



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN**

**MÁS ALLA DE LO PERCIBIBLE: “LOS
DISCURSOS DEL CUERPO EN LOS VIDEOCLIPS”**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

**P R E S E N T A
NALLELY REYES ARRIJOA**

**ASESOR:
MTRO. FERNANDO MARTÍNEZ VÁZQUEZ**

MAYO, 2008



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIA

Dedico mi tesis a Dios por darme la fortaleza durante todo el proceso, a mis padres quienes han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante buscando siempre el mejor camino y a todas las personas que de una u otra forma formaron parte de este importante logro.

AGRADECIMIENTOS

Hoy es un día importante porque concluye un ciclo más de mi vida, por tanto no me queda más que agradecer a cada una de las personas que participaron directa e indirectamente en ello, a todas ellas que aportaron a mi vida una experiencia, un recuerdo, una enseñanza etc., gracias por haber compartido en su momento nuestras vidas.

Para empezar agradezco a Dios por permitirme llegar hasta el día de hoy con mi familia, amigos y maestros, por la vida que me dio y por acompañarme en cada instante y en cada decisión, por darme las fuerzas necesarias para seguir adelante.

A mis Padres por su apoyo y amor incondicional, por dejarme ser quien soy y estar siempre conmigo, no sólo han sido mi guía sino mis amigos, reconozco el sacrificio y el esfuerzo con el que me educaron. Gracias por la paciencia y la tolerancia que me han tenido, por enseñarme que las cosas se consiguen sólo si se trabaja en ellas.

A mis hermanos, por su lealtad y cariño, por compartir el espacio y los momentos significativos, por su apoyo y complicidad en los buenos y malos momentos, porque hemos aprendido a valorarnos y a comunicarnos, gracias por contribuir positivamente para llevar a cabo esta jornada.

A mis amigos por estar ahí siempre, por soportarme en mis peores momentos, y compartir las grandes alegrías, porque gracias a ustedes se lo que es la verdadera amistad. A los de la universidad por permitirme conocerlos y ser parte de su vida, por ayudarme y estar conmigo a lo largo de la universidad, y aún después, a los que ya no veo tan seguido pero seguimos compartiendo las buenas noticias y logros como si no pasara el tiempo. A los seres amados que me han regalado momentos inolvidables llenos de amor y comprensión.

A mis maestros por el tiempo, la dedicación y calidad humana, reconociendo sus virtudes y su enseñanza, a cada uno de ellos gracias por sus

conocimientos que marcaron y guiaron mis pasos y crecimiento profesional. En especial a Fernando por creer en mí, por su disposición, comprensión, humildad, sencillez, paciencia, pero sobre todo por su desinteresada y generosa transmisión de conocimientos y por alentarme a conseguir una más de mis metas.

A la UNAM y FES Acatlán por la oportunidad del conocimiento y aprendizaje, porque me otorgaron una visión crítica ante la vida, por permitirme ser parte de la máxima casa de estudios.

Este logro también es de ustedes.
Gracias a todos!!!
Los quiero mucho

Nallely

INDICE

Introducción	I
---------------------	----------

Capítulo 1.

1. EL CUERPO: Identidad Simbólica	1
1.1. Campo de estudio del cuerpo	2
1.2. Los medios de comunicación y las formas simbólicas	7
1.3. Enfoque de David Le Breton	10

Capítulo 2.

2. El lenguaje Audiovisual	17
2.1. El video	17
2.2. Géneros	19
2.2.1. Video ficción	19
2.2.2. Video documental	20
2.2.3. Video educativo	20
2.2.4. Video publicitario	21
2.2.5. Video científico	21
2.2.6. Videoclip	22
2.3. Contexto del Videoclip	23
2.4. Topología del videoclip	27
2.5. Artistas massmedia: Culto a la imagen corporal	30

Capítulo 3.

3. Elementos para el análisis	36
3.1. Enfoque estructural de Prieto Castillo	37
3.1.1. Plano de estructuras básicas	38
3.1.2. Plano narrativo	40
3.1.3. Plano estilístico	43
3.1.4. Plano ideológico	43
3.2. Planteamiento de Lauro Zavala	45
3.3. Procesos aplicados para la elaboración del análisis	51
3.4. Interpretaciones: Una mirada a fondo	59

Capítulo 4.

4. La sociedad del espectáculo: una visión sobre el cuerpo	71
4.1. Género y cuerpo	75
4.2. Discurso Corporal	76
4.3. Los medios y el poder	81
4.4. Un medio de expresión	83

Conclusiones	86
---------------------	-----------

Anexo	92
--------------	-----------

Bibliografía	147
---------------------	------------

INTRODUCCIÓN

Al hablar de cultura nos damos cuenta de que en cada lugar y momento histórico específicos, se dan situaciones muy distintas en las que intervienen múltiples factores, dando como resultado un universo simbólico, en el cual se sumergen todos los individuos sociales que conviven en esa comunidad.

Es decir, se forman patrones de conducta así como modelos a seguir y realidades virtuales, tal es el caso del cuerpo humano, que ha sido conceptualizado por muchas culturas de maneras diferentes, sin embargo, con la globalización este modelo ha sido homogeneizado, no importando latitudes ni altitudes; a pesar de ello, lo importante son los medios en donde se difunden tales imágenes y cómo son adoptados y usados por la sociedad. Los medios de comunicación de forma estratégica, retoman las creencias y esperanzas de los receptores para atrapar su atención, en esta ocasión nos ocuparemos de realizar un análisis estructural de los videoclips de la cantante Jennifer López, (es considerada un emblema de la mujer latina revalorizada, al mismo tiempo es un agente perturbador de los cánones estéticos y culturales estadounidenses) para conocer los discursos del cuerpo con respecto al placer, el deseo y la forma estética. Esta tesis pretende explicar el tratamiento que del cuerpo humano han hecho los medios de comunicación.

Es desde las plataformas del consumo y el entretenimiento desde donde los medios articulan con mayor eficacia y rentabilidad la cultura. Su dispositivo ha sido, irónicamente, un artefacto homogeneizador de lo latino. Algunos de sus símbolos son Ricky Martin, Jennifer López, Marc Anthony, Chayanne, Daddy Yankee son puertorriqueños. Bajo la marca global de lo latino, lo puertorriqueño se convierte en consumo cultural domesticado. La globalización de lo puertorriqueño y su conversión en mercancía latina aparentan cancelar los imaginarios incongruentes y vociferantes previos. Sin embargo, la representación de la diferencia se monta precisamente sobre la instrumentalización que realizan las industrias culturales de las afinidades y desde la revaloración del desborde corporal y la hibridez.

Los autores tomados en cuenta, son de gran utilidad para esta investigación de tipo cualitativo en la cual intervienen actores, instrumentos y expresiones, quienes forman parte de un mensaje cargado de significados, interrelacionados entre sí, intercambian significados, expresiones significativas, enunciados, símbolos, textos y artefactos de diversos tipos, realizan formas simbólicas e interacciones comunicativas.

Debido a lo anterior esta investigación será importante, porque en toda Latinoamérica y específicamente en nuestro país no se han hecho las investigaciones cualitativas suficientes sobre el cuerpo desde un enfoque social y simbólico, lo que lleva a los medios de comunicación a no saber si los productos comunicativos que difunden responden a las necesidades intelectuales, ideológicas, políticas y religiosas de las audiencias, es decir, lo que se transmite no tiene propósitos definidos y por lo tanto pueden moldear a su antojo a los espectadores aunque esto signifique un atraso cultural masificado.

Además será primordial conocer por qué el cuerpo, con sus características, es capaz de formar identidades e ideales a seguir, al grado de ver imágenes plagadas del cuerpo en cualquier producto comunicativo.

También es importante, bajo la perspectiva de las investigaciones cualitativas el comprender aspectos a fondo y no sólo numéricamente como se realiza en las investigaciones de tipo cuantitativo. Además de manejar una perspectiva más amplia sobre lo que queremos analizar.

A lo largo de cuatro capítulos nos iremos adentrando en el complejo mundo de los medios de comunicación específicamente en los videoclips, y en el manejo del cuerpo, ya que no se trata de simples imágenes presentadas al azar, sino que conllevan un gran entramado de significaciones y representaciones que dan cuenta de la lógica en la cual se mueven los medios de difusión masiva en nuestros días y nos daremos cuenta que no son las sociedades las que cambian a fondo, sino los medios y los dueños de

estos, que se manejan con respecto a una línea comercial y de control, más allá que artística y educativa.

En el capítulo I se expone el Marco Teórico, ya que es elemental contar con bases epistémicas y teóricas para realizar un trabajo serio que aporte las herramientas necesarias para el tratamiento del objeto de estudio. Se realizará en forma de estado de la cuestión, para saber desde qué enfoques se ha abordado y cuáles son las líneas que aún no se han explorado. Se trata así mismo de una discusión acerca de cómo la sociedad y la cultura dan forma a los cuerpos, se presentan conceptos generales que permiten el estudio de las concepciones del cuerpo humano. Las formaciones culturales que dan sentido al cuerpo humano nos hablan de la manera en que se organizan y adquieren sentido las experiencias individuales, en que se encausan, se expresan y se solucionan las tensiones vitales, desde aquellas que nos parecen de poca importancia a las que marcan de forma decisiva el destino del individuo.

En el capítulo II se muestra la situación actual de los videoclips, así como los géneros y la tipología, además se presenta el contexto en el que aparece la cantante Jennifer López, esta información se encuentra contenida en el Marco Contextual. En una sociedad donde el cambio es lo común, dejan de existir modelos, escuelas y teorías. Si bien lo postmoderno propone una unión de estilos, en sí mismo sigue revalorizando las diferencias, sigue despartando los fragmentos para encontrar sus influencias. Eso debería ser algo superado; porque aunque las modas vuelvan, al regresar se han transformado, se han nutrido de otros elementos que las hacen únicas en ese momento histórico. A los videos se les suele ubicar como postmodernos, porque elaboran un concepto o estética general a partir de la unión de recursos. Pero en su evolución, el video ha retomado diversas tendencias para su construcción, deconstrucción y reconstrucción; por lo que no pertenece exclusivamente a un solo movimiento.

Ahora bien, en el capítulo III, se plantea la metodología, así como el análisis de los tres videoclips, en el cual nos encontramos con realidades e ideales representadas en

torno al cuerpo, en la que predominan conceptos tan subjetivos como la belleza y la libertad, además de una lógica individualista y perfeccionista con la cual se mueve gran parte de nuestra sociedad actual.

Posteriormente se presenta el capítulo IV, el cual es un análisis a nivel global de los resultados obtenidos en el apartado anterior, en donde se retoman conceptos teóricos y contextuales relacionados directamente con el objeto de estudio.

Con respecto a los motivos que mueven esta investigación a nivel comunicativo se puede mencionar que en nuestra sociedad existen distintas interacciones en donde se producen y reproducen creencias, valores y realidades sociales representadas en forma de estructuras que no están a la vista dentro de productos comunicativos que son susceptibles de ser estudiados ya que se transmiten a grandes masas que consumen los productos comunicativos.

Los medios de comunicación masiva son la plataforma en donde se desarrollan estos fragmentos de la realidad que muchas veces están condicionadas por las relaciones de poder y dominación. De este modo se forman modelos o estándares, que se convierten en el ideal de muchas personas a seguir, por lo cual, esta investigación puede ser abordada por la comunicación, ya que tanto los productos que se crean como los medios en que se reproducen son aptos para ser estudiados.

Se analizarán los videoclips, porque son formas simbólicas, que tienen un significado para la gente que los consume, éstos comunican algo, por medio de la relación que existe entre sus componentes, además forman ideologías entre las personas y crean identidades, estas identidades individuales y grupales se van tejiendo en procesos complejos, en que los estilos culturales van aportando rasgos de identidades a los jóvenes y les permiten tomar posición y ubicarse en el mundo de mayor alcance.

Esta tesis es una invitación más que a leer a interpretar la información contenida.

CAPITULO 1

1.-EL CUERPO: Identidad Simbólica

En este apartado se presentan los fundamentos teóricos para el análisis del objeto de estudio, se eligió como posible referencia algunas investigaciones previas que han abordado la materia a través de una mirada socio-cultural, las cuales no se realizan desde un enfoque comunicativo que implique observar diversos tipos de interacción a través de lenguajes o códigos formados a partir del cuerpo, sin embargo proporcionan un panorama general de la materia abordada en esta investigación.

A continuación se exponen algunos trabajos que tienen como referente al cuerpo y su impactado en fenómenos socioculturales.

El cuerpo ha sido el tema de estudios, debates, e indagaciones generalmente de tipo fisiológico, pero recientemente esto ha cambiado, gracias a sociólogos y antropólogos, que lo han tomado como símbolo cultural, lleno de significados, puesto que las desigualdades corporales son construidas socialmente, son contingentes y reversibles, y no vienen dadas por el poder determinante del cuerpo biológico.

De esta forma se puede apreciar que el cuerpo más que ser una máquina, es un medio por el cual se transmiten signos, valores y significantes, al grado de utilizarlo como una mercancía, se ha transformado en un bien de uso y consumo; sobre él recaen expresiones simbólicas y figurativas de la perfección y la felicidad. Este interés comunicativo por crear ficciones de la corporeidad sigue en muchos casos una lógica de mercado que precisamente altera la experiencia que el individuo posee de su propia corporeidad, y fomenta en él miedo, incertidumbre y angustia como reacciones emocionales que le inducen a la práctica de un comportamiento consumista en busca de un ideal corpóreo.

Y en este papel del cuerpo como mercancía, los medios de comunicación son los encargados de producir y transmitir productos comunicativos, como los videoclips, la

Publicidad, programas dedicados al embellecimiento, dedicados a difundir ideologías, situaciones, fuera de lo real.

Por las razones anteriores surge la inquietud de conocer más, sobre el cuerpo, por lo que en este apartado se expondrán los estudios que se han elaborado, así como los conceptos teóricos que dan sustento a ésta investigación. La presente investigación se interesa por hacer un análisis estructural de los videoclips para conocer los discursos del cuerpo desde el punto de vista del placer, el deseo y la forma estética.

1.1. Campo de estudio del cuerpo

Los estudios sobre el cuerpo no son nuevos, puesto que se pueden encontrar investigaciones desde distintos enfoques, uno de ellos el biológico donde “era visto como un todo. Una estructura orgánica donde cada unidad del complejo sistema tiene una misión claramente diferenciada. Era también una parcela donde las cosas pasan como mero fruto de la más estricta regla de probabilidad y utilidad. La mano, el pie o el brazo son componentes de una estructura. Cada uno tiene sus funciones bien determinadas. Forma y cualidades están sometidas al máximo rigor adaptativo del ambiente, poniendo de manifiesto el gran potencial de la productividad orgánica. La constitución corporal responde a una descripción anatómica funcional con el fin de localizar el conflicto sobre lo normal y lo patológico en torno a un diagnóstico objetivo”.¹ Se estudia para conocer su funcionamiento, con fines meramente médicos.

Por otro lado el campo de estudio de la sociología del cuerpo es la corporeidad humana como fenómeno social y cultural, materia de símbolo y objeto de representaciones y los imaginarios. Las acciones que tejen la trama de la vida cotidiana, desde las más banales e inadvertidas hasta las que se producen en la escena pública, implican la intervención de la corporeidad. El cuerpo, moldeado por el contexto social y

¹ CRESTELO Daniel. La geopolítica del cuerpo: La visión del cuerpo respecto de los distintos sexos y su construcción en función de los discursos legitimados. Pág. 2.

cultural en el que se sumerge el actor, es ese vector semántico por medio del cual se construye la evidencia de la relación con el mundo.

Son pocos los estudios que han trabajado en el enfoque sociológico del cuerpo, una de las que han indagado sobre este tema es la Maestra Joanne Entwistle², puesto que rescata las teorías que afectan al papel y la función de la moda en la sociedad moderna, y examina la parte esencial que ésta desempeña en la formación de la identidad contemporánea mediante la confluencia del cuerpo, el género y la sexualidad.

Además muestra cómo la comprensión de la moda y el vestir requiere entender los significados que ha adquirido el cuerpo en nuestra cultura, puesto que es al cuerpo a quien va dirigida la moda y el que se viste para casi todos los acontecimientos sociales. También discute que, mientras la moda hace referencia a un sistema específico de vestir que se originó en Occidente, todas las culturas “visten” al cuerpo y hacen de ello una característica esencial dentro del orden social.

" Vestirse es una práctica constante, que requiere conocimiento, técnicas y habilidades: desde aprender a atarse los cordones de los zapatos o abrocharse los botones de pequeño, hasta comprender los colores, las texturas y las telas y cómo combinarlas, para que se adecuen a nuestros cuerpos y a nuestras vidas".³ Sabe decirnos, como la indumentaria es el complemento más efectivo que acompaña a la cultura, sin caer en vanidades, tan sencillos, como distraer la visión en el arte o en las colecciones de diseños. Sin olvidar que las representaciones de la pintura, la escultura o la fotografía corresponden a las modas dominantes.

Lo mismo que el responsable de una tendencia mide su impacto en el estado de ánimo y en el gusto para que cause éxito, la autora delimita las esencias sin descuidar el cuerpo y aunando moda y corporeidad en el complejo social en el que actúan.

² ENTWISTLE. Joanne. "El cuerpo y la moda: una visión sociológica". Barcelona. 2002.

³ Ibid. Pág. 115

Analiza la trayectoria que va del cuerpo a la indumentaria, traduciendo la moda en práctica diaria a lo largo de las crónicas de identidad, de género y de sexualidad; fetichismo⁴ y adornos que siglo a siglo, década a década, temporada a temporada, plasman la exposición del cuerpo. Expresada por las diferencias entre las clases sociales en controvertidas teorías diacrónicas⁵.

Ve como el sistema de la moda establece parámetros en torno al vestir, una gramática y un vocabulario que hacen que teóricamente sea más amplia su comunicación oral, incluyendo el peinado, la postura o la forma de andar.

Son las modas quienes nos pone en contacto con la experiencia corporal y el uso de la ropa como medio por el cual los individuos se orientan al mundo social, siempre mediatizadas por distintos factores: clase, etnia, edad, ocupación, ingresos y físico, vinculados sin duda a reglas y códigos impuestos. Y cómo aquellos que se saltan esas convenciones y no llevan las prendas apropiadas son considerados subversivos.

En esta visión sociológica se ha sabido recoger la importancia de la indumentaria y del cuerpo, que las obras de historia, estudios culturales, la psicología y otros autores han pasado por alto, concluyendo con un amplio enfoque sobre el futuro de la industria textil.

Pero el cuerpo también ha sido abordado, desde el campo de la comunicación, como fuente de expresión y significación, específicamente desde de la danza⁶, se ve a ésta como un fenómeno comunicativo, en donde el cuerpo es la forma expresiva para dar a conocer el mensaje, la danza se vale del él para transmitir mensajes, es la sustancia expresiva, por medio del movimiento, por medio del artista, quien interpreta los deseos del autor y transmite al público a través de éste, y sus movimientos el mensaje junto con todos los elementos de la puesta en escena.

⁴ Idolatría, veneración excesiva, es decir es una desviación sexual que consiste en fijar alguna parte del cuerpo humano o alguna prenda relacionada con él como objeto de la excitación y el deseo..

⁵ Teorías que han ocurrido a lo largo del tiempo, es decir históricamente.

⁶ CARRERA Servin Claudia. "La danza es comunicación" UNAM.1993

Es decir se estudia al cuerpo como generador de significados, por medio del cual se puede comunicar un sentimiento, ya sea felicidad, tristeza, enojo, situaciones, de amor, desamor, a través del baile. Así mismo el comportamiento cotidiano del hombre se manifiesta a través de actos socializados, que generalmente tienen una intencionalidad comunicativa, estos son utilizados en la danza como materia del contenido coreográfico, aprovechando el significado que se le otorga socialmente.

Por tanto el cuerpo juega un papel importante en las sociedades actuales, como generador de significaciones, pero también como parte de nuestra propia identidad, al punto de que los individuos lleguen a percibirse como seres corpóreos únicamente, y esto se debe a la era de la posmodernidad⁷, en donde el individuo es el rey y maneja su existencia como mejor le parezca, vive lleno de apatía, indiferencia, deserción, le importa lucir bien, se encuentra un nuevo estado de la cultura caracterizado por el agotamiento y derrumbe de lo que ha significado la vanguardia durante el último siglo.

El conjunto de estos fenómenos se debe a un mismo factor: el individualismo, es el nuevo estado histórico propio de las sociedades democráticas avanzadas, que define precisamente a la posmodernidad, vivimos para nosotros mismos sin preocuparnos por las tradiciones o posteridad, es así como se olvidan los valores. Es una estrategia narcisista de supervivencia del individuo, se explica dado el clima de pesimismo y catástrofe inminente, tratando de preservar así la salud física y psicológica. Aparece entonces como síntoma social el narcisismo colectivo instalándose a nivel masivo una apatía frívola.⁸ El hombre habita en el cuerpo, se muestra, se realiza y se vivencia a través de este, el cual es un receptáculo supraorgánico de sensaciones, valores, virtudes y cualidades estéticas, morales, comunicativas y simbólicas que sobrepasan y trascienden la cartografía anatómico-morfológica que lo distingue y define sus contornos en tanto entidad física.

El cuerpo es un “objeto”, algo que podemos manejar para alcanzar una ilusión, que podemos moldear a nuestro antojo. Sin embargo la realidad es bien distinta. La

⁷ LIPOVETSKY Gilles. *La era del vacío, Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Anagrama. Barcelona.

⁸ Ibid. Pág. 51

idea de que el gobierno de nuestro cuerpo es posible si lo sometemos a estrictos controles de calidad, a rígidas dietas, a continuos esfuerzos físicos, a intervenciones quirúrgicas de toda índole, no es sino la consecuencia de un mercado que se ha movilizadado para crear verdaderas empresas de la ilusión. Desde esta perspectiva se corporeiza incluso el espacio con un afán mercantilista.

En todas las épocas se han generalizado cualidades y valores estéticos, la cultura les ha dado un sentido propio, en cambio, ahora, más que en cualquier otra época la comercialización del cuerpo les ha provisto de un poder coactivo. Ese “poder” que proviene de las imágenes y de los mensajes publicitarios destruye las posibilidades ciertas de la autorrealización personal a través de una vivencia de lo corpóreo sujeta a la naturaleza dada de las cosas, y no tanto a lo que “debería” o “podría ser”. La acción de ese poder coactivo es todavía más perversa ya que adormece nuestro dominio sobre el cuerpo, nos hace seres decididamente externos, que han perdido un cierto sentido de propiedad.

Estamos orientados hacia algo fundamentalmente externo, una figuración de la perfección, de la belleza, de la salud y del bienestar creado con el afán de mediatizar nuestras vidas convirtiendo esa referencia identitaria que es nuestro cuerpo, en un objeto de veneración ajeno y extraño. El “buen cuerpo” es un valor alcanzable, que podemos obtener y que nos hará sentir mejor, más saludables y adquirir un mayor prestigio social, este mensaje nos llega gracias a los medios de comunicación, que son los encargados de difundir ideologías, y llegan a trascender en el ámbito social de los individuos, pero ¿ Por qué utilizar al cuerpo para dar a conocer esos mensaje?, ¿Cuáles son los discursos que se utilizan? por tanto, en el siguiente apartado se explicará el papel de los medios de comunicación conforme a la producción y transmisión de productos comunicativos.

1.2. Los medios de comunicación y las formas simbólicas.

La música desempeña un papel importante en todas las sociedades y existe en una gran cantidad de estilos, característicos de diferentes regiones geográficas o épocas históricas. Por lo que la presente investigación se interesa por hacer un análisis acerca de los videoclips musicales, para conocer los discursos del cuerpo.

La concepción Estructural de la Cultura, estudia los fenómenos culturales, en éste caso la música, que se producen en la vida diaria de un individuo pueden entenderse como formas simbólicas en contextos estructurados y aquí la comunicación masiva juega un papel importante ya que es la encargada de la producción y la transmisión de éstas, y cómo forma simbólica se entiende desde un gesto, práctica social, hasta una película, cualquier cosa que tenga la intención de transmitir algún significado, por ejemplo los videoclips. Es decir, son representaciones de la realidad, se trata de símbolos y consignas, costumbres y tradiciones que se mueven o contienen a la gente que la impulsan o la limitan.

Ahora bien, las formas simbólicas, poseen ciertos aspectos, necesarios para captar su constitución significativa, éstos son el intencional, se refiere a que son producidas, construidas o empleadas por un sujeto capaz de actuar de manera intencional; el convencional, se refiere a que la producción, la construcción o el empleo de las formas simbólicas, así como su interpretación por parte de los sujetos que las reciben, son procesos que implican típicamente la aplicación de reglas, códigos o convenciones de diversos tipos; lo estructural las formas simbólicas son construcciones que presentan una estructura articulada, se componen de elementos que guardan relaciones entre sí; lo referencial, las formas simbólicas son construcciones que representan, se refieren y dicen algo acerca de algo; y el contextual se refiere a que las formas simbólicas se insertan siempre en contextos y procesos sociohistóricos

específicos, por medio de los cuales se producen y reciben. Es necesario conocer todos estos aspectos, para poder dar una significación.

No obstante, Thompson⁹ habla de la contextualización de las formas simbólicas, la inserción de ellas en los contextos sociales implica que, además de ser expresiones de un sujeto, estas formas son producidas generalmente por agentes situados en un contexto sociohistórico específico y dotados de recursos y habilidades de diversos tipos; las formas simbólicas son por lo regular recibidas e interpretadas por individuos que se sitúan también en contextos sociohistóricos específicos y que están en posesión de diversos tipos de recursos.¹⁰ Por eso es necesario conocer el contexto sociohistórico en que se producen.

Por otro lado, la producción y la circulación de las formas simbólicas en las sociedades modernas son inseparables de las actividades de las industrias de los medios. El papel de las instituciones de los medios es fundamental, y sus productos son rasgos tan penetrantes en la vida cotidiana, que es difícil imaginarse en un mundo sin libros, sin radio, televisión y sin otros incontables medios a través de los cuales las formas simbólicas no son rutinarias y continuamente presentadas.¹¹

Gran parte de la información y entretenimiento que recibimos y consumimos es *un producto* de una institución específica, es el resultado de los mecanismos y criterios característicos de estas instituciones. Estos componentes y juicios operan como filtros para la selección, producción y difusión de artículos de información y entretenimiento; éstos contribuyen a establecer lo que podría describirse como *la producción selectiva de formas culturales*.

Cuando elaboran productos para los medios, el personal de instituciones toma las formas de cultura y comunicación cotidianas y las incorpora en los productos de los

⁹ THOMPSON, Jhon B. "Ideología y cultura moderna." Teoría crítica en la era de la comunicación de masas. Segunda edición. Universidad Autónoma Metropolitana. México. 1998. Pág. 185

¹⁰ Ibid., Pág. 203

¹¹ Ibid. Pág. 241

medios y reproduciendo así, de manera selectiva y creativa, las formas culturales de la vida cotidiana. La selectividad y la creatividad, es decir, las operaciones que caracterizan las instituciones de los medios, implican tanto una *extracción selectiva* de los contenidos de las formas culturales y de comunicación cotidiana como una *extensión creativa* de estas formas. Esto involucra tanto la producción y reproducción como la repetición y la creatividad. Por ejemplo los videoclips generalmente presentan situaciones que se dan en la vida cotidiana, bueno, esto puede variar según la letra y la intención con la que es creado.

En relación a estos aspectos las formas culturales de las sociedades modernas están mediadas por los mecanismos y las instituciones de la comunicación masiva. Los mensajes que promueven los medios de comunicación masiva se convierten en mercancías, es decir, se constituyen como objetos intercambiados en un mercado, como bienes simbólicos. Y uno de ellos son los videoclips, que forman parte de los productos que promueven los medios de comunicación.

La comunicación de masas es ciertamente una cuestión de tecnología y de poderos mecanismos de producción y transmisión, pero también es una cuestión de formas simbólicas, de expresiones significativas de diversos tipos, que son producidas, transmitidas y recibidas por un conducto de las tecnologías desplegadas por las industrias de los medios.¹²

Es decir, las industrias culturales han trastocado las condiciones de elaboración y de circulación de todas las formas de expresión cultural, hasta el punto en que el mercado de bienes culturales se apropia del hombre y éste no puede vivir de espaldas a ese mercado. Así, las industrias culturales, cada vez más, producen, además de objetos, estrategias para la creación de aquellos patrones matriciales¹³ de elaboración de símbolos y arquetipos¹⁴ culturales.

¹² Ibid. Pág. 185

¹³ Fundamentales

¹⁴ Representación que se considera modelo de cualquier manifestación de la realidad.

Ahora bien, las formas simbólicas son expresiones de un sujeto para otro (o algunos). Es decir, son producidas, construidas o empleadas por una persona que, al producirlas o emplearlas, persigue ciertos objetivos o propósitos y busca expresar por sí mismo lo que <<quiere decir>>, o se propone, con y mediante las formas producidas.¹⁵ Al mencionar esto, es importante conocer con que intención se producen estas formas simbólicas, por tanto se desea conocer cuáles son los discursos del cuerpo que aparecen en los videoclips de la cantante Jennifer López, por lo que es necesario analizar el concepto del cuerpo.

1.3. Enfoque de David Le Breton.

***“El cuerpo no es una frontera, un átomo,
sino el elemento indiscernible de un conjunto simbólico”
(David Le Breton)***

En la forma como una cultura construye su noción de cuerpo, se cifra una forma simbólica esencial de entender la realidad. En la modernidad, el cuerpo es construido desde diversos niveles. “En la Edad Media y el Renacimiento, lo corporal se relaciona fuertemente con las festividades populares, y las culturas rurales, y una noción de un cuerpo que se identifica con la naturaleza. Pero luego, surge otra forma de la corporalidad relacionada con su reducción a objeto de investigación (Vesalio), a un opuesto de la mente (Descartes), o un instancia construida y controlada por fuerzas panópticas (Foucault).”¹⁶

El sociólogo y antropólogo David Le Breton estudia la constitución de lo corporal en la modernidad y traza diferencias con el cuerpo en las culturas antiguas y campesinas que se presenta bajo la categoría de "cuerpo cósmico", un cuerpo relacionado con las "participaciones místicas" del mundo, con el carnaval y las fiestas

¹⁵ Ibid., Pág. 206

¹⁶ LE BRETON, David. “Antropología del cuerpo y modernidad” Ediciones Nueva Visión. Buenos Aires 1995.

populares, la magia y la brujería en el Renacimiento. Mediante esta experiencia de su corporalidad, el ser humano se funde e identifica con las fuerzas visibles e invisibles que recorren la naturaleza.

Es decir, en el júbilo del Carnaval, los cuerpos se entremezclan sin distinciones, participan de un estado común: el de la comunidad llevado a su incandescencia. No hay nada más extraño a estas fiestas que la idea de espectáculo, de distanciamiento y de apropiación por medio de la mirada. En el fervor de la calle y de la plaza pública es imposible apartarse, cada hombre participa de la efusión colectiva, de la barahúnda¹⁷ confusa que se burla de los usos y de las cosas de la religión. Los principios más sagrados son tomados en solfa por los bufones, los locos, los reyes del Carnaval; las parodias, las risas, estallan, por doquier. El Carnaval instituye la regla de la transgresión, lleva a los hombres a una liberación de las pulsiones habitualmente reprimidas.

Por el contrario, las fiestas oficiales instituidas por las capas dirigentes no se alejan de las convenciones habituales, no ofrecen un escape hacia un mundo de fusiones. Están basadas en la separación, jerarquizan a los sujetos, consagran los valores religiosos y sociales y, de este modo, afirman el germen de la individualización de los hombres. El Carnaval absuelve y confunde; la fiesta oficial fija y distingue.

En efecto, el cuerpo se revela de modo destacado en cada sociedad y época como el territorio íntimo/público central de configuración de la identidad, el escenario cultural privilegiado para la expresión de las nociones de persona, individuo y sociedad, y el campo donde se libran batallas decisivas respecto al bienestar, diferenciación y normalización de los actores sociales en sus distintos y lejanos contextos. El cuerpo es ante todo un operador fundamental de prácticas y usos complejos, contenedor de experiencia y memoria cultural. Los patrones mentales de uso del cuerpo, engendran imágenes mentales e inculcan cualidades morales. Nuestros cuerpos son sistemas

¹⁷ Es decir del ruido, del desorden, del alboroto.

abiertos que se prolongan al exterior y que permiten la inclusión de elementos ajenos que los modifican.

Con lo anterior se puede ver que la concepción del cuerpo ha cambiado conforme los contextos sociohistóricos en los que se inserta, ahora bien el cuerpo moderno, según David Le Breton, implica la ruptura del sujeto con los otros (una estructura social de tipo individualista), con el cosmos (las materias primas que componen el cuerpo no encuentran ninguna correspondencia en otra parte), consigo mismo (poseer un cuerpo más que ser un cuerpo). Es el resultado de un retroceso de las tradiciones populares y de la llegada del individualismo, marca la frontera y entre un individuo y otro, el repliegue del sujeto sobre sí mismo. Los ideales de igualdad y universalidad quedaron en el olvido. Los hombres buscan destacarse, sobresalir por sobre el resto. La individualidad es el ideal que se fomenta.

El autor muestra que la noción misma del cuerpo es una invención de las sociedades industriales; su universalización es el resultado de su imposición mediante el sistema colonialista y la expansión del capitalismo.

Además, el hombre concreto desarrolla su vida con todos los aspectos de su individualidad, pone en juego sus sentidos, intelecto, habilidades, sentimientos, pasiones, ideologías que expresan la especificidad de lo humano en un despliegue heterogéneo. Y como bien lo plantea Lipovetsky¹⁸, en la sociedad postmoderna reina la indiferencia de masa, sentimiento de reiteración y estancamiento, autonomía privada, innovación superficial y el futuro no se considera o asimila; esta sociedad quiere vivir aquí y ahora. No tiene ídolo ni tabú, estamos regidos por un vacío, que no comporta, ni tragedia, ni apocalipsis.

En consecuencia, aparece el valor narcisista como manifestación del proceso de personalización, se pasa de un individualismo limitado al individualismo total. “También se puede decir que es una era de “deslizamiento” donde no hay una base sólida ni un

¹⁸ LIPOVETSKY Gilles. *La era del vacío, Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Anagrama. Barcelona.

anclaje emocional estable; todo se desliza en una indiferencia relajada. El narcisismo es inseparable de un entusiasmo por relacionarse con el otro como lo demuestra el aumento de asociaciones como grupos de asistencia y ayuda mutua".¹⁹

Puesto que, lo que es modelo de belleza hoy, no lo era hace unas décadas. Baste hacer un estudio exploratorio sobre cine a lo largo del siglo pasado para observar los diferentes patrones de belleza en mujeres que se han construido, si fuéramos admiradas por tener cuellos redondos como las mujeres de principios de siglo y pudiéramos tener abdómenes abultados y caderas regordetas, miles de mujeres no estarían vomitando ahora.

Por tanto las figuras que aparecen en las películas y programas de televisión se transforman en puntos de referencia comunes para millones de individuos, que tal vez nunca interactúen entre si, pero que comparten, en virtud de su participación en una cultura mediatizada, una experiencia común, se trata de la instauración de un ideal estético corporal que lanza mensajes para ser cumplidos por hombre y mujeres, de tal manera que cualquier entidad humana alcanza su significación en la escena social, en la medida en que encarne un cuerpo tal como lo definen los cánones estéticos instalados por los medios de comunicación; hoy tenemos acceso a toda clase de información que nos muestra esta multiplicidad del cuerpo, que está saturado de sentidos, de significados y que nos vemos impulsados a representar y que ejerce un poder unas veces seductor y otras coercitivo que nos insta a asumir nuestros cuerpos en determinadas direcciones.

Hoy por hoy, el ideal de belleza femenina es del orden de la delgadez. Estamos atravesados por mensajes, imágenes y discursos donde las exigencias estéticas tienen a la delgadez como epicentro y esto se manifiesta muchas veces en forma compulsiva y aun a costa de la propia salud. Más allá de cualquier corriente de "moda", se registra ante nuestros ojos una sobrevalorización de lo "corporal" en detrimento de otras

¹⁹ Ibid. Pág.52

cualidades de lo humano. Esta jerarquización del cuerpo y de su imagen responde a estructuras económicas y sociales.

En consecuencia, la belleza se ha vuelto un instrumento descartable que puede ser deseado en tiempo real y también un factor de homogeneización de los cuerpos, aunque más no sea a través de la imagen: las (artificialmente) bellas son todas iguales. Labios, pómulos, caras de catálogo convierten a la belleza en una convención en donde la sociedad hegemónica se pone de acuerdo sobre que rasgos físicos merecen admiración y copia.

En esta época como en ninguna otra, lo corporal tiene un rango alto en la valoración social y subjetiva. Estas concepciones sobre el cuerpo se instalan en la sociedad integrando el imaginario colectivo que se va constituyendo a partir de discursos, prácticas sociales y valores. El hombre al otorgar sentido a sus actos va constituyendo la "realidad", al mismo tiempo que construye su singularidad. El imaginario colectivo es un dispositivo que produce materialidad, efectos concretos sobre los sujetos y sobre las relaciones de los sujetos con el mundo, se va conformando a partir de las coincidencias valorativas de las personas y cobra forma propia, se convierte en un proceso sin sujeto, adquiere independencia respecto de los otros.²⁰

Así mismo, los sentimientos, las emociones y la experiencia pasan a un segundo plano. Los ideales modernos son prácticamente desplazados. El cuerpo implantado por los medios de comunicación se convierte en una mercancía que todos desean adquirir, a cualquier precio. La razón queda relegada gracias a la adoración de los cuerpos.

Por tanto, las modernas técnicas audiovisuales, utilizadas para potenciar la visibilidad, la cercanía y la creación de un efecto de simultaneidad nos someten a una visión fragmentada en la que el efecto de estética²¹ se experimenta en muchas

²⁰ LE BRETON. *El Sentido del cuerpo*. www.tendencias21.net.

²¹ Está relacionada con la esencia y la percepción de la belleza y la fealdad, el término estética deriva de la palabra griega *aisthesis*, que significa sensación, conocimiento obtenido a través de la experiencia sensible. Sin embargo, hoy en día se refiere a una rama de la filosofía que se ocupa de analizar y resolver todas aquellas cuestiones relativas a la belleza y al arte en general.

ocasiones. Que hablan a un nuevo hombre hedonista, con capacidad adquisitiva y preocupada por su imagen unido a una extraña sensación de desasosiego ante la presentida inhumanidad de esa marea de cuerpos sin rostro y rostros sin cuerpo que pueblan los videoclips y los anuncios publicitarios.

Por otro lado, la construcción del cuerpo en términos de representación simbólica es una cuestión lingüística que comprende diferentes aportaciones de los distintos discursos mayoritarios, que miden sus fuerzas en función de un estatus de poder. Esta lucha discursiva hace que los medios de comunicación de masas, irrumpen en la vida cotidiana de las sociedades actuales.

Así mismo los discursos pretenden estructurar nuestros deseos²². La eficacia de estos métodos depende de ligar los intereses ideológicos a las pulsiones inconscientes del sujeto y facilitar una forma de canalización de la vida mental, capaz de descargar una acción motriz voluntaria. La traba con la que se encuentran estas ligaduras ideológicas y pulsionales es la censura psíquica del sujeto.

Por tanto, el mejor ejemplo de la utilización del cuerpo como objeto del deseo y placer²³, son los videoclips, debido que es un medio ardiente que vierte todas aquellas imágenes, pero que además busca espacios de existencia. La finalidad del video es proporcionar sentido a través de imágenes móviles, es un intérprete de sueños individuales y de las necesidades colectivas y por lo tanto un generador de formas inéditas de creación.

El videoclip, un tipo de producción audiovisual con un objetivo de promoción musical. Como técnica publicitaria, puede añadir significado a través de su configuración audiovisual a los productos musicales que acompaña. Además, sus procesos de producción y el resultado material final se encuentran limitados por las condiciones y lógicas del contexto

²² Es un un sentimiento que exige la intervención de la voluntad para dirigir la acción hacia la posesión, conocimiento o disfrute de algo. Se trata, pues, de un impulso asociado a la idea de un objetivo.

²³ Tipo de experiencia primaria de carácter agradable, producto de una satisfacción real o anticipada de una necesidad, para los hedonistas, el objeto del comportamiento humano es alcanzar el placer, en términos subjetivos y personales, el placer puede ser sensual, espiritual, físico, intelectual, entre otros.

industrial en el que se produce. Es una combinación o mezcla de música, imagen (imagen móvil y notaciones gráficas) y lenguaje verbal (y excepcionalmente otras materias audiovisuales: ruido, silencio y diálogos). La idea de la que parte un clip se basa en asociar unas imágenes a una música siempre preexistente, anterior. Pero este punto se abordará a grandes rasgos en el siguiente capítulo.

Después de lo dicho anteriormente se puede afirmar que el cuerpo es apto para ser estudiado desde un enfoque sociológico, puesto que es donde se alojan códigos sociales y culturales, además de ser el representante del simbolismo general de cada cultura, de esta manera se puede obtener una reflexión sobre la percepción del cuerpo en las sociedades occidentales actuales. Los modelos publicitarios dibujan un estereotipo capaz de crear una emulación social, “parecerse a”, “ser como”, son expresiones de la búsqueda de una apariencia, de un cuerpo diferente acorde con los referentes culturales en uso. El hedonismo constituye una nueva forma de altruismo donde lo que se pretende es marcar la separación entre la persona y su cuerpo. El cuerpo es cuidado y entretenido como una máquina para conservar su vitalidad. El tiempo libre del que disponen las personas amplifica tanto sus ocupaciones egocéntricas en cuanto a su cuerpo como sus preocupaciones relativas a su equilibrio mental.

Hay que practicar deportes según lo marca la moda del momento: golf, tenis, spinning, pilates etc. Ya que el entretenimiento del cuerpo tiene sus códigos valorizados socialmente. La divinización del cuerpo joven, atlético y sano es la respuesta de una sociedad que valora la presentación de sí. Pero en estas mismas sociedades industrializadas los individuos que no logran cubrir con estas expectativas sociales somatizan sus frustraciones. Por tanto se puede afirmar que el cuerpo se vuelve imagen de la sociedad mediante el proceso histórico de materialización de valores y deificación de las relaciones sociales. Dividido en individuo y cuerpo, el hombre moderno vive una esquizofrenia que tiende a hundirlo en la imposibilidad de ser lo que verdaderamente es.

Las imágenes de los medios refuerzan un ideal calificándolo dicotómicamente de aceptable o inaceptable: Lo gordo/lo flaco, lo bello/lo feo, lo que está a la moda y lo que no lo está, adecuado y lo que no lo es, lo femenino y lo masculino, etcétera, y esto incide frecuentemente en la autoestima.

CAPÍTULO 2

2. LENGUAJE AUDIOVISUAL

Para conocer ampliamente el objeto de estudio es necesario explicar cada uno de los elementos que lo componen así como su contexto, por tal motivo en éste apartado se expondrá a grandes rasgos el surgimiento y las características del videoclip, además su relación con las industrias culturales y con el cuerpo.

Si existe en nuestro tiempo un medio que, por su desarrollo tecnológico y su multiplicidad de usos, significa una perspectiva de cambio y una posibilidad innovadora de lo popular y lo masivo, ése es el video, un instrumento de dominación de los intereses mercantiles para controlar las relaciones productivas y comunicacionales entre las clases sociales, y experiencias de educación y comunicación que no sólo se han apropiado de una tecnología sino, que empiezan a generar nuevos usos y prácticas sociales en una perspectiva de cambio de nuestras realidades.

2.1. El video

Desde sus inicios el video ha estado asociado a las técnicas desarrolladas por los medios que lo antecedieron, el cine aportó a éste una rica herencia conceptual y estética que hoy refleja la búsqueda por renovar las posibilidades expresivas de lo audiovisual, y la necesidad de rescatar la vivencial memoria colectiva, la televisión, desde siempre ha compartido con el video adelantos y revoluciones tecnológicas asumiendo el televisor como terminal único de sus productos y con ello una forma de relación entre lo común con los públicos. El video ha logrado aproximar la producción y el lenguaje del cine y la televisión colocándose entre ambos y consolidando un lenguaje común: audiovisual¹.

¹ El término audiovisual significa la integración e interrelación plena entre lo auditivo y lo visual para producir una nueva realidad o lenguaje. La percepción es simultánea. Se crean así nuevas realidades sensoriales mediante mecanismos como la armonía (a cada sonido le corresponde una imagen), complementariedad (lo que no aporta uno lo aporta el otro).

En el nivel de la percepción y recepción, hay un punto de encuentro donde los tres medios comparten lo audiovisual y trabajan con un público que ha sido condicionado por lo masivo, que está acostumbrado a cierto ritmo y cadencias de planos, que asume la naturaleza analógica de la imagen y que busca cotidianamente entretenimiento de lo que ve. En este punto de la contradicción, donde lo masivo articula otro discurso con lo que construye lo popular, en ese espacio que proyecta el imaginario y la socialización del que mira en el espectáculo de las imágenes; en ese lugar del entrecruzamiento de lo real y la “otra realidad”, es donde se instala el video para abrir las posibilidades de trabajar con y desde las culturas.²

De ese modo, la pluralidad y multiplicidad de experiencias es justamente la característica y esencia principal del desarrollo del video. Esta variedad, ha posibilitado la creación de nuevos espacios de producción, difusión y reflexión en torno a éste y a los procesos que se articulan con él y ha generado, una diversidad temática, narrativa y expresiva. También ha creado prácticas y usos sociales diferentes y alternativas a la lógica de producción industrial, que viene incidiendo y transformando las relaciones económicas y sociales, al tiempo que redefine significativamente los mecanismos de percepción, mediación social y poder.

Pero el video es más que narrar historias, expresa estados de ánimo, alucinaciones, sueños, conceptos, y sentimientos que provocan al espectador. Su lenguaje se da en una lógica de liberación y con la imaginación como facultad de deformar las imágenes. Es un medio de comunicación electrónico con una gran potencialidad masiva y de convocatoria, la más valiosa premisa del video, dentro de la comunicación es que a partir de una visión personal o con una iniciativa particular, se puede mostrar o propagar por todo el mundo sin necesidad de estar restringido al núcleo comercial. El video lleva muy pocos años de penetración social, pero ya ha conseguido instalarse en diversidad de campos y ha alcanzado identidad propia, una

² GUTIÉRREZ Mario. “Video, tecnología y comunicación popular”. Perú 1989. Pág. 12

autonomía respecto de los medios con los que estaba vinculado: la televisión y el cine.³ Como se mencionó en el capítulo anterior, las formas simbólicas son cualquier cosa que tenga la intención de transmitir algún significado, por tanto el video, es una de ellas, debido a las características anteriormente presentadas.

El video se caracteriza por ser específico, gracias a esto es un medio de comunicación directa con amplias posibilidades de emitir mensajes a diferentes grupos: trabajadores, investigadores, artistas, campesinos, etc., sus temáticas son diversas por lo tanto existen varios tipos de videos, clasificados por géneros.

2.2. Géneros

Todos los videos poseen ciertas particularidades en su construcción artística y narrativa, lo que hace posible clasificarlas dentro de algún género. Los géneros constituyen tradiciones temáticas consolidadas, la formalización de éstos no afecta sólo los temas y las figuras representadas, sino también los modos de presentarlos. Tal vez sea atrevido establecer categorías, incluso implicaría limitarlo y no reconocer su carácter libre y variado, pero para los fines de esta investigación es necesario mencionarlos y abordar más a fondo él de los videos musicales. Existen varios géneros pero aquí se expondrán los más comunes, entre ellos:

2.2.1. Video ficción

Se le puede definir como una narración en la que se describen los hechos y situaciones plausibles de realizarse, pero sustentadas en acontecimientos y personajes irreales. En el material de ficción se desarrolla una historia a través de una narración. Pueden ser temas originales, adaptaciones o estar basado en hechos reales adaptados a la pantalla. Los fundamentos del video ficción se encuentran sustentados en la tradición del cine que parte de dos factores elementales: una historia y un argumento.

³CEBRIAN Herreros Mariano. "El video en expansión". Comunicación social, 1989- Tendencias, Fundesco, Madrid. Pág. 147

Es uno de los géneros más llamativos, tanto para productores como espectadores, debido a que el contar historias es una tradición que ha sobrevivido por siglos, lo que brinda importantes expectativas a este tipo de género.

2.2.2. Video documental

Ha seguido una línea similar a la del documental cinematográfico y televisivo, pero además ha desarrollado otras modalidades específicas y diferentes a éstos. El video es usado ahora precisamente como soporte de difusión de los documentales producidos por los medios de comunicación con unos catálogos copiosos en el mercado.

Desde los primeros años de desarrollo del video documental, se constituyó en un género profusamente empleado por diversos grupos sociales como recurso de denuncia y protesta dentro de las corrientes de búsqueda de alternativas comunicativas y de contra-información. Pero por la absorción desnaturalizada a determinadas modalidades y programas televisivos que trataban de impulsar otro enfoque de la realidad informativa, disminuyó su actividad inicial y ha incrementado su presencia en otras manifestaciones vinculadas con aspectos antropológicos y culturales⁴.

2.2.3. Video educativo

En este campo el video se emplea para diversas modalidades y funciones en la enseñanza curricular, ocupacional y profesional. Se utiliza para el adiestramiento de habilidades, adquisición, organización y estructuración del conocimiento, fomento y estímulo del desarrollo de la imaginación, refuerzo o cambio de actividades. Y dentro de ellas, en algunos casos, como complemento. Es empleado como recurso para introducir en las aulas información sobre el propio entorno, que de otra manera no estaría presente en el análisis pedagógico de la realidad, cumple una función referencial de la realidad.

⁴ CEBRIAN Herreros Mariano. "Géneros informativos. Audiovisuales, radio, TV. Periodismo gráfico, video. Madrid. 1998. Pág. 362

2.2.4 .Video publicitario

En el ámbito de la publicidad el video es empleado como recurso informativo, como soporte para otras funciones, como sistema de producción y como lenguaje con tratamiento específico. En la mayoría de estos casos sus contenidos se sitúan entre la dimensión informativa y la intención persuasiva como, en general, toda comunicación publicitaria. Prolifera en cantidades de manifestaciones, el spot, el publrreportaje y la promoción en ferias de productos y servicios.

El video publicitario se encamina a una mayor capacidad de síntesis para armonizar las realidades, por muy extrañas y sorprendentes que parezcan; a una creatividad e imaginación perfectamente integradas y adaptadas a la promoción persuasiva; a una mayor importancia de la estética y de lo artístico, y sobre todo a un desarrollo de connotaciones con los mitos de cada grupo social al que se destina el producto; mundos exóticos, cargados de erotismo y juegos de luces y sombras.

Es un campo videográfico sometido a multitud por las normas publicitarias y de defensa informativa de los destinatarios; reglas propias de la publicidad o de los medios para su ubicación dentro de las emisiones televisivas.

2.2.5. Video científico

Se trata de una modalidad videográfica que por su contenido y realización despiertan interés no solo entre los destinatarios directos, científicos e investigadores, sino también entre el público en general. Se refiere a cualquiera de las áreas del conocimiento científico, técnico, médico e incluso humanístico y social, siempre que haya un trabajo metodología e investigación de rigurosidad científica. Ha supuesto una herramienta de trabajo de gran avance para aquellos campos en los que se producen riesgos para la salud, higiene y seguridad de los propios investigadores; el video

permite observar con detalle el desarrollo de un experimento, seguimiento de procesos radiológicos, archivo de unas imágenes para su posterior análisis.

Es un video incluso de éxito comercial en las televisiones, aunque está poco explotado. Con frecuencia sigue excesivamente restringido a las aulas universitarias, laboratorios de investigación y exhibición de congresos y festivales⁵.

2.2.6. Videoclip

Es un campo en el que confluyen dos formas expresivas: la música en su variedad de géneros y manifestaciones y el video como una nueva expresión para la presentación. Hoy se halla en plena expansión y mucho más en el futuro, el tratamiento informativo de registro en vivo de conciertos y actividades de los cantantes solistas y de conjunto de apoyo mutuo entre artistas y realizadores de video. Se construyen relatos fuertemente apoyados en la representación y espectáculo que ofrecen los intérpretes.

Dentro de este tratamiento empiezan a generarse algunas variantes, como la grabación en estudios de canciones, presentaciones y comentarios para determinados fines. Ha surgido otro género de tratamiento informativo de la música. Es la difusión de las novedades musicales mediante la emisión televisiva durante las 24 horas de los videoclips⁶, unas narraciones estructuradas según el ritmo musical y de corta duración, con imágenes relacionadas directamente o sólo asociadas imaginativamente al contenido de la canción.

Como se expuso anteriormente, existen diversos géneros de video, para fines de ésta investigación se abordará a profundidad el de los videoclips, para conocer en que momento surgió, su finalidad, así como su uso.

⁵ Ibid. Pág.369

⁶ DURA Raúl. "Los videoclips: precedentes, orígenes y características". Universidad Politécnica de Valencia, 1988.

2.3. Contexto del Videoclip

Una simple lista de predecesores sería útil para ilustrar la historia del videoclip musical, pero no explicarían adecuadamente los procedimientos y mecanismos económicos, sociales y culturales que determinaron su necesidad, su posterior desarrollo como formato y su evolución en su amplio contexto económico e industrial. Una arqueología detallada del vídeo musical nos debería permitir percibirlos como algo más que perfectos productos terminados hacia los que sus inmediatos precursores formales aspiraron, es decir, también como estrategias de marketing dentro de una amplia economía de consumo cultural, en permanente relación con otros textos y con las condiciones sociales y económicas del contexto en que surgieron.

El videoclip nació en los años setenta, en una sociedad, la occidental, que había superado las secuelas de la Segunda Guerra Mundial: la producción industrial crecía a un ritmo adecuado, impulsada por un desarrollo tecnológico sin precedentes en la historia. Los fabricantes debían dar salida a sus productos, lo que potenció el desarrollo de las técnicas publicitarias y promocionales más sofisticadas (relaciones públicas, marketing, comunicación empresarial, estudios de mercado, etc.). Incentivar la compra de todo tipo de productos (incluso los más innecesarios) era el objetivo máximo. Además, como consecuencia del mayor rendimiento en la fabricación de productos, las jornadas laborales tendieron a la disminución, por lo que el tiempo aumentó, en general, para los miembros de todas las clases sociales. Este mayor tiempo de ocio se comenzó a ocupar de consumo cultural.

El aumento de la natalidad y el ensanchamiento de las franjas de edad, consecuencia de una demora considerable del momento en que se comenzaba a trabajar, convirtió a la juventud en un sector de población en alza. Además, los jóvenes

tenían más dinero para gastar y más tiempo libre y, rápidamente, se convirtieron en los más codiciados consumidores potenciales de las industrias culturales del momento.

Por todo ello, la industria discográfica advirtió el peso de este sector de población, al que conocía bien; sabía que sus principales entretenimientos (casi sus profesores) eran, por un lado, la música rock y, por otro, las diversas manifestaciones culturales de vanguardia, y audiovisuales (cine, televisión, cómic).

El contexto de salida del video musical estuvo vinculado con el movimiento británico de la Nueva Ola, un giro de 180 grados en un panorama musical dominado por el punk, el naciente heavy metal y la música disco. Esta diversificación de tendencias intensificó la idea (que provocó y alimentó Elvis) de que la estrella de rock ya no era sólo una voz y un estilo peculiar de música, sino que era necesaria, además una imagen propia gracias a su promoción en múltiples medios de comunicación. Ello fortaleció el surgimiento del videoclip.

Fue entonces, cuando presenciamos el nacimiento de un nuevo lenguaje dentro de los medios de comunicación, una expresión que ha configurando con el paso de los años, que ha crecido dentro del terreno que lo vio nacer el audiovisual, pero que a pesar de compartir elementos con otras expresiones como el teatro, el cine, la música y la televisión, ha adoptado sus propias características al grado de proponer nuevas maneras de escuchar de ver y de pensar. Es un fenómeno que ha evolucionado la manera en que el espectador se hace participe de lo que observa, que le exige un nuevo tipo de concentración, de abandono y a la vez de búsqueda, un idioma que pide al público entendimiento para poder recogerlo, el idioma del videoclip.

La rápida extensión de los medios trastocó el modo en que los sentidos se imbricaban entre sí. El predominio absoluto de lo visual era relevado, cada vez más por una confluencia de sonidos imágenes y sensaciones táctiles, aparecía una nueva forma de entender y disfrutar la cultura.

Así poco a poco fue desarrollándose la industria de los videoclips, en la década de los ochenta, después de probar con la inclusión de vídeos en un programa semanal en la cadena Nickelodeon (un canal infantil), *Popclips*, y verificar el beneplácito del público, los ejecutivos de la WASEC (Warner Amex Satellite Entertainment Company) concibieron la primera estación de vídeos musicales durante las veinticuatro horas del día. La MTV (Music Televisión) inauguró su emisión el 1 de agosto de 1981, con unos cuatro millones de suscriptores iniciales⁷.

Los videoclips producidos durante los ochenta se llenaron de colorido, efectos electrónicos y pop: se desenvolvían en escenografías simples con colores pastel y revelaban los escasos recursos con los que se realizaban, aunque también los geniales artistas que los concebían. En verdad, el trabajo de los directores se apreciaba más bien poco, hasta que MTV comienza a insertar los créditos del director en la emisión del vídeo junto con el usual nombre del grupo, la canción y el disco.

Por tanto el videoclip surge como una respuesta a distintas necesidades musicales, que van desde la económica hasta el interés estético y que al irse desarrollando ha rebasado expectativas con las que en un principio surgió, hasta convertirse en un lenguaje particular. Desde entonces, cada lanzamiento de un nuevo trabajo discográfico va precedido de un corto-vídeo (de al menos veinte minutos de metraje y dirigido por los más excelentes realizadores), donde la estrella reaparece con una imagen renovada, ante la ansiosa mirada de fan y espectadores de todo el mundo. Sus vídeos resultan lo más audaz del formato y constituyen una pauta y orientación creativa para directores, cantantes y todos los agentes de la industria de la música en la introducción de efectos especiales.

Desde ese momento, el videoclip aseguró la captación de la audiencia juvenil. No sólo la televisión recurre a su emisión para satisfacer a esta clientela. En muchos

⁷ BERRIO Ángel. "Videoclip musical: desarrollo industrial y últimas tendencias internacionales". *Ciencias Sociales Online*, Marzo 2006, Vol. III, No. 1 (47 - 57). Universidad de Viña del Mar - Chile

locales públicos (bares, discotecas) es frecuente encontrar monitores que difunden vídeos musicales, lo que llegó a su culminación a mediados de los años ochenta.

Los videoclips con su impactante éxito, demuestran ser eficaces indicadores de las mutaciones del entorno. En ellos se reflejan las informaciones precisas respecto a las modas predominantes en cada momento. Es en la televisión, las revistas y las discotecas, donde se buscan las pautas a seguir, las premisas de la tan deseada integración ventajosa en las tareas fundamentales de la sociedad. Para acceder al triunfo social necesitan llegar a ser realmente competitivos. En una sociedad que no se caracteriza por la fijeza sino por la mudanza, la competencia viene dada por la capacidad de adaptarse a cada nueva fase del desarrollo social⁸.

Es así como, la llegada de los años 90, trajo consigo numerosos movimientos musicales. Esto provocó una lucha por ganar adeptos a cada género, y transformó al videoclip en un arma publicitaria de eficacia creciente, más agresivo y fascinante. De esta forma, cada vez resulta mayor la especialización por géneros o tipos de música. Hip-hop, funky, new age, rock alternativo, rock duro, pop y otros, disponen de manera diferenciada sus puestas en escena en formato clip, atendiendo a las expectativas de su público objetivo.

En una época en la que se produce tanta música y la oferta es tan masiva, es necesario clarificar en cada momento quién ofrece el producto que se comercializa. Para la conveniente publicación de los discos resulta imprescindible que el presunto comprador sea capaz de identificar a los intérpretes de cada canción, así como propiciar la asociación de la carátula del disco con la imagen promocional del video, y así lograr una identificación entre el artista y el comprador.

En tanto el videoclip es un formato auspiciado por una industria como la discográfica que mueve al año millones de dólares, se evidencia el peligro de manipulación ideológica: creación de tendencias musicales, endiosamiento de los músicos e intérpretes, importancia

⁸ DURA Raúl. "Los videoclips: precedentes, orígenes y características". Universidad Politécnica de Valencia, 1988. Pág. 82-83

de la estética, sobrevaloración de la forma y exilio del contenido. Nos encontramos ante un objeto o mercancía fabricado por un determinado tipo de industrias, denominadas industrias culturales o industrias de la cultura, de formas simbólicas, en éste caso los videoclips, que gracias a los intereses económicos de ellas, adquieren un valor económico, por tanto se vuelven un bien consumible.

La aparición de las industrias culturales hizo posible el concepto de cultura de masas y de medios de comunicación masivos: productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebida para un trabajo creativo, organizada por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social.

En el caso del videoclip, las industrias implicadas son la discográfica, la de producción audiovisual y la televisiva, que conforman el producto en todas sus fases de producción, realización y distribución.

2.4. Topología del videoclip

Los videoclips musicales pueden clasificarse tres tipos de atendiendo a su mayor o menor interés por el desarrollo de programas narrativos:

a) *Narrativo*: en los que pueden vislumbrarse un programa narrativo. Algunos poseen desarrollos muy convencionales: a veces el cantante es el protagonista de la historia, mientras canta o baila. Esto ya ocurría en un precedente claro del clip: la película musical *Qué noche la de aquel día* (*A Hard Days Night*, Richard Lester, 1964) de The Beatles. Estos microrrelatos suelen poseer las características propias de un film: marcadas elipsis, flujo continuo y transición transparente entre imágenes; raccord; fundido a negro como elemento de puntuación espacio-temporal o separador de bloques. Pero todo sin olvidar la deuda del videoclip con las vanguardias artísticas: junto a estos elementos se produce la ruptura de los tradicionales parámetros espacio-temporales, para intentar negar la convencionalidad de la narración.

b) *Descriptivo*: no albergan ningún programa narrativo en sus imágenes, sino que basan su discurso visual en unos códigos de realización y de reiteración músico visual bajo la forma de seducción. Este se materializa en una situación de actuación o performance del grupo/cantante que fija su mirada hacia la cámara para determinar esa relación dual-fática propia de este mecanismo.

c) *Descriptivo narrativo*: es una mezcla de los dos anteriores. En ellos suele existir un nivel diegético, de la historia, y otro nivel en el que se representa al cantante o grupo musical en situación de actuación, en modos variados de escenario. Este es el tipo de videoclip que suele elegirse cuando se desea representar algún tipo de argumento temporal con un desarrollo narrativo reducido.

Esta clasificación puede completarse con la siguiente, mucho más habitual en la terminología y tradición crítica –no únicamente semiótica- sobre el videoclip musical:

a) *Dramático o narrativo*: aquellos en los que se presenta una secuencia de eventos donde se narra una historia bajo la estructura dramática clásica, en los cuales la relación de la imagen con la música puede ser lineal (la imagen repite punto por punto la letra de la canción), de adaptación (se estructura una trama paralela y a partir de una canción) y de superposición (se cuenta una historia que puede funcionar independientemente de la canción aún cuando en conjunto provoque un significado cerrado).

b) *Musical o performance*: la banda icónica únicamente es testigo del hecho musical, ya sea el concierto o estudio, o bien consiste en una ilustración estética de la melodía, con lo que únicamente adquiere un carácter escenográfico sin hacer referencia a nada más. La meta es crear cierto sentido de una experiencia en concierto. Los vídeos orientados al *performance* indican al espectador que la grabación de la música es el elemento más significativo.

c) *Conceptual*: se apoyan sobre forma poética, sobre todo la metáfora. No cuentan una historia de manera lineal, lo que hacen es crear cierto ambiente o estética de tipo abstracto o surrealista. Puede ser una secuencia de imágenes con un concepto en común en colores o formas que unidos por la música forman un cuadro semiótico que expresa el sentir de la música, no precisamente la letra de la canción. Tanto los vídeos *performances* como los conceptuales pueden considerarse una especie de subclasificación de los descriptivos.

d) *Mixto*: es una combinación de alguna de las clasificaciones anteriores.⁹

El videoclip no emplea habitualmente el mecanismo narrativo, optando primordialmente por el mecanismo descriptivo seductor, más útil para sus fines comerciales.

En una sociedad donde prima lo audiovisual, la promoción musical sólo es posible en la medida en que el comprador potencial pueda identificar la voz del cantante, su forma de vestir, su gestualidad, los ambientes de los que gusta rodearse. Resulta difícilmente imaginable que alguien adquiriera un disco sin tener referencias icónicas de los intérpretes. En última instancia el videoclip supone una descarga mayor de información icónico-auditiva que facilita al posible comprador su elección.

Los clips poseen ciertas características, una de ellas es que la imagen es creada respecto a la música a modo de relevo. En el momento en que la canción ha sido grabada y elegida, se empieza a pensar en cómo construir una banda icónica que les sea idónea y potenciar su atractivo. La canción no sólo marca la duración del clip, sino también su ritmo. Cada imagen debe adaptarse a los dictados del fragmento que le corresponde en la banda sonora y al ritmo general de la canción.

El videoclip aparece como un modelo conductual para muchos jóvenes actuales, en tanto observan en él a sus cantantes, en un contexto general de velocidad, movimiento, *look* y postmodernidad llevados a su extremo. “El videoclip musical no

⁹ SEDAÑO. Ana María. Narración y descripción en el videoclip musical. Revista Razón y Palabra. N° 56.

hace sino encarnar el punto extremo de esa cultura de lo express. (...) Se trata de sobreexcitar el desfile de imágenes y cambiar, cada vez más rápido y cada vez con más imprevisibilidad (...) nos hallamos ante los índices de I.P.M. (ideas por minuto) y ante la seducción-segundo (...). El clip representa la expresión última de la creación publicitaria y de su culto a lo superficial”¹⁰

Por eso que el videoclip pone en escena al cantante con el contexto de la canción, presenta lugares, situaciones e ideologías, llenos de deseos ocultos y fascinación estética, es decir en el clip el producto anunciado se asocia a ideas, entornos, objetos, valores, portadores de prestigio. A partir de esta premisa se organiza la transferencia del deseo. Al aumentar la relevancia del entorno se particularizan las características de cada artista. Ya no se crean documentos sino ambientes.

Como un dios, el cantante tiene el poder de aparecer en cualquier momento sin necesidad de justificar de modo alguno su presencia. Puede estar en todos los sitios al mismo tiempo, hacer varias cosas simultáneamente e interpretar varios papeles en la misma escena. Puede cantar o callarse, actuar o simplemente presenciar. Puede transgredir las normas narrativas tradicionales empezando una historia que no acabara o acabando otra que nunca empezó. En definitiva, lo puede todo sin justificar nada. Sin interprete no hay espectáculo, él es el núcleo sobre el que se genera toda creación.

2.5. Artistas massmedia: Culto a la imagen corporal

Y es precisamente el espectáculo, él que rige los modos de producción actualmente, puesto que los medios de comunicación son los encargados de producir y transmitir todo aquello que se pueda vender, sin importar lo que se deba o no mostrar en los bienes consumibles, esto ha dado un papel primordial a la exposición del cuerpo como objeto. Las actividades corporales de todo tipo se han convertido en objetivos

¹⁰ LIPOVESTKY. Gilles. “El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas” Anagrama, Barcelona. Pág. 240.

fundamentales en la vida de muchas personas y nuestra educación tiende a modelar nuestro cuerpo y adecuarlo a las exigencias y normativas de la sociedad en la que vivimos, teniendo el cuerpo una función relevante como mediador cultural.

Así, las últimas décadas del siglo XX y comienzos del siglo XXI se han caracterizado por un culto total al cuerpo: el cuerpo se ha convertido para todos en algo a reivindicar, a mostrar, algo que cuidamos con esmero, un objetivo más en sí mismo, que centra muchas de nuestras actividades cotidianas, el cuerpo se haya convertido en un objeto de deseo. La centralidad del cuerpo se refleja específicamente en los espacios sociales como los medios de comunicación, protagonistas absolutos de la sociedad del consumo. Aunque los cuerpo mediáticos no se acostumbren a ser los de la vida cotidiana, sino que aparezcan investidos de determinados elementos, como la juventud, la belleza, la seducción, etc. Por tanto el cuerpo deviene como un instrumento de poder, una forma efectiva de control social.

El cuerpo es moldeado y construido conforme a las exigencias y normativas de la sociedad en la que vivimos, pero el aprendizaje y los usos del cuerpo y de la imagen corporal¹¹, no es igual en los distintos colectivos humanos. Existe una serie de factores como son el sexo, el género, la edad, la clase social, la cultura, la religión, la actividad, entre otros, que introducen diferencias importantes en el aprendizaje de las técnicas corporales. El cuerpo mediático es también vehículo de símbolos y valores como la libertad, la solidaridad, el poder de emociones, como la ternura, la amistad, el sufrimiento, el miedo, el placer.

En sociedades como en la nuestra, los medios de comunicación nos presentan ideales corporales mostrando artistas, cantantes, actrices, comentaristas, deportistas, entre otros, que se vuelven un ideal social estandarizado, para ser consumido, y esto se logra con ayuda de la cirugía estética, el maquillaje, el cuidado de la apariencia y todo lo que esto conlleva, el control del cuerpo depende de las dietas, el ejercicio físico y un tratamiento concreto de la sexualidad, se convierte en un control social muy eficaz

¹¹ Estructura simbólica en la que la cultura recrea los mensajes centrales para que el sujeto pertenezca a determinada cultura.

donde circulan aspectos sociales, externos, individuales e internos: las personas son reguladas desde fuera, pero ellas mismas se convierten en protagonistas directas de este control, por tanto su vida se estructura en gran manera alrededor del eje de consumo o bien del control del cuerpo.

Existen actualmente una cantidad de estrellas lanzadas y promovidas por los medios de comunicación, por la industria del entretenimiento, ellas utilizan su cuerpo, como un arma infalible para conseguir éxito y reconocimiento, se pueden mencionar varios nombres, sin embargo, para fines de esta investigación se abordará sólo una de ellas, la cantante Jennifer López, de ascendencia puertorriqueña, nacida en el barrio neoyorquino del “*Bronx*” en 1970, se ha erigido como una de las actrices mejor pagada de *Hollywood* y una estrella de la música *pop*. Aparece en el mercado musical en la década de los noventa, cuando comienza la nueva onda cultural latina, su música es la combinación de diversos géneros, que aprendió desde niña absorbió todas las distintas culturas que la rodeaban. Caminando por las calles del Bronx rumbo a su escuela parroquial católica y sus clases de baile, López podía escuchar los ritmos del rap y hip-hop. Luego en su casa escuchaba a sus padres disfrutar de los discos de Celia Cruz y Tito Puente. También recibió gran inspiración de legendarias cantantes como Barbara Streisand, Diana Ross y Bette Midler. 'El latin soul que yo hago no es más que una mezcla de rhythm and blues con el hip hop que oía en mi barrio, el pop de la cultura americana y la salsa y el merengue que escuchaba en casa'¹².

Desde su espectacular actuación en la película *Selena*, en la que recreaba a una cantante de “*Tex -mex*”, la actriz comenzó a ganar popularidad¹³. Jennifer López optaba por defender su latinidad por razones fundamentalmente estratégicas. Para una boricua, es mucho más conveniente identificarse como «latina» en la esfera pública nacional, ya que los puertorriqueños tienen menos influencia institucional y población general en EU que los mexicanos, incluso en la ciudad capital de la industria del

¹² Revista Hola disponible en: <http://www.hola.com/biografias/jennifer-lopez/>

¹³ La cinta se estrenó el [21 de marzo](#) de [1997](#). Por su actuación ganó un millón de [dólares](#), convirtiéndose en la actriz latina mejor pagada hasta aquel entonces. Su trabajo en *Selena* obtuvo críticas positivas, obteniendo así una nominación al [Golden Globe](#) por *Mejor Actriz* en [1998](#).

entretenimiento, Hollywood. Esto no quiere decir que los puertorriqueños, los cubanos o los dominicanos renuncien completamente a sus ambiciones etno-nacionalistas, pero sí indica que su latinidad, aunque no sea «genuina», tiene algo de materialidad.

Sin embargo, Jennifer López, una actriz que no participa en escenas desnuda y nunca ha posado para Playboy, o revistas de su clase, es considerada un símbolo sexual, gracias a su belleza física y cuerpo voluptuoso, “Jennifer es una mujer que ha luchado para erradicar el estereotipo de la mujer puertorriqueña en Hollywood siempre descalzas, viviendo en la pobreza y comportándose de manera muy poco civilizada. “Rita Moreno objetó durante años por haberse visto relegada a papeles denigrantes, vistiendo con trapos viejos. Ahora Jennifer López ha puesto énfasis demostrando que las latinas pueden ser hermosas y elegantes, así como sumamente exitosas, sin tener que comprometer o dar excusas por su herencia étnica”¹⁴.

Ahora, ha entrado en el santuario de las divas de Hollywood y aunque asegura que disfruta haciendo películas, confiesa que cantar y bailar siempre ha sido su vocación. Sin embargo, no lo ha tenido nada fácil. *'Ser mujer y además latina es, desafortunadamente, en este mundo en que vivimos, como recibir dos golpes directos. Al ser mujer latina todo resulta un poco más difícil, pero eso no quiere decir que no puedas conseguir lo que te propones'*.¹⁵ López parece haberlo logrado, aunque no posea características similares a las divas de Hollywood y contemporáneas como es el caso de Penélope Cruz, Jennifer Aniston o Angelina Jolie.

Influyente y popular en Estados Unidos, gracias a su atractivo físico el cual califica un legado cultural, y talento artístico, es la representante de toda una cultura, "Pienso que los hispanos dicen: 'Ella es nuestra, anda por el mundo, pero nos pertenece'. Y así es. Soy de la comunidad latina y, sí, les pertenezco a ellos"¹⁶

¹⁴ Diario El heraldo de Puerto Rico. "El perfil de Jennifer López" Septiembre 2000.

¹⁵ Revista Hola disponible en: <http://www.hola.com/biografias/jennifer-lopez/>

¹⁶ ROJAS. Ronny. "Un paquete completísimo". Periódico Al Día. 2006

Su cuerpo se convirtió en un objeto emblemático para imponer el gusto latino: las caderas y glúteos de dimensiones latinas, símbolo sexual y supuesta manifestación de una dieta nada anglo-protestante, entraron a los cánones de belleza estadounidenses y ahora definen el gusto. La puerta del mercado es una de las rutas culturales que los latinos han explotando.

El 1 de junio de 1999 lanzó su primer disco trabajando con Emilio Stephan, Rodney Jerkins y Sean "Puffy" Combs, de música popular con ritmos latinos y de rhythm & blues, rap y jazz llamado *On the Six*,¹⁷ eso la llevó a otro nivel del estrellato, convirtiéndose en un símbolo sexual, gracias en gran parte a los sensuales videos de música que se produjeron para apoyar las ventas del disco. Se desprendieron éxitos como *If you had my love*, *Waiting for tonight*¹⁸, temas musicales referentes al amor y desamor, su primer disco produjo ventas mundiales alrededor de 11,500, 000. Los productores pretendían que escribiera algunas de las letras del álbum pero ella creyó no estar suficientemente preparada. No obstante, le echó valentía y acabó componiendo una de las canciones con más fuerza. Pasó a ser un fenómeno social: consiguió enseguida llegar al número uno de las listas de ventas, una nominación para los *Grammy* y llenos en sus conciertos por todo el mundo

El 23 de enero del año 2001 salió a la venta su segundo álbum titulado, *J. Lo*, que era el apodo que utilizaban sus fans. Este disco debutó en el número uno de ventas en el Billboard Hot 200 y estableció un récord Guinness pues fue la primera artista en colocar un disco número uno en ventas, se desprendieron éxitos como *Love Don't Cost A Thing*¹⁹, su carrera musical ha estado llena de éxito, con cada uno de sus discos ha logrado colocarse como una de las latinas favoritas en Hollywood y en varias partes del mundo. Otras producción es de ella son, *Remixes J to tha L-O!* en el año 2002, el álbum

¹⁷ Llamado así haciendo referencia a un tren del subterráneo en el cual López transitaba del Bronx a Manhattan para ir a sus clases de baile, resultó un éxito inmediato.

¹⁸ Estos lanzamientos alcanzaron el número uno del Billboard Hot 100, además el video del tema *If you had my love*, fue nomidado por mejor video femenino, mejor video de baile, mejor video pop y mejor artista nueva y gana en los Billboards Music Awards Por su parte *Waiting for tonight*, fue nominado por mejor video de baile y ganó en los MTV (Video Music Awards).

¹⁹ Obtuvo nuevamente el número uno en las listas de popularidad, además en el año 2000 gana 2 alma awards en la categoría de mejor interprete de video y en el 2001 gana mejor vídeo femenino y mejor video de baile

de estudio llamado *Rebirth* en el 2005, también *Como Ama Una Mujer* en el producido en el 2006 totalmente en español y lanzado recientemente.

Los videoclips como se dijo anteriormente utilizan el uso masivo de los recursos estéticos, y emotivos, imágenes voz y música, que conlleva una intención de comunicar algo, de expresar y transmitir un mensaje a través de diversos factores como los ambientes, emociones, contextos situaciones. Y esto se puede ver representado en los videoclips de la cantante Jennifer López, también sus videos están ligados a la sexualidad, normativizan un determinado tipo de deseo, no necesariamente presentando un cuerpo desnudo, sino en conjunto de elementos como la ropa que ayuda a definirlo, las texturas, el ambiente, el roce, las maniobras tanto en forma y frecuencia, como en los lugares del cuerpo que se exhiben, el contacto piel con piel, de hecho estos contactos no son separables sino constituyen el conjunto de estímulos que forman un lenguaje secreto, propio de cada cultura. “La carne, como la parte del cuerpo que es base de la experiencia como de lo extraño, se constituye por sí misma en objeto de atención y por ello establece una distancia virtual entre el observador y lo observado que sustenta el principio de dualidad”²⁰

Esto se podrá observar con mayor claridad en el próximo capítulo, donde se analizará cada uno de los videoclips elegidos, para conocer sus elementos y por tanto saber el significado de cada uno y de forma global.

²⁰ AGUADO. Vázquez. José Carlos. “Cuerpo humano e imagen corporal: notas para una antropología de la corporeidad”.UNAM. Instituto de investigaciones Antropológicas.2004

CAPÍTULO 3

3. ELEMENTOS PARA EL ANÁLISIS

En este apartado se explicarán los principios teóricos de la metodología así como los procesos aplicados para la elaboración del análisis. Existen diversas técnicas de carácter cualitativo que buscan encontrar la esencia o bien el significado de un fenómeno en particular, para conocer los discursos del cuerpo en los videoclips objeto de estudio de la presente investigación, es necesario hacer uso de una de ellas.

El estructuralismo es una perspectiva teórico- metodológica acerca del estudio de lo social en lo general, y de la comunicación en lo particular, el estructuralismo como corriente de pensamiento es una lógica de conocimiento en constante cambio y sujeta a nuevos planteamientos, sus características lo ubican como un método complejo para el análisis de múltiples fenómenos y construcciones sociales.

El método estructural permite formular observaciones precisas, descripciones detalladas de los objetos de estudio de las más variadas ciencias porque describe los elementos que forman una sociedad a través de niveles, estratos, relaciones, las interacciones que hay entre tales elementos así como la función que desempeña el sujeto en la sociedad. En el método estructural se mencionan a las funciones como elementos básicos, pero esto en una diferencia de jerarquías, de criterios y de finalidades de la propia ciencia. Los estructuralistas proponen un método de conocimiento:

- *Ubicar los elementos principales.
- *Determinar las relaciones estructurales entre los elementos.
- *Construir un modelo que explique al objeto.

Por tanto, lo primero que se hará en la presente investigación es describir cada uno de los videoclips, para conocer las principales estructuras y subestructuras que lo componen, de esta manera se sabrá cuáles son los elementos variables e invariables con relación a los discursos corporales que se presentan en los tres videoclips.

Posteriormente aplicaremos algunas propuestas de autores como Prieto Castillo y Lauro Zavala para cumplir con el objeto que se planteó en esta investigación.

3.1. Enfoque estructural de Prieto Castillo

El autor Prieto Castillo¹, considera que estamos en presencia de una utilización del lenguaje dentro de los distintos discursos, sea el que corresponde a los grandes medios de difusión, el que se especifica a través del relato o de lo visual. Además expresa que por medio del enfoque semiótico se pueden estudiar los signos en la vida social y también, intenta centrarse en el uso del lenguaje en determinado contexto social.

Plantea que el análisis de los signos, se desplaza al análisis de los discursos, los cuales son grandes manifestaciones que abarcan a determinadas épocas y emisiones, donde el análisis discursivo requiera de una enorme cantidad de información y de un esfuerzo de reconstrucción de largos periodos históricos, siendo la única forma de situar un mensaje en su verdadero contexto. Se busca hacer una adaptación de lo que plantea este autor, por medio de la cual se obtenga un propio código de análisis.

El autor señala que existen dos tendencias discursivas: la retórica y la poética, donde la primera, ha adquirido un carácter peyorativo y apareció desde sus orígenes como, un intento de ordenar el discurso para lograr ciertos fines y ciertos efectos con el público. La segunda tiene una gran tendencia a lo imaginario, las cuales engloban a la retórica de imágenes que está dedicada a ilustrar el contenido de las escrituras, esto es, en un momento, de reencuentro entre retórica y poética que hasta nuestros días perdura.

En su sentido más amplio, la retórica es la ciencia del lenguaje y de la comunicación, más específicamente es el estudio de los fines, los métodos y los efectos

¹ PRIETO Castillo Daniel. La Fiesta del lenguaje. Ediciones Coyoacan. México: 1994. Pág. 246

del discurso, que para el propósito (videoclips), se puede concebir la retórica como el examen de situaciones discursivas en las que una parte trata de transmitir algo a alguien, con el propósito de influirlo o por lo menos de ilustrarlo, en este caso el artista por medio de los videoclips, trata de convencer a los espectadores, a través del discurso que presenta características específicas del cuerpo.

El discurso está organizado y por esta organización, aparece como el mensaje de otras lenguas superior a la lengua de los lingüistas, el discurso tiene sus unidades, sus reglas, su gramática: más allá de la frase y aunque compuesto únicamente de frase, el discurso debe ser naturalmente objeto de una segunda lingüística. Ésta lingüística del discurso ha tenido un nombre glorioso: la retórica. El término discurso es utilizado en diferentes contextos y a menudo con sentido diverso. En todos los casos se coincide en aludir a formas de expresión humana, o a objetivaciones expresivas. Pero en este sentido, se definirá al discurso lingüísticamente como una serie lineal de signos susceptibles de ser reconocidos como una forma significativa.

Prieto Castillo propone cuatro planos para el análisis del discurso: plano de estructuras básicas; el narrativo; el estilístico y el ideológico.

3.1.1. Plano de estructuras básicas

El análisis de estructuras básicas, se orienta al conocimiento de los elementos fundamentales puestos en juego, en un discurso, con lo que se abre un primer camino a la comprensión de la intencionalidad del mismo². Dentro de dichos elementos encontramos las ideas núcleo, las cuales son: el o los temas de un discurso y lo que de él o de ellos se dice fundamentalmente. En este casos las ideas núcleo de los videoclips, son el amor, el desamor, la pasión, la sensualidad, el baile, la unidad, el deseo y la estética a través de la imagen corporal del artista.

² Ibid. Pág166

Así en todo mensaje será preciso revisar las ideas núcleo manifiestas y las latentes, para tomar conciencia que en muchos discursos es posible dar con los enunciados decisivos, los cuales condensan la intensidad del discurso. Otro de los elementos importantes son los sintagmas, que en lingüística es el encadenamiento de unidades, por medio de las cuales se coordina las partes del discurso, en los videoclips, analizados los sintagmas son las secuencias que componen cada uno de los ellos.

Además por medio de análisis sintagmático se pueden reconocer las estrategias discursivas, la manera en que se organiza un texto para atraer, para dosificar un tema, o incluso para ocultar. De igual forma, podemos encontrar dentro de los elementos fundamentales para el análisis de estructuras básicas, los modos de predicación, esto es lo que se dice del temas de un discurso, lo importante de una predicación es que puede acercarnos a un tema o bien alejarnos de él, además existen predicaciones manifiestas y otras latentes, en las cuales se juega la intencionalidad, del discurso.

Otros elementos del análisis de estructuras son el grado de referencialidad, lo dicho y lo no dicho, la complementariedad, siendo aquel discurso complementario que asume la predicación como si el o los sujetos en cuestión vivieran al margen de toda contradicción posible. En general el discurso complementario es de tendencia idealizante donde cada elemento encaja a la predicción, donde cada elemento encaja a la perfección con los restantes.

Así mismo el autor Prieto Castillo enfatiza en la oposición dentro del análisis de estructuras básicas, pues considera que se le llame así al discurso que asume la predicación como si el o los sujetos tuvieran que enfrentar algo. Ahora bien existe una tendencia irreducible a la tipificación en las relaciones cotidianas, puesto que los seres, situaciones y objetos, son percibidos; valorados y pensados como si consistieran en unas pocas notas. Esta tendencia basada en el inmediatismo de las relaciones, se expresa directamente en los discursos cuando se habla de alguien o cuando se muestra un personaje en la pantalla.

Por otro lado también existe la isotopía, cuyo término alude, en dicho contexto, a la presentación de ciertos elementos discursivos que tienden a cerrar el espacio de la constitución de un sujeto a través de la predicación. La isotopía es necesaria para todo discurso, aunque depende del grado de redundancia que introduzca.

3.1.2. Plano Narrativo

Además del análisis de estructuras básicas, también existe el análisis narrativo, el cual es de suma importancia, ya que en el discurso cotidiano y en el de los medios de difusión colectiva, se narra siempre. La narrativa consiste en dar cuenta de un estado o de una transformación de algo o de alguien³. Sin embargo no todos los modos de narrar dependen de la perspectiva del narrador, sea este el propio sujeto que habla de si mismo o alguien que se refiere a otro. Así todo narrador, lo sepa o no, está optando por siempre entre estas diversas posibilidades, como el deseo, el poder el saber, que en definitiva son posibilidades de la misma, llevadas al plano del discurso.

La diferencia es que en el discurso es posible reducir la complejidad de la vida, es posible parcializar algo, estereotiparlo, presentar ciertas notas como si fueran la totalidad del ser de un sujeto. En todos los casos se está ante oposiciones del narrador, sean conscientes o no, sepa éste o no lo que esta incluyendo en su discurso.

En el relato, narrar es dar cuenta de hechos, situaciones, experiencias, objetos, espacios; existe una amplia variedad de narraciones según los recursos puestos en juego y el tema desarrollado, por lo cual, dentro de las formas privilegiadas de la narración, encontramos al relato, cuyas características fundamentales son: un texto referencial en el que se presenta un cierto transcurso temporal y una secuencia entre por lo menos dos atributos de un agente, que consiste en un proceso de transformación de un atributo a otro. El proceso de transformación puede ser simple o complejo, pero la clave del relato es siempre la referencialidad, la secuencia y las

³ Ibid. Pág. 171

transformaciones. Dicha clave se juega a través de los siguientes elementos: situaciones, personajes, competencia, los móviles, el ser y el parecer y los ambientes.

Las situaciones se presentan de diversas maneras como se puede apreciar en los siguientes esquemas:

Esquema 1:

- 1.-Situación inicial estable
- 2.-Ruptura de la situación inicial por un agente externo
- 3.-Lucha
- 4.- Recuperación de la situación inicial

Esquema 2:

- 1.-Situación inicial estable
- 2.-ruptura de la situación inicial por un agente interno
- 3.- lucha
- 4.-recuperación de la situación inicial
- 5.-perdida definitiva de la misma

Esquema 3.

- 1.-Situación inicial degradada
- 2.- salida de la situación por mejoramiento
- 3.- empeoramiento de la situación inicial

Las distintas situaciones se organizan en un secuencia la cual es una sucesión lógica de núcleos unidos entre sí por una relación de solidaridad, la cual se inicia cuando uno de sus términos no tiene antecedentes solidarios y se cierra cuando otro de sus términos ya no tienen consecuente⁴.

Al hablar de los personajes es necesario recordar que personajes no son personas. El ser de un personaje consiste en lo que de él se predica, sean calificaciones o acciones, sean éstas dichas por alguien o bien exhibidas por le propio

⁴Ibid. Pág.

personaje. Esta última depende precisamente de las cualificaciones o acciones predicadas. Se abren así dos grandes categorías en donde se considera al personaje sujeto a un papel, a menudo rígido, o bien personajes más o menos imprevisibles, tanto como pueden, serlo en la vida misma. Los personajes imprevisibles tienden a acercarse más a las personas. Podría pensarse que este recurso ha sido empleado sólo por la literatura culta: personajes que pueden ser héroes y luego degradarse; que se orientan a grandes ideales y fracasan.

La competencia alude a la capacidad de un personaje para conseguir el objeto o para renunciar a él, hay personajes en los cuales el personaje ya posee desde el comienzo esa capacidad por ejemplo Superman. Hay otro en los que el personaje debe pasar por ciertas peripecias para desarrollar la capacidad, o para percibir sonidos o escenas muy distintas, puede soportar durante horas el fuego.

Cuanto más previsible un personaje, cuanto más sujetos a un papel, menos posibilidad de adquisición de competencias. O las trae de antemano, o simplemente se queda constante en su ser. Prieto Castillo⁵ reconoce tres móviles fundamentales, que serán los se manejaran, hedónico, pragmático, y ético. En este caso los personajes del discurso publicitario, los cuales se mueven casi siempre por móviles hedónicos, en este caso son por el placer por cantar, exhibir, bailar y disfrutar.

En tanto, el ser y el parecer tienen muchas variantes, dentro de las que se podrían encontrar las siguientes: un malvado que se finge bueno, un valiente que se finge cobarde, un ambicioso que se finge humilde, el rico que se hace pasar por hombre entre otras posibilidades. Finalmente se explicara lo que son los ambientes que existen (según lo que se predica del personaje) en congruencia con los objetos y los espacios. Por lo que la falta de congruencia constituye una distorsión referencial por la manipulación del ambiente, sea éste verbal o por imágenes.

3.1.3. Plano Estilístico

⁵ Ibid .Pág. 182

Otro de los planos que menciona el autor es el análisis estilístico, pero en el caso de estos videoclips no se aplicará, por lo tanto sólo se hará una breve mención, la eficacia de un mensaje se juega en los detalles, puesto que la selección de los términos, la construcción de los enunciados, la combinación de los mismos, constituyen el espacio privilegiado del estilo, en lo que a los detalles se refiere.

Se ocupa de estudiar una serie de recursos expresivos, cuya finalidad es enfatizar los detalles que colman de sentido al discurso, algunos de ellos son: Universalización, atenuación, antítesis, inclusión, división, metáfora, vía del ejemplo, redundancia, personalización, el sentido de la oportunidad, entre otros.

3.1.4 .Plano Ideológico

Y finalmente se encuentra el análisis ideológico el cual consiste en lo que fundamentalmente se está predicando de un sujeto, en el modo de vida propuesto como válido, en los modelos de relaciones y soluciones sociales que el o los sujetos del mensaje siguen o incluso, en lo que, cada uno de los puntos anteriores, no se dice, se rechaza, etcétera. Así, el análisis ideológico pone en juego una escala de valores.

Siendo a partir de nuestra opción, por una determinada escala que aceptamos o rechazamos los predicados fundamentales de un mensaje, o los modos de vida propuestos. Plantea dentro del análisis ideológico, los recursos de cierre de discurso, esto es: de cierre de las posibilidades de abordar un tema que debiera ofrecer el propio discurso, dentro de los que se encuentra la baja referencialidad y la distorsión referencial, la predicación de unas pocas notas como si ellas fueran todo lo que corresponde a un sujeto y la interferencia inmediata. De tal manera que lo ideológico alude en realidad al uso social del discurso, a la intencionalidad que trae y a sus posibles efectos.

Para entender mejor el análisis ideológico, se hablará de la sociedad que es donde el sujeto interactúa cotidianamente, la sociedad es un sistema de relaciones entre los individuos, las situaciones de los individuos en el seno del grupo y de los grupos en el seno de una colectividad debe ser significada, ese es el rol de las insignias y de las enseñanzas que indican la pertenencia a determinada categoría social, familiar.

Por su parte los ritos, las ceremonias, las fiestas, las modas, los juegos, son modos de comunicación por medio de los cuales, el individuo se define con relación al grupo y el grupo con relación a la sociedad, a la vez que ponen de manifiesto el papel que allí cada uno asume. Así la vida social es un juego en el cual el individuo interpreta su propio papel, la experiencia social, al igual que la naturaleza, es de doble tipo: lógico y afectivo. De la lógica proceden los signos que indican la ubicación del individuo y del grupo en la jerarquía y la organización política, económica, institucional. De la afectividad, los que expresan las emociones y sentimientos que el individuo o el grupo experimenta con respecto a otros individuos u otros grupos.

De los cuatro planos de análisis en esta investigación se utilizaron, el de estructuras básicas, el narrativo y el ideológico. De las estructuras básicas se manejaron, las ideas núcleo, sintagma, modos de predicación; del plano narrativo se explicaron anteriormente los personajes y los ambientes así como las situaciones.

3.2. Planteamiento de Lauro Zavala

Ahora bien para que el análisis de los videoclips se enriquezca, se utilizarán algunos elementos del lenguaje cinematográfico planteados por Lauro Zavala⁶, presenta su método de análisis en el que caracteriza las dinámicas estilísticas y éticas del cine posmoderno y su propuesta para estudiar cine, a partir de los elementos que conforman una película, aunque en este caso se aplicará a los videoclip, que como se mencionó en el capítulo anterior, el cine y el video tienen algunas similitudes y diferencias. El objetivo de este modelo de análisis es contribuir a la sistematización de las ideas de cada espectador/a de cine. El placer estético y el placer intelectual son parte de una experiencia concreta, intransferible y necesariamente irrepetible. “Este modelo es un mapa para reconstruir esta experiencia y de esa manera construir una interpretación particular. Como todo mapa, puede ser utilizado para llegar a donde cada espectador/a quiere llegar, o bien para recorrer todos los espacios por explorar. El elemento más importante en este modelo es el universo ético y estético de cada espectador/a y la posibilidad de su recreación lúdica”⁷. Propone doce elementos de análisis cinematográfico:

1.- Condiciones de lectura.

a) Interpretación de la película

- ◆ Horizonte de experiencia y expectativas individuales
- ◆ Condiciones personales de elección
- ◆ Memoria cinematográfica personal (real o apócrifa)
- ◆ Contrato simbólico de lectura
- ◆ Horizonte de expectativas canónicas
- ◆ Antecedentes impresos
- ◆ Enmarcamiento genérico
- ◆ Prestigio de la dirección, actores y actrices
- ◆ Mercado simbólico de la sala de proyección

⁶ ZAVALA, Lauro. “Elementos del discurso cinematográfico”. Universidad Autónoma Metropolitana – Xochimilco. Colección Libros de Texto. México, 2003.

⁷ Ibid. Pág. 2

b) Título

- ◆ En relación con su dimensión retórica: sintaxis y polisemia
- ◆ En relación con el mundo cotidiano: anclajes externos
- ◆ En relación con el resto de la película: naturaleza de los subtextos (parabólicos, alegóricos, genéricos, arquetípicos, míticos, paródicos)
- ◆ En relación con el título original (cuando la película es extranjera, adaptación de texto literario o remake, parodia, secuela).

2.-Inicio (Prologo o introducción).

- ◆ Presentación de créditos
- ◆ Gradiente de integración con el resto
- ◆ Función estructural: prefacio, epígrafe, metatexto
- ◆ Diseño tipográfico: tipo, tamaño, color, ubicación (significación)
- ◆ Duración y funciones de la primera secuencia / Relación con el final
- ◆ Prólogo narrativo, antecedente cronológico, conclusión anticipada, establecimiento de complicidad con el espectador (suspense)

3.- Imagen (Imágenes en el encuadre desde una perspectiva técnica)

- ◆ Color / Iluminación / Composición
- ◆ Lentes: profundidad de campo / zoom
- ◆ Cámara (punto de vista narrativo e ideológico): emplazamiento, distancia, participación, movimiento.

4.- Sonido (Sonidos y silencios en la banda sonora)

- ◆ Temas y motivos sonoros: iteración y variantes
- ◆ Relaciones estructurales entre sonido e imagen: función didáctica (consonancia dramática) / función dialógica (resonancia analógica) / función contrastiva (disonancia cognitiva).
- ◆ Función de los silencios.

5.- Edición (Relación secuencial entre imágenes)

- ◆ Consistencia de tiempo y espacio (secuencialidad lógica y cronológica)
- ◆ Duración y ritmo de las tomas (normal, cámara lenta, congelamiento, superposición cronológica).
- ◆ Integración y/o contraste entre secuencias:
 - * *Articulación formal*: gráfica, cromática, sincrónica
 - * *Articulación conceptual*: lógica, ideológica, cronológica (secuencial, flash back, flashforward).
- ◆ Montaje no secuencial: paralelo, onírico, alegórico, plano-secuencia

6.- Escena (Imágenes en el encuadre desde una perspectiva dramática)

- ◆ Espacios naturales: relación simbólica con la historia
- ◆ Estilo de la arquitectura, el diseño urbano y otras formas de diseño
- ◆ Dimensión simbólica de los objetos y su distribución en el espacio
- ◆ Proxémica: expresión facial, tono de voz, kinésica (movimientos corporales), lenguaje corporal.
- ◆ Vestido y peinado: connotaciones ideológicas, psicológicas, genéricas.
- ◆ Casting / Miscast.

7.- Narración (Elementos estructurales de la historia)

- ◆ Trama de acciones en orden lógico y cronológico
 - ◆ Elementos de la estructura mítica
 - ◆ *Acto I: Primeros 30 minutos*
 - 1) Mundo ordinario: Presentación del héroe y su falta
 - 2) Llamado a la aventura: Tentación y reconocimiento
 - 3) Rechazo de la llamada: Mostrar lo formidable del reto
 - 4) Encuentro con mentor: Protección, prueba o entrenamiento
 - 5) Cruzamiento del umbral: Momento de decisión, acto de fe
 - ◆ *Acto II: Siguiendo 60 minutos*
 - 6) Pruebas, aliados, enemigos: Compañía, sombra, rival
 - 7) Acercamiento a la cueva más remota: Hilo de Complicaciones
- Inicio de la Crisis Central*
- 8) Reto supremo: Los héroes deben morir para poder renacer

- 9) Recompensa: Epifanía, celebración, iniciación
- 10) Jornada de regreso: Contra-ataque o persecución
- ◆ *Acto III: Últimos 30 minutos*
 - 11) Resurrección: Duelo a muerte y dominio del problema
- ◆ *Clímax*
 - 12) Regreso con el elixir: Prueba, sacrificio, cambio
- ◆ Estrategias de seducción narrativa (frenado de solución a los enigmas): engaño, equívoco, suspensión, bloqueo.
- ◆ Sorpresa (ignorancia del espectador controlada por el narrador)
- ◆ Suspenso (ignorancia del personaje, conocimiento del espectador)
- ◆ Estrategias de suspenso: misterio (el espectador sabe que hay un secreto pero ignora la solución) / conflicto (incertidumbre del espectador sobre las acciones del personaje) / tensión (el espectador ignora cómo, cuándo y por qué va a ocurrir lo anunciado).

8.- Género y Estilo (Convenciones narrativas y formales)

- ◆ Fórmula clásica: grupo o individuo común en situación excepcional
- ◆ Fórmulas narrativas de la tradición cinematográfica clásica (1915-1945):
 - * Amor y Erotismo: Obsesión romántica.
 - * Mundo del Espectáculo: Compulsión escénica y sus consecuencias.
 - * Detectives: Acción moral en un mundo corrupto.
 - * Western: Individuo que lleva a la comunidad a la civilización.
 - * Guerra: Incorporación a la sociedad por medio de pruebas.
 - * Ciencia Ficción y Horror: Complicidad con lo extraño.
 - * Fantasía: Contrapartes oníricas de experiencias vitales.
 - * Outlaw: Grupo o individuo al margen de la ley.
 - * Outcast: Grupo o individuo al margen de la norma (minoría social, misfit, disfuncionalidad mental o física, genialidad).
- ◆ Géneros coyunturales, subgéneros y variantes.
- ◆ Modalidades genéricas: trágico-heroica, melodramático-moralizante, cómica o irónica.
- ◆ Articulación entre estructuras genéricas y estructuras sociales.

- ◆ Elementos visuales del film *noir*
 - *Cámara: ángulos excéntricos, picados totales, cámara holandesa, desplazamiento violentos y laberínticos.
 - *Composición: claroscuros dramáticos, contrastes internos, espacios confinados.

- ◆ Elementos ideológicos del film *noir*
 - *Personajes: doppelgängers, investigador desencantado, arquetipos femeninos (*femme fatal*, viuda negra).

- ◆ Filosofía: determinismo social, ambigüedad moral, escepticismo irónico, rasgos paranoicos (doble traición, etc.).

9.- Intertextualidad (Relación con otras manifestaciones culturales)

- ◆ Estrategias visuales o verbales: mención, citación, inclusión.
- ◆ Intertextualidad de segundo grado: personaje como escritor de cine, director de cine, actor de cine, compositor de música para cine, productor de cine, etc.
- ◆ Metaleipsis: actor que entra o sale de la pantalla, cine sobre el cine.

- ◆ Estrategias visuales o verbales: alusión, parodia, pastiche, simulacro, iteración (revival, remake, retake, secuelas, precuelas).
- ◆ Intertextualidad de segundo grado: personaje como escritor de literatura, artista, compositor, fotógrafo, arquitecto, actor de teatro, diseñador gráfico, director de orquesta, científico, etc.
- ◆ Evolución de la estructura ternaria (director, actor, espectador).

10.- Ideología (Perspectiva del Relato o Visión del Mundo)

- ◆ Verosimilitud: presentación de lo convencional como natural
- ◆ Palimpsestos (subtextos): alegóricos, mitológicos, irónicos
- ◆ Omisiones en la narración: elipsis y cabos sueltos
- ◆ Espectacularidad y referencialidad
- ◆ Creación artística: subversión o cambio de códigos visuales o sociales

- ◆ Condiciones de producción y distribución

11.- Final (Última secuencia de la película)

- ◆ Toma final: principio de incertidumbre o resolución (narrativa o formal)
- ◆ Relación con expectativas iniciales (intriga de predestinación, contrato simbólico, hipótesis de lectura).
- ◆ Consistencia con elementos formales e ideológicos del resto

12.- Conclusión (del análisis)

- ◆ Enfatizar algún elemento del análisis, como respuesta informada a la pregunta: ¿Qué me pareció la película?

Para el análisis de los tres videoclips, se retomaran algunos puntos de los elementos del lenguaje cinematográfico, estos se presentarán en matrices, donde se pondrá la categoría, si tiene relación con el cuerpo y de qué manera, esto se hará con la finalidad de lograr el objetivo primordial de la presente investigación, que es conocer los discursos del cuerpo en los videoclips, que como se mencionó en el capítulo anterior los videoclips retoman del cine algunos elementos. Para ver las matrices consultar ANEXOS.

3.3. Procesos aplicados para la elaboración del análisis

Para el análisis se utilizaron diversos procesos entre ellos la operacionalización, la cual es una tabla de especificaciones que se define como un instrumento metodológico que permite la operacionalización de los conceptos, variables dependientes e independientes, en la tabla se colocan cuatro columnas en la primera se ubica el concepto se refiere a la actividad intelectual y el análisis que permite establecer un instrumento de medida surgen por lo general de una representación, en segundo lugar la categoría en donde se realizará un análisis de los componentes de la primera noción del concepto, se les conoce con el nombre de categorías, luego surgen los indicadores y finalmente los índices.

Después con la información obtenida en la tabla de especificaciones (VER ANEXOS), se procede a realizar el código de análisis, definido como el conjunto de categorías a las que se les asignan variables para su registro, con el se procede a analizar cada uno de los videoclips (la elección de los videoclips responde a que fueron los primeros que dieron a conocer a la cantante en el ámbito musical, aunque sirve conservando la tendencia de ser la protagonista, de utilizar su cuerpo, de salir con poca ropa en sus actuales producciones, los videoclips a analizar, fueron el parte aguas en la carrera de Jennifer López), ya que cada una de las variables serán útiles para lograr el objetivo, el código obtenido es:

Código de análisis

A. Videoclip

- 1.-If you had my love
- 2.-Waiting for tonight
- 3.-Love don't cost a thing

B. Escenas

Videoclip: "if you had my love"

Escena 1.-Aparece un joven moreno, vestido cómodamente, algo desalineado, en la sala de su casa, camina hacia el sillón, se sienta, en el buscador de Internet teclea: *Jennifer López*.

2.-Aparece en la pantalla la página inicial del sitio de la cantante, el joven da un enter en el teclado y de esa forma ingresa a la casa de la cantante, existe una cámara ésta es el vínculo ente la cantante y quien está detrás de la computadora, aparece la cantante camina por un pasillo donde se encuentra la cámara y levanta la mano saludando.

3.-El joven toma el teclado en sus piernas, en la pantalla se ve la intérprete cantando y moviéndose lentamente, el joven ingresa a la sala y ella está bailando alrededor del sillón, después la cámara se mueve para enfocarla, baila sobre el suelo viendo hacia la cámara, toma de la cara del joven gesticulando.

4.-Aparecen tres personas frente a unas computadoras, posteriormente Jennifer López está bailando de espaldas, se mezcla con la toma de una de las tres personas, un hombre moreno que observa cuidadosamente cada movimiento de la protagonista.

5.-Toma del joven que está en la sala, él realiza un acercamiento a hacia la cantante por medio del teclado de la computadora, posteriormente sale una niña en su recámara ella también está en el mismo sitio de Internet, la niña trata de imitar lo que ve, es decir los movimientos de la cantante.

6.-El joven ahora accede al baño de la cantante (de la misma forma por medio de la computadora), Jennifer López está frente a un espejo observándose y cantando de ahí se mezcla la toma inicial donde ella está bailando en el pasillo, nuevamente la toma del espejo, en otra toma salen dos chicas en una cocina observando su computadora, la cantante comienza a bailar en el baño, se abre la toma hacia unas pantallas en una discoteca donde hay un grupo de personas bailando.

7.-Aparece una mano seleccionando una parte del sitio de Internet llamada: *Jennifer dance*, selecciona la opción de jazz y la cantante comienza a bailar ese género, después house y por último latín soul hace lo mismo con éstos géneros.

8.-Posteriormente regresa a la toma donde ella baila y canta en el pasillo y así concluye el video.

Videoclip "Waiting for tonight"

1.-Aparecen varias imágenes rápidamente de Jennifer López bailando, posteriormente se presenta la imagen de la selva de ahí se mezcla con otra imagen de una ciudad en medio de la selva.

2. Aparece una mujer morena sentada en la parte central de una casa, también se encuentra otra mujer acostada en la habitación.

3.- Jennifer López de espaldas bailando rodeada de plantas prevalece el color verde, vestida con un short y una blusa café.

4.- Vuelve la escena anterior de la mujer morena, pero aparece otra mujer viéndose frente a un espejo, posteriormente la chica morena juega con una pelota.

5.-Jennifer López bailando.

6.-En el interior de la casa toma de cuatro boletos sobre un plato, con la leyenda "*2000 Waiting for tonight*". Se mezcla con la imagen de Jennifer López bailando, después en la casa aparece otra mujer en el baño sentada en el sanitario poniéndose los zapatos, la chica que estaba acostada levanta el teléfono y les habla a las otras tres, todas se reúnen en la recámara.

7.-Imagen de un lago en medio de la selva, aparece una lancha navegando sobre éste, en ella van las cuatro chicas que estaban en la casa, se dirigen a una discoteca para recibir el nuevo milenio.

8.-JLo, Bailando y un grupo de jóvenes esta en la pista haciendo lo mismo. Llegan las cuatro chicas y les abren pista, aparece un reloj que da el conteo de los últimos minutos del año viejo. Se apaga el reloj por unos segundos no hay música, y aparece en el reloj 2000 con letras verde fluorescente.

9.-Todos bailan sobre la pista comienzan a echar agua con unas mangueras, celebran, bailan, aparecen unos animales sobre las plantas, un chico arroja espuma de una botella de vino.

10.-JLo. Bailando sobre un manantial y detrás de ella se encuentra una cascada, trae un traje de baño negro también esta cantando, finalmente aparecen varias imágenes y termina el videoclip.

Videoclip: "Love don't cost a thing"

1.- Paneo de una casa elegante hasta llegar a la imagen de una mujer hablando por teléfono en la terraza de la casa, termina su llamada y se va caminando hacia la cochera.

2.- Imagen de la ciudad y de lago, de ahí aparece la cara de una chica bailando en la playa.

3.- Sale la chica de su casa, se sube a su automóvil y se va, atraviesa un puente, arroja su bolsa. Sigue manejando hasta llegar a su destino, se detiene baja del auto, se va quitando la ropa y sus accesorios; saca una fotografía de la bolsa trasera de sus jeans (la foto representa a ella bailando con un grupo de chicos trae unas letras arriba que dicen: *wish you were here*).

4.-Aparece Jennifer López con una blusa blanca con sus iniciales, trae accesorios (collar, anillos) pantalón azul y tenis está bailando sobre la arena con un grupo de hombres.

5.-Rompe la fotografía y corre hacia la playa se va quitando la ropa, hasta quedar en ropa interior y blusa blanca, baila en el mar y termina quitándose la blusa y cubriendo sus pechos con las manos.

C. Cuerpo 1.-Si aparece 2.-No aparece 3.-No se indica	D. Partes del cuerpo 1.-Cara 2.-Cuello 3.-Pecho 4.-Manos 5.-Abdomen 6.-Cadera 7.-Espalda 8.-Piernas 9.-Glúteos 10.-Todo 11.-No se indica	E. Estatura 1.-Alto 2.-Regular 3.-Bajo 4.-No se indica
F. Complejión 1.-Gordo 2.-Medio 3.-Delgado 4.-No se indica	G. Tono de piel 1.-Blanco 2.-Negro 3.-Apiñonada 4.-Moreno 5.-No se indica	H.-Edad 1.-Niño 2.-Adolescente 3.-Joven 4.-Adulto 5.-Anciano 6.-No se indica
I.-Género 1.-Femenino 2.-Masculino 3.-No se indica	J.- Vestimenta 1.-Blusa 2.-Pantalón 3.-Short 4.-Ropa interior 5.-Vestido 6.-Traje de baño 7.-Falda 8.-Nada 9.-Camiseta 10.-Top 11.-Bolero 12.-Overol 13.-No se indica	K.-Colores 1.-Claros 2.-Oscuros 3.-No se indica
L.-Texturas 1.-Algodón 2.-Seda	M.-Zapatos 1.-Zapatilla 2.-Tenis	N.-Accesorios 1.-Anillos 2.-Pulseras

3.-Mezclilla 4.-Licra 5.-Encaje 6.-Lino 7.-No se indica	3.-Sandalia 4.-Botas 5.-No se indica	3.-Aretes 4.-Collares 5.-Bolsa 6.-Cartera 7.-Reloj 8.-Gorra 9.-No se indica
O.- Acciones Sociales 1.-Fiestas 2.-Reuniones 3.-Hablar por teléfono 4.-Usar la computadora 5.-Conversar 6.-Ver televisión 6.-No se indica	P.-Acciones Físicas 1.-Comer 2.-Vestir 3.-Caminar 4.-Manejar 5.-Bañarse 6.-Sentarse 7.-Acostarse 8.-No se indica	Q.-Acciones Expresivas 1.-Hablar 2.-Platicar 3.-Saborear 4.-Gesticular 5.-Reír 6.-Gritar 7.-Tocar 8.-Bailar 9.-Abrazar 10.-Mirar 11.-Cantar 12.-Acariciarse 13.-No se indica
R.-Estado de ánimo 1.-Feliz 2.-Triste 3.-Enojado 4.-Emocionado 5.-Relajado 6.-No se indica	S.-Actitud 1.-Segura 2.-Insegura 3.-No se indica	T.-Género Musical 1.-Pop 2.-Dance 3.-Grupero 4.-Jazz 5.-House 6.-Latino 7.-Silencio 8.-No se indica
U.-Ritmo 1.-Rápido 2.-Medio 3.-Lento 4.-No se indica	V.-Análisis Textual 1.-Palabras 2.-Frases 3.-Párrafos 4.-Diálogos 5.-Números 6.-Silencios 7.-No se indica	W.-Ambientes Exteriores 1.-Calle 2.-Playa 3.-Selva 4.-Cascada 5.-Carretera 6.-No se indica
X.-Ambientes Interiores 1.-Casa 2.-Discoteca 3.-Oficina 4.-Taller mecánico 5.-No se indica	Y.-Iluminación 1.-Total 2.-Parcial 3.-Nula 4.-No se indica	Z.-Planos 1.-Holandés 2.-americano 3.-No se indica

<p>AA.-Tomas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. - Extreme long shot 2. - Long shot 3. - Full shot 4. - Medium shot 5. - Medium close-up 6. - Close-up 7. - Big close-up 8. - Extreme close-up 9.-Tight shot 10. - Two shot 11. - Group shot 12.-Over shoulder 13.-Picada 14.-Contrapicada 15.-No se indica 	<p>AB.-Ritmo Cámara</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Normal 2.-Lento 3.-Congelamiento 4.-Rápido 5.-Superposición cronológica 6.-No se indica 	<p>AC.-Composición</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Clarooscuro 2.-Clara 3.-Oscura 4.-Contrastes 5.-No se indica
<p>AD.-Formulas narrativas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Amor y erotismo 2.-Mundo del espectáculo 3.- Detectives 4.-Western 5.-Guerra 6.-Ciencia ficción y horror 7.-Outlaw 8.-Outcast 9.-No se indica 	<p>AE.-Secuencia</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Lógica 2.-Cronológica 3.- Ruptura 4.-No se indica 	<p>AF.-Estrategias de seducción</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Engaño 2.-Suspensión 3.-Bloqueo 4.-Sorpresa 5.-Suspenso 6.-No se indica
<p>AG.-Representación</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Real 2.-Virtual 3.-No se indica 	<p>AH.-Nivel económico</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Bajo 2.-Medio 3.-Alta 4.-No se indica 	<p>AI.-Móvil por placer</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Bailar 2.-Convivir 3.-Disfrutar 4.-Enseñar 5.-No se indica
<p>AJ.-Móvil por deseo</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Sexual 2.-Físico 3.-Visual 4.-Ideal 5.- No se indica 	<p>AK.-Valores</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Honestidad 2.-Responsabilidad 3.-Compañerismo 4.-Unión 5.-Am 6.-No se indica 	

Posteriormente con el código se procede a hacer el registro de los videoclips analizados, estos se colocan en la tabla de registro ubicando los elementos invariables en cada uno de ellos, para ver la tabla consultar ANEXO.

Ya con la tabla de registro se realizaron las tablas de porcentaje donde se muestran los resultados e interpretaciones del análisis de los tres videoclips en relación a los discursos corporales. Para ver tablas consultar ANEXOS.

Después de analizar cada uno de los componentes de los tres videoclips, se procederá a la elaboración de las tablas según los planteamientos del autor Lauro Zavala explicados anteriormente, para finalmente conocer cuáles son los elementos variables e invariables de las dos técnicas utilizadas.

3.4. Interpretaciones: Una mirada a fondo

En el presente apartado se explicarán los resultados obtenidos en la investigación realizando los cruces de acuerdo a la tabla de registro, de esa forma se responderá a la pregunta de investigación. Primordialmente se conocerá cuáles son los elementos variables e invariables en relación a las dos técnicas utilizadas, es decir, se presentarán algunas tablas de porcentaje con respecto a los discursos corporales dentro de los tres videoclips analizados.

Los discursos del cuerpo con respecto al placer, el deseo y la forma estética se ven representados por diversos elementos que aparecen en los videoclips, principalmente por la exhibición del cuerpo y los movimientos, además intervienen otros factores como los ambientes, la música, las tomas, la escenografía, las acciones, las expresiones, la ideología, que en conjunto dan una significación de sensualidad, erotismo, estética, amor.

En los tres videoclips analizados aparece más el personaje de la cantante, es decir es la protagonista, pero representa diferentes situaciones en cada uno de ellos, puesto que en el primero *"If you had my love"* aparece como la artista, la cantante, simboliza un ideal a alcanzar por parte de sus seguidores, por medio de la página de Internet ellos pueden observar lo que hace, además mediante las opciones que proporciona la página logran acceder a su recámara, al baño, al salón de baile, y de esta forma consiguen involucrarse más con ella, desean estar o bien ser como ella, pero siempre habrá una barrera entre el espectador y el artista en este caso es la pantalla de la computadora.

Aún así, gracias a las imágenes como el cuerpo, los movimientos, las tomas, proyectadas en la computadora, Jennifer López consigue despertar emociones y sentimientos en todas aquellas personas que entran en el sitio de Internet y esto se puede ver claramente en el videoclip, porque cada uno de los personajes, tanto hombres como mujeres y niños tienen una respuesta a lo que están viendo, es decir, principalmente la imagen de su cantante contoneándose, mostrando su cuerpo y sus

emociones al interpretar uno de sus temas, por tanto existe la presencia del cuerpo por parte de JLo. y de los otros personajes que aparecen en el video, se puede apreciar claramente en la tabla de porcentajes.

Cuenta de Videoclip	Cuerpo		
Videoclip	No aparece	Si aparece	Total general
1	0.00%	40.95%	40.95%
2	1.90%	36.19%	38.10%
3	0.00%	20.95%	20.95%
Total general	1.90%	98.10%	100.00%

Pero no sólo el cuerpo aparece en el primer videoclip, también está presente en los otros dos, pero en situaciones diferentes, en el segundo *“Waiting for tonight”* cuatro amigas quieren celebrar la llegada del nuevo milenio, por tanto deciden ir a bailar y a disfrutar en una discoteca que simula una selva; en el tercero *“Love don’t cost a thing”* la protagonista sufre una decepción amorosa, puesto que tiene todo lo material que desea, pero no el amor y la atención de sus esposo, son diferentes contextos los que presenta cada uno de ellos, pero ninguno deja de lado la imagen de la cantante.

Cuenta de Videoclip	Partes del cuerpo												Total general
Videoclip	Abdomen	Cadera	Cara	Cuello	Espalda	Glúteo	Mano	No se indica	Pecho	Pierna	Pies	Todo	Total general
1	0.95%	0.00%	14.29%	0.95%	2.86%	0.95%	4.76%	0.00%	4.76%	0.95%	0.95%	9.52%	40.95%
2	0.95%	1.90%	16.19%	0.95%	0.95%	1.90%	3.81%	1.90%	5.71%	1.90%	0.00%	1.90%	38.10%
3	0.00%	3.81%	3.81%	0.00%	1.90%	1.90%	0.95%	0.00%	0.00%	1.90%	0.00%	6.67%	20.95%
Total general	1.90%	5.71%	34.29%	1.90%	5.71%	4.76%	9.52%	1.90%	10.48%	4.76%	0.95%	18.10%	100.00%

Como se puede apreciar en la tabla anterior aparecen diversas partes del cuerpo en los tres videoclips, por tanto el deseo, el placer y la estética corporal no sólo dependen del enfoque de ciertas partes como los glúteos, la cadera, los pechos, las piernas, si no de la presencia de todo, y un factor importante para demostrar

sentimientos, seguridad y emociones es la cara ya que es un medio de expresión fundamental, la cámara se enfoca en apreciar cada uno de los rasgos y gestos que hace la protagonista, para poder comunicar lo que está interpretando, esto responde a una lógica de estética, en donde lo primordial es no caer en lo grotesco ni en la saturación de la imagen, sino exponer lo natural y agradable para la vista del ser humano.

Generalmente los personajes que aparecen en los videoclips corresponden a los cánones de belleza implantados por los medios de comunicación masiva, es decir, cuerpos delgados, altos, de piel blanca, ojos claros, bien formados, en el caso de los videoclips analizados, tienden más a la cultura latina donde generalmente son de estatura media, piel apiñonada, complexión media, los personajes que salen tienen las características mencionadas anteriormente, en ninguno de los tres videos se presentan chicas blancas, extremadamente delgadas, ojos claros, o bien hombres altos, blancos, representación del cuerpo aceptable en el marco social y en el mundo de las estrellas massmedia. Todo lo contrario Jennifer López es una mujer que mide 1.68cm, de complexión media, piel apiñonada, ojos marrones, voluptuosa, y los otros personajes poseen características similares, por supuesto sin dejar de lado un cuerpo estético y agradable para sus espectadores.

Cuenta de Videoclip	Cuerpo Complexión							
	Cuerpo No aparece	Total No aparece	Si aparece			Total Si aparece	Total general	
			Delgada	Gordo	Media			
Videoclip	No se indica							
1	0.00%	0.00%	11.43%	1.90%	27.62%	40.95%	40.95%	
2	1.90%	1.90%	15.24%	0.00%	20.95%	36.19%	38.10%	
3	0.00%	0.00%	3.81%	0.00%	17.14%	20.95%	20.95%	
Total general	1.90%	1.90%	30.48%	1.90%	65.71%	98.10%	100.00%	

En cuanto al género, en la siguiente tabla, se puede ver que el cuerpo femenino aparece más que el masculino, por tanto se puede deducir que la mujer tiende a ser exhibida más, que los hombres, es por eso que en la actualidad la mujer tiene una preocupación mayor que el hombre por su aspecto físico, al estar saturada de cuerpos

perfectos de esta forma comienza a compararse y asume la idea de quien presente un cuerpo sano, joven, bello, fuerte y sensual, gana su espacio significativo en la esfera social, es decir, se adquiere cierto valor como sujeto a partir del cuerpo que se tenga.

Como es bien sabido nuestra sociedad se ve influenciada por modas y tendencias de otros países, principalmente de los europeos y obviamente por Estados Unidos, de ahí que surja un sentimiento de imitación que ha llevado a adoptar este ideal de mujer, como una forma de compensación, pues ya que no pueden ser como ellas se buscan sentir de alguna manera bien. Con el hecho de adquirir algún bien consumible se creen y se sienten diferentes.

Cuenta de Videoclip	Cuerpo		Género		Total Si aparece	Total general
	No aparece	Total No aparece	Si aparece			
			Femenino	Masculino		
Videoclip	No se indica					
1	0.00%	0.00%	26.67%	14.29%	40.95%	40.95%
2	1.90%	1.90%	32.38%	3.81%	36.19%	38.10%
3	0.00%	0.00%	18.10%	2.86%	20.95%	20.95%
Total general	1.90%	1.90%	77.14%	20.95%	98.10%	100.00%

Ahora bien, como se mencionó al inicio del apartado, no sólo mostrar el cuerpo tiene alguna significación, ésta se da por la unión de diversos elementos como se puede observar tanto en la tabla de porcentajes como en el análisis del autor Lauro Zavala, en ambos existen elementos invariables, por ejemplo los colores que prevalecen en las imágenes son los claros, lo que denota armonía en la composición escénica, la iluminación regularmente es completa sólo cambia cuando existen situaciones intimas por ejemplo acciones realizadas en la recámara, en cuanto al análisis del sonido, el género que prevalece es el pop, es un estilo de música en donde los ritmos pueden variar desde los lentos hasta los rápidos, existen pocos ruidos ambientales éstos son solamente el tecleo de la computadora, el ingresar a una página de Internet, el ruido del agua, en cuanto a los diálogos sólo se presenta uno en el tercer video sirve para dar a conocer la situación por la que está atravesando la protagonista.

La cámara realiza diversas tomas desde las full shot para ubicar los ambientes donde se desarrollan las acciones, hasta las tomas cerradas close up que permiten enfocar los gestos y actitudes de los personajes, cada uno de los elementos mencionados forman parte del lenguaje cinematográfico, por tanto los videoclips de la cantante Jennifer López contienen producción, lo que se ve reflejado en sus altas ventas.

<u>Cuenta de Videoclip</u>		
<u>Videoclip</u>	<u>Género Musical</u>	<u>Total</u>
1	<u>House</u>	<u>1.90%</u>
	<u>Jazz</u>	<u>2.86%</u>
	<u>Latin soul</u>	<u>2.86%</u>
	<u>No se indica</u>	<u>1.90%</u>
	<u>Pop</u>	<u>31.43%</u>
<u>Total 1</u>		<u>40.95%</u>
2	<u>Pop</u>	<u>37.14%</u>
	<u>Silencio</u>	<u>0.95%</u>
<u>Total 2</u>		<u>38.10%</u>
3	<u>Pop</u>	<u>20.95%</u>
<u>Total 3</u>		<u>20.95%</u>
<u>Total general</u>		<u>100.00%</u>

Otro de los elementos fundamentales del cine es la escena, donde se analiza la arquitectura, la proxémica, la dimensión simbólica de los objetos y la expresión facial, de los datos más sobresalientes sobre estos aspectos es que prevalece el estilo urbano minimalista, la casa es moderna, sobresalen los colores claros como el blanco, muebles modernos, el ambiente no está saturado de adornos, llena de estética, cada una de las partes de la casa es grande, tiene bastante espacio lo que permite que la cantante pueda realizar sus acciones plenamente, como en el caso de la sala, la recámara, el baño, donde puede bailar sin ningún obstáculo; por el contrario utiliza objetos como el sillón para hacer movimientos sensuales alrededor de ellos, o bien se observa en el espejo del baño para expresar por medio de los gestos sus sentimientos.

En cuanto al peinado y la forma de vestir en los tres videoclips usa ropa de acuerdo a la ocasión, en el primero Está vestida cómodamente al inicio y casi a la mitad, sólo cambia el vestuario cuando baila diversos géneros como el jazz, el house,

latin soul, ella trae el cabello suelto, poco maquillaje se ve natural, sin perder su postura sexy. El color de su vestuario es blanco lo que denota tranquilidad y limpieza además es holgada para facilitar el movimiento. Los zapatos que utiliza son sin tacón, únicamente utiliza zapatillas para bailar el género latin soul; en el segundo la cantante presenta varios cambios de ropa cuando está con sus amigas trae una falda de seda negra, unas zapatillas y una blusa de encaje color rosa viste sexy está algo maquillada y bien peinada, cuando baila en medio de la selva usa dos cambios, un short y una blusa café con unas botas negras está maquillada natural, y en el otro cambio usa una blusa y un short color rojo, cuando baila dentro del agua usa un traje de baño negro de dos piezas igualmente está poco maquillada; En el último al inicio está vestida cómodamente y sensual, usa unos jeans, una blusa blanca escotada, una gabardina, trae zapatillas, además usa accesorios como anillos, pulseras, cadenas, aretes, en oro. Trae el cabello recogido, luce sexy. Conforme va pasando el video ella se va quitando la ropa hasta quedar sólo en ropa interior color dorada, lo que denota su posición social, todo esto corresponde con lo que quiere comunicar y transmitirle a su público, pero sobretodo existe una relación directa con el cuerpo y sus discursos.

Por otro lado las expresiones faciales más repetitivas son la sensualidad, el erotismo, el placer, se presentan gestos faciales, movimientos como morderse los labios, tocarse el cabello, bailar sobre el suelo, contonearse, mover las caderas, recorrer su cuerpo con las manos, tocarse la cara, la mirada, se puede ver claramente en la tabla de porcentajes que a continuación se expone.

Cuenta de Videoclip	Acciones Expresivas													
Videoclip	Abrazarse	Acariciarse	Bailar	Cantar	Gesticular	Gritar	Hablar	Mirar	No se indica	Reír	Sonreír	Sonreír	Tocarse	Total general
1	0.00%	0.95%	6.67%	1.90%	16.19%	2.86%	0.00%	0.95%	0.95%	0.00%	1.90%	1.90%	6.67%	40.95%
2	0.95%	0.00%	8.57%	0.95%	6.67%	0.00%	1.90%	5.71%	3.81%	5.71%	0.00%	0.00%	3.81%	38.10%
3	0.00%	1.90%	4.76%	2.86%	7.62%	0.00%	0.95%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	2.86%	20.95%
Total general	0.95%	2.86%	20.00%	5.71%	30.48%	2.86%	2.86%	6.67%	4.76%	5.71%	1.90%	1.90%	13.33%	100.00%

Otro aspecto de suma importancia es el espacio natural, éste se presenta en el segundo videoclip, es la simulación de una selva, plantas, animales, un manantial, una cascada, manglares, esto tiene una relación simbólica con el baile que realiza la cantante, puesto que baila en medio de una selva con poca ropa y haciendo movimientos sensuales y candentes; y en el tercero se presentan paisajes llenos de luz y color entre ellos la playa y los alrededores de su casa. Aparece un mar sublime en colores turquesa todo estético, estos lugares son parte del espectáculo que quiere mostrar la cantante en sus producciones.

Cuenta de Videoclip		
Videoclip	Ambientes Exteriores	Total
1	No se indica	40.95%
Total 1		40.95%
2	Cascada	2.86%
	No se indica	10.48%
	Selva	24.76%
Total 2		38.10%
3	Carretera	2.86%
	No se indica	1.90%
	Playa	16.19%
Total 3		20.95%
Total general		100.00%

Representa una de las fórmulas narrativas del cine llamada “*mundo del espectáculo*”, donde lo esencial es mostrar fantasías, ilusiones, sueños, que el ser humano no puede vivir en su realidad y necesita de ello para tener aspiraciones, para obtener lo que desea aunque sea a través de imágenes transmitidas por algún medio. Otra fórmula es la del “*amor y erotismo*”, puesto que presenta a la cantante como un ideal ante sus espectadores, se convierte en una obsesión y un deseo.

Cuenta de Videoclip	Formulas narrativas			
Videoclip	Amor y erotismo	Mundo del espectáculo	No se indica	Total general
1	31.43%	0.00%	9.52%	40.95%
2	26.67%	0.95%	10.48%	38.10%
3	20.95%	0.00%	0.00%	20.95%
Total general	79.05%	0.95%	20.00%	100.00%

Por otro lado en los tres videoclips existe buen manejo de la edición, ya que el cambio de una escena es lógico, además las tomas duran poco en cada escena pero es necesario para dar a conocer cada acción. Algunas tomas son en cámara lenta. El ritmo de la toma: es normal y cronológica, conforme al ritmo de la música y la letra de la canción, hay sincronía entre las escenas. Se muestra el cuerpo directamente relacionado con las tomas y el tiempo que tiene cada una de las escenas es necesario para que haya una sincronía y una lógica a lo largo de todo el videoclip.

Cuenta de Videoclip	Secuencia		
Videoclip	Lógica	Ruptura	Total general
1	29.52%	11.43%	40.95%
2	25.71%	12.38%	38.10%
3	10.48%	10.48%	20.95%
Total general	65.71%	34.29%	100.00%

Es importante señalar que en los videoclips existe una ideología, ésta tiene que ver con la verosimilitud, la espectacularidad y la referencia, en el primero hay cierta similitud con la realidad ya que hoy en día puedes ingresar a la página de tu artista favorito, para conocer sus canciones, videoclips, sobre su vida amorosa entre otras, pero no al grado de ver lo que hace en su casa como se presenta en este videoclip, ni poder admirar sus bailes; en el segundo de igual forma presenta situaciones verdaderas

puesto que por tradición la mayoría de las personas en varias partes del mundo celebran cada año nuevo, y aun más cuando se trata de un nuevo milenio como sucedió hace siete años.

Así mismo en el tercero la protagonista vive una decepción amorosa, es decir vive rodeada de lujos y detalles, pero no tiene el amor ni la presencia de su esposo, situación que suele pasar en la realidad a cualquier persona, en donde lo esencial es lo material y se dejan de lado los sentimientos. Además si hay espectacularidad en los tres videos analizados, ya que se presentan movimientos cadenciosos acompañados de escenarios exóticos y ambientes diferentes, que se logran gracias a los móviles, uno de ellos es el placer, éste se puede representar por diversos factores entre ellos el placer por bailar, por disfrutar, por mostrar, etc., como se puede ver en la tabla que aparece a continuación:

Cuenta de Videoclip		
Videoclip	Móvil por placer	Total
1	Bailar	16.19%
	Convivir	3.81%
	Disfrutar	14.29%
	Enseñar	2.86%
	No se indica	3.81%
Total 1		40.95%
2	Bailar	15.24%
	Convivir	4.76%
	Disfrutar	12.38%
	No se indica	5.71%
Total 2		38.10%
3	Bailar	11.43%
	Convivir	1.90%
	Disfrutar	2.86%
	No se indica	4.76%
Total 3		20.95%
Total general		100.00%

Se presenta la cantante como protagonista de los tres videoclips, por tanto su cuerpo es real al de las latinas, con caderas protuberantes, tiene grandes glúteos, y piernas torneadas, no es como el estereotipo de mujer que generalmente aparece en este tipo de productos comunicativos, no es extremadamente delgada, ni muy alta, tampoco es rubio, por el contrario es apiñonada su cabello es castaño, gracias a estas características, y por medio de diversos móviles, logra transmitir emociones y significaciones, como el deseo y placer, pero también rescata valores amor y la unión, como se aprecia en las siguientes tablas de porcentaje.

Cuenta de Videoclip		
Videoclip	Móvil por deseo	Total
1	Físico	0.95%
	Ideal	0.95%
	No se indica	21.90%
	Sexual	1.90%
	Visual	15.24%
Total 1		40.95%
2	Físico	1.90%
	No se indica	15.24%
	Sexual	2.86%
	Visual	18.10%
Total 2		38.10%
3	Físico	0.95%
	No se indica	2.86%
	Sexual	1.90%
	Visual	15.24%
Total 3		20.95%
Total general		100.00%

<u>Cuenta de Videoclip</u>		
Videoclip	Valores	Total
1	Amor	26.67%
	Honestidad	2.86%
	No se indica	11.43%
Total 1		40.95%
2	Amor	19.05%
	Compañerismo	4.76%
	No se indica	14.29%
Total 2		38.10%
3	Amor	10.48%
	Compañerismo	2.86%
	Honestidad	4.76%
	Unión	2.86%
Total 3		20.95%
Total general		100.00%

Después de conocer los resultados obtenidos al analizar los tres videoclips, nos damos cuenta que la utilización de la imagen de la mujer responde a dos modelos: la mujer como objeto sexual o reclamo consumista y en su rol de esposa, madre y ama de casa. A diferencia, la imagen del hombre representa la autoridad, la sabiduría y la experiencia. Las grandes realizaciones y profesiones les corresponden a ellos.

Actualmente se está dando una imagen errónea y denigrante de lo que realmente es una mujer, un ser humano completo, pensante y digno de respetar, se le estereotipa sólo como un "cuerpo perfecto" ni siquiera saludable, ya que en muchos casos para conseguirlos se recurre a cirugías que ponen en riesgo la salud de ella. Se muestra la mujer en un contexto artificial, se pretende transformarla a un modelo que no es precisamente el natural, ni menos para nuestra realidad como mexicanos, ya que las mujeres cumplen un rol en la sociedad que va más allá de los cánones que le han impuesto los medios de comunicación. Lo peor de todo, es que estos mensajes influyen

en el comportamiento de la sociedad y, se esta reemplazando a la mujer dinámica y pensante por la mujer objeto como una situación normal sin medir sus efectos.

Sigue siendo el cuerpo de la mujer el que se usa para erotizar, para despertar el deseo en los hombres y la admiración en las mujeres, esto se puede apreciar claramente en cada uno de los videoclips, pues se utiliza la imagen de la cantante Jennifer López para provocar emociones y sentimientos, por medio de movimientos candentes como mover la cadera, tocarse las piernas, la cara, los glúteos, morderse los labios, hacer expresiones, todos estos son discursos corporales que responden a un objetivo primordial, el satisfacer a los seres humanos mediante un contexto visual.

CAPÍTULO 4

4. La sociedad del espectáculo: una visión sobre el cuerpo

En este apartado se hará un análisis sobre los resultados obtenidos en la sección anterior retomando algunos conceptos teóricos y contextuales planteados en los primeros capítulos de la presente investigación. Además se responderá a ciertas cuestiones, como, ¿Cuál es el papel del cuerpo en los medios de comunicación?, ¿Jennifer López es un parte aguas para cambiar el estereotipo del cuerpo perfecto?, ¿Actualmente se es tan dependiente del cuerpo que sin él no se puede ser?, ¿Será cierto que se exhibe más el cuerpo femenino que el masculino?

Como se planteó en el capítulo I el cuerpo ha sido objeto de diversos estudios, por tanto se puede afirmar que el destino del cuerpo a través del tiempo está marcado en gran parte por la inserción en una sociedad de consumo, global y local, a raíz de los procesos políticos, económicos y culturales asociados con la modernización.

Este proceso supuso un cambio en la relación psicológica de las personas con los objetos, en el cual las imágenes del cuerpo han servido como intermediarias. Pero no sólo han sido intermediarias; las imágenes y los cuerpos que representan, sino que se han transformado en objetos de consumo, imbricados en una dinámica de constante cambio social y tecnológico. Son receptáculos y creadores de imaginarios colectivos que pueden ser incorporados no sólo en términos virtuales sino en términos reales. De esta forma podríamos entender el discurso del cuerpo a partir de un discurso de imágenes, un diálogo de miradas en el que las reglas implícitas de la conversación revelan una dinámica social compleja, que pone en tela de juicio la posibilidad de una identidad corporal estable y unívoca, a la par con un cuestionamiento dialéctico de la identidad de la imagen misma.

Si bien es cierto que los medios masivos de comunicación proporcionan a la sociedad un espacio de diversión, esparcimiento, educación e información, también ofrecen imágenes corporales que fomentan conductas que pueden desencadenar trastornos alimenticios. El concepto de imagen corporal en tanto representación física y

cognitiva del cuerpo que implica e incluye actitudes de aceptación y rechazo, ha sido clave para comprender la influencia de los medios masivos de comunicación en las personas. Diversos estudios señalan que la imagen corporal está íntimamente relacionada con cuestiones de autoestima y una imagen corporal "negativa" se puede vincular con los trastornos alimentarios. Se ha incluso asegurado que las imágenes mediáticas pueden ser particularmente importantes en la producción de cambios en la manera de percibir y evaluar el cuerpo.

Así mismo, los medios de comunicación manejan realidades virtuales que no son fácilmente detectables. La dificultad estriba en descifrar aquellos mensajes mediáticos que vinculan la belleza con la aceptación social, el prestigio, el éxito al utilizar palabras e imágenes cuyos significados están ocultos o son contradictorios o confusos. Ellos contribuyen a la representación social del "cuerpo ideal" ofreciendo ejemplos de "mujeres atractivas"- modelos, actrices, cantantes- que proporcionan un referente con el cual las mujeres establecen comparaciones. Sugieren que éstas configuran un "cuerpo ideal internalizado" al comparar su propia figura con el cuerpo ideal socialmente representado y avalado como modelo a seguir.

El problema surge cuando el "cuerpo ideal" se vuelve cada vez más homogéneo en su delgadez induciendo mayor presión en las mujeres que perciben sus cuerpos comparativamente como "más gordos" y "más pesados", "menos atractivos," "menos sensuales" con relación a las imágenes mediáticas que se ofrecen diariamente. El discurso de opciones que nos ofrecen las imágenes globalizadas, es cada vez más homogéneo no sólo en tanto propuesta de belleza física, sino de etnia, raza, clase social que ligan definiciones culturales de "belleza" y "atractivo físico" vinculadas con ideas de éxito.

Lo dicho anteriormente se comprobó al analizar los tres videoclips de la cantante Jennifer López, en ellos aparece un cuerpo que cumple con las características de toda una cultura: la latina, ya que, es protuberante de anchas caderas, piernas torneadas, y posee un enorme trasero, esa parte de su cuerpo le ha dado un rasgo distintivo entre

otras que al igual han triunfado en un mercado totalmente distinto al suyo, a pesar de poseer un cuerpo latino, diferente al implantado en los Estados Unidos, es decir, el estereotipo de mujer es alta, delgada, sin curvas, ojos azules, rubias, aún así, Jennifer López llegó a ser una diva latina en el mercado de Hollywood, pero esto no quiere decir que gracias a su presencia se modificó el estereotipo implantado allí, más bien fue un parte aguas para que otras actrices y cantantes se dieran a conocer y sobre todo triunfaran en ese mercado como es el caso de Salma Hayek. Además implantó otro tipo de cuerpo, que también ha jugado un papel importante en los medios de comunicación y sobretodo en productos comunicativos como programas televisivos, revistas, videoclips, entre otros. Ella declaró en una entrevista: "*Mi carrera no se basa en mi cuerpo*"¹, pero si no fuera así, entonces por qué aseguro varias partes de su cuerpo, la respuesta es sencilla, porque es una imagen pública que tiene que cuidar de lo que vive.

Si realmente estos son los términos de la construcción artificial y espectacular de esos "cuerpos posthumanos" convertidos en los nuevos símbolos, entonces todos los seres humanos estamos sumergidos en un instrumento de control y una lógica de poder generado por las instituciones emisoras de todo este tipo de mensajes, nos encontramos frente a un discurso de orden superior que determina los efectos ideológicos, psicológicos y sociales de nuestro ser. Por tanto se puede hablar de la cultura del narcisismo, para autores como Christopher Lasch²:

"Narciso³" simboliza la emergencia de un nuevo patrón de relaciones del sujeto consigo mismo y con su propio cuerpo, con los demás, con el mundo y con el tiempo histórico, que responde a valores como: el culto a la imagen corporal; la exaltación de los ideales de belleza, juventud, riqueza y fama; la reducción de la existencia a un presente desprovisto de cualquier referencia de pasado y futuro; la búsqueda incesante de la realización personal; la glorificación del deseo; la renuncia a metas político-revolucionarias, sociales, religiosas, etc.

¹ Disponible en: <http://www.publispain.com/jenniferlopez.htm>

² LASCH Christopher. "La cultura del Narcisismo" 1979. Pág. 61.

³ Recuérdese que Narciso es el personaje de la mitología griega que, por no responder al amor de la ninfa Eco, fue castigado por los dioses. Condenado a extasiarse ante su propia imagen reflejada en un lago, Narciso quedó consumido de amor a sí mismo hasta convertirse en la flor que lleva su nombre.

Por un lado, en la línea de lo expuesto con anterioridad, reconoce la existencia de un “narcisismo individualista” que apuesta por el repliegue del sujeto sobre sí como valor supremo: la exaltación de la autosuficiencia existencial y legitimidad hedonista. Sin embargo, este deslumbrante descubrimiento reciente del cuerpo como objeto del cuidado y del estudio, no es un estado de caos en la sociedad sino un aviso sobre los valores que se han perdido como individuos inmersos en una sociedad, que necesitamos de otros para interactuar y comunicarnos.

La comunicación que se sustenta a la vez en la ideología de los <<medios de comunicación de masas>> y en la tecnología del mercado constituye la coartada social de la instauración de un espectáculo permanente. “El espectáculo consiste en la puesta en relación de dos factores: una determinada actividad que se ofrece y un determinado sujeto que contempla. Nace así el espectáculo, de la dialéctica de estos dos elementos que se materializa en la forma de una relación espectacular. Podemos definir la relación espectacular como la interacción que surge de la puesta en relación de un espectador y de una exhibición que se le ofrece”⁴.

El cuerpo reina, sin duda, en el espectáculo electrónico, pero reina en su negación, es decir, como imagen descorporeizada, desprovista de los rasgos de lo corporal. La Universalización, pues, del *star system*: imágenes de cuerpos ejemplares, tan ejemplares que sólo pueden existir como imágenes: cuerpos que no huelen y que carecen de textura, que desconocen las erosiones del tiempo, que son, en el extremo, tan inmaculados como asépticos. Ser imagen, poseer valor de cambio, cotizarse en el mercado visual. Una vez más, he aquí el mecanismo publicitario, modelo rector del mundo electrónico. Ser es ser imagen seductora, ser deseado por la mirada del otro. Este es el deseo latente: existir como pura imagen seductora, trascender el espesor de la carne. Pero esto sólo se es utilizado por las mujeres o también los hombres se preocupan por su aspecto físico.

⁴ GONZÁLES Requena Jesús. “El discurso televisivo: espectáculo posmodernidad”. Ed.Catedra. Signo e imagen. Madrid 1998. Pág.: 55

4.1. Género y cuerpo

El género no sólo moldea y desarrolla la percepción de la vida en general, sino que a partir de él, se construyen valores, usos y atribuciones diferenciadas en los cuerpos de mujeres y hombres. La belleza y la seducción siempre están asociadas a la mujer. La belleza parece ser la cualidad que hace más valorable a una mujer, cierto es que en los últimos años esta cualidad se ha visto cada vez más deseada para el hombre, pero a pesar de ello, el hombre sigue siendo más valorado por sus realizaciones y la mujer por su apariencia.

La propia construcción cultural de lo femenino induce muchas veces a la proyección y a la acción predeterminada de las mujeres; de la misma manera esto influye en la forma en que se adquieren y reproducen las representaciones simbólicas que dominan el Ser y el Deber Ser femenino. La mujer es más exhibida en los medios de comunicación sólo como un objeto, en cambio el hombre cuando aparece en algún producto comunicativo, resaltan sus aptitudes, como el ser varonil, fuerte, seguro, etc.

Mujeres y hombres somos diferentes. A nuestros cuerpos de mujeres y de hombres se añaden los modos culturales de ser mujer y de ser hombre en cada sociedad y en cada época, y esos modos tienen su origen no sólo en diferencias sexuales, sino también en diferencias socioculturales (como la pertenencia de cada mujer y de cada hombre a una u otra clase social, etnia o raza, el diferente estatus económico y el diferente *capital cultural* de las personas, sus diferentes estilos de vida, sus creencias e ideologías) que condicionan, junto al sexo biológico, las diversas maneras de ser y de sentirse mujeres y hombres en nuestras sociedades. Las identidades masculinas y femeninas están social e históricamente constituidas, y en consecuencia, están sujetas a las miserias y a los vasallajes de la cultura patriarcal, pero también abiertas a las utopías del cambio y de la igualdad.⁵

⁵ LOMAS. Carlos. ¿El otoño del patriarcado? El aprendizaje de la masculinidad y de la feminidad en la cultura de masas y la igualdad entre hombres y mujeres. Centro del Profesorado de Gijón.

Reconocer pues la diferencia es subrayar su carácter significativo, es enfatizar su poder simbólico, su capacidad para producir significados que luchan por legitimarse como verdaderos. En este sentido, el género es una categoría que en tanto “habla” de luchas por la desmitificación del discurso de la Verdad políticamente reconocida y legitimada por el dominio masculino, supone un choque cultural donde las diferencias de significados incluso más que ello, la deslegitimización de los significados dominantes, se concreta en asimetrías simbólicas y sociales que generan conflictos que pueden ser descritos como conflictos interculturales, que se han dado a través del tiempo y que en la actualidad todavía existe este conflicto entre sexos, se sigue buscando que a la mujer se le considere en otros ámbitos como el familiar, social, institucional, político, y no sólo en el sexual.

Es obvio que en el contexto actual los estereotipos tradicionales de hombre y de mujer están sometidos a crítica y por tanto, están afortunadamente cuestionados como referentes únicos de identificación y de construcción de las identidades femeninas y masculinas. Hoy ya no puede afirmarse sin rubor que *ser femenina* consista en inhibir la ambición y la inteligencia y en obsesionarse por conquistar y exhibir la belleza a la búsqueda y captura del *hombre ideal*. De igual manera, cada vez está menos claro que ser hombre consista en inhibir los sentimientos, en obsesionarse por conquistar y exhibir el poder y en seducir a las mujeres a diestro y siniestro.

4.2. Discurso Corporal

Cada parte del cuerpo es un símbolo que encuentra su equivalente en el discurso corporal, responde a un sistema de valores plenamente estructurado, jerarquizado, nuestro cuerpo habla en todo momento nuestro mundo interno está presente, y con cada gesto se expresa algo y esto a su vez significa, por tanto todo hecho de significación es un fenómeno cultural que afecta necesariamente a los individuos que participan de la cultura de la que tal hecho forma parte, y uno de esos fenómenos es la

producción y transmisión de los videoclips, el cuerpo está inmerso en ellos, pero ¿cuál es el discurso que comunica?, recordemos que todo hecho de significación es considerado un acto de comunicación.

Tanto el lenguaje corporal como el musical comparten el hecho de ser lenguajes no conceptuales; tienen niveles de comunicación simbólicos, por esa razón se analizaron aspectos en los tres videoclips como la música. Otros elementos de suma importancia fueron, la escena, la narración, la edición el inicio, el final, etc., que retomaremos más adelante.

Los gestos son, en el lenguaje corporal, el equivalente de la palabra del lenguaje hablado, o de la nota en el lenguaje musical. Cuando hablamos de sintaxis en el lenguaje corporal estamos hablando de esa articulación de gestos que conforma un discurso vivencial y emotivo capaz de hacer vibrar. Una articulación de movimientos, que no es racional como una coreografía, sino que es una sucesión originadas en las vivencias que induce la música con sus ritmos y melodías, los que, con el transcurrir de los minutos, se transforman en ritmos y melodías internos, lo que sucede en los videoclips de Jennifer López, en ellos el significado corresponde a una mezcla de contextos, como se aprecia en la metodología.

No hablamos de una sintaxis que se podría escribir, analizar, estudiar racionalmente como se hace con la sintaxis del lenguaje hablado. Hablamos de un proceso más intuitivo ligado a los procesos desconocidos que se desarrollan por debajo de la conciencia. Un lenguaje que se desarrolla en un campo mucho menos racional que cualquier otro, donde el símbolo forma el entramado base. Así como de una frase corporal podremos hablar elípticamente como si describiéramos las diversas caras de un diamante, pero sin poder penetrarla, así también hablamos de una frase, o de un discurso musical. La música tiene en principio una base rítmica y una melódica que a medida que las propuestas se complejizan tienden a desaparecer, fundiéndose una en la otra. Encontramos entonces, especialmente en la música pop, frases rítmicas y

frases melódicas. Ésta contiene elementos como los silencios, la melodía, los ritmos, los ruidos, que conforman el discurso musical.

El camino corporal es largo porque hay que dejarlo fluir; tener tiempo para que la imagen aparezca, se desarrolle, pueda ser observable y seguirla. Es un trabajo minucioso, largo, profundo para el que hay que tener mucha paciencia, mucha entrega. El Ser se expresa a través del cuerpo. El lenguaje corporal es un lenguaje que no está codificado, por eso resulta difícil conceptualizarlo. Sin embargo, tiene un tipo de comprensión intuitiva que "nos dice" sin poder traducirlo a palabras.

Con la cualidad del movimiento pasa una cosa parecida a lo que pasa con el ritmo. La estructura corporal tiene facilidades para algunos movimientos y dificultades para otros. La inercia nos lleva casi siempre a repetir las cualidades que nos resultan más cómodas. Aquí aparece también con fuerza la dificultad que ofrecen las ideas imágenes. Cuando nos movemos, nos conectamos con las ideas que tenemos del movimiento visto en otros. En general esas imágenes son de bailarines. Entonces, nos entregarnos al movimiento que nos induce la música, somos prisioneros del intelecto que arma esas figuras grabadas en la memoria. Esto ocurre a la mitad del videoclip, en un punto intermedio, en el que los que participan tienden a repetir y a desear lo que su artista está interpretando. El baile se convierte así no en la participación en un cierto ritual erótico, sino en un acto exhibicionista, propiamente narcisista en el que el bailarín espontáneo se esfuerza por construir su imagen en el espejo electrónico

Por tanto el discurso musical como el corporal contienen diversos elementos, que unidos tienen un significado, "La publicidad y los consejos estéticos están orientados muy precisamente hacia los caracteres sexuales secundarios (cabeza, pecho, boca, ojos), hacia los atributos "erógenos" (ropa interior, vestidos, aderezos) y hacia un ideal de belleza fino y esbelto (caderas, nalgas, piernas). La boca perpetuamente sangrante y el rostro ritualmente maquillados son una invitación permanente a este sagrado delirio de amor que atenúa de forma evidente la cotidiana multiplicidad del estímulo

psicológico”.⁶ Todo esto se logra gracias a las imágenes proyectadas del cuerpo humano.

La vista se nos presenta entonces, en todos los casos, como el sentido rey, como aquel sobre el que el sujeto se constituye en espectador. Y sin duda nada mejor que la mirada para sustentar una relación con otro cuerpo del que carece. Una mirada, una distancia, un cuerpo que se exhibe afirmado como una imagen que fascina. He aquí, entonces, los elementos necesarios para una situación de seducción. Pues lo que pretende el cuerpo que se exhibe es seducir, es decir, atraer –apropiarse- de la mirada deseante del otro.

La seducción es, a su vez, el ejercicio de un determinado poder: el poder sobre el deseo del otro. Esta es la causa de que todo poder, deba, necesariamente, espectacularizarse, pues sólo pervive y se asienta el poder capaz de hacerse desear. Si todo espectáculo instituye una relación de poder, el poder es esencialmente generador de espectáculos. Y es así cómo la política del deseo -la seducción- se acopla con la política del poder. El otro es antes que nada, aquello de lo que se carece y por ello mismo, objeto de deseo. Y así el sujeto construye, prematuramente, su imagen de sí, su yo, sobre el modelo del otro. La imagen del otro actúa aquí como un espejo: los instintos, las pasiones contradictorias que atraviesan al niño, las concibe como algo interior a esa imagen de sí que ha tomado de la imagen del otro.

Así funciona la llamada fase del espejo: en ella y antes de que el lenguaje le permita pensarse, nombrarse, el yo del sujeto se construye en un doble déficit, sobre una alienación esencial, pues se construye a partir de la experiencia de su carencia, de lo que le falta, y se construye sobre la imagen misteriosa del otro con el que se identifica pues lo que se desea, después de todo, es ser deseado por otro. El deseo del sujeto es, pues, el deseo del otro.

⁶ MORIN Edgar. “El Espíritu del tiempo, ensayo sobre la cultura de masas”. Versión española de Rodrigo Uria y Carlos Ma.Bru. Editorial Taurus, 1965. Pag. 173.

En este proceso hay un sentido que desempeña un papel capital: el ojo. El ojo es el testigo del límite, del afuera, de la distancia en la que se, materializa la carencia. Es pues el órgano a través del cual el sujeto busca aquello de lo que carece, manifestándose, así, como un órgano deseante. Finalmente, el ojo (y la mirada) sustenta un vínculo visual, escópico, intensamente satisfactorio, con el otro. El ojo, la mirada, parece así como algo directamente relacionado con la vivencia del deseo: el deseo se sustenta en la carencia, en la distancia con respecto al objeto de deseo: (es lo propio de la mirada trazar esa distancia en el espacio). La mirada, en cuanto soporte esencial de esta relación adquiere, pues un carácter a la vez erótico y destructivo, es decir, devorador: el individuo busca apropiarse totalmente del otro devorarlo, negarle como diferente.

Tal es pues el juego al que la mirada se entrega en el registro de lo imaginario: ser amado, amar, devorar: un ojo a veces amante enternecido y otras devorador, destructor: tales son las pasiones de la mirada que caracterizan la economía de lo imaginario.

La importancia de esta segunda constitución del sujeto en lo simbólico, a través de su acceso al universo del lenguaje -allí donde será nombrado, allí donde podrá reconocerse como otra cosa, como algo más que imagen espectacular. Y retengamos, en todo caso, pues tal es lo que constituye la economía pulsional del espectáculo, la importancia que la fascinación visual, es decir, la seducción, desempeña en la constitución espectacular, del yo.

Es necesario que el símbolo recubra al cuerpo para que así éste, además de exhibirse -ofrecerse-, se manifieste portador de un determinado sentido, de un determinado misterio. Es lógico que así suceda pues lo imaginario y lo simbólico son dos registros de la experiencia humana a la vez discordantes y necesariamente entrelazados.

El ámbito erótico de las mujeres no se puede entender fuera del contexto de la sexualidad, en donde lo erótico guarda un vínculo inexpugnable con lo afectivo. Así, el deseo, que es el campo de la realización ególatra, no puede entenderse alejado del amor, que no es otra cosa más que el lugar ideológico donde se remiten los deseos de relaciones interpersonales sexuadas y sublimadas.

El ámbito de lo erótico es, sin duda, el ámbito de lo corpóreo que valga decir, en el caso de lo femenino, va muy de la mano con la sexualidad y la maternidad y por tal, de la llamada subjetividad femenina engarzada en una concepción hegemónica, en donde el deseo se piensa siempre en un activo masculino. Este deseo está presente en los videoclips analizados, ya que en ellos se muestran situaciones de amor.

4.3. Los medios y el poder

En la actualidad no son pocos los mecanismos ni las instancias que construyen realidades. Además de la escuela, iglesia y familia, los medios de comunicación de masas también contribuyen en la elaboración de autodescripciones y memorias sociales

Al transformar la información en una mercancía, se constituye un nuevo sector productivo, el de realidades, cuyo papel central se vierte en las tecnologías que conectan a los consumidores, productores y vendedores. La cadena se transforma y el pago por el bien o servicio se realiza de manera indirecta, cuando las audiencias compran aquellos productos que anuncian las empresas mediáticas.

Este sistema de mercado de realidades posibilita la existencia de grupos dominados y dominantes, puesto que el poder se centraliza en una fracción minoritaria de la población que se encarga de elaborar discursos que justifiquen el orden social que prevalece y por ende decide acerca de la realidad. La contribución de los medios e imaginarios en este punto, es legitimar cierta ideología que evite generar prácticas o movimientos de transformación que pongan en peligro la organización existente en las sociedades.

En este sentido la difusión de los mensajes producidos por los mass media tiene la peculiaridad de repetir una y otra vez la misma información con el empleo de diferentes recursos que aminoren esta igualdad; caracterizados por emitir productos redundantes, colaboran entonces en la realización y distribución de lo que se conoce como discurso autoritario, consistente en "la ideología dominante que la clase en el poder utiliza para homogeneizar la sociedad".

La existencia de relaciones sociales y sistemas de comunicación autoritarios permiten contemplar la presencia de lo opuesto, ya que se es con respecto a otro, de ahí que concebamos lo negro en función de lo blanco, lo bueno con respecto a lo malo y así sucesivamente. De forma similar en la sociedad y por ende en la comunicación, lo alternativo se sitúa en oposición a lo autoritario.

Los medios de comunicación, unen al mundo a través de sus redes, pero eliminan lo que es específico y retan la sobrevivencia de las culturas que son el corazón de todas las sociedades. El mundo está unido de muchas maneras a través de la tecnología. El dinero, las ideas, la información, el conocimiento y las imágenes se mueven a través del mundo casi instantáneamente. La transferencia de la tecnología se ha acelerado por el uso de las computadoras y de los satélites. Cada momento en la historia y la complejidad de la vida social se abren a una pluralidad de interpretaciones que suceden dentro de distintas trayectorias, todo se mueve bajo la lógica de la globalización.

La globalización no sólo aumenta la sensibilidad hacia las diferencias, sino también hacia las interdependencias, los efectos de ésta ofrecen perspectivas útiles por las cuales se puede evaluar el impacto de la cultura en el desarrollo nacional e internacional. La cultura abarca símbolos, significados, valores, instituciones, conductas y todos sus derivados, que caracterizan a una población humana identificándola y distinguiéndola de las demás. La tecnología, como parte del ambiente humano, está siempre ligada a la cultura. Esta no sólo incluye métodos de sobrevivencia y de

producción, sino también la creación del lenguaje, de los sonidos, del arte, etc. Su naturaleza es ambivalente, pues acelera la transferencia de información y de conocimiento, crea nuevas preocupaciones y problemas, así como nuevas formas de comunicación y expresión, por ejemplo los videoclips.

4.4. Un medio de expresión

En los puntos anteriores se analizaron varios aspectos del objeto de estudio de ésta investigación, pero nos falta explicar cuáles son los elementos del lenguaje cinematográfico que se presentan en cada uno de los videoclips, como se diseñó en el marco metodológico y siguiendo los planteamientos del autor Lauro Zavala, se responderá a las siguientes preguntas, ¿Qué corriente del cine aparece en los videoclips?

El videoclip musical es una creación audiovisual de vocación cinematográfica surgida al calor del mundo contemporáneo y el vendaval massmediático, un testigo excepcional de las expectativas e inquietudes de las subculturas y tribus urbanas, un reclamo consumista para la juventud en su calidad de soporte publicitario de los productos de la industria discográfica y un vehículo para la autoafirmación y/o difusión y/o propaganda de los respectivos grupos y movimientos que alientan e inspiran su génesis al identificarse con una declaración de intenciones, un código ético y una forma determinada de vivir, comportarse y pensar, siendo también consecuentemente un documento antropológico polivalente, contradictorio y versátil.

Es una combinación o mezcla de música, imagen (imagen móvil y notaciones gráficas) y lenguaje verbal (y excepcionalmente otras materias audiovisuales: ruido, silencio y diálogos). La idea de la que parte un videoclip resulta del intento de asociar unas imágenes a una música siempre preexistente, anterior. Este constituye, sin duda, el rasgo particular que diferencia al vídeo musical de las demás producciones audiovisuales, aunque eso no signifique que no sea imitado sistemáticamente por otras modalidades o formatos audiovisuales. Constituye un discurso específico,

particularizado, que tiene su montura en la especial relación que establecen imagen y sonido. Posee ciertos elementos como la escena, la edición, la imagen, el sonido, un inicio y un final, entre otros, que han sido analizados por diversos autores dedicados a la investigación del cine, estos componentes están presentes en los tres videoclips y corresponden a la corriente del cine posmoderno.

El inicio consiste en una superposición de estrategias de carácter narrativo (de plano general a primer plano) y estrategias de carácter descriptivo (de primer plano a plano general). Esta simultaneidad o sucesión de estrategias puede depender precisamente de la perspectiva de interpretación que adopte el espectador al observar este inicio en relación con el resto de la película. Por ello mismo, los videoclips son considerados como posmodernos porque en su inicio contiene un simulacro de intriga de predestinación.

La imagen tiene autonomía referencial, es decir, no pretende representar una realidad exterior ni tampoco una realidad subjetiva, sino construir una realidad que sólo existe en el contexto de la película misma. Esto es evidente al emplear ciertos recursos de realidad virtual, pero también puede lograrse simplemente manipulando las imágenes con el fin de hacer evidente su naturaleza cinematográfica.

El sonido cumple una función itinerante, es decir, puede ser alternativamente didáctica, asincrónica o sinestésica. Esta simultaneidad de registros propicia que la película pueda ser disfrutada por muy distintos tipos de espectadores, cada uno con expectativas y experiencias estéticas radicalmente distintas entre sí.

La edición es itinerante, es decir, puede alternar o simular estrategias causales o expresionistas, de tal manera que puede adoptar parcialmente una lógica secuencial para inmediatamente después configurar una lógica expresionista.

La puesta en escena puede ser llamada fractal, lo cual significa que es autónoma frente al personaje y no está sometida a la naturaleza de éste, con el cual establece un

diálogo en el que adquiere una importancia similar a la suya, definida por el concepto global de la película. La estructura narrativa está organizada como un sistema de simulacros de narrativa y metanarrativa, de tal manera que cada secuencia tiene no sólo un sentido literal, sino que también puede ser leída como una reflexión acerca de la película misma.

La lógica genérica tiene una naturaleza itinerante, y por lo tanto es lúdica y fragmentaria, lo cual significa que alterna fragmentos simultáneos o alternativos de diversos géneros y estilos.

El final suele contener un simulacro de epifanía, por lo que puede ser considerado como virtual. Esto significa que, como ocurre en el resto de los componentes, el sentido del final depende del contexto de cada interpretación proyectada por cada espectador particular.

La ideología que subyace se deriva de una estética de la incertidumbre, construida a partir de un sistema de paradojas. Esta visión del cine supone que cada película construye un universo autónomo frente a la realidad exterior, y por lo tanto puede ser considerado como un ejercicio de presentación artística (en lugar de aspirar a la representación o a la anti-representación).

Es decir, los tres videoclips tienen un inicio simultáneamente narrativo y descriptivo acompañado por un simulacro de intriga de predestinación, la imagen tiene cierta autonomía referencial, el sonido cumple una función alternativamente didáctica, sincrónica o sinestésica, la edición es itinerante, la puesta en escena tiende a ser autónoma frente al personaje, la estructura narrativa ofrece simulacros de metanarrativa, el empleo de las convenciones genéricas y estilísticas es itinerante y lúdico, los intertextos son genéricos con algunos recursos de metaparodia y metalepsis, y el final contiene un simulacro de epifanía. Todo ello es consistente con una ideología de la incertidumbre, organizado a partir de un sistema de paradojas.

CONCLUSIONES

El cuerpo no es sólo una máquina perfecta, como lo han afirmado anatomistas, biólogos o médicos, investigar no es sólo conocer desde cierta perspectiva, también es hacer el sentido de las opciones que abre el proceso de observación reflexiva que promuevan el investigador y los actores sociales en su acción creadora, es decir, buscar posibilidades dentro de las posibilidades. Muchas veces un acercamiento a algunas teorías puede ser considerado como un enfoque parcial, sin embargo, este ejercicio puede tomarse como un punto de partida en el que el investigador puede hacer ese entrecruzamiento de los hechos cotidianos con las teorías para comprender mejor su realidad. En este caso se explicó la concepción del cuerpo desde una mirada sociológica y simbólica, para conocer que hay más allá de la máquina fisiológica.

Bajo esas concepciones descubrimos que los medios masivos de comunicación juegan un papel primordial, ya que son los encargados de producir y reproducir representaciones de la realidad, promoviendo el “bienestar corporal”, es decir presentan un mundo de productos, cuya función es práctica y consiste en intervenir objetivamente en el cuerpo para suscitar el goce y destruir o neutralizar todo aquello que nos provoca un malestar. Así la autorrealización se logra a través de la posesión de productos, y de ésta forma se cae en las promesas del placer, la juventud, la belleza, la salud, etc. Por tanto el sistema capitalista tiene en el cuerpo que consume y en el cuerpo que ayuda a vender un dispositivo eficaz para su remanente reproducción.

Ahora bien, el modelo de cómo debe ser el cuerpo está definido por la belleza física y la juventud, con un marcado énfasis en la mujer. Las referencias sexuales y el narcisismo de las apariencias están ligadas, sobre todo a la mujer. La proliferación del cuerpo femenino, de entrada, contrasta con la tradición occidental patriarcal que ve precisamente en la mujer, su belleza y sensualidad,

una de las más cualidades para ser exhibido y mostrada, para los demás. Si bien es cierto que se resalta a la mujer sensual, la profesionalista, la frívola, la cariñosa, la protectora, la divertida la inteligente, la sumisa, si miramos de manera global, por encima de la diversidad de formas, lo que se aprecia es la dictadura de un modelo particular y mediatizado: la mujer debe ser bella, delgada y joven. Por tanto se puede afirmar que sobre la mujer recae con mayor rigor la norma racionalizante de un permanente examen de sí misma, su cuerpo y su apariencia. La relación frívola y banal de la mujer con su propio cuerpo es una estructuración más individualizada, más analítica, más intensiva, y por tanto, más sensible a los aspectos indeseables, según los medios de comunicación, de su cuerpo y a la frustración por no conseguir el cuerpo deseado.

Con respecto a la belleza, un concepto tan subjetivo, percibido por las personas de formas muy distintas últimamente se ha homogenizado de una manera en la cual la misma modelo puede ser impuesta como bella en África, América o Asia, a pesar de estar en contextos tan distintos, incluso existe un concurso de belleza a nivel mundial que mide con un sólo patrón a cualquier mujer no importando su origen racial, social, económico, cultural, etcétera.

Esto nos da cuenta de que los estereotipos de la mujer han cambiado radicalmente, mientras en los años 50 las mujeres eran regordetas y muy contorneadas, hoy en día están consideradas como insaludables y desagradables en cuanto a la estética femenina.

Del mismo modo, hoy en día se dice que “salud es belleza”, sin embargo, las mujeres para estar al día en cuanto a la moda han imitado a las modelos cada vez más delgadas, sin importar que sea poco saludable. Se ha comprobado que muchas de las modelos y actrices más reconocidas en todo el mundo, incluso en nuestro país, han sufrido trastornos alimenticios, pero este es el precio de estar bellas, y lucir envidiables entre las demás.

En consecuencia a lo anterior, la identidad se construye y reconstruye en las interacciones y por medio de los mecanismos de legitimación, de aceptación y reconocimiento de las mismas prácticas que nos distinguen, nos asemejan, nos acercan y nos solidarizan. Por tanto lo que vemos a través de los medios se convierte en un deseo que se quiere alcanzar, para estar dentro de lo aceptable por los demás, en este caso las estrellas mass mediáticas.

Por una parte, las estrellas resultan inalcanzables, y a ello contribuye el uso de los recursos técnicos que se hace en los videoclips para exaltar su figura y que, en cierto sentido, las convierte en bellos objetos que sólo pueden contemplarse en la pantalla. Los videoclips en los que aparecen o el reflejo que se da de ellas en los medios de comunicación sirve para configurar todos los atributos que ayudan a transformar a estas estrellas en emblemas sociales. En torno a ellas se aglutinan todos los parámetros de la felicidad y se concretan todos los sueños que la sociedad de consumo propone sin tregua.

El resultado final es que, con sólo su presencia, las estrellas, que no son necesariamente buenos intérpretes, aportan entidad a los videoclips. Y, en correspondencia, van manteniendo o aumentando su posición como miembros del *Star System* en función de las cifras alcanzadas por las producciones que interpretan. Solamente si responden de manera eficaz a las expectativas y los sueños del público, la estrella se consolidará como tal.

Este factor contribuye a que el *Star System* tenga un carácter fundamentalmente nacional, ya que el imaginario social predominante difiere de un país a otro. Sólo en el caso de los Estados Unidos, los integrantes de este sistema de producción basado en las cantantes y actrices son identificados por los públicos de distintos países. Aunque también es cierto que los intérpretes que forman parte del sistema de estudios hollywoodiense muchas veces proceden de otros ámbitos geográficos como, por ejemplo, la latina Jennifer López, que se convierte ya en una estrella desde que aparece interpretando a la fallecida Selena.

Desde ese momento empieza a colocarse en el mercado internacional y actualmente es reconocida en varias partes del mundo.

No sólo por su trabajo y éxitos, sino por su el buen manejo de su cuerpo en las diversas facetas de su vida, una de ellas es en la realización de sus videoclips, pero ¿Cuál es el discurso del cuerpo con respecto al placer, el deseo y la forma estética, en los videoclips, *If you had my love*, *Waiting for tonigh* y *Love don't cost a thing?*, la cantante se ha caracterizado, por ser la protagonista de cada uno de sus éxitos y los videoclips analizados en está investigación no son la excepción, ella aparece rodeada de varios elementos que en conjunto logran atraer la mirada del espectador, entre ellos, el sonido, la imagen, la escena, la narración, los ambientes, todos corresponden a una composición específica, y por su puesto son parte de un discurso.

Cada uno de los videos, reasaltan el goce de los placeres, la diversión, la liviandad y la despreocupación, esto se logra gracias a las tomas en conjunto con los movimientos cadenciosos, que recaen en zonas específicas del cuerpo de cada uno de los que forman parte de los ellos, por ejemplo en la espalda, los glúteos, los labios, los ojos, el pecho, las caderas entre otras partes, esto corresponde a la perfección del cuerpo que según el modelo de los medios de comunicación, hay una valoración positiva arriba del cuerpo (la cabeza, el rostro, ojos, labios) y de la superficie (la piel en todas sus formas de presentarse manos, brazos, vientre, senos, piernas, pies, etc.) tienden a ser resaltadas cada una de estas partes.

Pero los cuerpos que aparecen en los videoclips, no corresponden a los estándares de belleza de las modelos de la época actual, porque no son cuerpos extremadamente delgados, altos, blancos, ojos verdes o azules, estos cuerpos corresponden a la cultura latina, porque son de estatura media, piel apiñonada complejión media, sin dejar de lado la estética corporal, ya que son agradables para la mirada del otro y llegan a convertirse en ideales igualmente a seguir, y

porque aunque no son cuerpos de modelos, si forman parte del cuerpo mediatizado gracias a los medios de comunicación.

El deseo como se mencionó en el capítulo uno, es un sentimiento que exige la intervención de la voluntad para dirigir la acción hacia la posesión, es decir es un impulso asociado a la idea de un objetivo, en cada uno de los videos se resalta este sentimiento, gracias a los elementos en conjunto, un cuerpo bello, música sensual, estética en la imagen, tomas especificas, y sobre todo a las acciones presentadas, por ejemplo en el video *If you had my love*, Jennifer López se vuelve un deseo a alcanzar por parte de quienes la están viendo, hombres, mujeres, y niños, pero de diferente forma ya que la niña quiere ser como ella, la mujer la admira y el hombre desea poseerla.

Ahora bien, un concepto primordial para develar nuestro objeto de estudio fue el placer, este tipo de experiencia primaria de carácter agradable, producto de una satisfacción real o anticipada de una necesidad, para los hedonistas, el objeto del comportamiento humano es alcanzar el placer, en términos subjetivos y personales, también se encontró una relación directa con el discurso del cuerpo, en cuanto a lo presentado, la imagen, la música etc., como se abordó en el capítulo tres, si bien es cierto éstos tres conceptos son subjetivos y responden a experiencias personales vividas, también forman parte de un significado cultural íntimamente relacionado con el cuerpo humano.

Hay dos tendencias, una excita los placeres inmediatos, sean consumistas, sexuales o de entretenimiento, junto con el hedonismo, intensifica el culto individualista del presente, descalifica el valor del trabajo, contribuye a desocializar, desestructurar y marginar aún más a las minorías étnicas de las grandes ciudades. Por otro lado, se privilegia la gestión racional del tiempo y el cuerpo, el profesionalismo en todo, la obsesión de la excelencia y de la calidad de la salud e higiene. El hedonismo se presenta en este caso con la información multiservicio, es un hedonismo dual, desenfrenado y desresponsabilizador para

las nuevas minorías, prudente e integrados para las mayorías silenciosas. El placer es masivamente valorado y normalizado, promocionado, liberado, y lleno de placeres - minuto.

Será acaso que estamos sumergidos en una sociedad en la que sólo nos importa lucir bien, sin importar si se está sano o no, en donde la representación social del cuerpo ha sufrido una mutación, y la llegada de ese nuevo imaginario social del cuerpo produce el narcisismo, la seducción y lo efímero se han convertido en el principio que organiza la vida colectiva moderna; una sociedad dominada por la frivolidad.

Gracias a la teoría y a la metodología utilizadas a lo largo de la presente investigación, se puede decir que fue posible encontrar la respuesta a nuestro objeto de estudio, por otro lado la investigación realizada abre nuevas líneas de exploración tales como un estudio a receptores, para conocer sus impresiones al ver cada uno de los videoclips, que les provoca, cuál es la idea que tienen sobre el cuerpo perfecto, si han formado parte del sistema de consumo por mantener un cuerpo atractivo para los demás, cuáles han sido las consecuencias, en fin queda abierta esta investigación a nuevos enfoques.

ANEXOS

Análisis retomando algunos elementos propuestos por Lauro Zavala

CATEGORÍA	INICIO		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿CÓMO?
	FUNCIÓN DEL INICIO	RELACIÓN CON EL FINAL		
VIDEOCLIP	<p>Presentación de créditos: No se presentan</p> <p>Función estructura:</p> <p>Epígrafe: No aparece</p> <p>Diseño tipográfico: Cuando comienza el videoclip aparecen algunas letras, al acceder a la página de Internet, como el nombre de la canción, de la cantante, algunas partes de la canción y unas indicaciones, todas ellas son de color blanco con bordes azules, tamaño mediano, que significa que puede acceder a cualquier sesión de la casa de Jennifer López para ver lo que hace, ya que es su sitio en internet, lugares como la recamara y el baño.</p> <p>Duración y funciones de la primera Escena: La primera escena dura 38 seg. Su función es presentar a la intérprete en su casa para que de esta forma quien ingrese a ese sitio pueda ver lo que ella hace.</p> <p>Relación con el final: La primera escena si tiene relación con el final, ya que es una historia lineal.</p> <p>Prólogo narrativo: Existe complicidad con el espectador, porque presenta escenas atractivas.</p>	<p>La situación inicial se relaciona con el final, porque se presentan acciones y móviles atrayentes en el sitio de internet de Jennifer López, el videoclip presenta un tema común, pero lleno de significados, como lo es el ingresar a un sitio de internet para conocer un poco más sobre el artista favorito, pero aquí puedes ver lo que hace cuando está en la recámara o dándose un baño, o sentada en la sala, o bien bailando, pero de manera sugerente y esto se puede apreciar claramente en las personas que la ven.</p>	<p>Si, se relaciona directamente.</p>	<p>Desde que comienza el videoclip existe la presencia del cuerpo, ya que el chico por medio de Internet puede acceder a la recámara de la protagonista, ésta realiza diversas acciones en las que utiliza y juega con su cuerpo, tales como el bailar, el cantar, el tocarse, bañarse, a su vez quien la está viendo repite algunos de sus pasos de baile, tiende a la repetición a tratar de imitarla, ella los atrae y contagia por medio de sus movimientos corporales.</p>

CATEGORÍA	IMAGEN		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿CÓMO?
	IMÁGENES	PERSPECTIVA DE LA CÁMARA		
VIDEOCLIP	<p>Color: Los colores que sobresalen en el sitio de internet de Jennifer López son claros, principalmente el blanco y el azul así como sus derivados el plata, y en entorno los colores son más variados.</p>	<p>Cámara: La cámara siempre está en movimiento debido a la composición que existe entre la canción y los movimientos corporales que presenta la cantante hay relación entre los ritmos que se exhiben y las acciones que se observan.</p>	Si	<p>En las imágenes se muestra claramente las partes del cuerpo y sus movimientos con relación a la canción.</p> <p>Las tomas se enfocan a cada parte del cuerpo, para presentar las piernas, ojos, la boca, todo está en composición con la iluminación, la estenografía y los ambientes.</p>
1	<p>Iluminación: La iluminación es intensa, por lo que se puede apreciar una armonía entre la escenografía y la imagen de la cantante.</p> <p>Lentes:</p> <p>Profundidad de campo: En la mayor parte del video es poca la profundidad, ya que lo importante es mostrar a la cantante por tanto se utiliza más el zoom, a las distintas partes de su cuerpo como a la cara, piernas, cadera, ojos, etc.</p>			

CATEGORÍA	SONIDO		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿CÓMO?
	RELACIÓN DEL SONIDO CON LAS IMÁGENES	FUNCIÓN DE LOS SILENCIOS		
VIDEOCLIP	<p>Música: se presenta en todo el videoclip primer plano. Pero también al principio hay presencia de ruidos ambientales como el teclear una computadora, ingresar a una página de Internet, otros aparecen a lo largo del videoclip son el bañarse y nadar.</p> <p>Voces: No hay diálogos sólo se escuchan unos murmullos en segundo plano.</p>	No hay silencios.	Si	<p>La música tiene que ver con los que se observa, en este caso está directamente relacionada con el cuerpo, porque la música es melodiosa, en un nivel bajo, la voz de la cantante es sensual, ritmo lento, y esto se ve reflejado en sus movimientos cadenciosos</p>
1	Si existe una relación directa entre la música y las imágenes en el videoclip, en la parte en la que comienza a bailar otros géneros, la canción pasa a segundo plano, y en primer plano están los ritmos de jazz, house y latin soul.			Es decir la imagen cambia dependiendo el ritmo de la canción por ejemplo cuando baila <i>jazz</i> o <i>house</i> , los movimientos, el vestuario, son diferentes todo va de acuerdo a lo que está bailando o bien interpretando.

CATEGORÍA	EDICIÓN		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿Cómo?
	ORGANIZACIÓN DE LA SUCESIÓN DE IMÁGENES EN CADA ESCENA	ORGANIZACIÓN DE LA SUCESIÓN DE IMÁGENES ENTRE ESCENAS		
VIDEOCLIP	<p>Consistencia de tiempo y espacio: El cambio de una escena a otra es lógico, esto ocurre debido a las acciones presentadas es decir llevan un orden cronológico gracias a la persona que esta detrás de la computadora, porque él es que decide que quiere ver.</p> <p>Duración: Las tomas duran poco en cada escena pero es necesario para dar a conocer cada acción. Algunas tomas son en cámara lenta.</p>	<p>Integración y/o contraste entre escenas:</p> <p>Articulación formal: Hay sincronía entre las escenas.</p> <p>Articulación conceptual: es lógica porque las acciones son guiadas por alguien.</p> <p>Montaje no secuencial: se lleva a cabo el plano-secuencia.</p>	Si	Se muestra el cuerpo directamente relacionado con las tomas y el tiempo que tiene cada una de las escenas es necesario para que haya una sincronía y una lógica a lo largo de todo el videoclip.
1	El ritmo de la toma: es normal y cronológica, conforme a la canción.			

CATEGORÍA	ESCENA		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿Cómo?
	ESPACIO DONDE OCURRE LA HISTORIA	ELEMENTOS QUE PERMITEN IDENTIFICAR A CADA PERSONAJE		
VIDEOCLIP	<p>Espacios naturales: No hay espacios naturales</p> <p>Estilo de la arquitectura: El diseño es urbano, los espacios de la casa son amplios. La casa es moderna, sobresalen los colores claros como el blanco, muebles modernos, el ambiente no está saturado de adornos.</p> <p>Dimensión simbólica de los objetos y su distribución en el espacio: Cada una de las partes de la casa es grande, tiene bastante espacio lo que permite que la cantante pueda realizar sus acciones plenamente, como en el caso de la sala, la recámara, el baño, donde puede bailar sin ningún obstáculo; por el contrario utiliza objetos como el sillón para hacer movimientos sensuales alrededor de ellos, o bien se observa en el espejo del baño para expresar por medio de los gestos sus sentimientos.</p>	<p>Proxémica:</p> <p>Expresión Facial: La expresión facial de los personajes es sensual, erótica, sorprendida, ansiosa, se les nota placer.</p> <p>Tono de Voz: Es suave y sensual.</p> <p>Kinésica: Se presentan gestos faciales, movimientos como morderse los labios, tocarse el cabello, bailar sobre el suelo, contonearse, mover las caderas, recorrer su cuerpo con las manos, tocarse la cara, la mirada.</p> <p>Vestido y peinado: Está vestida cómodamente al inicio y casi a la mitad del videoclip, sólo cambia el vestuario cuando baila diversos géneros como el jazz, el house, latin soul, ella trae el cabello suelto, poco maquillaje se ve natural, sin perder su postura sexy. El color de su vestuario es blanco lo que denota tranquilidad y limpieza además es holgada para facilitar el movimiento. Los zapatos que utiliza son sin tacón, únicamente utiliza zapatillas para bailar el género latin soul.</p> <p>Los otros que aparecen visten con ropa cómoda, el cabello amarrado.</p>	Si	<p>El espacio y los objetos que aparecen si tiene relación con los movimientos corporales ya que gracias a ellos puede bailar libremente.</p> <p>Con respecto a sus expresiones y movimientos se relacionan directamente con sentimientos como el deseo, la pasión, el placer y la sensualidad.</p> <p>La manera en la que está vestida le permite moverse con facilidad, pues su ropa no es pegada esto facilita el movimiento corporal, además la manera en que está peinada denota sensualidad.</p>
1				

CATEGORÍA	NARRACIÓN		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿CÓMO?
EFFECTO QUE PRODUCE LA ESTRUCTURA NARRATIVA EN EL ESPECTADOR				
Estrategias de seducción narrativa		Estrategias de suspenso		
<p>Engaño: No hay.</p> <p>Sorpresa: Existe sorpresa al ver en el espectador al ver como baila la protagonista, sus movimientos, es una admiración hacia ella.</p> <p>Suspenso: No existe.</p>		<p>Misterio: No hay</p> <p>Conflicto: No aparece.</p> <p>Tensión: No existe.</p>		
			Un poco	<p>No hay ninguna relación en cuanto al cuerpo y las estrategias de la estructura narrativa. Sólo hay sorpresa en cuanto a los movimientos corporales al ver como se mueve, al interpretar varios géneros.</p>

CATEGORÍA	GÉNERO Y ESTILO		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿Cómo?
	FÓRMULAS NARRATIVAS UTILIZADAS EN EL VIDEOCLIP	HAY ELEMENTOS VISUALES E IDEOLÓGICOS DEL <i>FILM NOIR</i> EN ESTA PELÍCULA		
VIDEOCLIP	<p>Fórmulas narrativas de la tradición cinematográfica clásica (1915-1945):</p> <p>Erotismo y amor: Se presenta a lo largo del videoclip la fórmula de erotismo y amor al presentarse la cantante como un ideal, ante sus espectadores, se convierte en una obsesión y un deseo.</p> <p>Modalidades genéricas: Ninguna</p>	<p>Elementos visuales del film <i>noir</i>:</p> <p>Cámara: No se presentan ángulos excéntricos, ni picados totales, por el contrario son tomas más estéticas como los close up, médium shot, full shot, entre otras que van más a detalles.</p> <p>Composición: Hay escenas completamente iluminadas o bien con poca luz, pero no se presenta en ninguna un claroscuro.</p> <p>Elementos ideológicos del film <i>noir</i>:</p> <p>Personajes: No hay. Filosofía: Ninguna.</p>	Un poco	Sólo en la formula narrativa puesto que las acciones indican que pertenece a la del erotismo y amor.
1				

CATEGORÍA	IDEOLOGÍA		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿CÓMO?
	VISION DEL MUNDO	ELEMENTOS IDEOLÓGICOS		
VIDEOCLIP	<p>Verosimilitud: Hay cierta similitud con la realidad ya que hoy en día puedes ingresar a la página de tu artista favorito, para conocer sus canciones, videoclips, sobre su vida amorosa entre otras, pero no al grado de ver lo que hace en su casa como se presenta en este videoclip, ni poder admirar sus bailes.</p> <p>Palimpsestos: No aparecen</p> <p>Omisiones en la narración: No existen cabos sueltos, ni elipsis.</p> <p>Espectacularidad y referencialidad: Si hay espectacularidad puesto que se presentan movimientos cadenciosos acompañados de escenarios elegantes y ambientes adecuados. Hace referencia a los diversos géneros como el house, jazz y latin soul, presenta los vestuarios que se utilizan en cada uno de ellos.</p> <p>Creación artística: No hay cambio de códigos visuales se presentan imágenes reales.</p>	<p>Condiciones de producción y distribución: El videoclip pertenece a su primer álbum titulado: <i>On the six</i>, el disco debutó en el "top 10" del Billboard.</p> <p><i>If You Had My Love</i>, alcanzó el número uno del <i>Billboard Hot 100</i>.</p> <p>Fecha de publicación del disco: 1999 Discográfica: Work Géneros: Latino, Pop Comercial , R&B Moderno, Dance Latino.</p> <p>Ventas mundiales 3,500,000</p>	Si	Se presenta la cantante como protagonista del videoclip, por tanto su cuerpo es real al de las latinas, es caderona, tiene grandes glúteos, y piernas torneadas, no es como el estereotipo de mujer que generalmente aparece en este tipo de productos comunicativos, no es extremadamente delgada, ni muy alta, tampoco es rubio, por el contrario es apiñonada su cabello es castaño.
1				

CATEGORÍA	INICIO		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿Cómo?
	FUNCIÓN DEL INICIO	RELACIÓN CON EL FINAL		
VIDEOCLIP	<p>Presentación de créditos: No se presentan</p> <p>Función estructura:</p> <p>Epígrafe: No aparece</p> <p>Diseño tipográfico: No aparece ninguna palabra o frase al inicio del video.</p> <p>Duración y funciones de la primera Escena: La primera escena dura 30 seg. Su función es presentar imágenes rápidamente al ritmo de la música, las imágenes se refieren al contenido del video, es una síntesis de todo lo que sucederá en a lo largo del clip.</p> <p>Relación con el final: La primera escena si tiene relación con el final, ya que es una historia lineal además de igual forma al final del videoclip aparecen imágenes a una velocidad rápida resumiendo el contenido del mismo.</p> <p>Prólogo narrativo: Existe complicidad con el espectador, porque presenta escenas atractivas.</p>	<p>La situación inicial se relaciona con el final, porque se presentan acciones y móviles atrayentes al espectador debido a que las imágenes al inicio son un gancho para que el espectador este a la expectativa de lo que ocurrirá, ya que se aparece la cantante Jennifer López bailando y realizando diferentes acciones correspondientes al tema de la canción. La relación es directa con el final porque tienen el mismo ritmo las imágenes iniciales y finales.</p>	<p>Si, se relaciona directamente.</p>	<p>Desde que comienza el videoclip existe la presencia del cuerpo, porque el videoclip muestra una representación de la celebración del nuevo milenio (2000), por tanto aparecen personas jóvenes bailando, tomando, disfrutando, bailando y utilizando su cuerpo para dar a conocer sus emociones, por medio de sus movimientos y acciones.</p>

CATEGORÍA	IMAGEN		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿CÓMO?
	IMÁGENES	PERSPECTIVA DE LA CÁMARA		
VIDEOCLIP 2	<p>Color: Los colores que prevalecen son los cálidos verdes, cafés, porque en el videoclip se presenta el ambiente de una selva, por tanto aparecen plantas, lagos, animales; en el otro ambiente que es la casa prevalecen colores neutros, azules, blancos amarillos, todo corresponde a la composición de las imágenes.</p> <p>Iluminación: La iluminación es intensa, por lo que se puede apreciar una armonía entre la escenografía y la imagen de la cantante.</p> <p>La iluminación en la selva es color verde fluorescente, mientras que en la casa es amarilla.</p> <p>Lentes:</p> <p>Profundidad de campo: En la mayor parte del video es poca la profundidad, ya que lo importante es mostrar a la cantante por tanto se utiliza más el zoom, a las distintas partes de su cuerpo como a la cara, piernas, cadera, ojos, etc. Lo importante es mostrar a las personas y sus ambientes.</p>	<p>Cámara: La cámara siempre esta en movimiento debido a la composición que existe entre la canción y los movimientos corporales que presenta la cantante hay relación entre los ritmos que se muestran y las acciones que se observan.</p> <p>La mayoría de las tomas del videoclip son cerradas es decir, médium shot, close up, extreme close up, para enfocar las acciones y movimientos de los personajes.</p> <p>Pero también hay tomas abiertas para ubicar los ambientes y los planos.</p>	Si	<p>En las imágenes se muestra claramente las partes del cuerpo y sus movimientos con relación a la canción.</p> <p>Las tomas se enfocan a cada parte del cuerpo, para presentar las piernas, ojos, la boca, todo esta en composición con la iluminación, la escenografía y los ambientes, en este caso presentan la selva, un lago, un cascada.</p>

CATEGORÍA	SONIDO		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿CÓMO?
	RELACIÓN DEL SONIDO CON LAS IMÁGENES	FUNCIÓN DE LOS SILENCIOS		
VIDEOCLIP	<p>Música: Se presenta en todo el videoclip primer plano. Sólo cambian los ritmos a lo largo de videoclip.</p> <p>Voces: No hay diálogos.</p> <p>Si existe una relación directa entre la música y las imágenes en el videoclip, pues as imágenes representan lo que la canción está expresando.</p>	Si hay un silencio, éste indica la llegada del nuevo milenio, pues a la mitad del videoclip aparece un reloj que da el conteo para entrar a un nuevo año.	Si	<p>La música tiene que ver con lo que se observa, en este caso esta directamente relacionada con el cuerpo, porque la música es contagiosa, en un nivel medio, la voz de la cantante es cálida, ritmo lento y rápido, y esto se ve reflejado en sus movimientos cadenciosos y atrayentes.</p> <p>La imagen que se ve en el video esta relacionado con el cuerpo porque la cantante utiliza a éste como su principal recurso para expresar sus emociones y sentimientos y lo logra a través de sus gestos y movimientos como tocarse la cara, los glúteos, las caderas, etc.</p>
2				

CATEGORÍA	EDICIÓN		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿Cómo?
	ORGANIZACIÓN DE LA SUCESIÓN DE IMÁGENES EN CADA ESCENA	ORGANIZACIÓN DE LA SUCESIÓN DE IMÁGENES ENTRE ESCENAS		
VIDEOCLIP	<p>Consistencia de tiempo y espacio: El cambio de una escena a otra es lógico, esto ocurre debido a las acciones presentadas es decir llevan un orden puesto que las chicas que aparecen al inicio se están arreglando para ir a celebrar la llegada del año 2000, situación que se va enlazando con las acciones de las mujeres.</p> <p>Duración: Las tomas duran poco en cada escena pero es necesario para dar a conocer cada acción. Algunas tomas son en cámara lenta.</p> <p>El ritmo de la toma: es normal y cronológica, conforme a la canción.</p>	<p>Integración y/o contraste entre escenas:</p> <p>Articulación formal: Hay sincronía entre las escenas.</p> <p>Articulación conceptual: es lógica porque las acciones son guiadas por alguien.</p> <p>Montaje no secuencial: se lleva a cabo el plano-secuencia.</p>	Si	Se muestra el cuerpo directamente relacionado con las tomas y el tiempo que tiene cada una de las escenas es necesario para que haya una sincronía y una lógica a lo largo de todo el videoclip.
2				

CATEGORIA	ESCENA		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿CÓMO?
	ESPACIO DONDE OCURRE LA HISTORIA	ELEMENTOS QUE PERMITEN IDENTIFICAR A CADA PERSONAJE		
VIDEOCLIP	<p>Espacios naturales: Presenta la simulación de una selva, plantas, animales, un manantial, una cascada, manglares, esto tiene una relación simbólica con el baile que realiza la cantante, puesto que baila en medio de una selva con poca ropa y haciendo movimientos sensuales y candentes.</p> <p>Estilo de la arquitectura: El diseño de la casa que aparece es campirano, entra luz por varias partes de la casa, ya que ésta se encuentra en medio de una selva, es cómoda y pequeña, tiene un toque moderno en cuanto a los muebles.</p> <p>Dimensión simbólica de los objetos y su distribución en el espacio: Los espacios en la casa son pequeños, pero necesarios para las acciones que realizan cada una de las mujeres que habita en ella, como peinarse, arreglarse, vestirse etc.; En cuanto al espacio que presenta el ambiente exterior (selva), es amplio esto le permite a la cantante y a las personas que se encuentran en ese lugar moverse con agilidad.</p>	<p>Proxémica:</p> <p>*Expresión Facial: La expresión facial de los personajes es sensual, erótica, emocionada, debido a la situación la llegada de un nuevo milenio.</p> <p>*Tono de Voz: Es suave y sensual.</p> <p>*Kinésica: Se presentan gestos faciales, movimientos como morderse los labios, tocarse el cabello, bailar sobre el agua, contonearse, mover las caderas, recorrer su cuerpo con las manos, tocarse la cara, la mirada.</p> <p>Vestido y peinado: La cantante presenta varios cambios de ropa cuando esta con sus amigas trae una falda de seda negra, unas zapatillas y una blusa de encaje color rosa viste sexy esta algo maquillada y bien peinada, cuando baila en medio de la selva usa dos cambios, un short y una blusa café con unas botas negras está maquillada natural, y en el otro cambio usa una blusa y un short color rojo, cuando baila dentro del agua usa un traje de baño negro de dos piezas igualmente está poco maquillada.</p>	Si	<p>El espacio y los objetos que aparecen si tiene relación con los movimientos corporales ya que gracias a ellos puede bailar libremente.</p> <p>Con respecto a sus expresiones y movimientos se relacionan directamente con sentimientos como el deseo, la pasión, el placer y la sensualidad.</p> <p>La manera en la que está vestida le permite moverse con facilidad, pues su ropa no es pegada esto facilita el movimiento corporal, además la manera en que está peinada denota sensualidad. Está maquillada y vestida de acuerdo al ambiente donde se encuentra.</p>
2				

CATEGORÍA	NARRACIÓN		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿Cómo?
EFFECTO QUE PRODUCE LA ESTRUCTURA NARRATIVA EN EL ESPECTADOR				
Estrategias de seducción narrativa		Estrategias de suspenso		
<p>Engaño: No hay.</p> <p>Sorpresa: Existe sorpresa al ver en el espectador porque al inicio cree que realmente esta bailando en medio de una selva cuando en realidad sólo es un lugar (discoteca) simulando ese ambiente.</p> <p>Suspenso: No existe.</p>		<p>Misterio: No hay</p> <p>Conflicto: No aparece.</p> <p>Tensión: No existe.</p>		
			Un poco	<p>No hay ninguna relación en cuanto al cuerpo y las estrategias de la estructura narrativa. Sólo hay sorpresa en cuanto a los movimientos corporales al ver como se mueve en un lugar algo exótico como es la selva.</p>

CATEGORÍA	GÉNERO Y ESTILO		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿Cómo?
	FÓRMULAS NARRATIVAS UTILIZADAS EN EL VIDEOCLIP	HAY ELEMENTOS VISUALES E IDEOLÓGICOS DEL <i>FILM NOIR</i> EN ESTA PELICULA		
VIDEOCLIP	<p>Fórmulas narrativas de la tradición cinematográfica clásica (1915-1945):</p> <p>Erotismo y amor: Se presenta a lo largo del videoclip la fórmula de erotismo y amor al presentarse la cantante como un ideal, ante sus espectadores, se convierte en una obsesión y un deseo. También se presenta otra fórmula la del Mundo del Espectáculo, puesto que presenta escenarios fantásticos como la selva, lleno de misterio y sensualidad.</p> <p>Modalidades genéricas: Ninguna</p>	<p>Elementos visuales del film <i>noir</i>:</p> <p>Cámara: No se presentan ángulos excéntricos, ni picados totales, por el contrario son tomas más estéticas como los close up, médium shot, full shot, entre otras que van más a detalles, pero sin dejar de lado la ubicación de los ambientes, tomas como long shot y full shot.</p> <p>Composición: Hay escenas completamente iluminadas o bien con poca luz, pero no se presenta en ninguna un claroscuro.</p> <p>Elementos ideológicos del film <i>noir</i>:</p> <p>Personajes: No hay. Filosofía: Ninguna.</p>	Un poco	Sólo en la formula narrativa puesto que las acciones indican que pertenece a la del erotismo y amor y también al mundo del espectáculo donde lo primordial es exhibir por medio de imágenes atrayentes situaciones y emociones.
2				

CATEGORÍA	IDEOLOGÍA		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿CÓMO?
	VISION DEL MUNDO	ELEMENTOS IDEOLÓGICOS		
VIDEOCLIP	<p>Verosimilitud: Hay cierta similitud con la realidad puesto que por tradición la mayoría de las personas en varias partes del mundo celebran cada año nuevo, y aun más cuando se trata de un nuevo milenio como sucedió hace siete años.</p> <p>Palimpsestos: No aparecen</p> <p>Omisiones en la narración: No existen cabos sueltos, ni elipsis.</p> <p>Espectacularidad y referencialidad: Si hay espectacularidad puesto que se presentan movimientos cadenciosos acompañados de escenarios exóticos y ambientes diferentes.</p> <p>Creación artística: No hay cambio de códigos visuales se presentan imágenes reales.</p>	<p>Condiciones de producción y distribución:</p> <p>Su segundo sencillo en inglés llamado <i>Waiting For Tonight</i> llegó a los diez primeros puestos del <i>Billboard Hot 100</i>.</p> <p>Fecha de publicación del disco: 1999 Discográfica: Work Géneros: Latino , Pop Comercial , R&B Moderno, Dance Latino.</p> <p>Ventas mundiales 2,300,000</p>	Si	<p>Se presenta la cantante como protagonista del videoclip, por tanto su cuerpo es real al de las latinas, es caderona, tiene grandes glúteos, y piernas torneadas, no es como el estereotipo de mujer que generalmente aparece en este tipo de productos comunicativos, no es extremadamente delgada, ni muy alta, tampoco es rubio, por el contrario es apiñonada su cabello es castaño. Además gracias a los ambientes en este caso la selva logra una relación directa entre los latinos y las personas que aparecen en el videoclip.</p>
2				

CATEGORÍA	INICIO		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿Cómo?
	FUNCIÓN DEL INICIO	RELACIÓN CON EL FINAL		
VIDEOCLIP	<p>Presentación de créditos: No se presentan</p> <p>Función estructura:</p> <p>Epígrafe: No aparece</p> <p>Diseño tipográfico: No aparece ninguna palabra o frase al inicio del video.</p> <p>Duración y funciones de la primera Escena: La primera escena dura 35 seg. Su función es presentar un dialogo por teléfono, en éste la protagonista se muestra un poco decepcionada y triste.</p> <p>Relación con el final: La primera escena si tiene relación con el final, porque gracias a esa llamada la protagonista decide romper con una farsa.</p> <p>Prólogo narrativo: Existe complicidad con el espectador, porque presenta escenas atractivas.</p>	<p>La situación inicial se relaciona con el final, porque de la acción principal (llamada por teléfono), se desencadena todo lo que surge a lo largo del videoclip, es decir gracias al dialogo que entabla al inicio la protagonista decide despojarse de algunos de sus bienes materiales (collares, bolsas, carro, ropa, etc.) porque esta harta de que su esposo sólo la llene de regalos y no de amor.</p>	<p>Si, se relaciona directamente.</p>	<p>Desde que comienza el videoclip existe la presencia del cuerpo, porque aparece la protagonista bailando en la playa con poca ropa, es decir esta exhibiendo su cuerpo, pero está imagen se mezcla con otra en la que de ella se va quitando poco a poco lo que trae puesto hasta quedar sólo con ropa interior, lo que permite mostrar su cuerpo nuevamente.</p>

CATEGORÍA	IMAGEN		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿CÓMO?
	IMÁGENES	PERSPECTIVA DE LA CÁMARA		
VIDEOCLIP	<p>Color: Los colores que prevalecen son los colores claros, los blancos, beige, azules, verdes, grises, plata, debido a los ambientes que presenta tanto los interiores, como exteriores.</p>	<p>Cámara: La cámara siempre está en movimiento debido a la composición que existe entre la canción y los movimientos corporales que presenta la cantante hay relación entre los ritmos que se muestran y las acciones que se ven.</p>	Si	<p>En las imágenes se muestra claramente las partes del cuerpo y sus movimientos con relación a la situación en este caso cuando baila en la playa, ya sea en la arena o bien en el mar.</p>
3	<p>Iluminación: La iluminación es intensa, por lo que se puede apreciar una armonía entre la escenografía y la imagen de la cantante.</p> <p>La iluminación está presente en todo el videoclip, no existe ningún momento en que ésta disminuya o bien desaparezca.</p> <p>Lentes:</p> <p>Profundidad de campo: En la mayoría de las escenas la profundidad es amplia, lo que permite ubicar los ambientes bien, pero hay partes por ejemplo en la que la protagonista baila en la playa, en donde la profundidad es mínima ya que muestra cada una de las partes de su cuerpo y sus gesticulaciones.</p>	<p>La mayoría de las tomas del videoclip son cerradas es decir, médium shot, close up, extreme close up, para enfocar las acciones y movimientos de los personajes.</p> <p>Pero también hay tomas abiertas para ubicar los ambientes y los planos.</p> <p>El ritmo de cámara en alguna toma es lento para mostrar claramente lo que sucede, pero también hay tomas con ritmo rápido como cuando baila con sus amigos.</p>		<p>Las tomas se enfocan a cada parte del cuerpo, para presentar las piernas, ojos, la boca, todo está en composición con la iluminación, la escenografía, los colores son armoniosos y sofisticados ya que se muestra una casa moderna y elegante.</p>

CATEGORÍA	SONIDO		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿CÓMO?
	RELACIÓN DEL SONIDO CON LAS IMÁGENES	FUNCIÓN DE LOS SILENCIOS		
VIDEOCLIP	<p>Música: Inicia después de la llamada por teléfono, es género pop. Existe un momento en que cambia el ritmo, pero en general en todo el video es el mismo.</p> <p>Voces: Existe un dialogo al inicio del videoclip por medio de una llamada telefónica, éste dura poco, pero es necesario para entender la situación que se ve en el videoclip.</p>	Si hay un silencio, cuando la protagonista recuerda una etapa pasada de su vida. Sirve para presentar esa situación (bailar con sus amigos).	Si	La música tiene que ver con lo que se observa, en este caso está directamente relacionada con el cuerpo, porque la música lleva a conocer lo que le sucede a la protagonista. Se encuentra a un nivel medio, la voz de la cantante es cálida, ritmo lento y rápido, esto se ve reflejado en sus movimientos cadenciosos, atrayentes y en las situaciones.
3	<p>Existen al inicio ruidos ambientales como el canto de las aves, las olas del mar, el sonido del teléfono.</p> <p>Si existe una relación directa entre la música y las imágenes en el videoclip, pues las imágenes representan lo que la canción está expresando y lo que la protagonista siente y desea.</p>			Las imágenes que aparecen son atrayentes, porque la protagonista se encuentra bailando en la playa con poca ropa, por tanto la presencia del cuerpo se puede ver a lo largo del videoclip

CATEGORÍA	EDICIÓN		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿Cómo?
	ORGANIZACIÓN DE LA SUCESIÓN DE IMÁGENES EN CADA ESCENA	ORGANIZACIÓN DE LA SUCESIÓN DE IMÁGENES ENTRE ESCENAS		
VIDEOCLIP	<p>Consistencia de tiempo y espacio: El cambio de una escena a otra es lógico, puesto que después de que recibe la llamada, ella decide dejar sus lujos, bienes, por ir a disfrutar de la playa, esto se aprecia claramente en cada escena.</p> <p>Duración: Las tomas duran poco en cada escena pero es necesario para dar a conocer cada acción. Algunas tomas son en cámara lenta.</p>	<p>Integración y/o contraste entre escenas:</p> <p>Articulación formal: Hay sincronía entre las escenas.</p> <p>Articulación conceptual: Es lógica, porque al iniciar presenta un dialogo que trae como consecuencia los hechos posteriores. .</p> <p>Montaje no secuencial: se lleva a cabo el plano-secuencia.</p>	Si	Se muestra el cuerpo directamente relacionado con las tomas y el tiempo que tiene cada una de las escenas es necesario para que haya una sincronía y una lógica a lo largo de todo el videoclip.
3	El ritmo de la toma: es normal y cronológica, conforme al ritmo de la música y la letra de la canción.			

CATEGORIA	ESCENA		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿CÓMO?
	ESPACIO DONDE OCURRE LA HISTORIA	ELEMENTOS QUE PERMITEN IDENTIFICAR A CADA PERSONAJE		
VIDEOCLIP	<p>Espacios naturales: Se presentan paisajes llenos de luz y color entre ellos la playa y los alrededores de su casa. Aparece un mar espectacular en colores turquesa todo estético.</p> <p>Estilo de la arquitectura: El diseño de la casa es moderno elegante, llena de estética, colores discretos, es grande y espaciosa, entra demasiada luz gracias a los ventanales que tiene, se aprecia la playa de fondo; los muebles son modernos elegantes y glamorosos. Pertenece a una ciudad moderna.</p> <p>Dimensión simbólica de los objetos y su distribución en el espacio: Los espacios en la casa son grandes ya que es amplia, puede apreciarse cada una de las acciones que realiza la protagonista aunque sólo hable por teléfono y camine. El espacio más bien indica la clase social, el estilo de la casa, además los muebles y objetos que están en ella son pocos no esta saturada la imagen.</p>	<p>Proxémica:</p> <p>*Expresión Facial: La expresión facial de la protagonista al inicio es triste, decepcionada y resignada, en la playa es sensual, erótica, y divertida.</p> <p>*Tono de Voz: Es suave y sensual.</p> <p>*Kinésica: Se presentan gestos faciales, movimientos como morderse los labios, tocarse el cabello, la cara, bailar sobre el agua, contonearse, mover las caderas, recorrer su cuerpo con las manos, tocarse la cara, la mirada.</p> <p>Vestido y peinado: La cantante al inicio esta vestida cómodamente y sensual, usa unos jeans, una blusa blanca escotada, una gabardina, trae zapatillas, además usa accesorios como anillos, pulseras, cadenas, aretes, en oro. Trae el cabello recogido, luce sexy. Conforme va pasando el video ella se va quitando la ropa hasta quedar sólo en ropa interior color dorada, lo que denota su posición social.</p>	Si	<p>Con respecto a sus expresiones y movimientos se relacionan directamente con sentimientos como el deseo, la pasión, el placer y la sensualidad, también se relacionan con la tristeza y la soledad.</p> <p>La manera en la que está vestida le permite moverse con facilidad, pues su ropa no es pegada esto facilita el movimiento corporal, además la manera en que está peinada denota sensualidad. Está maquillada y vestida de acuerdo al ambiente donde se encuentra.</p>
3				

CATEGORÍA	NARRACIÓN		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿CÓMO?
EFFECTO QUE PRODUCE LA ESTRUCTURA NARRATIVA EN EL ESPECTADOR				
Estrategias de seducción narrativa		Estrategias de suspenso		
<p>Engaño: No hay.</p> <p>Sorpresa: Existe sorpresa cuando ella descubre su soledad y comienza a despojarse de sus bienes materiales y buscar compañía.</p> <p>Suspenso: No existe.</p>		<p>Misterio: No hay</p> <p>Conflicto: Existe conflicto en la situación amorosa de la protagonista, porque su esposo sólo la llena de lujos pero le falta cariño.</p> <p>Tensión: No existe.</p>		
			Un poco	No hay ninguna relación en cuanto al cuerpo y las estrategias de la estructura narrativa. Sólo hay relación con el cuerpo cuando baila en la playa.

CATEGORÍA	GÉNERO Y ESTILO		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿Cómo?
	FÓRMULAS NARRATIVAS UTILIZADAS EN EL VIDEOCLIP	HAY ELEMENTOS VISUALES E IDEOLÓGICOS DEL <i>FILM NOIR</i> EN ESTA PELÍCULA		
VIDEOCLIP	<p>Fórmulas narrativas de la tradición cinematográfica clásica (1915-1945):</p> <p>Erotismo y amor: Se presenta a lo largo del videoclip la fórmula de erotismo y amor porque se representa una situación de decepción amorosa por parte de la protagonista.</p> <p>Mundo del Espectáculo, puesto que presenta escenarios fantásticos como la playa, pero sobretodo por las acciones que realiza la protagonista, es decir se va quitando la ropa poco a poco.</p> <p>Modalidades genéricas: Ninguna</p>	<p>Elementos visuales del film <i>noir</i>:</p> <p>Cámara: No se presentan ángulos excéntricos, ni picados totales, por el contrario son tomas más estéticas como los close up, médium shot, full shot, entre otras que van más a detalles, pero sin dejar de lado la ubicación de los ambientes, tomas como long shot y full shot.</p> <p>Composición: Hay escenas completamente iluminadas, no se presenta en ninguna un claroscuro.</p> <p>Elementos ideológicos del film <i>noir</i>:</p> <p>Personajes: No hay. Filosofía: Ninguna.</p>	Un poco	Sólo en la fórmula narrativa puesto que las acciones indican que pertenece a la del erotismo y amor y también al mundo del espectáculo donde lo primordial es exhibir por medio de imágenes atrayentes situaciones y emociones o bien exhibir situaciones como en este caso una decepción amorosa.
3				

CATEGORÍA	IDEOLOGÍA		¿SE RELACIONA CON EL CUERPO?	¿CÓMO?
	VISION DEL MUNDO	ELEMENTOS IDEOLÓGICOS		
VIDEOCLIP	<p>Verosimilitud: Hay cierta similitud con la realidad puesto que la protagonista vive una decepción amorosa, es decir vive rodeada de lujos y detalles, pero no tiene el amor ni la presencia de su esposo, situación que suele pasar en la realidad a cualquier persona, en donde lo esencial es lo material y se dejan de lado los sentimientos.</p> <p>Palimpsestos: No aparecen</p> <p>Omisiones en la narración: No existen cabos sueltos, ni elipsis.</p> <p>Espectacularidad y referencialidad: Si hay espectacularidad puesto que se presentan movimientos cadenciosos acompañados de escenarios exóticos y ambientes diferentes.</p> <p>Creación artística: No hay cambio de códigos visuales se presentan imágenes reales.</p>	<p>Condiciones de producción y distribución:</p> <p>Fecha de publicación del disco: 2001 Discográfica: Epic/Handprint Géneros: Latino , Pop Comercial , R&B Moderno, Dance Latino</p> <p>Este disco debutó en el número uno de ventas en el <i>Billboard Hot 200</i> y estableció un récord Guinness pues fue la primera artista en colocar un disco número uno en ventas</p> <p>El tema <i>Love Don't Cost A Thing</i> de nueva cuenta obtuvo el número uno en las listas de popularidad.</p> <p>Ventas Mundiales 2,300,000</p>	Si	Se presenta la cantante como protagonista del videoclip, por tanto su cuerpo es real al de las latinas, es caderona, tiene grandes glúteos, y piernas torneadas, no es como el estereotipo de mujer que generalmente aparece en este tipo de productos comunicativos, no es extremadamente delgada, ni muy alta, tampoco es rubia, por el contrario es apiñonada su cabello es castaño. Además gracias a los ambientes en este caso la playa logra una relación directa entre los latinos y las personas que aparecen en el videoclip. Además presenta una situación común como es la decepción amorosa.
3				

Tabla

de

Operacionalización

Tabla de operacionalización

Concepto	Categorías	Indicador	Índice	Item
Análisis	A) Corporal	1.Características física	1.1.Estatura	1.1a. Alto 1.1b. Regular 1.1c. Bajo
			1.2.Complexión	1.2a. Gordo 1.2b. Medio 1.2c. Delgado
			1.3. Tono de piel	1.3a. Blanco 1.3b. Negro 1.3c. Apiñonado 1.3d. Moreno
			1.4. Raza	1.5a. Indígena 1.5b. Mestiza 1.5c. Blanca
		2.Edad	2.1.Niño 2.2.Adolescente 2.3. Joven 2.4.Adulto 2.5. Anciano	
		3.Género	3.1. Femenino 3.2. Masculino	
		4.Vestimenta	4.1.Colores	4.1a. Claros 4.1b. Oscuros
			4.2. Texturas	4.2a.Algodón 4.2b.Seda

				4.2c.Mezclilla 4.2d.Licra 4.2e.Encaje 4.2f.Lino 4.3a.Blusa 4.3b.Pantalón 4.3c.Short 4.3d.Ropa interior 4.3e.Vestido 4.3f.Traje de baño 4.3g.Falda 4.4a. Zapatilla 4.4b.Tenis 4.4c.Sandalia 4.4d.Botas 4.5a.Anillos 4.5b.Pulseras 4.5c.Aretes 4.5d.Collares 4.5e.Bolsa 4.5f.Cartera 4.5g.Reloj 5.1a. Fiestas 5.1b.Reuniones 5.1c.Hablar por teléfono 5.1d. Usar la computadora. 5.2a.Comer 5.2b.Vestir
		5.Acciones	4.3. Tipo 4.4.Zapatos 4.5.Accesorios 5.1.Sociales	

			<p>5.2.Físicas</p> <p>5.3.Expresivas</p>	<p>5.2c.Caminar 5.2d.Manejar 5.2e.Bañarse</p> <p>5.3a.Hablar 5.3b.Platicar 5.3c.Saborear 5.3d.Gesticular 5.3e.Reír 5.3f.Gritar 5.3g.Tocar 5.3h.Bailar 5.3i.Abrazar 5.3j.Cantar</p>
		<p>6.Estado de animo</p> <p>7.Actitud</p>	<p>6.1.Feliz 6.2.Triste 6.3.Enojada 6.4.Emocionada</p> <p>7.1.Segura 7.2.Insegura</p>	
	B)Musical	<p>1.Género</p> <p>2.Ritmo</p>	<p>1.1.Pop 1.2.Dance 1.3.Grupero 1.4.Jazz 1.5.House 1.6.Latino</p> <p>2.1.Rápido</p>	

		2.Cámara	1.2.Parcial 1.3.Nula 2.1.Planos 2.2.Tomas 2.3.Ritmo	2.1a.Americano 2.1b.Holandés. 2.2a.Extreme long shot 2.2b.Long shot 2.2c.Full shot 2.2d.Medium shot 2.2e.Medium close-up 2.2f.Close-up 2.2g.Big close-up 2.2h.Extreme close-up 2.2i.Tight shot 2.2j.Two shot 2.2k.Group shot 2.2l.Over shoulder 2.2m.Picada 2.2n.Contrapiada 2.3a.Normal 2.3b.Lento 2.3c.Congelamiento 2.3d.Superposición cronológica.
		3.Composición	3.1.Claroscuro 3.2.Clara 3.3.Oscura 3.4.Contrastes	
	C)Narrativo	1. Formulas	1.1.Amor y erotismo 1.2.Mundo del	

		<p>2.Secuencia</p> <p>3.Estrategias de seducción</p> <p>4.Representación de la situación.</p>	<p>espectáculo</p> <p>1.3.Detectives</p> <p>1.4.Western</p> <p>1.5.Guerra</p> <p>1.6.Ciencia ficción y horror</p> <p>1.7.Outlaw</p> <p>1.8.Outcast</p> <p>2.1.Lógica</p> <p>2.2.Cronológica</p> <p>2.3.Ruptura</p> <p>3.1.Engaño</p> <p>3.2.Suspensión</p> <p>3.3.Bloqueo</p> <p>3.4.Sorpresa</p> <p>3.5.Suspenso</p> <p>4.1.Real</p> <p>4.2.Virtual</p>	
	D) Económico	<p>1.Clase alta</p> <p>2.Clase media</p> <p>3.Clase baja</p>		
	E)Móvil	<p>1. Placer</p> <p>2.Deseo</p>	<p>1.1 Bailar</p> <p>1.2 Convivir</p> <p>1.3 Disfrutar</p> <p>1.4.Enseñar</p> <p>2.1 Sexual</p> <p>2.2.Físico</p>	

			2.3.Sedución	
	F)Ideológico	1.Valores 2.Verosimilitud	1.1.Honestidad 1.2.Responsabilidad 1.3.Compañerismo 1.4.Unión 1.5.Amor	

Vaciado

Videoclip	Escena	Cuerpo	Partes del cuerpo	Estatura	Compleción	Tono de piel	Edad	Género
1	1	Si aparece	Todo	Regular	Delgada	Moreno	Joven	Masculino
1	1	Si aparece	Cara	Regular	Delgada	Moreno	Joven	Masculino
1	2	Si aparece	Cara	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
1	2	Si aparece	Todo	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
1	3	Si aparece	Pecho	Regular	Delgada	Moreno	Joven	Masculino
1	3	Si aparece	Mano	Regular	Delgada	Moreno	Joven	Masculino
1	3	Si aparece	Todo	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
1	3	Si aparece	Cara	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
1	3	Si aparece	Pecho	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
1	4	Si aparece	Espalda	Alto	Media	Moreno	Adulto	Masculino
1	4	Si aparece	Cara	Alto	Media	Moreno	Adulto	Masculino
1	4	Si aparece	Espalda	Regular	Delgada	Moreno	Joven	Femenino
1	4	Si aparece	Cara	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
1	4	Si aparece	Todo	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
1	5	Si aparece	Cara	Regular	Delgada	Moreno	Joven	Masculino
1	5	Si aparece	Mano	Regular	Delgada	Moreno	Joven	Masculino
1	5	Si aparece	Todo	Regular	Gordo	Blanca	Niño	Femenino
1	5	Si aparece	Cara	Regular	Gordo	Blanca	Niño	Femenino
1	5	Si aparece	Todo	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
1	5	Si aparece	Cara	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
1	6	Si aparece	Cara	Regular	Delgada	Moreno	Joven	Masculino
1	6	Si aparece	Mano	Regular	Delgada	Moreno	Joven	Masculino
1	6	Si aparece	Cara	Regular	Delgada	Moreno	Joven	Femenino
1	6	Si aparece	Mano	Regular	Media	Moreno	Joven	Femenino
1	7	Si aparece	Mano	No se indica	Media	Moreno	Joven	Masculino
1	7	Si aparece	Todo	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
1	7	Si aparece	Pecho	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
1	7	Si aparece	Cara	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
1	7	Si aparece	Todo	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
1	7	Si aparece	Cara	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
1	7	Si aparece	Glúteo	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
1	7	Si aparece	Pierna	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
1	7	Si aparece	Pies	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
1	7	Si aparece	Cara	Regular	Delgada	Moreno	Joven	Masculino
1	7	Si aparece	Cuello	Regular	Delgada	Moreno	Joven	Masculino
1	8	Si aparece	Abdomen	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino

1	8	Si aparece	Pecho	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
1	8	Si aparece	Cara	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Masculino
1	8	Si aparece	Todo	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Masculino
1	8	Si aparece	Todo	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
1	8	Si aparece	Cara	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
1	8	Si aparece	Pecho	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
1	8	Si aparece	Espalda	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
2	1	No aparece	No se indica					
2	2	Si aparece	Cara	Regular	Delgada	Moreno	Joven	Femenino
2	2	Si aparece	Pierna	Regular	Delgada	Blanca	Joven	Femenino
2	3	Si aparece	Espalda	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
2	3	Si aparece	Cara	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
2	4	Si aparece	Cara	Regular	Delgada	Moreno	Joven	Femenino
2	4	Si aparece	Mano	Regular	Delgada	Moreno	Joven	Femenino
2	4	Si aparece	Pecho	Regular	Delgada	Moreno	Joven	Femenino
2	4	Si aparece	Cara	Regular	Delgada	Apiñonada	Joven	Femenino
2	4	Si aparece	Pecho	Regular	Delgada	Apiñonada	Joven	Femenino
2	5	Si aparece	Cara	Regular	Media	Apiñonada	Joven	Femenino
2	6	No aparece	No se indica					
2	6	Si aparece	Cadera	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
2	6	Si aparece	Glúteo	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
2	6	Si aparece	Mano	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
2	6	Si aparece	Pierna	Regular	Delgada	Apiñonada	Joven	Femenino
2	6	Si aparece	Todo	Regular	Delgada	Blanca	Joven	Femenino
2	6	Si aparece	Cara	Regular	Delgada	Blanca	Joven	Femenino
2	7	Si aparece	Cara	Regular	Delgada	Moreno	Joven	Femenino
2	7	Si aparece	Cara	Regular	Delgada	Apiñonada	Joven	Femenino
2	7	Si aparece	Cuello	Regular	Delgada	Apiñonada	Joven	Femenino
2	7	Si aparece	Cara	Regular	Delgada	Apiñonada	Joven	Femenino
2	7	Si aparece	Cara	Regular	Delgada	Blanca	Joven	Femenino
2	8	Si aparece	Todo	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
2	8	Si aparece	Cara	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
2	8	Si aparece	Cara	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
2	8	Si aparece	Pecho	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino

2	8	Si aparece	Cara	Regular	Delgada	Moreno	Joven	Femenino
2	8	Si aparece	Mano	Regular	Media	Moreno	Joven	Femenino
2	8	Si aparece	Cara	Regular	Media	Apiñonada	Joven	Femenino
2	8	Si aparece	Mano	Regular	Media	Apiñonada	Joven	Femenino
2	8	Si aparece	Cara	Regular	Media	Moreno	Joven	Masculino
2	8	Si aparece	Pecho	Regular	Media	Moreno	Joven	Masculino
2	9	Si aparece	Cara	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Masculino
2	9	Si aparece	Pecho	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Masculino
2	10	Si aparece	Cara	Regular	Media	Apiñonada	Joven	Femenino
2	10	Si aparece	Glúteo	Regular	Media	Apiñonada	Joven	Femenino
2	10	Si aparece	Cadera	Regular	Media	Apiñonada	Joven	Femenino
2	10	Si aparece	Abdomen	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
2	10	Si aparece	Pecho	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
3	1	Si aparece	Todo	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
3	1	Si aparece	Cara	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
3	2	Si aparece	Cara	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
3	2	Si aparece	Cadera	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
3	3	Si aparece	Cara	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
3	3	Si aparece	Todo	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
3	3	Si aparece	Espalda	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
3	3	Si aparece	Cadera	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
3	3	Si aparece	Pierna	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
3	3	Si aparece	Glúteo	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
3	4	Si aparece	Todo	Regular	Delgada	Apiñonada	Adulto	Femenino
3	4	Si aparece	Cadera	Regular	Delgada	Apiñonada	Adulto	Femenino
3	4	Si aparece	Todo	Regular	Media	Moreno	Adulto	Masculino
3	4	Si aparece	Todo	Regular	Delgada	Apiñonada	Adulto	Masculino
3	4	Si aparece	Todo	Regular	Delgada	Blanca	Adulto	Masculino
3	5	Si aparece	Mano	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
3	5	Si aparece	Todo	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
3	5	Si aparece	Pierna	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
3	5	Si aparece	Cara	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
3	5	Si aparece	Cadera	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
3	5	Si aparece	Glúteo	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino
3	5	Si aparece	Espalda	Regular	Media	Apiñonada	Adulto	Femenino

Vestimenta	Colores	Texturas	Zapatos	Accesorios	Acciones Sociales	Acciones Físicas	Acciones Expresivas
Pantalón	Claros	Algodón	Sandalia	No se indica	Usar la computadora	Caminar	Sonreír
Camiseta	Claros	Algodón	Sandalia	No se indica	Usar la computadora	Caminar	Sonreír
Pantalón	Claros	Lino	No se indica	Pulseras	No se indica	Caminar	Sonreír
Blusa	Claros	Algodón	No se indica	Collar	No se indica	Caminar	Mirar
Pantalón	Claros	Algodón	Sandalia	No se indica	Usar la computadora	Sentarse	Gesticular
Camiseta	Claros	Algodón	Sandalia	No se indica	Usar la computadora	Sentarse	Gesticular
Pantalón	Claros	Lino	No se indica	Pulseras	No se indica	Caminar	Cantar
Blusa	Claros	Lino	No se indica	Collar	No se indica	Caminar	Gesticular
Blusa	Claros	Lino	No se indica	Collar	No se indica	Caminar	Tocarse
Camiseta	Oscuros	Lino	No se indica	No se indica	Usar la computadora	Sentarse	Gesticular
Pantalón	Oscuros	Algodón	No se indica	No se indica	Usar la computadora	Sentarse	Gesticular
Blusa	Oscuros	Algodón	No se indica	No se indica	Usar la computadora	Sentarse	Gesticular
Top	Claros	Seda	No se indica	Aretes	No se indica	Caminar	Gesticular
Pantalón	Claros	Lino	No se indica	Collar	No se indica	Caminar	Cantar
Camiseta	Claros	Algodón	No se indica	No se indica	Usar la computadora	Sentarse	Gesticular
Camiseta	Claros	Algodón	No se indica	No se indica	Usar la computadora	Sentarse	Tocarse
Camiseta	Claros	Algodón	Tenis	No se indica	Usar la computadora	Sentarse	Sonreír
Short	Claros	Algodón	Tenis	No se indica	Usar la computadora	Sentarse	Bailar
Top	Claros	Seda	No se indica	Collar	No se indica	Caminar	Bailar
Pantalón	Claros	Lino	No se indica	Pulseras	No se indica	Caminar	Gesticular
Camiseta	Claros	Algodón	No se indica	No se indica	Usar la computadora	Sentarse	Gesticular
Camiseta	Claros	Lino	No se indica	No se indica	Usar la computadora	Sentarse	Tocarse
Top	Claros	Seda	No se indica	Pulseras	Usar la computadora	No se indica	Gesticular
Blusa	Claros	Seda	No se indica	No se indica	No se indica	No se indica	Bailar
No se indica	Claros	No se indica	No se indica	No se indica	Usar la computadora	No se indica	No se indica
Top	Claros	Licra	Zapatillas	Collar	No se indica	No se indica	Bailar
Bolero	Claros	Lino	Zapatillas	Collar	No se indica	No se indica	Gesticular
Pantalón	Claros	Lino	Zapatillas	Aretes	No se indica	No se indica	Gritar
Blusa	Claros	Licra	Tenis	Aretes	No se indica	No se indica	Bailar
Pantalón	Oscuros	Algodón	Tenis	Aretes	No se indica	No se indica	Gritar
Vestido	Claros	Licra	Zapatillas	No se indica	No se indica	No se indica	Bailar
Vestido	Claros	Licra	Zapatillas	No se indica	No se indica	No se indica	Gritar
Vestido	Claros	Licra	Zapatillas	No se indica	No se indica	No se indica	Gesticular

Camiseta	Claros	Algodón	No se indica	No se indica	Usar la computadora	Sentarse	Gesticular
Camiseta	Claros	Algodón	No se indica	No se indica	Usar la computadora	Sentarse	Tocarse
No se indica	Bañarse	Tocarse					
No se indica	Bañarse	Gesticular					
Overol	Oscuros	Lino	Zapatos	No se indica	Ver la televisión	Caminar	Tocarse
Overol	Oscuros	Lino	Zapatos	No se indica	Ver la televisión	Caminar	Gesticular
Vestido	Claros	Seda	Zapatillas	Pulseras	No se indica	Caminar	Gesticular
Vestido	Claros	Seda	Zapatillas	Aretes	No se indica	Caminar	Bailar
Vestido	Claros	Seda	Zapatillas	Collar	No se indica	Caminar	Tocarse
Vestido	Claros	Seda	Zapatillas	Pulseras	No se indica	Caminar	Acariciarse
No se indica	No se indica	No se indica					
Camiseta	Oscuros	Algodón	No se indica	No se indica	No se indica	Sentarse	Mirar
Short	Oscuros	Licra	No se indica	No se indica	No se indica	Acostarse	No se indica
Short	Oscuros	Algodón	No se indica	Pulseras	No se indica	No se indica	Mirar
Camiseta	Oscuros	Algodón	No se indica	Pulseras	No se indica	No se indica	Bailar
Camiseta	Oscuros	Algodón	No se indica	No se indica	No se indica	Sentarse	Mirar
Short	Oscuros	Algodón	No se indica	No se indica	No se indica	Sentarse	Mirar
Short	Oscuros	Algodón	No se indica	No se indica	No se indica	Sentarse	Mirar
Falda	Oscuros	Seda	Zapatillas	Pulseras	No se indica	No se indica	Mirar
Blusa	Claros	Encaje	No se indica	Aretes	No se indica	No se indica	Tocarse
Blusa	Oscuros	Algodón	No se indica	Aretes	No se indica	No se indica	Abrazarse
No se indica	No se indica	No se indica					
Blusa	Oscuros	Licra	Botas	Pulseras	No se indica	Caminar	Bailar
Short	Oscuros	Licra	Botas	Pulseras	No se indica	Caminar	Tocarse
Short	Oscuros	Licra	Botas	Pulseras	No se indica	Caminar	Gesticular
Blusa	Oscuros	Licra	Zapatillas	No se indica	No se indica	Sentarse	No se indica
Blusa	Oscuros	Licra	No se indica	Pulseras	Hablar por teléfono	Acostarse	Hablar
Short	Oscuros	Licra	No se indica	No se indica	Hablar por teléfono	Acostarse	Hablar
Blusa	Oscuros	Seda	No se indica	No se indica	No se indica	Sentarse	Reír
Vestido	Oscuros	Seda	No se indica	Collar	No se indica	Sentarse	Cantar
Vestido	Oscuros	Seda	No se indica	Aretes	No se indica	Sentarse	Gesticular
Blusa	Oscuros	Seda	No se indica	No se indica	No se indica	Sentarse	Reír
Blusa	Oscuros	Seda	No se indica	No se indica	No se indica	Sentarse	Reír
Blusa	Oscuros	Licra	Botas	Pulseras	Reunión	No se indica	Gesticular
Short	Oscuros	Licra	Botas	Collar	Reunión	No se indica	Tocarse

Vestido	Oscuros	Seda	No se indica	Collar	Reunión	Caminar	Reír
Vestido	Oscuros	Seda	No se indica	Aretes	Reunión	Caminar	Bailar
Blusa	Oscuros	Seda	No se indica	Anillo	Reunión	Caminar	Bailar
Blusa	Oscuros	Seda	No se indica	Anillo	Reunión	Caminar	Reír
Blusa	Oscuros	Licra	No se indica	Pulseras	Reunión	Caminar	Bailar
Short	Oscuros	Licra	No se indica	Pulseras	Reunión	Caminar	Bailar
Camiseta	Oscuros	Licra	No se indica	Anillo	Reunión	Caminar	Bailar
Camiseta	Oscuros	Licra	No se indica	Aretes	Reunión	Caminar	Gesticular
Camiseta	Oscuros	Algodón	No se indica	Collar	Reunión	Caminar	Reír
Camiseta	Oscuros	Algodón	No se indica	Aretes	Reunión	Caminar	Gesticular
Traje de baño	Oscuros	Licra	No se indica	Aretes	Reunión	Caminar	Gesticular
Traje de baño	Oscuros	Licra	No se indica	Aretes	Reunión	Caminar	Tocarse
Traje de baño	Oscuros	Licra	No se indica	Collar	Reunión	Caminar	Bailar
Blusa	Oscuros	Licra	No se indica	Aretes	Reunión	No se indica	Bailar
Blusa	Oscuros	Licra	No se indica	Aretes	Reunión	No se indica	Gesticular
Blusa	Claros	Licra	Zapatillas	Anillo	Hablar por teléfono	Caminar	Gesticular
Jeans	Claros	Mezclilla	Zapatillas	Pulseras	Hablar por teléfono	Caminar	Hablar
No se indica	No se indica	No se indica	No se indica	No se indica	No se indica	No se indica	Cantar
Calzón	Claros	No se indica	No se indica	No se indica	No se indica	Caminar	Tocarse
Blusa	Claros	Licra	Zapatillas	Collar	No se indica	Manejar	Gesticular
Jeans	Claros	Mezclilla	Zapatillas	Pulseras	No se indica	Manejar	Cantar
Gabardina	Claros	Algodón	No se indica	Bolsa	No se indica	Manejar	Cantar
Blusa	Claros	Licra	No se indica	No se indica	No se indica	Acostarse	Gesticular
Short	Claros	Licra	No se indica	No se indica	No se indica	Acostarse	Tocarse
Calzón	Claros	Licra	No se indica	No se indica	No se indica	Acostarse	Acariciarse
Blusa	Claros	Algodón	Tenis	Collar	Reunión	No se indica	Gesticular
Pantalón	Oscuros	Lino	Tenis	Aretes	Reunión	No se indica	Bailar
Pantalón	Oscuros	Lino	Tenis	No se indica	Reunión	No se indica	Bailar
Pantalón	Oscuros	Lino	Tenis	Gorra	Reunión	No se indica	Bailar
Pantalón	Oscuros	Lino	Tenis	No se indica	Reunión	No se indica	Bailar
Pantalón	Oscuros	Mezclilla	Zapatillas	Collar	No se indica	Caminar	Gesticular
Blusa	Claros	Licra	No se indica	No se indica	No se indica	Acostarse	Gesticular
Calzón	Claros	Licra	No se indica	No se indica	No se indica	Caminar	Gesticular
Blusa	Claros	Licra	No se indica	No se indica	No se indica	Caminar	Acariciarse
Calzón	Claros	Licra	No se indica	No se indica	No se indica	Caminar	Tocarse

Calzón	Claros	Licra	No se indica	No se indica	No se indica	Acostarse	Bailar
No se indica	Caminar	Gesticular					

Estado de ánimo	Actitud	Género Musical	Ritmo	Análisis Textual	Ambientes Exteriores	Ambientes Interiores	Iluminación
Feliz	Segura	Pop	Lento	Palabras	No se indica	Casa	Parcial
Feliz	Segura	Pop	Lento	Palabras	No se indica	Casa	Parcial
Feliz	Segura	Pop	Lento	No se indica	No se indica	Casa	Total
Feliz	Segura	Pop	Lento	No se indica	No se indica	Casa	Total
Feliz	Segura	Pop	Medio	Palabras	No se indica	Casa	Parcial
Feliz	Segura	Pop	Medio	Palabras	No se indica	Casa	Parcial
Feliz	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Casa	Total
Feliz	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Casa	Total
Feliz	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Casa	Total
Relajado	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Oficina	Nula
Relajado	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Oficina	Nula
Relajado	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Oficina	Parcial
Relajado	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Casa	Total
Relajado	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Casa	Total
Emocionado	Segura	Pop	Medio	Palabras	No se indica	Casa	Parcial
Emocionado	Segura	Pop	Medio	Palabras	No se indica	Casa	Parcial
Feliz	Insegura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Casa	Total
Feliz	Insegura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Casa	Total
Feliz	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Casa	Total
Feliz	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Casa	Total
Emocionado	Segura	Pop	Medio	Palabras	No se indica	Casa	Parcial
Emocionado	Segura	Pop	Medio	Palabras	No se indica	Casa	Parcial
Feliz	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Casa	Total
No se indica	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Discoteca	Parcial
No se indica	No se indica	Pop	Lento	Palabras	No se indica	Discoteca	Parcial
Feliz	Segura	Jazz	Rápido	Palabras	No se indica	Casa	Total
Emocionado	Segura	Jazz	Rápido	Palabras	No se indica	Casa	Total
Emocionado	Segura	Jazz	Rápido	Palabras	No se indica	Casa	Total
Emocionado	Segura	House	Rápido	Palabras	No se indica	Casa	Total
Emocionado	Segura	House	Rápido	Palabras	No se indica	Casa	Total

Emocionado	Segura	Latin soul	Rápido	Palabras	No se indica	Casa	Total
Feliz	Segura	Latin soul	Rápido	Palabras	No se indica	Casa	Total
Feliz	Segura	Latin soul	Rápido	Palabras	No se indica	Casa	Total
Emocionado	Segura	No se indica	Medio	Palabras	No se indica	Casa	Parcial
Emocionado	Segura	No se indica	Medio	Palabras	No se indica	Casa	Parcial
Relajado	Segura	Pop	Lento	No se indica	No se indica	Casa	Total
Relajado	Segura	Pop	Lento	No se indica	No se indica	Casa	Total
Relajado	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Taller mecánico	Parcial
Relajado	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Taller mecánico	Parcial
Relajado	Segura	Pop	Lento	No se indica	No se indica	Casa	Total
Relajado	Segura	Pop	Lento	No se indica	No se indica	Casa	Total
Relajado	Segura	Pop	Lento	No se indica	No se indica	Casa	Total
Relajado	Segura	Pop	Lento	No se indica	No se indica	Casa	Total
No se indica	No se indica	Pop	Rapido	No se indica	Selva	No se indica	Total
Relajado	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Casa	Parcial
Relajado	No se indica	Pop	Lento	No se indica	No se indica	Casa	Parcial
Relajado	Segura	Pop	Medio	No se indica	Selva	No se indica	Parcial
Relajado	Segura	Pop	Medio	No se indica	Selva	No se indica	Parcial
Triste	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Casa	Nula
Triste	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Casa	Nula
Triste	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Casa	Nula
Relajado	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Casa	Parcial
Relajado	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Casa	Parcial
Relajado	Segura	Pop	Lento	No se indica	Selva	No se indica	Parcial
No se indica	No se indica	Pop	Medio	Palabras	No se indica	Casa	Parcial
Emocionado	Segura	Pop	Medio	No se indica	Selva	No se indica	Parcial
Emocionado	Segura	Pop	Medio	No se indica	Selva	No se indica	Parcial
Emocionado	Segura	Pop	Medio	No se indica	Selva	No se indica	Parcial
Relajado	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Casa	Parcial
Relajado	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Casa	Parcial
Relajado	Segura	Pop	Medio	No se indica	No se indica	Casa	Parcial
Emocionado	Segura	Pop	Medio	No se indica	Selva	No se indica	Nula
Emocionado	Segura	Pop	Medio	No se indica	Selva	No se indica	Nula
Emocionado	Segura	Pop	Medio	No se indica	Selva	No se indica	Nula
Emocionado	Segura	Pop	Medio	No se indica	Selva	No se indica	Nula

Emocionado	Segura	Pop	Medio	No se indica	Selva	No se indica	Nula
Emocionado	Segura	Pop	Rápido	No se indica	Selva	No se indica	Parcial
Emocionado	Segura	Pop	Medio	No se indica	Selva	No se indica	Parcial
Emocionado	Segura	Pop	Medio	No se indica	Selva	No se indica	Parcial
Emocionado	Segura	Pop	Medio	No se indica	Selva	No se indica	Parcial
Emocionado	Segura	Pop	Medio	No se indica	Selva	No se indica	Parcial
Emocionado	Segura	Pop	Rapido	Números	Selva	No se indica	Parcial
Emocionado	Segura	Silencio	Rapido	Números	Selva	No se indica	Parcial
Emocionado	Segura	Pop	Lento	No se indica	Selva	No se indica	Parcial
Emocionado	Segura	Pop	Lento	No se indica	Selva	No se indica	Parcial
Emocionado	Segura	Pop	Lento	No se indica	Selva	No se indica	Parcial
Emocionado	Segura	Pop	Lento	No se indica	Selva	No se indica	Parcial
Emocionado	Segura	Pop	Rapido	No se indica	Cascada	No se indica	Total
Emocionado	Segura	Pop	Rapido	No se indica	Cascada	No se indica	Total
Emocionado	Segura	Pop	Rapido	No se indica	Cascada	No se indica	Total
Emocionado	Segura	Pop	Rapido	No se indica	Selva	No se indica	Total
Emocionado	Segura	Pop	Rapido	No se indica	Selva	No se indica	Total
Triste	Insegura	Pop	Lento	Palabras	No se indica	Casa	Total
Triste	Insegura	Pop	Lento	Palabras	No se indica	Casa	Total
Relajado	Segura	Pop	Lento	No se indica	Playa	No se indica	Total
Relajado	Segura	Pop	Lento	No se indica	Playa	No se indica	Total
Triste	Insegura	Pop	Lento	No se indica	Carretera	No se indica	Total
Triste	Insegura	Pop	Lento	No se indica	Carretera	No se indica	Total
Triste	Insegura	Pop	Lento	No se indica	Carretera	No se indica	Total
Relajado	Segura	Pop	Medio	No se indica	Playa	No se indica	Total
Relajado	Segura	Pop	Medio	No se indica	Playa	No se indica	Total
Relajado	Segura	Pop	Medio	No se indica	Playa	No se indica	Total
Emocionado	Segura	Pop	Rapido	No se indica	Playa	No se indica	Total
Emocionado	Segura	Pop	Rapido	No se indica	Playa	No se indica	Total
Emocionado	Segura	Pop	Rapido	No se indica	Playa	No se indica	Total
Emocionado	Segura	Pop	Rapido	No se indica	Playa	No se indica	Total
Emocionado	Segura	Pop	Rapido	No se indica	Playa	No se indica	Total
Triste	Insegura	Pop	Rápido	Palabras	Playa	No se indica	Total
Emocionado	Segura	Pop	Rápido	No se indica	Playa	No se indica	Total

Relajado	Segura	Pop	Lento	No se indica	Playa	No se indica	Total
Emocionado	Segura	Pop	Lento	No se indica	Playa	No se indica	Total
Emocionado	Segura	Pop	Lento	No se indica	Playa	No se indica	Total
Emocionado	Segura	Pop	Lento	No se indica	Playa	No se indica	Total
Emocionado	Segura	Pop	Lento	No se indica	Playa	No se indica	Total

Planos	Tomas	Ritmo Cámara	Composición	Formulas narrativas	Secuencia	Estrategias de seducción	Representación
Americano	Full shot	Normal	Oscura	No se indica	Lógica	No se indica	Real
Americano	Medium shot	Normal	Oscura	No se indica	Lógica	No se indica	Real
Americano	Medium shot	Normal	Oscura	No se indica	Lógica	No se indica	Real
Americano	Close up	Normal	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Medium shot	Normal	Oscura	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Medium shot	Normal	Oscura	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Full shot	Normal	Clara	Amor y erotismo	Lógica	Sorpresa	Real
No se indica	Close up	Normal	Clara	Amor y erotismo	Lógica	Sorpresa	Real
No se indica	Medium shot	Normal	Oscura	Amor y erotismo	Lógica	Sorpresa	Real
No se indica	Group Shot	Normal	Oscura	No se indica	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Group Shot	Normal	Oscura	No se indica	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Close up	Normal	Oscura	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
Americano	Close up	Normal	Clara	Amor y erotismo	Lógica	Sorpresa	Real
Americano	Medium shot	Normal	Clara	Amor y erotismo	Lógica	Sorpresa	Real
Americano	Medium shot	Normal	Clarooscuro	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
Americano	Medium shot	Normal	Clarooscuro	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
Americano	Full shot	Normal	Clara	No se indica	Lógica	No se indica	Real
Americano	Full shot	Normal	Clara	No se indica	Lógica	No se indica	Real
Americano	Full shot	Lento	Clarooscuro	Amor y erotismo	Lógica	Sorpresa	Real
Americano	Full shot	Lento	Clarooscuro	Amor y erotismo	Lógica	Sorpresa	Real
Americano	Medium shot	Normal	Clarooscuro	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
Americano	Medium shot	Normal	Clarooscuro	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Close up	Normal	Clarooscuro	No se indica	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Group Shot	Normal	Clarooscuro	No se indica	Ruptura	No se indica	Real
No se indica	Tight shot	Normal	Clara	No se indica	Ruptura	No se indica	Real
No se indica	Full shot	Normal	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	Sorpresa	Real
No se indica	Full shot	Normal	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	Sorpresa	Real

No se indica	Full shot	Normal	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	Sorpresa	Real
No se indica	Full shot	Normal	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	Sorpresa	Real
No se indica	Full shot	Normal	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	Sorpresa	Real
No se indica	Full shot	Normal	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	Sorpresa	Real
No se indica	Close up	Normal	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	Sorpresa	Real
No se indica	Tight shot	Normal	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	Sorpresa	Real
No se indica	Close up	Normal	Oscura	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Medium shot	Normal	Oscura	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Close up	Normal	Clara	Amor y erotismo	Lógica	Sorpresa	Real
No se indica	Close up	Normal	Oscura	Amor y erotismo	Lógica	Sorpresa	Real
No se indica	Full shot	Normal	Claroscuro	Amor y erotismo	Ruptura	Sorpresa	Real
No se indica	Close up	Normal	Claroscuro	Amor y erotismo	Ruptura	Sorpresa	Real
No se indica	Full shot	Normal	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Close up	Normal	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Close up	Normal	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Close up	Normal	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Long Shot	Normal	Clara	Mundo del espectáculo	Lógica	No se indica	Real
Americano	Medium shot	Normal	Oscura	No se indica	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Medium shot	Normal	Clara	No se indica	Lógica	No se indica	Real
Americano	Medium shot	Normal	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	No se indica	Real
Americano	Close up	Normal	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	No se indica	Real
Americano	Medium shot	Normal	Oscura	No se indica	Lógica	No se indica	Real
Americano	Medium shot	Normal	Oscura	No se indica	Lógica	No se indica	Real
Americano	Medium shot	Normal	Oscura	No se indica	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Medium shot	Normal	Clara	No se indica	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Close up	Normal	Clara	No se indica	Lógica	No se indica	Real
Americano	Close up	Rápido	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	No se indica	Real
No se indica	Tight shot	Normal	Clara	No se indica	Lógica	No se indica	Real
Americano	Close up	Normal	Clara	No se indica	Ruptura	No se indica	Real
Americano	Medium shot		Clara	No se indica	Ruptura	No se indica	Real
Americano	Big close up		Clara	No se indica	Ruptura	No se indica	Real
No se indica	Close up	Normal	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Full shot	Rápido	Claroscuro	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Full shot	Rápido	Claroscuro	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Medium close up	Lento	Oscura	Amor y erotismo	Ruptura	No se indica	Real

No se indica	Close up	Normal	Oscura	Amor y erotismo	Ruptura	No se indica	Real
No se indica	Close up	Normal	Oscura	Amor y erotismo	Ruptura	No se indica	Real
No se indica	Close up	Normal	Oscura	Amor y erotismo	Ruptura	No se indica	Real
No se indica	medium close up	Normal	Oscura	Amor y erotismo	Ruptura	No se indica	Real
Americano	Close up	Rápido	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
Americano	Long Shot	Rápido	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
Americano	Medium shot	Rápido	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
Americano	Meduim shot	Rápido	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
Americano	Medium shot	Normal	Claroscuro	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
Americano	Medium close up	Normal	Claroscuro	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
Americano	Meduim shot	Rápido	Claroscuro	Amor y erotismo	Lógica	Sorpresa	Real
Americano	Contra picada	Rápido	Claroscuro	Amor y erotismo	Lógica	Sorpresa	Real
Americano	Medium shot	Lento	Oscura	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
Americano	Close up	Lento	Oscura	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
Americano	Meduim shot	Lento	Claroscuro	Amor y erotismo	Lógica	Sorpresa	Real
Americano	Close up	Lento	Claroscuro	Amor y erotismo	Lógica	Sorpresa	Real
Americano	Picada	Rápido	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	Sorpresa	Real
Americano	Close up	Rápido	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	Sorpresa	Real
Americano	Medium shot	Rápido	Clara	Amor y erotismo	Lógica	Sorpresa	Real
No se indica	Close up	Lento	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Close up	Lento	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Full shot	Lento	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Close up	Lento	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Close up	Lento	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	No se indica	Real
No se indica	Big close up	Lento	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	No se indica	Real
Americano	Close up	Lento	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
Americano	Tight shot	Lento	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
Americano	Full shot	Normal	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
Americano	Medium close up	Normal	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	No se indica	Real
Americano	Close up	Normal	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	No se indica	Real
Americano	Medium shot	Normal	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	No se indica	Real
No se indica	Long Shot	Rápido	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	No se indica	Real
No se indica	Close up	Rápido	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	No se indica	Real
No se indica	Full shot	Rápido	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	No se indica	Real
No se indica	Full shot	Rápido	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	No se indica	Real

No se indica	Close up	Rápido	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	No se indica	Real
No se indica	Tight shot	Rápido	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Close up	Rápido	Clara	Amor y erotismo	Ruptura	No se indica	Real
No se indica	Paneo	Lento	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Close up	Lento	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Close up	Lento	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Big close up	Lento	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real
No se indica	Medium shot	Lento	Clara	Amor y erotismo	Lógica	No se indica	Real

Nivel económico	Móvil por placer	Móvil por deseo	Valores
Medio	No se indica	Visual	No se indica
Medio	No se indica	Visual	No se indica
Medio	No se indica	Visual	No se indica
Alto	Bailar	No se indica	Amor
Medio	Disfrutar	Visual	Honestidad
Medio	Disfrutar	Visual	Honestidad
Alto	Bailar	No se indica	Amor
Alto	Enseñar	No se indica	Amor
Alto	Enseñar	No se indica	Amor
Medio	Convivir	Visual	No se indica
Medio	Convivir	Visual	No se indica
Medio	Convivir	Visual	Honestidad
Alto	Bailar	No se indica	Amor
Alto	Bailar	No se indica	Amor
Medio	Disfrutar	Visual	Amor
Medio	Disfrutar	Visual	Amor
Medio	Bailar	Visual	No se indica
Medio	Bailar	Visual	No se indica
Alto	Bailar	No se indica	Amor
Alto	Enseñar	No se indica	Amor
Medio	Disfrutar	Visual	Amor
Medio	Disfrutar	Físico	Amor
Medio	Convivir	Ideal	No se indica
Medio	Disfrutar	Visual	No se indica
No se indica	No se indica	No se indica	No se indica

Alto	Bailar	No se indica	Amor
Alto	Disfrutar	No se indica	Amor
Alto	Bailar	No se indica	Amor
Alto	Bailar	No se indica	Amor
Alto	Bailar	No se indica	Amor
Alto	Bailar	No se indica	Amor
Alto	Bailar	No se indica	Amor
Alto	Bailar	No se indica	Amor
Medio	Disfrutar	Visual	Amor
Medio	Disfrutar	Sexual	Amor
Alto	Disfrutar	No se indica	Amor
Alto	Disfrutar	No se indica	Amor
Bajo	Disfrutar	Sexual	No se indica
Bajo	Disfrutar	Visual	No se indica
Alto	Disfrutar	No se indica	Amor
Alto	Bailar	No se indica	Amor
Alto	Bailar	No se indica	Amor
Alto	Bailar	No se indica	Amor
No se indica	No se indica	Visual	No se indica
Medio	No se indica	No se indica	No se indica
Medio	No se indica	Visual	No se indica
Medio	Bailar	Visual	No se indica
Medio	Bailar	Visual	No se indica
Medio	No se indica	No se indica	No se indica
Medio	Bailar	No se indica	No se indica
Medio	Bailar	No se indica	No se indica
Medio	No se indica	Visual	No se indica
Medio	Bailar	Visual	No se indica
Medio	Bailar	No se indica	No se indica
No se indica	No se indica	No se indica	Compañerismo
Medio	Bailar	Visual	Amor
Medio	Disfrutar	Visual	Amor
Medio	Disfrutar	Visual	Amor
Medio	Bailar	No se indica	Compañerismo
Medio	Disfrutar	No se indica	Compañerismo

Medio	Disfrutar	No se indica	Compañerismo
Medio	Disfrutar	No se indica	Compañerismo
Medio	Disfrutar	No se indica	No se indica
Medio	Disfrutar	No se indica	No se indica
Medio	Disfrutar	No se indica	No se indica
Medio	Disfrutar	No se indica	No se indica
Medio	Disfrutar	No se indica	Amor
Medio	Bailar	No se indica	Amor
Medio	Bailar	Visual	Amor
Medio	Convivir	Fisico	Amor
Medio	Bailar	Fisico	Amor
Medio	Convivir	Sexual	Amor
Medio	Disfrutar	Visual	Amor
Medio	Bailar	Visual	Amor
Medio	Bailar	Visual	Amor
Medio	Convivir	Sexual	Amor
Medio	Bailar	Visual	Amor
Medio	Convivir	Visual	Amor
Medio	Bailar	Visual	Amor
Medio	Disfrutar	Visual	Amor
Medio	Disfrutar	Visual	Amor
Medio	Bailar	Visual	Amor
Medio	Convivir	Sexual	Amor
Alto	No se indica	No se indica	Honestidad
Alto	No se indica	No se indica	Honestidad
Medio	Bailar	Visual	Amor
Medio	Bailar	Visual	Amor
Alto	No se indica	Visual	Honestidad
Alto	No se indica	Visual	Honestidad
Alto	No se indica	Visual	Honestidad
Medio	Bailar	Visual	Amor
Medio	Bailar	Visual	Amor
Medio	Disfrutar	Visual	Amor
Medio	Bailar	Visual	Compañerismo
Medio	Bailar	Visual	Unión

Medio	Bailar	Visual	Compañerismo
Medio	Bailar	Visual	Compañerismo
Medio	Bailar	Visual	Unión
Alto	Convivir	No se indica	Amor
Medio	Bailar	Visual	Amor
Medio	Bailar	Visual	Amor
Medio	Disfrutar	Sexual	Unión
Medio	Convivir	Visual	Amor
Medio	Bailar	Físico	Amor
Medio	Disfrutar	Sexual	Amor

Cruce
de
categorías

Cruce de categorías

Cuenta de Videoclip	Cuerpo	Estatura					
	No aparece	Total No aparece	Si aparece			Total Si aparece	Total general
Videoclip	No se indica		Alto	No se indica	Regular		
1	0.00%	0.00%	1.90%	0.95%	38.10%	40.95%	40.95%
2	1.90%	1.90%	0.00%	0.00%	36.19%	36.19%	38.10%
3	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	20.95%	20.95%	20.95%
Total general	1.90%	1.90%	1.90%	0.95%	95.24%	98.10%	100.00%

Cuenta de Videoclip	Cuerpo	Tono de piel					
	No aparece	Total No aparece	Si aparece			Total Si aparece	Total general
Videoclip	No se indica		Apiñonada	Blanca	Moreno		
1	0.00%	0.00%	23.81%	1.90%	15.24%	40.95%	40.95%
2	1.90%	1.90%	23.81%	3.81%	8.57%	36.19%	38.10%
3	0.00%	0.00%	19.05%	0.95%	0.95%	20.95%	20.95%
Total general	1.90%	1.90%	66.67%	6.67%	24.76%	98.10%	100.00%

<u>Cuenta de Videoclip</u>	Cuerpo	Estado de ánimo							Total Si aparece	Total general
		No aparece	Total No aparece	Si aparece				No se indica		
Videoclip	No se indica		Emocionado	Feliz	No se indica	Relajado	Triste			
1	0.00%	0.00%	10.48%	16.19%	1.90%	12.38%	0.00%	40.95%	40.95%	
2	1.90%	1.90%	23.81%	0.00%	0.00%	9.52%	2.86%	36.19%	38.10%	
3	0.00%	0.00%	9.52%	0.00%	0.00%	5.71%	5.71%	20.95%	20.95%	
Total general	1.90%	1.90%	43.81%	16.19%	1.90%	27.62%	8.57%	98.10%	100.00%	

<u>Cuenta de Videoclip</u>	Ritmo					Total general
Videoclip	Lento	Medio	Rapido	Rápido		
1	10.48%	22.86%	6.67%	0.95%		40.95%
2	5.71%	23.81%	8.57%	0.00%		38.10%
3	11.43%	2.86%	4.76%	1.90%		20.95%
Total general	27.62%	49.52%	20.00%	2.86%		100.00%

Cuenta de Videoclip		Iluminación			
Videoclip		Nula	Parcial	Total	Total general
	1	1.90%	14.29%	24.76%	40.95%
	2	7.62%	24.76%	5.71%	38.10%
	3	0.00%	0.00%	20.95%	20.95%
Total general		9.52%	39.05%	51.43%	100.00%

Cuenta de Videoclip		Composición				
Videoclip		Clara	Clara	Claroscuro	Oscura	Total general
	1	19.05%	0.95%	9.52%	11.43%	40.95%
	2	20.00%	0.00%	7.62%	10.48%	38.10%
	3	20.95%	0.00%	0.00%	0.00%	20.95%
Total general		60.00%	0.95%	17.14%	21.90%	100.00%

Cuenta de Videoclip		Nivel económico				
Videoclip		Alto	Bajo	Medio	No se indica	Total general
	1	20.95%	1.90%	17.14%	0.95%	40.95%
	2	0.00%	0.00%	36.19%	1.90%	38.10%
	3	5.71%	0.00%	15.24%	0.00%	20.95%
Total general		26.67%	1.90%	68.57%	2.86%	100.00%

Cuenta de Videoclip			
Videoclip	Tomas		Total
	1	Close up Full shot Group Shot Médium shot Tight shot	12.38% 13.33% 2.86% 10.48% 1.90%
Total 1			40.95%
	2	Big close up Close up Contra picada Full shot Long Shot Médium close up Médium shot Médium shot Picada Tight shot	0.95% 13.33% 0.95% 1.90% 1.90% 2.86% 11.43% 2.86% 0.95% 0.95%
Total 2			38.10%
	3	Big close up Close up Full shot Long Shot Medium close up Medium shot Paneo Tight shot	1.90% 8.57% 3.81% 0.95% 0.95% 1.90% 0.95% 1.90%
Total 3			20.95%
Total general			100.00%

BBLIOGRAFÍA

- ❖ AGUADO. Vázquez. José Carlos. “Cuerpo humano e imagen corporal: notas para una antropología de la corporeidad”.UNAM. Instituto de investigaciones Antropológicas.2004
- ❖ CEBRIAN Herreros Mariano. “El video en expansión”. Comunicación social, 1989- Tendencias, Fundesco, Madrid. Pág. 147
- ❖ CEBRIAN Herreros Mariano. “Géneros informativos. Audiovisuales, radio, TV. Periodismo gráfico, video”. Madrid.1998. Pág. 362
- ❖ DURA Raúl. “Los videoclips: precedentes, orígenes y características”. Universidad Politécnica de Valencia, 1988.
- ❖ ESTEBAN. Galarza. Mari. Luz. “Antropología del cuerpo: genero itinerarios corporales, identidad y cambio”. Barcelona 2004. Págs.: 263.
- ❖ ENTWISTLE. Joanne. “El cuerpo y la moda: una visión sociológica”. Barcelona. 2002.
- ❖ GONZÁLES Requena Jesús. “El discurso televisivo: espectáculo posmodernidad”. Ed.Catedra. Signo e imagen. Madrid 1998. Pág.: 55
- ❖ GUTIÉRREZ Mario. “Video, tecnología y comunicación popular”. Perú 1989. Pág. 12.
- ❖ IHDE. Don. “Los cuerpos en la tecnología: nuevas tecnologías: nuevas ideas acerca de nuestro cuerpo”. Barcelona 2004. Págs. 153.
- ❖ LASCH Christopher. “La cultura del Narcisismo” 1979. Pág. 61.
- ❖ LE BRETON, David. “Antropología del cuerpo y modernidad”Ediciones Nueva Visión. Buenos Aires 1995.
- ❖ LIPOVESTKY. Gilles. “El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas” Anagrama, Barcelona. Pág. 240.

- ❖ LIPOVETSKY Gilles. “La era del vacío, Ensayos sobre el individualismo contemporáneo.” Anagrama. Barcelona.
- ❖ MORIN Edgar. “El Espíritu del tiempo, ensayo sobre la cultura de masas”. Versión española de Rodrigo Uria y Carlos Ma.Bru. Editorial Taurus, 1965. Pag. 173.
- ❖ PRIETO Castillo Daniel. “La Fiesta del lenguaje”. Ediciones Coyoacan. México: 1994. Pág. 246.
- ❖ THOMPSON, Jhon B. “Ideología y cultura moderna.” Teoría crítica en la era de la comunicación de masas. Segunda edición. Universidad Autónoma Metropolitana. México. 1998. Pág. 185
- ❖ ZAVALA, Lauro. “Elementos del discurso cinematográfico”. Universidad Autónoma Metropolitana – Xochimilco. Colección Libros de Texto. México, 2003

Tesis:

- ❖ CARRERA Servin Claudia. “La danza es comunicación” UNAM.1993
- ❖ GARCÍA. Mondragón. Nora Ninive. “Subjetividad y representaciones femeninas: La construcción de estilos corporales”. UNAM. 2000
- ❖ PEÑA. García Alejandro. “El encanto de las apariencias: Las tensiones modernas expresadas en la concepción publicitaria del cuerpo humano”. UNAM. 2005

Hemerografía:

- ❖ BERRIO Ángel. “Videoclip musical: desarrollo industrial y últimas tendencias internacionales”. *Ciencias Sociales Online*, Marzo 2006, Vol. III, No. 1 (47 - 57). Universidad de Viña del Mar - Chile
- ❖ CRESTELO Daniel. La geopolítica del cuerpo: La visión del cuerpo respecto de los distintos sexos y su construcción en función de los discursos legitimados. Nómadas. Revista Critica de ciencias sociales y jurídicas. N°8 Pág. 2. Disponible en :<http://www.ucm.es/info/eurotheo/nómadas/8/dcrestelo.htm>
- ❖ GUERRERO. Muñoz. Joaquín. “El mercado de la identidad corpórea y sus contornos emocionales”. Razón y palabra. N°39.

- ❖ LE BRETON. “El Sentido del cuerpo”. Disponible en: www.tendencias21.net.
- ❖ LOMAS. Carlos. “¿El otoño del patriarcado? El aprendizaje de la masculinidad y de la feminidad en la cultura de masas y la igualdad entre hombres y mujeres. Centro del Profesorado de Gijón”.
- ❖ PACHECO. Ladrón de Guevara. Lourdes. C. “El horizonte epistémico del cuerpo”. Región y sociedad. N°30
- ❖ PEREZ. Henao. Horacio. “El cuerpo es el mensaje o del cuerpo en las funciones básicas de los Mass Media”. Revista Palabra-clave. N°11.
- ❖ PHAIL. Fange. Hélice. Mc. “Cuerpo y cultura”. Razón y palabra. N°25
- ❖ ROJAS. Ronny. “Un paquete completísimo”. Periódico Al Día. 2006 disponible en: <http://www.skins.be> /Al Día
- ❖ SEDEÑO. Ana Maria. Narración y descripción en el videoclip musical. N°56
- ❖ VIDAL. Jiménez. Rafael. “El poder en el cuerpo, subjetivación, sexualidad Mercado en la sociedad del espectáculo”. Razón y palabra. N°39.
- ❖ Diario El heraldo de Puerto Rico. “El perfil de Jennifer López” Septiembre 2000.

Otras fuentes:

- ❖ Revista Hola disponible en: <http://www.hola.com/biografias/jennifer-lopez/>
- ❖ <http://www.publispain.com/jenniferlopez.htm>
- ❖ Jennifer López una de las hispanas más poderosas. Disponible en: http://www.2.noticias.dot.com/stilo/contenido/especiales2005/celebridades/jlo/2005/stilo_jlo.htm.