



# Un motor para la música. MTV, los videoclips y la industria musical en la década de 1980

Mario Natanahel Álvarez Ramírez\*

Resumen:

*En este trabajo se hace una aproximación a la relación entre industria musical, videoclips y medios de comunicación en la década de 1980. Se busca mostrar cómo gracias a ese vínculo la música se posicionó dentro de ámbitos como el espectáculo y los medios audiovisuales, dando pauta hacia una cultura musical global. Para ello, se analizan algunos aspectos del surgimiento y desarrollo del canal MTV.*

Palabras clave: Música, Medios de Comunicación, Videoclips, MTV.

## Introducción

La música es una de las expresiones más fabulosas que tiene el ser humano, ya que logra transmitir de manera inmediata diferentes sensaciones que otras expresiones artísticas quizás no pueden. A pesar de que la música ha sido una creación inherente a las sociedades humanas desde siglos atrás, no se puede afirmar que tuviera el mismo impacto que tiene en la actualidad, pues fueron ciertos factores los que hicieron que esta pudiera dar un salto grande: nos referimos a los medios de comunicación masiva.

Con este trabajo pretendo dar a conocer aspectos que fueron importantes en el desarrollo de la industria musical

\* **Estudiante en Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en el Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Autónoma del Estado de Morelos.**

gracias a los medios de comunicación. Es decir, la interrogante principal gira en torno a qué papel jugaron los medios en el impulso a la música y si realmente fueron importantes para esta: ¿sin los medios de comunicación la música habría tenido el mismo desarrollo? Para poder responder esta pregunta, revisaremos tres momentos que lo cambiaron todo en el ámbito musical. Tres revoluciones que se suscitaron gracias al vínculo entre la música y los medios audiovisuales.

Algunos antecedentes de la relación música-medios en la segunda mitad del siglo xx: la primera revolución.

En 1957 había programas exclusivamente musicales en televisión, que se encargaban de la puesta en escena de la actuación de cantante: el primer programa fue el inglés *6,5 Special*, producido por la BBC. Más tarde, *The Ed Sullivan Show* y el *American Bandstand* se mantuvieron como los más representativos e influyentes de la década de los sesenta.

Los cantantes rock cuya presencia en cine y televisión era seguir por millones de jóvenes eran Elvis Presley y The Beatles. Respecto al primero puede decirse que la rebeldía inicial de sus canciones y de su actitud se fue atemperando poco a poco para "dar bien por televisión" y vender más discos. Películas como *Jailhouse Rock* (El rock de la cárcel) es un ejemplo excelente de cómo se intercalaban las canciones en la trama. ("Historia de...", Valdellós s/p)

Durante la segunda mitad del siglo xx, los programas musicales adquirieron relevancia en el plano del entretenimiento, consiguiendo grandes audiencias y proyectando a grandes artistas del momento, ídolos tanto de jóvenes como de adultos. Por ejemplo, aunque para algunos sectores The Beatles eran vistos como una banda extraña por los sonidos que usaban, su popularidad exorbitada durante las décadas de los sesenta y los setenta se debió a que fueron de los primeros en su género al innovar en lo que hasta ese momento se había visto y escuchado. En la canción "Revolution 9", la cual llevó gran tiempo de composición, hay cosas muy interesantes. La pieza comienza

con un supuesto operador repitiendo en varias ocasiones "Number 9" y a continuación una serie de sonidos que parecen no tener una secuencia pero que fueron sampleados y ordenados para formar una melodía. Se escuchan voces y sonidos que se podrían identificar si no fuera por la mezcla que hace que sea difícil comprender y a su vez esto provoca un sentido de confusión e incluso puede despertar alguna sensación de angustia o miedo.

Esta obra está compuesta con una estética de collage sonoro, conformado por pequeños sonidos de diferentes orígenes, como fragmentos de películas, obras musicales clásicas, lectura de textos literarios, voces en *off*, *clusters*, sonidos de piano, de bocinas y bebés, de multitudes, de situaciones bélicas y religiosas, sinfonías, murmullos, sonidos superpuestos, otros cargados de efectos de consola y en gran parte loopeados. (Mecca s/p)

Parece una locura escuchar todos estos sonidos juntos; por esta razón el productor pensaba que no era una buena idea sacar la canción e incluso la letra es bastante confusa, si se lee en español es difícil darle sentido. Se dice que en la canción se habla de la supuesta muerte de Paul McCartney que, como se sabe, se ha convertido en toda una leyenda urbana de la cultura musical contemporánea.

Todo esto era apenas el inicio de lo que años más adelante se constituiría como espectáculo musical. Dentro del ingreso de la música en el ámbito de los medios audiovisuales se habla de tres revoluciones que se vivieron antes de los 2000, las cuales marcaron esta relación y le dieron fuerza al objetivo primordial, que en este caso era crecer y difundir la música de forma masiva.

El 9 de Febrero de 1964 Los Beatles se presentaron por primera vez en televisión de USA en el programa Ed Sullivan. La visita del cuarteto de Liverpool se considera el inicio oficial de la Beatlemania en Estados Unidos, desatando "la invasión británica" a ese país. La actuación televisada de The Beatles habría sido vista por al menos unos 73 millones de personas, casi el 40% de audiencia en USA. Se considera la mayor audiencia registrada para un programa de televisión. (Muñoz s/p)



Con este acontecimiento se puede apreciar el impacto que empezaba a tener la música en los medios: lo musical ya no era sólo del ámbito de la radio, sino que ahora también lo era de la televisión. Además recordemos que los Beatles eran de Inglaterra, ¿cómo era posible que tanta gente los viera en Estados Unidos? Bueno, aquí entra otro fenómeno que es la globalización. Este fenómeno toma desde cosas locales hasta nacionales y mundiales para convertirlas en una sola, conformando lenguajes y culturas globales.

Eric Hobsbawm señala que solemos pasar por alto el hecho de que la globalización implica la asimilación del mundo a un sólo modelo predominante: el estadounidense. Sin embargo, esto puede generar un mundo heterogéneo de confusión y coexistencia de culturas, o incluso un mundo de complejos sincretismos. En relación a esto, la música también forma parte de la identidad de una nación y al ocurrir esto se podrían estar acabando con ciertas expresiones culturales. Lo curioso de los medios de comunicación es que no se dirigen a un público en especial, sino que su espectro es bastante amplio y heterogéneo, llegando a cualquier rincón. Un aspecto muy importante que debemos señalar es que el acceso que se tiene a la música es un tanto privado, como es el caso de MTV (Music Television), que veremos a continuación. Por tanto, se puede decir que esta cultura de masas generó nuevos fenómenos al borrar límites espacio-temporales en cuanto a la producción y distribución de la música.

Por último, Hobsbawm también nos dice que dentro de la globalización se vive en tres mundos: el propio, el del país en el que se vive y el mundo global, el cual se ha convertido en una propiedad común de la humanidad gracias a la tecnología y la sociedad de consumo capitalista. En todo ello, los medios de comunicación audiovisuales se han vuelto fundamentales.

## Cambios para la industria

Ahora quiero centrarme en la segunda revolución que se da a principios de la década de los ochenta cuando aparece MTV en el escenario mediático y musical estadounidense. Hay que partir del hecho de que su aparición trajo cambios elementales en el mundo del marketing de las

**Lo curioso de los medios de comunicación es que no se dirigen a un público en especial, sino que su espectro es bastante amplio y heterogéneo.**

disqueras y en la industria musical, marcando un parteaguas dentro de ese mercado. El término "industrias" se refiere a la producción cultural que está organizada para la producción en serie, masiva, y la división especializada del trabajo. Dentro del ámbito musical fue la aparición del videoclip, en tanto medio audiovisual, lo que dio impulso a la industria de la música. La industria discográfica se encargó de realizar videoclips como herramienta promocional: "El vídeo musical es una mezcla inteligente de publicidad, cine y televisión, que devuelve sus influencias, enriquecidas, a todos los demás formatos y medios audiovisuales" ("El videoclip...", Valdellós s/p).

La comunicación audiovisual implica sensorialmente al receptor a través de dos sentidos: el visual y el auditivo. Este tipo de comunicación tiene un lenguaje propio y sus códigos varían según el objetivo general del producto (Hernández-Díaz s/p). Podemos decir que al emplearse estos dos sentidos se potenciaba la transmisión de un mensaje, generando un interés distinto en el espectador. Dentro de la comunicación audiovisual pueden agruparse diferentes productos como el cine, la televisión, la radio, e incluso Internet y los videojuegos.

Sin duda, el videoclip es uno de los medios que más definen la cultura posmoderna, pues se ubicó en una sociedad de masas, mediática y consumista de la información multimedia. En dicha cultura se mezclan publicidad, música, cine y televisión, devolviendo sus influencias a todos los demás formatos y medios audiovisuales ("Historia de...", Valdellós s/p).

Por supuesto que en la década de los ochenta había ciertos parámetros estéticos y de originalidad en los videoclips, pues esto los hacía más atractivos; a su vez, contaban con estructuras que tenían enfoques con intencionalidad comunicativa. En ese sentido, lo que hizo que MTV tuviera tal impacto fue su trabajo con el videoclip musical. Pero, ¿qué es un videoclip y cuál es su función? "Es un cortometraje con una pieza musical que se usa para promoción de un disco o producción artística. Es un género audiovisual muy creativo. En él incursionan el arte, la cultura pop y el *marketing*. Su principal mercado son los jóvenes. Pues los videoclips dan voz a las tribus urbanas, transmiten un código de ética y formas de pensamiento. Reafirman y crean identidades" (Mileto s/p).

Podríamos decir, por tanto, que un rasgo fundamental del videoclip es su capacidad comunicativa audiovisual,

al generar una identificación entre el artista musical y el espectador. Como consecuencia de esa capacidad, se desarrolló la admiración hacia al artista, por su forma de expresarse, de bailar o incluso de vestir. La moda de los ochenta se caracterizó por los peinados extravagantes, tanto en hombres, como en mujeres, el estilo *punk* y rockero, las prendas rasgadas, el uso excesivo de accesorios y las hombreras en los trajes de vestir, por mencionar algunos. Esa moda no hubiera sido la misma sin personajes de la industria musical como: Madonna, Michael Jackson, Cyndi Lauper, Prince o Slash. Cabe aclarar que, durante aquella década, MTV comenzó su expansión paulatina hacia otros países más.

Ahora que se tiene una panorámica del contexto de lo que estaba formando MTV, hablaremos del primer videoclip que la cadena decidió poner, pues fue toda una declaración, una verdadera disrupción en la organización del mercado musical: MTV se decidió por "Video Killed The Radio Star", de The Buggles (1979, Island Records). "El hecho de que MTV hubiera optado por esta canción en específico para presentar su primer videoclip resulta simbólico. Pues en este material audiovisual es posible ver cómo las antiguas radios son destruidas y, en su lugar, se está dando una mayor importancia al televisor", dice Alfonso Ortega Mantecón en *El Analista de Canciones*.

Es muy interesante que, desde sus inicios, tanto el artista como la televisora sabían lo que hacían con los videoclips, involucrando mercadotecnia, recursos audiovisuales y mensajes a través de la letra de las canciones, pues este era un mercado virgen. Es por eso que las innovaciones en ese naciente ámbito podían tener gran éxito. MTV transmitió este video por las razones que se comentan, sin embargo hay un significado mayor: asumir que la época de la radio y la música había cambiado y que la televisión tomó un papel protagónico acompañada de un cambio en la publicidad. "Uno de los primeros ajustes de publicidad fue el relanzamiento de la campaña institucional del canal, que reflejaba las imágenes de cuando un astronauta había colocado la bandera estadounidense en la Luna, en simbología de cómo MTV había llegado a plantar bandera en el mundo musical" (MTV 1-3).

Lo que MTV hizo para afianzar su popularidad y maximizar ganancias fue volverse aliado de industrias culturales hegemónicas, convirtiéndose en organizador de eventos

**Madonna se convirtió en la primera mujer en explotar plenamente el concepto de los videoclips y llegó a ser eventualmente, la mujer que cambió la historia musical para las artistas femeninas y las celebridades contemporáneas del pop.**

musicales. Estas industrias trabajaban con producción cinematográfica, contenido multimedia diseñadores, realizadores y técnicos de teatros, entre muchas otras cosas más. También se producían lanzamientos discográficos como las famosas grabaciones *Unplugged* de conciertos acústicos, así como crear la entrega de galardones a los mejores videoclips. Ambas cosas constituyeron una parte importante de la estrategia de marketing del canal.

La ceremonia de los Video Music Awards (o VMA) premia a los videos musicales más destacados. Originalmente concebida como una alternativa a los Premios Grammy (en la categoría de video), la ceremonia anual de los MTV Video Music Awards a menudo se ha llamado el "Super Bowl para la juventud", dada su capacidad para atraer a millones de jóvenes espectadores cada año. Con esto apuntaló el espectáculo mediático en torno a la incipiente industria del videoclip y la figura de los artistas Pop.

Las cifras del número de espectadores que alcanzó el evento a partir de 1993 (pues fue a partir de esa fecha que se empezaron a tomar en cuenta los números) se aproxima a 12 millones de espectadores por el mundo, quienes veían los premios anualmente (Telemetro s/p).

Uno de los ejemplos más claros de esta parafernalia musical fue Madonna, que junto a MTV logró un cambio en la industria musical y el panorama cultural de la época con la utilización masiva del videoclip. A través de este los artistas vendían más registros musicales gracias a la producción y el marketing que lo rodeaban. Como era de esperarse, algunos artistas marcaron tendencias en moda. Madonna tenía un estilo rebelde y extrovertido. Utilizaba *leggings*, accesorios de gran tamaño, guantes de rejilla y un peinado rizado que se acoplaba muy bien con su maquillaje exagerado. Michael Jackson puso en tendencia todo un estilo que es venerado hasta nuestros días. Su guante blanco, las chaquetas militares, el icónico sombrero o los calcetines blancos que utilizaba con sus peculiares zapatillas fueron imitados por muchos de sus fans (Target s/p).

Madonna se convirtió en la primera mujer en explotar plenamente el concepto de los videoclips y llegó a ser eventualmente, la mujer que cambió la historia musical para las artistas femeninas y las celebridades contemporáneas del pop. Su presencia en las ceremonias de premiaciones reforzó la reputación de la cadena, cambiando





el sentido de las presentaciones en vivo en cuanto a premiaciones.

Curiosamente, Madonna es también la artista con más videoclips censurados (O'Brion s/p). Uno de esos videos censurados por la cadena fue "Justify My Love", en el que la cantante muestra actitudes y poses sexuales. Otro ejemplo es el video de "Like a Prayer", de 1989. Un video polémico por su temática religiosa: coros góspel, cruces con fuego y ella besando a un santo negro. Sin duda fue época fue algo muy controversial para la época:

Conocida como la «Reina de MTV», Madonna ha tenido más videoclips rotando que cualquier otro artista en la historia de la cadena. CNN sugiere que los acrónimos de la cadena podrían significar «Madonna Television». Asimismo, es la segunda artista que más premios y nominaciones ha obtenido en la historia de los MTV Video Music Awards, incluyendo ser la primera en recibir el galardón Video Vanguardia por sus contribuciones al videoclip y su impacto social. (O'Brien s/p)

Recordemos que en la década de los ochenta, a pesar de que existían mujeres y artistas de color, dentro del medio del espectáculo fueron artistas como Michael Jackson y la propia Madonna quienes se convirtieron en figuras trascendentales gracias a la expansión de la industria del videoclip. Eso fue posibilitado en buena medida por las nuevas tecnologías y métodos de producción musical: los sintetizadores, los *samples* (sonidos un poco más digitalizados) y las cajas de ritmos, cambios que propiciaron esta segunda revolución estilística. Figuras musicales como Michael Jackson, The Police y Eurythmics encabezaban las listas en Estados Unidos en esta segunda época revolucionaria.

Michael Jackson fue otro pionero en la industria, pues era una estrella negra que atrajo la atención de todo el mundo, marcando el inicio de una nueva era. A pocas personas se les hubiese ocurrido sentarse a ver un video musical de 14 minutos hasta 1983, cuando se estrenó Thriller. Así, Michael nos mostró que esto era posible y que los audiovisuales eran capaces de muchísimas cosas para la industria de la música (BBC s/p). De tal manera que se volvió un foco de atención en la época para los



medios de comunicación gracias a dicho video. Las televisoras cada vez tomaban más protagonismo, y aunque la canción sonaba en las radios, fue el video el que logró potenciar la imagen de Jackson gracias a la mezcla entre lo auditivo y lo visual.

¿Por qué se dice que el video fue tan trascendental? En él se ve a Michael Jackson bailando con zombis disfrazado de hombre lobo, lo cual no se había visto, ya que iba acompañado de música y coreografías muy interesantes, lo que rompió los moldes en materia de duración y efectos especiales. La canción revolucionó el concepto de video musical. En ese sentido, hay que señalar que los videos tenían una dimensión cinematográfica, lo cual también llamó la atención a productores visuales.

Analizando el video de "Sweet Dreams" de la banda Eurythmics, que fue uno de los mayores éxitos de la agrupación, se puede ver a una mujer (Annie Lennox) vestida con un traje negro en una habitación oscura, donde a sus espaldas hay una pantalla encendida y en ella se ve un cohete y la vista del planeta Tierra de fondo; a un lado de ella aparece otro globo terráqueo de escritorio. "Sweet dreams are made of this", "de esto están hechos los dulces sueños" se refiere a la ambición del ser humano. El cohete y el planeta ejemplifican que pueden conquistar el espacio solo para demostrar que son inteligentes y capaces de lograr cualquier cosa. A continuación aparece otro hombre de traje negro (Dave Stewart) y después aparece un monitor que parece estar configurando el planeta. En seguida aparece un ojo y en el cambio de imagen un punto rojo en la frente de la mujer, posiblemente haciendo referencia al tercer ojo o al que todo lo ve. A continuación una serie de imágenes en secuencia de personas con los ojos tapados y también aparecen animales de ganado, específicamente vacas. Es probable que esto tenga que ver con el sistema que nos rige y el tema del control: los temas, la música y la dimensión visual del videoclip consagraron aquella canción como un clásico de la década.

## Los cambios en MTV

La tercera revolución se da en 1991 con la llegada del rap y el hip hop a la música comercial del rap. El auge del hip hop fue, en parte, impulsado por la popularidad del programa de MTV Yo! MTV Raps. Otra vez podemos ver que

el canal seguía teniendo protagonismo gracias a los videoclips. Fue hasta finales de la década de los noventa que, poco a poco, se dejó de transmitirlos, centrando buena parte de su programación en otros contenidos como los reality shows (BBC s/p).

"Michael Destiny", identificado como jefe de programación de MTV, explica que los videos musicales no son más que material promocional hecho por las discográficas. Y éstas ya no tienen ese poder promocional porque "tu generación decidió robar música". (Expansión s/p)

Aunque no sabemos exactamente a qué se refiere Michael Destiny con "tu generación decidió robar música", lo que sí es totalmente cierto es que los videos eran material promocional de las disqueras, pero en la actualidad éstas han perdido mucha fuerza debido a advenimiento de muchos artistas independientes y a que el papel de los videoclips parece ser más un requisito que sólo una cuestión promocional. Es decir, han cambiado el sentido y la utilidad del videoclip como formato musical.

La aparición y difusión masiva relativamente reciente del videoclip, su progresiva y creciente cooptación de espacios televisivos representa un área de interés para la comprensión del desarrollo de ciertos procesos de producción audiovisual, en el contexto de un acelerado desarrollo tecnológico y un creciente uso de pantallas de la sociedad, y de cómo dichos procesos y productos están incidiendo en las audiencias y destinatarios. (Lara 168)

## Consideraciones finales

Con este trabajo he querido plantear una aproximación a cómo la industria musical empezó a crecer utilizando medios ya no solo auditivos sino visuales. En consecuencia, nuevos sectores sociales alrededor del mundo comenzaron a apreciar la música de otra forma. Gracias a los videos, los mensajes adquirieron significados más diversos y profundos, haciendo que la gente recuerde hoy en día imágenes de los artistas al escuchar canciones de

aquel entonces. "Sin duda, la presencia cada vez más visible y dominante de los lenguajes clípticos en la comunicación humana plantean la necesidad de comprenderlos tanto en sus determinaciones sociales y culturales como en sus configuraciones y estructuras internas" (Lara 187).

En conclusión, podemos decir que, efectivamente, sin los medios de comunicación la música habría tomado otros rumbos o simplemente los cambios hubieran llegado años más tarde. Aún hacen falta investigaciones más detalladas y profundas que puedan puntualizar aspectos aquí tratados para darnos una visión más certera en la que se analice el impacto mediático de la industria musical y los videoclips en las décadas recientes. Lo que es claro es que con la llegada de MTV (y la visión musical que proyectó) se dio una revolución en la forma de concebir y consumir la música. Asimismo, hace falta un trabajo de investigación sobre el influjo de esa industria (esencialmente norteamericana) en México. De igual manera, habría que explorar las implicaciones del internet y las redes virtuales en la producción y distribución de videos musicales, pues qué caso tiene emitirlos hoy día en la televisión cuando los fanáticos tienen acceso a "la herramienta de información más poderosa desde la imprenta: es decir, el Internet" (Martínez 101). Lo anterior podría explicar la decadencia actual del MTV y su necesidad de diversificar contenidos.

Por supuesto que hay que dar crédito a los artistas, disqueras y productores que se percataron de la utilidad del videoclip, usándolo como un motor para la música en la década de los ochenta. Así fue funcionó el negocio musical hasta finales de los noventa a partir de un vínculo entre lo musical, lo visual y la televisión. A partir del nuevo siglo, MTV se vio desplazada en su puesto como reina en emisión de videoclips.

## Bibliografía

- BBC. "Las 3 grandes revoluciones de la música pop, según la ciencia". BBC, 2015. s/p. Web.
- Expansión. "¿Por qué MTV dejó de emitir videos?". *Expansión*, 2012. s/p. Web.
- Hernández-Díaz, Alfredo. "¿En que consiste la comunicación audiovisual?". *Hurí*, s/f. s/p. Web.
- Hobsbawm, Eric. *Un tiempo de rupturas*. Mexico: Crítica, 2013. Impreso.

- Mecca, Daniel. "Revolution 9': a 50 años de la canción más rara de Los Beatles". *Clarín*, 4 de septiembre de 2018. s/p.
- Lara, René. "El videoclip: un fenómeno neocultural". *Universitas: Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, núm. 2. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador, 2002. pp. 167-187. Web.
- Martínez, Jon Emanuel. "Industrias culturales y juventud en el sistema-mundo. El videoclip mainstream como mercancía y reproductor de ideología". Tesis doctoral. Alicante: Universidad de Alicante, 2014. Web.
- Mileto. "¿Qué es un videoclip?". *Mileto*, 2018. s/p. Web.
- MTV. "La historia de MTV". Blog de marketing, 2018. p. 3. Web.
- Muñoz, Enrique. "The Beatles se presenta por primera vez en TV de USA". *Rock Peperina, Revista, Rock, Heavy Metal, Hard Rock, Punk, Grunge*, 2018. s/p. Web.
- Brien, Lucy. "Madonna y MTV". Wikipedia. s/f. s/p. Web.
- Petovel, Pablo. "Éste fue el primer video de MTV (hace ya 35 años)". *Mercado2.0*, 2016. s/p. Web.
- Target. "Artistas que impusieron moda en los 80". El Target, 2018. s/p. Web.
- Telemetro. "Premios MTV alcanzan su máxima audiencia desde 1993". Telemetro, 2011. s/p. Web.
- Valdellós, Ana María Sedeño. "El videoclip musical como formato audiovisual publicitario". *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, núm. 16. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2007. s/p. Web.
- . "Historia de la relación música/Imagen desde Aristóteles a los videojockeys (II): Música en televisión, medio videográfico". *Sinfonía Virtual. Revista de música clásica y reflexión musical*, núm. 4. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid, 2007. s/p. Web.