clara influencia de la radio que imponía esos ritmos en el gusto popular.

Con el paso del tiempo y los avances en vías y transporte y la simultaneidad de la radio y la televisión, estas canciones migraron del campo a los grandes centros urbanos, alcanzando niveles de popularidad extraordinarios, gracias a la difusión generada por los discos de acetatos y las vitrolas de las cantinas. A partir de esta época se consolidó el término de música cantinera, siempre con las consabidas temáticas del despecho.

La música de carrilera también está impregnada de tragicomedia, la presencia reiterada de la muerte hace parte de este género y la opción de incluir personajes sacados de las raíces mismas del bar y la cantina, del barrio y el pueblo, del cementerio que trae recuerdos y que ya desapareció, crean frases lapidarias y llenas de emoción. El Tren máquina del progreso a máquina mortuoria [11].

Si bien es cierto que el ferrocarril fue fundamental para el desarrollo industrial y agropecuario, también se convirtió en un elemento indispensable para la revolución, específicamente en México, y en ese recorrido con las tropas, o con los campesinos que migraban a la gran ciudad, se creó una de las canciones más cercanas al romancero español: El Corrido, “una especie de poema épico cantado que tiene su auge precisamente durante los tumultuosos años de la revolución”. [12]. El estilo se desplegó por todo el sur de los Estados Unidos y se convirtió en la esencia del cine chicano-mexicano-americano, donde migro rápidamente hacia otras latitudes, especialmente en Suramérica y Colombia. Aquí es importante aclarar que con la muerte de Carlos Gardel en Medellín, la expansión del tango como canción popular entró en un letargo que fue claramente aprovechada por los corridos y, en las clases más altas.

## Canciones y videoclip

Las primeras muestras musicales que de alguna manera se podrían llamar videoclips se dieron en los años 60's, ya se implementaron las técnicas del montaje y la televisión se convirtió en el medio ideal para promocionar a los artistas y sus videos con el fin de incrementar su consumo entre los telespectadores. En 1975 se emite el primer programa dedicado a videos musicales en la BBC, y ya en 1981, se inician las emisiones del popular MTV, con lo que se consolida definitivamente la presencia del videoclip en la televisión.

A mediados de la década de los 90's y ante el auge de los videos musicales en géneros universales como el pop y el rock and roll, se inició la producción en serie de videos populares, inicialmente con la salsa, salpicado del vallenato y el tropical, y con el apoyo de los ya consolidados canales regionales de televisión, que rescataron lo provincial para afianzar raíces y generar una identidad cultural, creando una subcultura de la música de cantina, de la música de carrilera, que migró exitosamente del campo a las ciudades convirtiéndose en un fenómeno de masas mediático. Al analizar los videoclips como una expresión más de la música popular, nos encontramos con un género consolidado de la industria del entretenimiento y que bajo sus características, es casi imposible normatizarlo.

Con base en las consideraciones que los autores Rafael Ráfols y Antoni Colomer [13] en su obra “Diseño Audiovisual” (2003, pág.: 117) hacen sobre el videoclip, retomamos algunos apartes que bien pueden ilustrarnos sobre este nuevo fenómeno de masas: La canción como tal no hace parte de la imagen, del videoclip, pero éste para existir necesariamente requiere de la música y sus cantores para lograr mostrar su armonía. Las canciones evolucionan independiente de la imagen, más aún, en no pocas ocasiones, las imágenes no tiene nada que ver con las letras de las canciones e inclusive algunas veces ni siquiera el artista figura en la imagen o no parece interpretar el tema.

Es muy difícil determinar si la música a dado lugar a la imagen o viceversa, pues es su apreciación en conjunto la que valora la unidad temática imagen-sonido.

“Podemos definir el videoclip como una complicada sucesión de imágenes que acompañan a un texto y/o a una música. La suma de estos tres discursos (musical, verbal y visual) da como resultado un nuevo discurso frecuentemente polisémico. En esta combinación no siempre los contenidos visuales hallan su réplica en la banda sonora.” [14]

Pero esta característica no dificulta para nada el consumo del video clip. No busca su identidad en la coherencia semántica, sino en lo que refleja el artista en su público; las opciones de emplear conceptos y narrativas formales, siempre se verán alteradas no

solo por la poca duración del clip, sino porque hay que posicionar al artista entre sus fans, es a su público donde él se ve reflejado y es allí donde el video clip tiene su fortaleza.

El videoclip rompe con las tradicionales formas de cultura. No posee esa opción de linealidad y no exige un orden cronológico entre el desarrollo de la imagen, que puede ir yuxtapuesta de manera aleatoria y coincidir en ocasiones con el ritmo de la banda sonora, para conservar la unidad y llegar al público para el cual fue realizado.

“El videoclip transgrede las normas de la producción audiovisual, con el propósito de hacer gozar al público a través de inmersiones que tengan que ver con las emociones del espectador y la necesidad de posicionar a los artistas y al tema musical, independiente de las imágenes que lo acompañan.” [15]

La capacidad del videoclip como elemento de consumo, se debe a la dinámica del espectador de asumir los nuevos lenguajes a través de otros medios como el cine y la publicidad, pues estos ofrecen imágenes cada vez más breves, aceleración en la sucesión de planos, incorporación de efectos visuales, amplios saltos en la narración, el desarrollo enorme de las bandas sonoras que el televidente aprende sin disminuir su capacidad de comprensión del mensaje.

Esta situación se refleja claramente en la producción de los videos musicales del género: bajo presupuesto, locaciones sencillas, bares del submundo, personajes como coperas y bebedores empedernidos, caracterizados a la usanza con vestimentas comunes; y los artistas y vocalistas con vestidos de terciopelo, botonadura dorada, anillos, collares y esclavas de oro, que generan una imaginería que raya con lo fantástico, con lo mágico, donde el público ve a su artista, casi lo toca y convive con él, lo hace parte inherente y por consiguiente se apropia de su imagen, y sus canciones reflejan una vivencia única y propia. Aquí se evidencia la cultura mafiosa de manera inherente al formato, el sicariato se consolida como cultura y como diría la profesora Beatriz Rizk: “La estupidez es una dramaturgia local”.

En estas propuestas audiovisuales, observamos que el conflicto ya no está en la obra teatral, cambia aquello de la trama, el conflicto y el desenlace; y surge nuevamente la catarsis como referente que corresponde al sufrimiento del público, quien se identifica con el protagonista, llora con él, odia con él, e incluso, muere con él.

En éste punto nos atrevemos a afirmar que se construye una nueva poética y una nueva comedia, donde los contextos históricos se entraban hacia una poética desde otra perspectiva, desde la homogenización de las masas, que crean una ruptura de un teatro anterior, ligado evidentemente al convivio, para generar nuevas sensaciones desde lo invitro, lo que no cambia, que prevalece guardado en un video que a pesar del tiempo, está allí, generando sentimientos encontrados a quienes lo observan lacerantemente, a pesar del tiempo.

## Conclusiones

Tanto la canción como el videoclip hacen parte del conjunto de elementos de la cultura mediática que en el caso de Colombia se contextualiza con la incursión de la televisión al país, el desarrollo de la radio y el impulso al teatro.

La radio acrecentó su sintonía al incluir como propuesta de entretenimiento las canciones populares, música que hacía referencia al despecho, la infidelidad, los desamores, las traiciones y aquellos sentimientos más flameantes del corazón.

En términos culturales la música de carrilera surgió hacia la primera mitad del siglo pasado, cuando los campesinos arriando una recua de mulas, llegaban hasta las estaciones del ferrocarril

esperando que pasara el tren que llevara su preciada carga a través de la montaña.

A mediados de la década de los 90's y ante el auge de los videos musicales en géneros universales como el pop y el rock and roll, se inició la producción en serie de videos populares, inicialmente con la salsa, salpicado del vallenato y el tropical, y con el apoyo de los ya consolidados canales.

## Bibliografía

Aumont. J y otros. ESTÉTICA DEL CINE. Ed. Paidós Barcelona 1982

Allen, Robert. Y otro. TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA HISTORIA DEL CINE. Paidós, Barcelona 1995

Barthes, Roland: LA CÁMARA LÚCIDA, 12° edición Ed. Paidós Barcelona 1989

----- LO OBVIO Y LO OBTUSO. Ed. Paidós. Barcelona 1986

Canales M. Miguel Ángel. GUÍA PRÁCTICA DE DIRECCIÓN-PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN. Edición de los 20 años de la Asociación Colombiana de Televisión "ACOTV" 1977

Debray, Regis. VIDA Y MUERTE DE LA IMAGEN, Historia de la Mirada en Occidente Ed. Paidós Barcelona 1994

Dorfam, Ariel y Armand Mattelart: PARA LEER AL PATO DONALD. Ed. Siglo XXI Chile 1972

Dubatti. Jorge A. FILOSOFÍA DEL TEATRO 1. Convivio, experiencia, subjetividad 1ra. Edición Buenos Aires 2007

Madariaga. Luis de: DICCIONARIO FOTOGRAFÍA Y CINE. Ed. Royal Books.Madrid 1994

Mazziotti, Nora. TELENOVELA: INDUSTRIA Y PRÁCTICAS SOCIALES. Bogotá Ed. Norma 2006

Pérez Rubio. Pablo. EL CINE MELODRAMÁTICO. Ediciones Paidós, Barcelona 2004

Rafols, Rafael y Antoni Colomer. DISEÑO AUDIOVISUAL Ed. Gustavo Gili. Barcelona 2003 págs. 117-122

Rizk. Beatriz J. EL NUEVO TEATRO LATINOAMERICANO: UNA LECTURA HISTÓRICA. Library of Congress Catalog 1ra. Edition 1987 pp 119-126

-----TEATRO Y DIASPORA: Testimonios escénicos latinoamericanos. Ediciones de Gestos. Colección Historia del teatro, 7- 2002

Thomas, Florence. EL MACHO Y LA HEMBRA Reconstruidos: Ed. Universidad Nacional de Colombia, Colección Popular. 1985 pp.198

Trías, Eugenio: LO BELLO Y LO SINIESTRO. 8° edición Ed. Mondadori Barcelona 2006

Zettl, Herbert. MANUAL DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN. Thomson Editores México 2000

## Citas

[1] Rizk. Beatriz J. EL NUEVO TEATRO LATINOAMERICANO: UNA LECTURA HISTÓRICA. Library of Congress Catalog 1ra. Edition 1987 pp 119-126.

[2] Docente invitada por la Maestría en Dramaturgia y Dirección de la U de A al seminario Historia de la Dramaturgia y el Teatro en Latinoamérica. Es Senior Latino Fellow del Smithsonian Institution, Washington. D.C; dirige el Componente Educativo del Festival Internacional de Teatro Hispano de Miami; es miembro del grupo Teatro Avante y enseña en Miami-Dade College, en el programa del Teatro Prometeo. Profesora Invitada a la Maestría de Dramaturgia de la U de A (2011), radica en los Estados Unidos de Norte América. Entre sus libros se encuentran: El Nuevo Teatro Latinoamericano: Una lectura histórica (Minneapolis: Prisma Institute, 1987); Enrique Buenaventura: La dramaturgia de la creación colectiva (México: Escenología, 1991); Posmodernismo y teatro en América Latina: Teorías y prácticas en el umbral del siglo XXI (Madrid: Iberoamericana, 2001); Teatro y diáspora: Testimonios escénicos latinoamericanos (Irvine, CA: Gestos, 2002); El legado de Enrique Buenaventura (Buenos Aires: Atuel, 2008); Imaginando un Continente: Utopía, democracia y neoliberalismo en el teatro latinoamericano (I) – Primera Parte: visión general, Puerto Rico, Nicaragua y México (Lawrence, KS: LATR Books, University of Kansas, 2010) e Imaginando un Continente: Utopía, democracia y neoliberalismo en el teatro latinoamericano (II) - Segunda Parte: Colombia, Venezuela, Perú, Chile, Argentina y Bolivia (Lawrence, KS: LATR Books, University of Kansas, 2010).

[3] Actor de cine y teatro, dramaturgo, director de teatro y pintor nacido en Bogotá, en 1928. Santiago García hizo estudios de arquitectura en la Universidad Nacional, en la Escuela de Bellas Artes de París y en el Instituto Universitario de Venecia. Su entrenamiento actoral comenzó en 1957 en Bogotá, con el director japonés SekiSano; después lo continuó en la Universidad de Praga, en el Actor's Studio de Nueva York y, en 1963, en la Universidad de Teatro de las Naciones en Vincennes (Francia). García fue uno de los fundadores, en 1958, de El Búho, y posteriormente, en 1966, junto con artistas e intelectuales de la capital, fundó la Casa de la Cultura, hoy teatro La Candelaria, del que siempre ha sido director.

[4] Español, llegó a Colombia en 1945 para enseñar la llamada escuela de vivencia de Constantin Stanislavsky, con la que se han formado cientos de actores colombianos. Entre 1949 y 1953 varias fueron las entidades creadas por Cabrera, entre ellas, el Instituto de Bellas Artes de Medellín y el primer Teatro Experimental de nuestro país. Se dedicó a sacar adelante cada proyecto y simultáneamente fundó y dirigió el grupo de teatro de la Universidad Femenina de Medellín.

[5] Bernardo Romero Lozano, Director y actor de teatro vallecaucano (1909 - 1971). Autodidacta, Bernardo Romero Lozano fue orientador y pionero del radio y el teleteatro en Colombia. En 1946 Bernardo Romero Lozano fundó en Bogotá el primer grupo de teatro experimental, el grupo de la Universidad Nacional de Colombia. Fue instructor y asesor del caudillo liberal Jorge Eliécer Gaitán en materia de manejo de la voz, dirigió la primera obra que presentó la televisión: El niño del pantano.

[6] Canales M. Miguel Ángel. Guía Práctica de dirección-producción de programas de Televisión. Edición de los 20 años de la Asociación Colombiana de Televisión "ACOTV" 1977.

[7] Thomas, Florence. EL MACHO Y LA HEMBRA Reconstruidos: Ed. Universidad Nacional de Colombia, Colección Popular. 1985 pp.198.

[8] CANCION: Composición, a veces en verso, a la que se le pone música para ser cantada. Diccionario de la Real Academia Española. Ed. Santillana, 2007.

[9] Thomas, Florence. EL MACHO Y LA HEMBRA Reconstruidos: Ed. Universidad Nacional de Colombia, Colección Popular. 1985 pp.198

[10] Ídem

[11] Rizk, Beatriz J. TEATRO Y DIASPORA: Testimonios escénicos latinoamericanos. Ediciones de Gestos. Colección Historia del teatro, 7- 2002

[12] Ídem

[13] Rafael Ràfols es el responsable de grafismo de los informativos de Televisió de Catalunya y profesor de Diseño Audiovisual en la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Ramon Llull. Antoni Colomer es asesor artístico del departamento de marketing y promoción de Televisió de Catalunya e imparte clases de Diseño Audiovisual en la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Ramon Llull.

[14] Rafols, Rafael y Antoni Colomer. Diseño Audiovisual Ed. Gustavo Gili. Barcelona 2003 págs. 117-122

[15] Rafols, R. óp. Citado

**Para citar este artículo:**

**Castaño Vera, Javier (2011).**

*UNA MIRADA FURTIVA A LA CANCIÓN POPULAR  
Y EL VIDEO CLIP*

**Grupo de Investigación en Comunicación del  
Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.**

**Medellín - Colombia.**

**Año III, Número 6, ISSN 2017-1557.**