

**ANÁLISIS COMUNICATIVO DE LOS VIDEOCLIPS 'SMELLS LIKE A
TEEN SPIRIT' (1991) DE NIRVANA, 'KILLING IN THE NAME' (1992) DE
RAGE AGAINST THE MACHINE Y 'CRYIN'' (1993) DE AEROSMITH; COMO
INFLUENCIADORES EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD DE LOS
MILLENNIALS CALEÑOS DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA
LUMEN GENTIUM SEDE MELÉNDEZ EN EL PERIODO 2022-1**

**KAREN ELIANA CÓRDOBA SOTO
LIZETH CAMILA CARABALÍ ALEGRÍA
ELIAN SANTIAGO LARGACHA COLMENARES**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS
COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
SANTIAGO DE CALI
2022**

**ANÁLISIS COMUNICATIVO DE LOS VIDEOCLIPS 'SMELLS LIKE A
TEEN SPIRIT' (1991) DE NIRVANA, 'KILLING IN THE NAME' (1992) DE
RAGE AGAINST THE MACHINE Y 'CRYIN'' (1993) DE AEROSMITH; COMO
INFLUENCIADORES EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD DE LOS
MILLENNIALS CALEÑOS DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA
LUMEN GENTIUM SEDE MELÉNDEZ EN EL PERIODO 2022-1**

**KAREN ELIANA CÓRDOBA SOTO
LIZETH CAMILA CARABALÍ ALEGRÍA
ELIAN SANTIAGO LARGACHA COLMENARES**

**Proyecto de Grado para optar al título de
Comunicador Social-Periodista**

**Directora
DIANA MARÍA ZULUAGA
Magister en Diseño y Creación**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS
COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
SANTIAGO DE CALI
2022**

Nota de aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Fundación universitaria católica Lumen Gentium para optar al título de Comunicador Social-Periodista

Jurado

Jurado

Santiago de Cali, julio de 2022

Con amor dedico este trabajo a mi abuela, Amparo Saldarriaga, a mis padres Luz E. Colmenares, Marino Largacha y a mis hermanos Swanny Rivera y Daniel Largacha por el cariño y apoyo incondicional que me han brindado; llenándome de valor y virtudes en este proceso de formación.

Santiago Largacha Colmenares.

También con afecto ofrezco esta investigación a mis padres Norfalia Alegría y Luis F. Carabalí, y a mi hermana, Luisa F. Carabalí Alegría. A ellos les debo cada aliento que me dieron para no rendirme. De igual forma, a mis mejores amigos quienes siempre estuvieron para alentarme: Yasmine Sierra, Daniela O. García y Juan D. Restrepo.

Lizeth C. Carabalí Alegría.

A mis padres por su inmenso apoyo en este proceso de formación. A Diana Zuluaga, nuestra directora de grado, por sus valiosos direccionamientos en este trabajo. A mis amigas, compañeros y demás personas que me motivaron a seguir adelante en el camino de convertirme en profesional.

Karen Córdoba Soro.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por guiar nuestro camino. A nuestras familias, madres, padres, hermanos y hermanas por brindarnos su apoyo y comprensión. A los diferentes docentes que nos inspiraron como: Andrea Buenaventura y Elizabeth González; asimismo, a los docentes de comunicación social y periodismo José Ríos, Miguel Velásquez, Dianny Guerrero, Wilson Guaca y Ana Martha Moreira, quienes estuvieron junto a nosotros en este proceso.

A nuestra tutora Diana M. Zuluaga, quien nos mantuvo motivados en cada asesoría y nos brindó la mejor guía para este desarrollo. Gracias por la paciencia y dedicación.

Agradecimientos a los compañeros que nos brindaron apoyo y retroalimentación: Mauricio Cuaspud, Johan Díaz y Paula Naranjo.

Así mismo, aquellos que fueron partícipes en esta investigación como población estudio y nos brindaron a partir de sus relatos las experiencias relacionadas con el proyecto, sin ellos, el desarrollo no hubiera sido posible.

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	12
ABSTRACT	13
INTRODUCCIÓN	14
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.2 FORMULACIÓN DE PREGUNTA PROBLEMA	18
2. JUSTIFICACIÓN	19
3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	21
3.1 OBJETIVO GENERAL	21
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
4. MARCO DE REFERENCIA	22
4.1 ANTECEDENTES	22
4.2 MARCO TEÓRICO	25
4.2.2. Prácticas de identidad cultural	27
4.2.3. Rock	33
4.3 MARCO CONTEXTUAL	34
5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	38
5.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	38
5.2 DISEÑO DEL ESTUDIO	38
5.2.1. Diagnóstico investigativo	38
5.2.2. Análisis de datos	38
5.2.3. Conclusiones	39
5.3 SUJETOS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN	39

5.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	39
5.5 CATEGORÍAS DE ANÁLISIS	40
6. RECURSOS	41
6.1 TALENTO HUMANO	41
6.2 RECURSOS MATERIALES	41
7. CRONOGRAMA DE TRABAJO	43
8. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	45
8.1. TÉCNICA: OBSERVACIÓN DESCRIPTIVA Y SELECTIVA	45
8.2. TÉCNICA: GRUPO FOCAL Y ENTREVISTA	47
8.3. TÉCNICA: OBSERVACIÓN PARTICIPANTE	48
9. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	49
9. CAPÍTULO I: OBSERVACIÓN Y ANÁLISIS DEL VIDEOCLIP “SMELLS LIKE A TEEN SPIRIT” DE NIRVANA (1991) DESDE ELEMENTOS NARRATIVOS Y ESTÉTICOS	49
9.1 ELEMENTOS NARRATIVOS	51
9.2 ELEMENTOS ESTÉTICOS	57
9.2.1. Estética	57
9.2.2. Moda, vestuario y look	58
9.2.2.1. Características de estilo Grunge	58
9.2.3. Planos, Imagen y color	59
9.2.4. Fotogramas	61
9.2.5. Color	68
9.3. CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE LAS EXPERIENCIAS DEL PÚBLICO OBJETIVO DESDE SUS RELATOS A PARTIR DE LA INFLUENCIA DEL GÉNERO ROCK	70
9.3.1.Convocatoria	71
9.3.2.Guion de Actividad	72

9.4. CAPÍTULO III: RASGOS IDENTITARIO DEL ROCK QUE PERSISTEN EN LA ACTUALIDAD POR MEDIO DE REGISTRO FOTOGRÁFICO	85
10 HALLAZGOS	99
10.1. OBJETIVO ESPECÍFICO 1	99
10.2. OBJETIVO ESPECÍFICO 2	99
10.3. OBJETIVO ESPECÍFICO 3	100
11. CONCLUSIONES	101
REFERENCIAS	103
ANEXOS	111

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Presupuestos del proyecto	42
Tabla 2.Cronograma de actividades	43
Tabla 3. Elementos narrativos para el análisis del videoclip	45
Tabla 4. Elementos estéticos para el análisis del videoclip	46
Tabla 5. Ficha Técnica: videoclip Smells Like a Teen Spirit	50
Tabla 6. Letra de Smells like a teen Spirit	53
Tabla 7. Planos, Imagen y color del videoclip Smells Like a Teen Spirit	59
Tabla 8. Lista de integrantes	71
Tabla 9.Ficha Técnica: Videoclip Killing in the name	74
Tabla 10.Ficha Técnica: Videoclip Cryin'	74
Tabla 11. Cronograma de actividad: Recolección de relatos e información	75

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Mapa mental: Elementos Narrativos y Estéticos para el Análisis del Videoclip Smells Like a Teen Spirit	49
Figura 2. Fotograma 1. (Nirvana, Smells Like Teen Spirit)	61
Figura 3. Fotograma 2. (Nirvana, Smells Like Teen Spirit)	62
Figura 4. Fotograma 3. (Nirvana, Smells Like Teen Spirit)	63
Figura 5. Fotograma 4. (Nirvana, Smells Like Teen Spirit)	64
Figura 6. Fotograma 5. (Nirvana, Smells Like Teen Spirit)	65
Figura 7. Fotograma 6.(Nirvana, Smells Like Teen Spirit)	66
Figura 8. Fotograma 7. (Nirvana, Smells Like Teen Spirit)	67
Figura 9. Paleta de colores del videoclip Smells Like a Teen Spirit	68
Figura 10. Fotografía 1.chaqueta de jean	87
Figura 11. Fotografía 2: chaqueta de cuero	88
Figura 12. Fotografía 3: camiseta de la banda The Beatles	89
Figura 13. Fotografía 4: camiseta alusiva a los años 90	90
Figura 14. Fotografía 5: camiseta de la banda KISS	91
Figura 15. Fotografía 6: camiseta de la banda de rock Pink Floyd	92
Figura 16. Fotografía 7: zapatillas Converse	93
Figura 17. Fotografía 8: botas de cuero	94
Figura 18. Fotografía 9: botas de cuero	95
Figura 19. Fotografía 10: Cadena metálica	95
Figura 20. Fotografía 11: Manilla tallada en acero	96
Figura 21. Fotografía 12: cadena de acero	97

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Entrevistas Sujeto 1	111
Anexo B. Entrevistas Grupos Focales	113
Anexo C. Entrevistas sujeto 5	114
Anexo D. Entrevista Sujeto 6	115
Anexo E. Entrevista sujeto 7	116

RESUMEN

Este trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la influencia comunicativa del videoclip rock de los noventa y como aportó a la construcción de identidad de los millennials consumidores del género. Algunos ejemplos de ello fueron los videos de 'Smells Like Teen Spirit' de Nirvana (1991), 'Killing in the name' de Rage Against the Machine (1992), y 'Cryin' de Aerosmith (1993).

Para desarrollar esta investigación, se utilizó la metodología cualitativa. Este proyecto fue llevado a cabo mediante observación participante, grupos focales y entrevistas. También se abordaron conceptos como el rock, comunicación, videoclip y prácticas de identidad cultural.

Palabras claves: rock, comunicación, videoclip, prácticas de identidad cultural, estética, narrativa.

ABSTRACT

This research work aims to analyze the communicative influence of the rock music video of the nineties and how it contributed to the construction of the identity of millennial consumers of the genre. Some examples of this were the videos of 'Smells Like Teen Spirit' by Nirvana (1991), 'Killing in the name' by Rage Against the Machine (1992), and 'Cryin' by Aerosmith (1993).

To develop this research, qualitative methodology was used. This project was carried out through participant observation, focus groups and interviews. Concepts such as rock, communication, video clip and cultural identity practices were also addressed.

Key words: rock, communication, videoclip, practices of cultural identity, aesthetics, narrative.

INTRODUCCIÓN

A partir de los ochenta nace el formato de video musical cinematográfico que se popularizó. Debido a su carácter innovador, éste contaba con la capacidad de llegar a grandes masas promocionando y comercializando la música. La llegada del videoclip como elemento de difusión, en palabras de (Jones, 2005), fue una herramienta para visibilizar lo que quería exteriorizar la población de dicha época; es aquí, cuando las cadenas de televisión como MTV (Music Televisión) abrieron el panorama en el ámbito audiovisual, marcando así aquella generación de jóvenes catalogados como millennials (1981 - 1996) y, futuras como generación Z (1997 - 2012) y generación AA (desde 2013); sumado a la llegada de plataformas de distribución de video online como YouTube desde el 2005.

La música habitaba el panorama político, social y cultural, y esta dinámica al unirse al video, ampliaba su carácter comunicativo, como la implicación emocional que puede acceder a ciertos niveles de control ideológico y social (Rodríguez y Sedeño, 2017). Asimismo, el consumo de ésta, principalmente el rock, metal y sus variantes, eran masivamente una característica de la juventud; en esta investigación, los millennials. Este es el sector de la población más atraído hacia lo audiovisual contemporáneo, por ende, está más susceptible a la manipulación ideológica (Sedeño, 2006).

No obstante, no debería considerarse necesariamente la manipulación desde lo negativo, dado que, el videoclip se examinó desde la fomentación del pensamiento crítico, los derechos humanos y desarrollo de sociedades conscientes. Por ejemplo, el clip de 1982 de Pink Floyd, 'Another Brick in The Wall', "Otro ladrillo en el muro" en español; fue una crítica al sistema educativo británico; o también la banda chilena Los Prisioneros cuando señalaron las limitadas oportunidades de personas de clase baja con su canción 'El Baile de los que Sobran' de 1986.

Otro punto a resaltar es que la música y el videoclip trascendieron a la vestimenta como factores al momento de construir o identificar sociedades. Así, según López Ramos (2014):

Las diversas subculturas juveniles se han identificado por la posesión de objetos, ciertos cortes de pelo, determinada vestimenta, etc. Esto demuestra que lo que hace un estilo, es la organización activa de objetos con actividades y valores que producen y organizan una identidad de un grupo (p.28).

De esta manera, esta investigación permitió indagar desde el método cualitativo de qué forma el videoclip pasó a ser un formato de entretenimiento y recreación a influenciar sus receptores. De modo que, a partir de un enfoque analítico, se

examinó la población millennial de la comunidad universitaria católica de la sede Meléndez y en base a esto, se hizo una descripción de diferentes tipos de prácticas verbales y no verbales. Se tomaron en consideración para la observación áreas académicas como la comunicación y sociología.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El presente proyecto investigativo tuvo como objetivo el análisis al video musical (videoclip) rock, visto a partir de su influencia y su capacidad de aportar a la construcción de identidades, así mismo, entender el trasfondo de ciertos productos audiovisuales emergentes en los años noventa que generaron debate e influyeron en las tendencias de corporalidad comunicativa a través de la vestimenta como significado estético, semiótico, discursivo y pragmático (Díaz, 2016).

Cada vez más se está examinando el videoclip como un influenciador social, aunque es limitado el interés académico, sino que es visto desde lo superficial, trivial y depravado que parte desde las artes y llega a las mentes de los espectadores (Oca, 2014).

Como prueba de esto:

Batxter (1985) halló directas e indirectas alusiones al sexo, baile y violencia en la mitad de los 62 videos que analizaron. Un año más tarde Sherman y Dominick (1986) examinaron más de 100 videos donde se evidencia la aparición de la hegemonía de la violencia y sexo (Rodríguez y Sedeño, 2017, p.3).

En 1957, tras la llegada del primer videoclip en Estados Unidos, se configuraron las formas de consumir música por parte de la audiencia. Los sencillos no solamente representaban un paisaje sonoro en el oyente, sino que, además, venía acompañada de un material audiovisual que llevaba consigo dirección artística, producción, guión y demás recursos comunicativos.

Roncallo y Uribe Jongbloed (2017), definieron videoclip como:

Una sinestesia entre imagen y sonido que da como resultado una muy particular forma breve de comunicación audiovisual que nace, inicialmente, con la finalidad de promover un bien de consumo inmaterial como la música, pero que, a la vez, se proyecta como un ámbito de experimentación y expresividad que lo lleva a convertirse en una de las formas más interesantes de arte contemporáneo (p. 86).

Este fue un hecho sin precedentes en el que se vieron inmersos quienes tenían acceso a videos musicales desde distintos medios de difusión de la época. Desde 1981 hasta 1993, se estrenaron canciones que junto a sus videos musicales encabezaron el listado de Billboard Hot 100, lista que registra cronológicamente desde 1954, los 100 sencillos más vendidos en Estados Unidos hasta la fecha.

Los videos musicales tuvieron un alcance y éxito global que tuvo como resultado que personas de todo el mundo conocieran artistas de talla internacional y su trayectoria en la industria. Un sencillo angloamericano que evidencia este tal fenómeno a nivel global fue 'Eye Of Tiger' de Survivor, que se estrenó en el mercado en 1982 y que alcanzó más de 9 millones de copias; esto lo hizo de los sencillos más vendidos de todos los tiempos según la revista Billboard.

Este impacto llegó a países latinoamericanos convirtiendo el videoclip musical en un componente importante que adoptaron agrupaciones, solistas y demás en el lanzamiento de su música. Entre esas agrupaciones estaban Soda Stereo de Argentina; Caifanes de México, Aterciopelados y Kraken de Colombia y demás, quienes a través del video revelaban narrativas y estéticas que tuvieron lugar en la construcción identitaria del público millennial.

Asimismo, empieza su recorrido en las nuevas narrativas audiovisuales gracias a la influencia norteamericana de la década de los ochenta. Más adelante la sucursal del cielo, Cali, se caracterizaría a nivel global por sus ritmos tropicales e influencias de la salsa y derivados del jazz y blues; sin embargo, sus videoclips ya contaban con la presencia de sonidos nativos de la América Latina como lo son el tropi pop, salsa, balada, rock, etc. Existían programas dedicados completamente al videoclip y disfrute de la música como 'Video exitosos del grupo Televisa' en México o 'El Show de las Estrellas' en Colombia, que permitía conocer artistas nacionales e internacionales.

Fue el videoclip de 'El lenguaje de mi piel' (1988) de Kraken, un éxito internacional. Número uno en listas de Colombia y décimo por varias semanas en el 'Word chart' de Los Ángeles, California en 1994 (Revista Semana, 2005).

Es aquí que MTV cambió el panorama para que los artistas hispanoparlantes pudieran crear producciones locales o regionalizadas y así lograr nuevos comienzos en la historia del producto audiovisual. Así mismo en Colombia, empezaron a resaltar nombres de productores de videos musicales como Simón Brand, Óscar Ozula, Roberto de Zubiria, Chepe Rugeles, Roberto Dorthee o el caleño Oscar Hincapié. Ellos estuvieron detrás de algunos productos audiovisuales memorables a nivel nacional como el del Bolero Falaz de Aterciopelados, Luna Nueva de Carlos Vives o Me Voy de Andrés Cepeda. Redacción (El Tiempo, 2007).

Esos videoclips eran transmitidos a nivel regional, permeando diferentes zonas del país y entre ellas, las ciudades más importantes del territorio colombiano. De modo que en Cali se llevaron a cabo dinámicas que evidenciaron el impacto del video musical en dicha generación. En la ciudad se incorporó compases de bandas de rock como The Rolling Stones, The Animals y The Beatles que se fueron adoptando poco a poco. Igualmente, el rock para los años 80 era un movimiento que tomaba más fuerza en Colombia. Bandas como Led Zeppelin, Deep Purple y Van Halen eran comúnmente escuchadas entre los jóvenes. De manera que esta ola del género marcó tanto en Cali que formó una banda que haría historia en el rock colombiano. En 1985 David Corkidi y Jorge Fresquet crearon Krönös; grupo de rock, que después de arduo trabajo para los años 90 con su sencillo "Fuego en mis venas" se consagró como banda en el país. (Radiónica, 2020).

De esta manera, se evidenció que los millennials de la ciudad de Cali fueron actores fundamentales en el boom del videoclip latinoamericano específicamente de rock, tras el análisis de las diferentes construcciones de identidad gestadas en la ciudad.

1.2 FORMULACIÓN DE PREGUNTA PROBLEMA

¿Cuál fue la influencia comunicativa los videoclips 'Smells Like a Teen Spirit' (1991) de Nirvana, 'Killing in the Name' (1992) de Rage Against The Machine y 'Cryin' (1993) de Aerosmith en la construcción de identidad de los millennials caleños de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium sede Meléndez?

1.3 SISTEMATIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

-¿Cuáles son los elementos narrativos y estéticos del videoclip rock 'Smells Like Teen Spirit' de Nirvana (1991); que pudiera influenciar a la población millennial de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium sede Meléndez Cali?

-¿Cómo fue la influencia de los videoclips rock 'Smells Like A Teen Spirit' (1991) de Nirvana, 'Killing In The Name' (1992) de Rage Against The Machine y 'Cryin'' (1993) de Aerosmith; mediante los relatos de la población millennials de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium sede Meléndez?

-¿De qué manera los rasgos identitarios del rock persistieron en la actualidad en la población millennials seleccionada para esta investigación?

2. JUSTIFICACIÓN

En el aspecto social, el videoclip se ha convertido en el espacio de innovación para las nuevas generaciones de realizadores. Además, debido a la actualidad este ha marcado al espectador juvenil alfabetizado, dado que este formato es generador de tendencias audiovisuales que llegan a cada rincón gracias a la globalización que va relacionada a nuevas propuestas narrativas ofrecidas por el videoclip. Asimismo, se pretende ofrecer un panorama claro más allá de lo superfluo, que limita su concepto a una rama que proviene del medio televisivo, sino que opta por la mirada crítica y teoría desde su significado semiótico y la influencia del mismo. En vista de la importancia del internet en la última década, el videoclip está expuesto a nuevas perspectivas, proliferaciones en la web, muestras itinerantes, concursos y ciclos formativos en donde el videoclip tiene una considerable presencia (Rodríguez y Sedeño, 2017, p.28).

En esta investigación también fueron de interés aquellos académicos (profesores y estudiantes) que forman parte de la carrera de comunicación social y periodismo u otras áreas relacionadas con el comportamiento del ser humano y sus influencias. Por consiguiente, este estudio es de importancia para personas de generaciones actuales (millennial y centennial) o venideras que se vean interesadas por las estéticas noventeras que dieron gran impacto en la moda, arte, mundo audiovisual y problemáticas sociales que quedaron para la historia.

Una vez más, en el campo de la comunicación se hace el aporte, a partir de que se aborda desde la observación formal, dada la cuestión de que anteriores estudios se han hecho desde lo somero. Lo que evidencia un vacío de información, aún más en la escena caleña. A causa de la escasa indagación desde los elementos narrativos del videoclip e influencias del mismo, se espera que este seguimiento al tema sea un acercamiento en el ámbito audiovisual nacional; además de mostrar la capital vallecaucana fuera sus sonidos tradicionales como los ritmos tropicales.

Ahora bien, entre los factores más importantes que facilitaron el desarrollo y buen entendimiento de esta investigación está el concepto actual de las nuevas tecnologías que desde el nuevo siglo han evolucionado hasta llegar a ser de gran ayuda para la humanidad. Desde el acceso a canales internacionales gracias a la televisión digital, hasta la llegada del internet junto con plataformas digitales como YouTube o VIMEO, permitieron que el análisis de los videoclips para esta investigación sea más viable para los observadores.

También se hizo uso de plataformas informativas digitales como portales periodísticos, librerías virtuales y repositorios de universidades. Esto hizo más fácil el acceso que se tiene a Google desde su llegada en 1997; como motor de

búsqueda de contenido en internet, permite que el espectro del estudio sea más amplio, y así más viable para los ciber espectadores.

Al videoclip lo componen elementos narrativos en los que participa activamente la semiótica, la lingüística y estas ciencias son esenciales para entender la comunicación humana. Basado en lo anterior, con este estudio se pretendió entender los fenómenos sociales como la moda y estilo de vida que estas narrativas visuales han creado o alimentado. “Esta posee, además, una variedad formal y narrativa que lo convierten en el mensaje o formato audiovisual más definidor de la cultura posmoderna, un modelo de objeto cultural, porque a través de él gran parte de la población consume y experimenta la música”. (Sedeño, 2006, p.48).

La pertinencia del tema escogido es reconocer y reivindicar la importancia del videoclip rock en la construcción de cultura en Colombia y como este fue la respuesta a fenómenos que caracterizan a la población millennial. Esta exploración es fundamental para la memoria histórica nacional e internacional del clip, y así comprender su impacto que trasciende a la influencia. Además de ilustrar cómo el vídeo musical ha tenido, tiene y tendrá efecto en las problemáticas sociales. Por ejemplo, la canción en contra la guerra de Black Sabbath, ‘War Pigs’ de 1970; compara a los generales con brujas satánicas y aquellos como cobardes por esconderse de la guerra que ellos mismo iniciaron.

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar el factor comunicativo de los videoclips 'Smell Like A Teen Spirit' (1991) de Nirvana, 'Killing In The Name' (1992) de Rage Against The Machine y 'Cryin'' (1993) de Aerosmith; como influenciadores en la construcción de identidad de los millennials caleños de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium sede Meléndez en periodo 2022-1

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar los elementos narrativos y estéticos del videoclip rock 'Smells Like Teen Spirit' de Nirvana (1991); que pudiera influenciar a la población millennial de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium sede Meléndez Cali.

Reconocer la influencia de los videoclips rock 'Smells Like A Teen Spirit' (1991) de Nirvana, 'Killing In The Name' (1992) de Rage Against The Machine y 'Cryin'' (1993) de Aerosmith; mediante los relatos de la población millennials de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium sede Meléndez

Evidenciar los rasgos identitarios del rock que persistieron en la actualidad en la población millennials seleccionada para esta investigación.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 ANTECEDENTES

Para la elaboración temática, teórica y metodológica de esta investigación, se buscaron antecedentes de otras investigaciones que contribuyan de manera metodológica y teórica a esta investigación. Teniendo en cuenta lo anterior, se encontraron los siguientes trabajos:

En el área de publicidad se encontró el trabajo de grado titulado '**Semiótica Y Creatividad Publicitaria En La Construcción Del Sí Mismo**'; un trabajo que resulta pertinente para poder emplear y llevar a cabo la presente investigación por su temática y relación con la construcción de identidad en los individuos.

Fue escrito por Garzón Cordero (2019) para la Universidad Jorge Tadeo Lozano.. Este mismo presenta un análisis a la semiología en la creatividad publicitaria, hechos que aportan a la construcción de identidad de una marca y, asimismo, de un individuo en relación con la sociedad.

Garzón Cordero (2019), se basó en la comunicación publicitaria utilizada por marcas y artistas para la realización de su trabajo de grado; por consiguiente, se cree que es un trabajo que aporta soportes teóricos como: la interacción con otros es un aspecto de la sociedad que influye no sólo en cómo se ve el individuo a sí mismo sino en lo que quiere o quién quiere convertirse y una forma de reforzar esos valores que se buscan adquirir son las acciones de consumo que tienen como propósito enriquecer al yo. "Las posesiones pueden ser utilizadas para satisfacer necesidades psicológicas, tales como crear activamente el propio concepto, reforzar y expresar la propia identidad, y permitir que uno se diferencie y afirme su individualidad" (Escalas y Bettman, 2005, p. 378 Citado por Garzón Cordero 2019).

Por lo tanto, el soporte expuesto anteriormente fue uno de tantos encontrados en el documento que parecieron oportunos para la construcción de esta investigación, ya que, además de la relación evidente con la temática escogida, aportó información de manera sistemática sobre el comportamiento de la sociedad.

Por otro lado, el segundo trabajo de grado que se utilizó como antecedente para esta investigación está en el área de la psicología, titulado como: '**Comprensión de la Construcción Narrativa de la Identidad y su Relación con la Construcción de situaciones pasadas vividas como críticas en jóvenes de la generación Z**' escrito por Fonseca y Vanegas (2020) para obtener el título de Psicólogas en la Universidad Santo Tomás.

El objetivo de la anterior investigación expuesta fue comprender cómo fue la construcción narrativa de la identidad en jóvenes de la Generación Z (nacidos entre 1996-2010) y así conocer las relaciones familiares o comunicativas de la cultura popular como los videojuegos que influyeron en dicho proceso de la identidad de aquella generación.

Este trabajo de grado fue analizado y tomado como antecedente por su amplia capacidad informativa que puede aportar teóricamente a esta investigación; además de la similitud en el análisis de las influencias comunicativas de la cultura popular de una generación en específico, en este caso generación Y (millennials).

Durante la exploración, se encontró el documento **‘La Construcción de la Identidad de Jóvenes: Influencias a partir de la música Black Metal en la ciudad de Cali’** elaborado por Diaz Arboleda (2016) con el fin de obtener el título de Sociólogo de la Universidad del Valle en el programa de Sociología.

Este trabajo de grado comprende y analiza el fenómeno musical nombrado como ‘Black Metal’ en el que se sumerge en las características sobresalientes del género. Además, intenta evidenciar cómo desde la sociología y comunicación, la música se convierte en un fenómeno humano en el que la identidad de los individuos es alterada e influenciada por un grupo social determinado o un género musical en específico.

Dicho documento se presentó con la metodología cualitativa de carácter etnográfico, y tiene referencias a teóricos como Michel de Certeau, el cual tiene relación con esta investigación. Asimismo, afirma que Certeau (2016) citado por Diaz Arboleda (2016) enfatiza en el análisis de los modos de operación, los usos y prácticas específicas a partir de las cuales los individuos leen dinámicamente y apropian objetos, así como esquemas culturales que él mismo fabrica, produce y reproduce. “Cada sociedad muestra siempre en alguna parte las formalidades a las cuales obedecen sus prácticas” (p. 26).

Por lo tanto, al tener en cuenta lo mencionado, se considera de suma importancia utilizar este documento como antecedentes, ya que contiene aportes teóricos, y metodológicos que podrían aportar a esta investigación y aún más, para lograr entender las prácticas sociales en la sociedad caleña influenciadas por algún género musical como lo es el black metal o en este caso el rock angloamericano.

Ahora bien, desde la facultad de comunicación este proporciona las siguientes indagaciones de carácter informativo-analítico con aportes también de interés teórico-metodológico. Con todo eso, el cuarto aporte desde la capital colombiana, Bogotá, se realizó el trabajo de grado sobre **‘El videoclip en Colombia: propuesta para un nuevo modelo de producción’**, presentado por

Castillo (2020), para optar por el título de Comunicador(a) Social desde el campo profesional audiovisual de la Pontificia Universidad Javeriana.

El proceso de desarrollo de Jaramillo concientiza que el videoclip ha pasado por estudios internacionales, no obstante, en Colombia en la industria no cuenta con información suficiente de este en la actualidad y su historia. Por ende, tiene como propósito ofrecer un primer acercamiento del formato en el país desde fuentes primarias; después que se arrojó los resultados da “un manual de producción para videoclip de bajo presupuesto que tenga en cuenta las particularidades de la industria audiovisual y del mercado musical en Colombia” (Jaramillo, 2020, p. 3).

Uno de los tipos de metodología aplicadas fue la cualitativa, dado que se realizaron entrevistas estructuradas con preguntas dirigidas a artistas locales independientes con la intención de adquirir detalles sobre las peculiaridades de la producción del video musical nacional mediante el 2020, y así recoger datos que esclarecen sobre la construcción, distribución y condiciones de este tipo de los artistas.

De modo que, la investigación de la comunicadora resulta de utilidad, debido que aporta una mirada que comprende el movimiento de la industria de aquellos artistas que aún no están inmersos como tal desde lo comercial, y están en vía de reconocimiento, lo que permite conocer el proceso de estos y las dificultades de los inicios en el sector.

Desde otro punto de vista, se halló pertinente el trabajo de grado sobre **‘El video musical antes de MTV: 1950-1980’** escrito por Cortés Forero (2008) para aspirar a título de comunicador(a) social de la Pontificia Universidad Javeriana.

Uno de sus puntos a resaltar es la pregunta “¿El video mató la radio?”. Aunque de primer vistazo se puede considerar que para dichos años estas partes se dividieron, fue lo contrario. La radio fue el primer medio masivo que convirtió a la música en un producto de consumo. “Antes de los ochentas, varios artistas de música pop y rock utilizaron la radio como principal medio para llegar al público, ya que esta entretenía tanto jóvenes como adultos” (Cortés, 2008, p. 26). Tiempo después del surgimiento de la MTV, Cortés menciona que la acción oír y ver una canción, en pocas palabras, cohesionan. No bastaba con aumentar la venta de discos, sino que ya se pensaba en un lenguaje audiovisual en el que “la narración, la velocidad de los planos, los efectos especiales, la danza y el look se involucran en el medio musical” (Cortés, 2008p. 26).

Es así que este escrito presentó las aptitudes necesarias para ser de aporte sobre la historia antes del videoclip que hoy conocemos. Desde una metodología cualitativa-analítica consideró décadas anteriores que no se han tenido muy en

cuenta. Por ejemplo, antes del término “videoclip” se llamaba “promos”, con el fin de promocionarlo. Asimismo, otro factor importante fue que “este tipo de espacios de música popular para el joven eran criticados por las élites y los medios todavía eran muy conservadores en algunos de esos temas. No existía una base que los sostuviera y no había un medio para impulsar la industria del video musical (Cortés, 2008, pp. 28-29).

Por último, con énfasis en producción audiovisual, desde la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, la siguiente fue una tesis para optar al título de comunicación social presentada, designada como **‘Un acercamiento a la dirección de arte en el videoclip colombiano desde el recorrido de “Aterciopelados”’** de León Martínez (2011), representó su contribución a esta investigación de carácter analítico, metodológico y teórico.

León Martínez (2011), analizó la importancia de la dirección de arte que parte desde su conceptualización hasta su realización en el momento de crear una pieza audiovisual. Para dicha creación, se estudian de manera minuciosa algunos videoclips, y en ese ejercicio también elementos que lo componen, como imágenes, mensajes, indumentaria, utilería, efectos sonoros y visuales, intenciones, etc.

Tras hacer un paneo del videoclip en esferas internacionales se tomó el caso específico de la dirección de arte de los videos musicales de Aterciopelados, una emblemática banda de rock alternativo colombiana, cuyo surgimiento fue en 1990. Esta referencia fue útil para la presente investigación, pues al igual que Martínez, se pretendió analizar el videoclip de rock a nivel local y tras sus narrativas, los impactos en el espectador.

4.2 MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo y mayor entendimiento de la investigación, fue de suma importancia mencionar de manera teórica y conceptual a autores y artículos científicos que definieron y emplearon conceptos que se determinaron para esta investigación. De igual manera, este proyecto se basó en posturas teóricas de diferentes escuelas de comunicación que resultaron relevantes para así generar un proceso de análisis y desempeño para las categorías definidas.

4.2.1. Comunicación

La comunicación para Chiavenato (2006) es “el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social” (p.110). Así también, la comunicación cuenta con múltiples

manifestaciones, entre ellas la **comunicación verbal y no verbal**. Estas son de suma importancia debido que en esta investigación fueron de uso para identificar y clasificar los comportamientos de la población; es así como su definición se empleó desde el comunicólogo Nosnik (1998) que menciona “la comunicación es una manera de establecer contacto con los demás por medio de ideas, hechos, pensamientos y conductas, buscando una reacción al comunicado que se ha enviado” (p.10).

Ahora bien, desde las escuelas de comunicación, específicamente Palo alto (California), se mencionaron los ‘Axiomas de la comunicación’; presentados en Watzlawick (1967). Aquí destacó que “es imposible no comunicar / todo comunica”; el autor lo explicó con mayor profundidad en el 2014 en el libro titulado ‘No es posible no comunicar’ en el que planteaba que todo mensaje tiene un valor y por ende, es válido decir que el humano es un ser de naturaleza comunicativa (Watzlawick, 2014). Antedicho, confirmó que las formas de comunicar existentes son la comunicación verbal y no verbal, y estas se usan con el propósito de diferenciar el habla de otros sistemas semióticos.

Desde la semiótica se entendió que esta permea las culturas, por ello, Lotman (2002), se basó en la **semiótica cultural** y comunicación para explicar fenómenos culturales, como por ejemplo, el mecanismo adaptado para la memoria y significaciones de las culturas; desde este punto de vista, existen elementos con mayor significación dentro de una cultura que en otra, como lo son la cruz, un círculo, un pentagrama, textos históricos o incluso los símbolos característicos de la cultura rock como los cuernos, taches o carabelas. Éstos pueden tener mayor relevancia en una comunidad específica (Lotman, 2002). Con todo eso, es así que la civilización empieza a compartir costumbres, ideales y experiencias y cualquier otro hábito, capacidad o complejidad que el hombre adquiere cuando hace parte de una sociedad (Tylor, 1976).

Entonces la semiótica se entiende como una ciencia que examina la relación estrecha que puede haber entre los signos y la comunicación. El “otro” padre de la semiología, Charles S. Peirce, definió semiótica como el estudio de signos y códigos en la sociedad, es decir, es la encargada de descifrar los significados de los gestos, códigos, imágenes o comportamientos en el ser humano o sociedad; empero, según Peirce expone tres categorías fundamentales en los que se basa para entender mejor la semiótica está: la Primeridad (posibilidad cualitativa siempre presente), Segundidad (el ser de los hechos reales) y Terceridad (el ser de la ley o mediación que gobierna los hechos en el futuro). Considerados conceptos de categorías universales (Restrepo, 1990, p. 28).

4.2.2. Prácticas de identidad cultural

Si bien la **identidad** desde una de las definiciones de Oxford Lenguajes dice “circunstancia de ser una persona o cosa en concreto y no otra, determinada por un conjunto de rasgos o características que la diferencian de otras”. Con la evolución del tiempo llega el término **identidad cultural** que engloba a un grupo social convirtiéndolos en una unidad que comparten rasgos culturales, como la ideología, costumbre, valores y creencias. Más allá de la identidad está el factor externo que influencia a los individuos y los colectivos. Entonces se entiende en palabras de González Varas (2000), que la identidad cultural de un lugar

Viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias (...). Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad (Molano, 2007, p.43).

Con la premisa anterior, el público objetivo de esta investigación fue el resultado de la influencia de la cultura rockera globalizada y los símbolos semióticos que esta representa, que, además y tuvo como exponentes a legendarias bandas como The Beatles (1960), The Rolling Stones (1962) Aerosmith (1970), Kiss (1973), Metallica (1981), Guns and Roses (1985), Nirvana (1987), Pearl Jam (1990), entre otros.

Asimismo, se basa en las formas de expresión artísticas mediante actitudes, tradiciones, y creencias; entonces se podría deducir que estas prácticas hacen parte de la cotidianidad del ser humano, sin embargo, también se ven persuadidas y/o alteradas por otros factores; como por ejemplo, medios de comunicación masivos que tienen la capacidad de “influenciar las prácticas culturales y los comportamientos de los ciudadanos se ve incrementada por la estructura y el control sobre las fuentes de información que producen los contenidos de los medios”. (Sandoval, 2006 p. 217).

Con todo eso, se debe hablar de cultura y para hablar de esta se debe tener en cuenta que es un asunto colectivo y que depende fundamentalmente de la relación comunicacional entre individuos. A partir de ahí nacen prácticas culturales e identitarias analizadas en esta investigación.

La cultura es acción. Es acción humana, material y simbólica, personal, colectiva, histórica y sensible. La cultura entonces no es singular, ni estática. Proponemos pensar entonces a la cultura en términos de prácticas culturales, que se verifican también en las relaciones sociales y en los artefactos culturales que cada sociedad particular desarrolla en el tiempo. La

producción de alimentos, la familia, el trabajo, la educación, suponen relaciones entre los hombres y las mujeres que constituyen cada sociedad. Al mismo tiempo, ellos crean artefactos materiales e inmateriales que les permiten relacionarse. El lenguaje es el ejemplo por excelencia del artefacto inmaterial que permite la relación con los otros, pero también son artefactos todos aquellos objetos, aparatos, instrumentos, herramientas e instituciones creados por hombres y mujeres (Itchart, et.al., 2018).

Es aquí que las prácticas de una cultura enfocadas desde la identidad se ven permeadas por los mismos; entonces entra a colación el término **‘hibridación cultural’**, en el sentido de que un individuo adopta comportamientos de otras culturas y paulatinamente las arraiga en su cotidianidad; un claro ejemplo, es cómo los rockeros millennials caleños han adoptado comportamientos, estilos, símbolos provenientes de la cultura norteamericana. Es así que Néstor G. Canclini nombra que la hibridación puede florecer al interactuar con el crecimiento urbano, la publicidad o movimientos sociales modernos (1989).

Todas las artes se desarrollan en relación con otras artes: las artesanías migran del campo a la ciudad; las películas, los videos y canciones que narran acontecimientos de un pueblo son intercambiados con otros. Así las culturas pierden la relación exclusiva con su territorio, pero ganan en comunicación y conocimiento (Canclini, 1989, p. 326).

En las culturas, los relatos son otra manera de expresión y comunicación ya que son metodologías favorables para los participantes de esta investigación, pues se necesita de éstas para conocer los procesos identitarios analizados.

Cuando los recuerdos y memorias se verbalizan, pasan a ser relatos. Es así que para Benadiba (2011), al ser transferidos estos recuerdos se transforman en fuentes históricas, de modo que “tienen un valor similar al de los documentos tradicionales que permiten analizar los procesos sociales y la vida de la gente común más aquellos hechos “importantes” y los grandes personajes.” (p.26). Entonces en la **oralidad** se le otorga el mérito, debido a que es:

El primer sistema comunicativo que adquiere el individuo dentro de esa actividad semiótica compleja que es la producción textual y discursiva. Gracias a ella el ser humano se diferencia de los animales y lo hace desde el punto de vista verbal, cognitivo, neuro lingüístico y semiótico (Mostacero, 2004, p. 3).

Esta obtiene su valor a partir de la sociedad, aunque en ocasiones no se considera con el mismo rigor que su contraparte la escritura, puesto que es tangible. La oralidad también está en capacidad de construir cultura, por ejemplo,

desde las leyendas, mitos, ritos, historias reales, cuentos, proverbios, refranes populares y anécdotas, en ese sentido constituyen la tradición cultural que conforma una memoria colectiva para la presente o futura generación.

Es preciso mencionar también que los rockeros hacen parte de una **tribu urbana**, que por cierto para reconocer una tribu hay que tener en cuenta lo que según el autor Mansilla (2017) parte desde las características como los aspectos identitarios como: la denominación (nombre de seguidores), la imagen (vestuario, peinados, tatuajes piercings, perfumes, etcétera), la ideología, el movimiento musical, los músicos representantes, las simbologías, entre otros (p.7).

Ahora sí, desde esta tribu se ven diferenciados de los demás dado a sus vestuarios con tonalidades oscuras u otras características que fomentan el estereotipo del 'rockero'. Si se parte desde los símbolos que representan a esta cultura no comprenden un significado en específico; no obstante, hay presencia de accesorios como pentagramas, el chivo cornudo, la lengua afuera, etc. Aunque, existen variaciones de estos que son comúnmente usados más por gusto que por un significado en sí. Esta carencia de significado en ocasiones se extiende a la forma de vestir, que son vistos a partir del cliché al usar de ropa negra, accesorios faciales, botas y chaquetas de cuero, entre otros; empero, no en todas las situaciones se cumple esta regla porque hay quienes usan prendas de colores, a pesar de no ser un aspecto común en un rockero no está exento de pertenecer a dicha tribu (Platero y Quintanilla, 2010, p.66).

Es así como se evidenció que la vestimenta comunica, pues según el semiólogo Eco (1972), el lenguaje del vestido es como el lenguaje verbal. "No sirve sólo para transmitir determinados significados mediante determinados significantes. Sirve también para identificar, según los significados transmitidos y las formas significantes que se hayan elegido para transmitirlos" (p.1). Para ello, las tribus urbanas utilizan distintas formas de expresarse mediante la vestimenta y su significado.

Ahora bien, para entender con mayor claridad este fenómeno de las tribus urbanas, hay que comprender las razones por las cuales se integran a una, y esto se presenta mayormente en jóvenes. Ingresan gracias a la influencia de otros que ya pertenecen al grupo, parte desde compartir gusto musical o quieren atraer la atención de sus padres. (Platero y Quintanilla, 2010).

Esto podría generar una identidad dentro la comunidad, y esta se define como un fenómeno que se evidencia de las representaciones sociales en la cultura. Moscovici, reconoció dos niveles de articulación de las representaciones con lo social: la opinión pública y el proceso de construcción de las representaciones. Las representaciones se anidan en la opinión pública a partir de tres

componentes: actitudes, contenidos y campo de representación. Sin embargo, la función específica de las representaciones sociales es adaptar conceptos e ideas abstractas —como los producidos por la ciencia, la sociedad y, mediante la formación de conductas y la orientación de las interacciones sociales, asegurar la adaptación de la sociedad a nuevos conjuntos de categorías e informaciones. (Villarreal, 2007).

Tal cual unas de las herramientas que utilizan los individuos como medio para identificarse en un lugar, en este caso tribu, es por medio del **cuerpo**; este está en función de traducir el estado anímico por medio de gestos, movimientos o quietud del mismo, etc. (Quesada, 2004). Todo esto componen las expresiones en el cuerpo, que constantemente se comunica siendo el conducto con el entorno, la familia y la cultura. Es una forma comunicativa que se construye con las vivencias.

A partir del cuerpo, la expresión se vincula al mundo, a la realidad existente, recreando el contexto y la cotidianidad de forma activa donde no se es un actor pasivo. Es decir, las representaciones mentales que se poseen, se manifiestan a través del cuerpo, existe una relación directa de la expresión corporal con lo que se dice, se siente y se hace (Blanco, 2009, p. 17).

Por otro lado, **las expresiones** son parte importante del mismo cuerpo y en gran parte de las veces están de forma inconsciente a estos rasgos no verbales que, al mismo tiempo, están presentes en el comportamiento de quien habla (García 1985); que, además, se vuelve parte de la comunicación verbal, dado que usa la palabra como principal fuente, ya sea de manera oral o escrita. Una vez más, la comunicación no verbal está compuesta por: el paralenguaje (calificadores vocálicos y vocalizaciones no verbales), es decir se divide en modulación y puntuación. En otros términos, la primera comprende la relación de la conducta con lo que se declara; y la segunda, es la apuesta por influenciar o persuadir a su receptor, ya sea cómo, cuándo o con qué ritmo marca las expresiones particulares. También, existe la kinésica (incluye los movimientos corporales y gestuales), y la proxémica (que dice relación con el espacio social y personal).

4.2.2. Videoclip

Por otro lado, para que este fenómeno del videoclip pudiese surgir primero se dio la **música** que junto a la **mass media** o **comunicación de masas** tiene como propósito ser la intermediación entre público y contenido. Igualmente, transmiten lo que para ellos es importante para los interlocutores. Así rigen lo que está en tendencia en cualquier ámbito. Si bien la música corresponde a una tendencia dentro de su género. El consumo de música evoluciona de acuerdo a las preferencias de los oyentes y los intereses de la industria musical. Por ello el

papel de la tendencia aflora desde el cambio dentro las esferas culturales, y la conducta de sus consumidores. (Vilar, 2015, p.17).

Tiempo después llega el videoclip como un método promocional, lo que lo hizo un referente que ha potenciado las estéticas, las tendencias e incluso hasta fenómenos culturales en los que la sociedad se basa para forjar sus vínculos. El videoclip se convierte en un formato producido y emitido con fines de seducción, y entretenimiento, este se define como 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” (Sánchez, 2002, p.566).

En esa unión entre música e imagen se construyen otras formas breves de la comunicación audiovisual, pues la especificidad del videoclip como género radica en la inter-textualidad que deviene la muy particular sinestesia audiovisual que le es propia y genera una narrativa única del videoclip. (Roncallo, 2017).

Los videos musicales cuentan con varios tipos de guión: primero, performance, este recrea una experiencia con el público espectador y el artista y la canción son parte fundamental; segundo, conceptual, es lo más cercano al “cine arte”, dado que pasa por una interpretación de la lírica (texto de la canción) y se proyecta de forma artística y poética; tercero, narrativo, pasa por la estructura básica de la narración con personajes, como: inicio, desarrollo y desenlace. (Mira, 2020).

Para la indagación se consideró explorar los elementos narrativos y estéticos en el videoclip. Por la parte narrativa constituye una historia medianamente completa que toma base el tipo, el tema, el guion, los personajes y los recursos expresivos del cine actual; tiene como factor común su storytelling (narrativa) y capacidad de transmitir emociones. (Tarín, 2016).

Estas **narrativas** contienen algunos elementos primordiales para entender historias dentro del videoclip, un ejemplo es que, en los videoclips la narración de historias ha tenido como protagonista principal al intérprete que sirve de base para la construcción del estrellato del cantante; además, Goodwin (1992), citado

por Carao Oca (2011) explica que “los elementos narrativos que aparecen en el videoclip pueden tener otros fines. Por ejemplo, el matizar el significado de una canción a través de la elaboración de una situación ficticia concreta que contextualice sus elementos líricos y abstractos” (p.40).

Se debe tener en cuenta, que los videoclips no solo tienen elementos narrativos que lo definen, sino que, también existen **elementos estéticos** con grandes características que ayudan a un mayor entendimiento del videoclip como influenciador social. Pues se ocupa de la experiencia estética, de lo bello; en particular sobre los objetos artísticos, pero también sobre la naturaleza generando así un gusto y estilo particular.

La estética, por lo tanto, incidirá en los aspectos discursivos correspondientes a la plasmación visual y auditiva de las películas (la escenografía, la fotografía, etc.) y a sus posibles articulaciones, para su comprensión y exposición didáctica, en la historia artística del cine (escuelas, movimientos, períodos, etc.). (Rajas Fernández, 2008, citado por Tarín, 2016, p.16).

Otros conceptos, que se relacionan con la estética audiovisual, son “el estilo, la moda y el look”. Así, el estilo es utilizado como sinónimo de la estética, entendido como el compendio de rasgos formales que permiten la identificación de un autor o escuela, en este caso de una tipología clip, cantante o director. (Rodríguez y Agueda, 2016. p. 51).

Enfocar los elementos estéticos de una obra artística visual equivale a realizar una explicación intelectual de la reacción sensible que los destinatarios experimentan ante ellos. Entonces, el primer aspecto estético a considerar es el denominado como elocuencia, expresividad o fuerza expresiva, mismo que se refiere a la potencialidad con la que cuentan las obras para causar, en la sensibilidad de los públicos, efectos de atracción, conmoción, inquietud, impacto, impresión, sorpresa, excitación, agrado, rechazo o asombro, según sea el caso. El segundo aspecto estético es el de los recursos expresivos o categorías estéticas que los autores visuales utilizan en sus obras. Pese a los avances en teoría del arte, todavía es sumamente común la confusión generalizada entre los términos “estético” y “bello”. Esto no sólo deriva de concepciones estrechas de lo artístico, sino que, además, constituye un error, ya que las opciones expresivas o estéticas de las que disponen los artistas son múltiples y no necesariamente están vinculadas con la belleza. (Blas-Galindo, 2005, pág 6).

4.2.3.Rock

La música es una forma de hacer arte con el sonido. El arte tiene en general tres componentes: estético, semántico y evocativo. El campo semántico en el arte puede contener ambigüedades. En el caso de la música el campo semántico es ambiguo y predomina generalmente el aspecto evocativo. Ello tiene importancia en cuanto a las motivaciones detrás del consumo de música, y estamos hablando aquí especialmente de aquella música que ha sido concebida como un mero artículo de consumo (Miyara, 2001).

Es así como los individuos también construyen a la cultura a través de la música. Este fenómeno está relacionado con las representaciones sociales, la cultura y la identidad que emanan los cantantes, bandas, y todos aquellos que trabajan de la mano de la producción musical. En ese orden de ideas, la música también representa las emociones y otras virtudes del ser humano. A raíz de esto se define que:

La música desempeña un papel muy importante: es uno de los medios a través del cual los adolescentes van a poder reconocerse y verse reflejados. Lo harán por la necesidad de pertenecer a un grupo de iguales, para lo cual tienden a querer identificarse con alguno de los modelos o estereotipos propuestos por la industria música". (Ruiz, 2015).

Al reconocer la influencia de la música y su importancia en la investigación, es necesario adentrarse al género rock. Este se refiere a toda música juvenil que proviene de la unión entre el "rhythm and blues" y el "country western", dando origen al rock and roll con sus múltiples derivaciones, y que rompe esquemas tradicionales de música melódica y rápida con una actitud informal ya sea irónica, desenfadada, lúdica, utilizando instrumentos electrónicos, principalmente: guitarra, bajo, batería y teclado. (Castillo, Ávila, 2011).

El rock fue determinante para explorar nuevos elementos y estéticas dentro la industria musical, como miles de seguidores y exponentes del género, es así, que a partir de ello nacieron varios subgéneros musicales, entre ellos el **Grunge**. Que traduce "mugre". Este es el significado va acompañado con el movimiento musical y estético que popularizara el cantante de Nirvana, Kurt Cobain, quien se caracteriza por acentuar una estética pobre y acumulativa con el objetivo de huir del lujo imperante en los años ochenta y de cualquier norma de buen gusto propia de la estética yuppie (término utilizado para referirse a jóvenes estadounidenses de estrato medio-alto) .El grunge también fue un discurso con emulaciones del pasado, principalmente extraídas del punk, la suciedad, la denigración del individuo, el uso de elementos visuales no gratos para el espectador". (Cabrera, 2008. Citado por Monzón, 2016. p. 150).

Al estar conscientes del impacto que puede tener el videoclip gracias a su carga comunicativa, la transmisión de mensajes mediante la música, y la estética planteada por artistas y grupos, permite comprender la postura del público objetivo en función de oyentes y espectadores. Desde la tribu urbana de los rockeros, esclarece el porqué de la elección de un género, lo que puede representar para ellos y la marca identitaria que deja en el individuo actor participante del grupo. Desde la comunicación a partir de cualquier artista ya mencionado, precisa en el ejercicio de investigadores comunicadores la influencia a las masas parte de lo que los medios les ofrecen.

4.3 MARCO CONTEXTUAL

Santiago de Cali es una de las ciudades más antiguas de Latinoamérica. Fue fundada el 25 de julio de 1536 por Sebastián de Belalcázar, un conquistador y militar originario de España. Según el DANE (DANE, 2018), en Cali habitan un aproximado de 1.822.869 personas en el territorio, de las cuales el 46.8% de los censados eran hombres y el 53.2% mujeres, lo que sugiere que por cada 100 habitantes en la ciudad había 53 mujeres y 47 hombres.

Cali se ubica en el Valle del Cauca, un departamento situado al suroccidente colombiano. Cuenta con una altitud de 995 metros sobre el nivel del mar y con temperaturas que oscilan desde los 23° hasta 37° (grados) lo que la convierte en una ciudad con clima tropical gracias a la cordillera occidental y los siete ríos que la atraviesan los 564 kilómetros de extensión de la ciudad capital del Valle. El idioma principal es español, su moneda el peso colombiano y predomina la población blanca y la negra de la Costa Pacífica. (Secretaría de Cultura. 2004).

Limitando con Chocó, Cauca, Risaralda, Quindío, Tolima y el Océano Pacífico, en el Valle Del Cauca convergen departamentos y sus culturas, y en ese orden de ideas, es un ícono de la diversidad sociocultural. Evidencia de esto, es la permeación con la cultura indígena y afrocolombiana, que trajeron ritmos locales y extranjeros como la salsa, la cumbia, el currulao, mambo, chachachá, etc.

Los discos de 78 rpm llegaban de Estados Unidos a través del puerto de Buenaventura y aterrizaron directo a la zona de tolerancia, un sector entre los barrios Obrero y Sucre, que tuvo su auge en los años cincuenta y donde se crearon más de cien bares para gozar de esta música. (El Tiempo, 2016).

En 1958, Cali entra al mundo de la modernidad a través de la música gracias al inicio de La Feria de Cali, que convirtió a la ciudad en la tarima para conocer las diversas corrientes musicales emergentes de la época y para abrir las puertas de una ciudad pluricultural que cada vez más acoge sonidos del exterior aparte de música tradicional (El Tiempo, 2016).

Prueba de lo anterior, en Cali existen diferentes eventos de música alternativa en las que se pueden ver la representación de distintas culturas y géneros musicales; sin embargo, el rock ha tomado fuerza en la ciudad y se han creado festivales para el goce y disfrute de los caleños amantes del género. En el 2015 nace 'El Festival Cusumbo' que en sus inicios albergó 600 personas, pero progresivamente fueron creciendo hasta llegar a 4.000 asistentes en el 2018 (Radiónica: 2018); asimismo, como el existente festival con mayor relevancia para escena caleña del rock, llamado 'Unirock Fiura'.

Basado en lo anterior y con el propósito de investigar, se hizo seguimiento a personas de 25 a 40 años, pertenecientes a la generación millennial (1981 - 1996), de la Fundación Universitaria Lumen Gentium ubicada en la comuna 18, precisamente Meléndez.

Dicho centro educativo cuenta con personas mayormente de estratos económicos que oscilaron entre 1, 2, 3 y 4; lo que los convirtió en un público objetivo óptimo para la investigación dado a que gozaron de la llegada y el paso del rock angloamericano entre los años 1990 a 1995. Su rol de espectadores y oyentes del videoclip, ayudó a la indagación a partir de relatos y comprender qué función cumplió el rock como influenciador social desde las tendencias de corporalidad comunicativa.

Ahora bien, un recuento histórico del sector de Meléndez. Antedicho, hace parte de la comuna 18 compuesta por 14 barrios y seis urbanizaciones y sectores, que representa el 5,6% de los barrios de la ciudad; estos son: Buenos Aires, Caldas, Los Chorros, Los Farallones, Francisco Eladio Ramírez, Prados del Sur Horizontes, Mario Correa Rengifo, Lourdes, Colinas del Sur, Alférez Real, Nápoles, El Jordán, Cuarteles Nápoles, Sector Alto de Chorros, Polvorines, Sector Alto Jordán, Alto Nápoles, Sector Meléndez y Meléndez. (Alonso et. Al., 2007).

Sobre la calle 5 con carrera 94, al sur de Cali está ubicado Meléndez, un barrio de la comuna 18. Sus primeros asentamientos se dieron por familias provenientes de distintas partes del Valle del Cauca, o incluso de otras regiones como Eje Cafetero y Nariño. Lo que generó desarrollo económico y urbanístico. Evidencia de esto son las cifras de mototaxismo en la ciudad pues según La encuesta de Movilidad de 2015, 6.535 viajes en mototaxi se realizan a diario en Cali, cifra que permea al barrio Meléndez pues uno de los puntos de concentración de mototaxis se sitúa ahí (El País, 2017).

Además, este barrio colinda con el Río Meléndez, lo que ha ocasionado controversias históricas sobre el manejo y tratamiento de éste:

La zona urbana de la cuenca del Río Meléndez ha venido sufriendo inundaciones desde la década de los 90, las cuales con el paso del tiempo están afectando nuevos sectores. Esto se da por diferentes situaciones que se presentan en la cuenca: pérdida de vegetación nativa; deforestación; asentamientos humanos irregulares en la ladera, los cuales crecen día a día y se hallan en riesgo de situaciones de deslizamiento y generan aportes de caudales mayores que llegan rápidamente a la cuenca baja, ocasionando un deslave en el área que contribuye a la progresiva erosión de los terrenos, a la sedimentación en el río y al incremento de la contaminación en éste, en especial en épocas de verano; invasión de la margen de protección del río; derrumbes en las riberas del río; caudales de crecientes cada vez más críticos, debido a los anteriores ítems y al Fenómeno de La Niña; incremento de caudales de escorrentía al río debido a la construcción de nuevos proyectos urbanísticos; falta de cultura ciudadana; débil gestión de las instituciones y falta de coordinación entre ellas (Castrillón, 2014).

En el sector de Meléndez se encuentra campo de estudio de interés, específicamente en La Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, más conocida como Unicatólica.

Esta universidad fue fundada en 1996 por un equipo de sacerdotes y laicos “que creyeron en el sueño de una institución de educación superior para las poblaciones menos favorecidas de la ciudad de Cali”, orientados por la ideología de Monseñor Isaías Duarte Cancino, quien fue pastor de la Iglesia de la ciudad (Alcaldía de Santiago de Cali, 2014).

La institución contó hasta el 24 de septiembre de 2021 con 6.203 estudiantes activos, 2.236 tienen apoyo y beneficios otorgados; y 7.500 egresados. Asimismo, posee tres sedes y cuatro centros de formación en: Yumbo, Alfonso López, Compartir, Plaza de Caycedo, Jamundí, Pance y Meléndez. Esta última concretamente que es la sede de interés, fue habilitada para el público en el Colegio Arquidiocesano ‘Centro Educativo Industrial Luisa Madina’ en 2007. (Unicatólica, 2021).

De esos estudiantes, se determinó que se escogería la población caleña millennial de Cali de la sede Meléndez de Unicatólica, pues la música es un lenguaje sociocultural, y los gustos o preferencias que se tienen hacia la misma, son el resultado, según el musicólogo Nolan Gasser, de nuestra educación (TickPick, 2020). Esta educación no depende precisamente solo de la academia sino de diferentes influencias que tienen lugar en la infancia y adolescencia del ser humano que están sujetos a distintos factores.

Lo anterior obedece a un estudio realizado por TickPick (tickpick, s.f.) en donde se encuestó a 490 padres y adicional a ello, a más de 500 personas con el fin de

determinar qué influía en su infancia para determinar los gustos musicales de las personas. Se encontró que los mayores influenciadores son los amigos, la radio, las películas, los padres, la televisión, los conciertos y festivales, los hermanos y hobbies e intereses.

La riqueza cultural caracteriza al barrio Meléndez, junto al fenómeno del videoclip, son pieza fundamental para la escogencia de la población de estudio, pues se ajusta a los requerimientos de esta investigación. Resulta necesario que, para hablar de prácticas de identidad e influencias comunicativas, se indague sobre los factores socioculturales que le comprenden y que fueron determinantes para entender el impacto social del videoclip.

5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

Para la elaboración metodológica de la investigación, se usaron estrategias de recolección en base al método cualitativo. Se tuvo en cuenta que el trabajo aporta bases instrumentales para el levantamiento de la información que permitieron dar alcance a los objetivos planteados. Por ende, se habló de una investigación con enfoque cualitativo; que en palabras de Fernández y Pértegas (2002) “la investigación cualitativa evita la cuantificación. Los investigadores cualitativos hacen registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas” (p.1).

El modelo de la investigación que se enmarca en este estudio fue el análisis-descriptivo; este describió las características de una muestra (Müggenburg y Pérez, 2007). Lo que permitió hacer seguimiento de cómo el videoclip como formato de entretenimiento influyó los comportamientos de la generación millennial (1981 - 1996), específicamente la tribu urbana de rockeros. Con base a lo anterior, se expuso detalladamente los tipos de prácticas desde lo verbal y no verbal.

5.2 DISEÑO DEL ESTUDIO

5.2.1. Diagnóstico investigativo

- **Diseño de instrumentos:** Grupos focales y entrevistas para conectar de primera mano con el público.
- **Levantamiento de informe:** Lo anterior se aplicó a miembros de la tribu urbana: rockeros. Se hizo un grupo focal de tres personas y entrevistas a otras cinco.

5.2.2. Análisis de datos

- **Sistematización:** Clasificar información levantada por el diseño de instrumentos.
- **Categorización de datos:** Después de la clasificación, se repartieron los hallazgos para cada objetivo.

5.2.3. Conclusiones

- **Hallazgos:** Resultados de método cualitativo (grupos focales y entrevistas). Interpretaciones y conclusiones: A partir de todo lo anterior, se hicieron las respectivas deducciones y conclusiones que ofreció el público objetivo.

5.3 SUJETOS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN

De acuerdo con la metodología, la investigación siguió en pie con el objetivo de hacerle el rastreo a la población que oscila entre los 25 a 40 años; aquellos denominados millennials (nacidos entre 1981 - 1996). Se hizo especial enfoque en el videoclip rock y cómo este influyó en las personas que tienen este género como predilecto. Además, se consideró la mirada hermenéutica (interpretación) que "busca describir los significados de las distintas expresiones humanas, como las palabras, los textos, los gestos, pero conservando su singularidad". (Rodríguez, 2011 p. 8.) Citado por Meneses y Rojas, (2019). Así una vez más, este rango de edad fue conveniente debido a que se analizó el margen de los videos musicales rock de los años 1991 a 1993, y este público gozó el paso de estos años.

Para examinar a los sujetos se elaboraron entrevistas y un grupo focal con temas que fomentaron la participación y el debate. Todo lo anterior primó desde el videoclip y ramas como: comunicación, influencia, música (rock), cultura, identidad, entre otros. En ese orden de ideas, se evaluó por medio de metodologías cualitativas los gustos y preferencias particulares dentro del mismo género.

En el transcurso de la actividad, los investigadores asumieron la posición de observadores participantes, postura que permitió analizar de forma detallada las novedades.

5.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

- **Grupo focal:** Se realizó los encuentros de forma presencial y virtual con los millennials rockeros de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, entre las fechas abril 2 hasta abril 9 de 2022. En la sección de anexos se muestra la actividad a detalle.
- **Entrevista:** Se realizó los encuentros de forma presencial y virtual con los millennials rockeros de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, entre las fechas abril 2 hasta abril 9 de 2022. En la sección de anexos se muestra la actividad a detalle.

- **Observación participante:** Se realizó de forma presencial en la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium durante el 2 de abril hasta el 9 de abril. En los anexos de este trabajo se ilustran anotaciones de campo durante el ejercicio de observación.

5.5 CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

- **Comunicación:** Por este medio se conoció a los individuos desde la comunicación verbal o no verbal. Éstas proporcionaron formas de conocer, sistematizar y categorizar los comportamientos y palabras de quienes escuchan rock y son millennials.

- **Corporalidad:** A través de éste se captaron y expresaron las realidades percibidas de su entorno. En otros términos, el cuerpo es un instrumento que cumple la función de ser emisor y receptor del mismo ambiente.

- **Cultura:** Compartir costumbres, ideologías, experiencias y pensamientos es parte de crear cultura, y justamente estos aspectos son capaces de unir personas que componen esta tribu urbana.

- **Tribu Urbana:** El núcleo que integra aquellas personas que encuentran un espacio en común con otras. Se autodenominan y tienen características marcadas que los diferencian de diferentes tribus.

- **Identidad:** Aplicó para personas que encontraron en esta tribu urbana una relación entre lo que creen, piensan, sienten y usan (ropa, accesorios, símbolos), con lo que la misma tribu ofrece. En esa unión, surge una identidad, debido a que corresponde con las necesidades de la persona.

- **Videoclip:** Aplicó para identificar narrativas estéticas dentro de productos audiovisuales como influenciador social. Como expusieron Ángel Camus y Mansilla, la música es parte de la expresión creativa más cercana al ser, puesto que del “quehacer cotidiano de cualquier grupo humano tanto por goce estético como por su carácter funcional y social” (2008, pág. 18 citado por Alvarado, 2013).

- **Rock:** Género musical enfocado en la década de los 90. Tiempo de vital influencia para los millennials desde los ámbitos sociales, culturales y políticos.

6. RECURSOS

6.1 TALENTO HUMANO

- (3) Tres investigadores
- Un director de investigación.

6.2 RECURSOS MATERIALES

- Impresora.
- Hojas de bloc.
- Telefonía y computo.
- Servicios públicos.
- Internet.
- Documentación.
- Cámara fotográfica.
- Transporte (público y particular).
- Elementos de bioseguridad.
- Imprevistos.

6.3 PRESUPUESTOS

Ver tabla 1

Tabla 1 Presupuestos del proyecto.

CONCEPTO	COSTO TOTAL EN EL PROYECTO
Impresora	\$ 349,000
Hojas de Bloc	\$ 20.000
Telefonía y Computo	\$ 7.175.000
Servicios Públicos por 8 meses (energía)	\$ 5.200.000
Internet	\$ 2.350.000
Documentos en línea	(Se incluye en plan de internet)
Cámara Fotográfica	1.600.000
Transporte (Público y particular)	3.600.000
Elemento de Bioseguridad	300.000
Imprevistos	1.000.000
TOTAL	21.594.000

7. CRONOGRAMA DE TRABAJO

- **Responsables:**

Karen E. Córdoba Soto, Lizeth C. Carabalí Alegría, Elian S. Largacha Colmenares.

Tabla 2. Cronograma de actividades

N°	ACTIVIDAD	FECHA DE INICIO	DURACIÓN	FECHA FINAL
1	Primera entrega (título, justificación, pregunta problema, objetivos, introducción y planteamiento del problema) Responsables: Karen C., Lizeth C., Santiago L.	31 de agosto de 2021	2 semana	14 de septiembre de 2021
2	Segunda entrega (antecedentes, marco teórico, marco conceptual)	1 de octubre de 2021	1 semana	8 de octubre de 2021
3	Entrega a lectores	10 de octubre de 2021	1 semana	17 de octubre de 2021
4	Correcciones y aprobación	12 de noviembre de 2021	1 semana	19 de noviembre de 2021
5	Recolección de información y aplicación de instrumentos.	1 de marzo de 2022	4 semanas	25 de marzo de 2022

Tabla 2 (Continuación)

	Responsables: Karen C., Lizeth C., Santiago L.			
6	Sistematización de información. Responsables: Karen C., Lizeth C., Santiago L.	28 de marzo de 2022	2 semanas	8 de abril de 2022
7	Escritura y capítulos. Responsables: Karen C., Lizeth C., Santiago L.	9 de abril de 2022	3 semanas	29 de abril de 2022
8	Conclusiones Responsables: Karen C., Lizeth C., Santiago L.	30 de abril de 2022	2 semanas	05 de mayo de 2022

8. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

8.1. TÉCNICA: OBSERVACIÓN DESCRIPTIVA Y SELECTIVA

Para este objetivo se tomó como primer instrumento los videoclips ya mencionados, siendo las plataformas de reproducción de vídeo como YouTube y Vimeo los medios donde se reproducen estos videos. También, se analizaron los elementos narrativos y estéticos desde la mirada de varios autores que se consideraron y aportaron académicamente a este trabajo. Esta investigación se realizó desde la observación descriptiva y selectiva con enfoque a las categorías de análisis anteriores y, finalmente se determinó si éstas tienen repercusión en las prácticas de identidad del grupo poblacional seleccionado.

- **Descriptiva:** Este un método se utilizó para reunir información visual sobre lo que ocurre en "Smells Like a Teen Spirit" (1991) de Nirvana; se describió superficialmente lo que se evidencia visualmente en el clip sin necesidad de profundizar en cada aspecto.

- **Selectiva:** Este método se utilizó para reunir información visual sobre lo que ocurre en los videoclips seleccionados con el objetivo de describir a detalle lo que se evidencia visualmente en base a las categorías de análisis y los elementos narrativos y estéticos. (comunicación, corporalidad, cultura, identidad, videoclip)

Elementos narrativos:

Tabla 3. Elementos narrativos para el análisis del videoclip

	AUTOR (ES)	CONTEXTO
Temática	Sergio Roncallo Dow Enrique Uribe-Jongbloed	Romance, terror, rebeldía, etc. (Definición de videoclip Performance, videoclip conceptual o videoclip narrativo) Pag 85.
Personajes	Charles Goodwin Ana M. Caro y Mauricio Vera-Sánchez	Desarrollo a los personajes y la razón por la que normalmente son interpretados por artistas. Pág 151 - 152 - 135

Tabla 3 (Continuación)

Conflicto y Storytelling	Ana M Caro y Gentte Gerard	Elementos narrativos del videoclip - Identificar conflicto y storytelling . Pág 41.
Lírica	Sergio Roncallo Dow Enrique Uribe-Jongbloed y Revista TELOS	Elementos narrativos del videoclip. Correlación entre lírica y sistema kinestésico del videoclip. Pág 54 - TELOS. Pág 379

Nota: Tabla enfocada en los elementos narrativos propuestos para el análisis del videoclip rock de los noventa, centrada en indagar la parte temática, personajes, storytelling y lírica.

Tabla 4. Elementos estéticos para el análisis del videoclip

	AUTOR (ES)	CONTEXTO
Estética	Ana M. Caro y Gentte Gerard	El común de la estética de los videoclip. Pág 22 - 77 - 144
Moda, vestuario y look	Revista TELOS	La estética en los medios de comunicación de masas: estilo, look y moda TELOS. Pág 103 - 146
Plano, imagen y color	Sergio M. Eisentein y Revista Telos	103 53 54 TELOS 102 El sentido del Cine (Enfoque al color amarillo) Pág 94.

Nota: Tabla enfocada en los elementos estéticos propuestos para el análisis del videoclip rock de los noventa, centrada en indagar la parte estética misma, moda y vestuario, planos, imagen y color.

8.2. TÉCNICA: GRUPO FOCAL Y ENTREVISTA

Se consideró que este objetivo se debió abordar desde instrumentos como preguntas y temas relacionados con la temática de videoclip y rock, en el que se pretendió conocer las respuestas y relatos de cada individuo con el fin de recopilar información y reconocer las influencias del mismo.

• Preguntas

- ¿Qué le causó el videoclip presentado? ¿Resalta algo en especial?
- ¿Recuerda algún videoclip rock que lo haya impactado personalmente? Si, no y ¿por qué?
- El rock se vio reflejado en la moda de sus seguidores. ¿Qué artista y/o banda influyó en su vestimenta?
- ¿Visita lugares de encuentro con otros rockeros?
- ¿De qué año considera que fue el mejor rock?
- ¿Qué recuerda de su adolescencia? ¿Esta música lo acompañó en esa época?
- Mediante cuales canales consumía esta música y estos videoclips (Canal de tv, programas de tv, radio, periódicos)
- ¿Qué aspectos relacionados a este género musical conserva en la actualidad? (videos, moda, accesorios, objetos, etc.)
- ¿Qué videoclip y canción lo acompañan en su actualidad?
- ¿Considera que el rock noventero ha influido en las generaciones actuales?

8.3. TÉCNICA: OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

- **Instrumentos:** Cámara fotográfica, cuaderno de observaciones y fuentes bibliográficas.

Para la realización de este, se tomó como pilar de investigación los rasgos identitarios de los millennials de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, a través de la observación participante. Asimismo, se utilizó una cámara fotográfica para documentar, identificar y comparar si los rasgos mencionados persisten en la población estudiada con respecto a las premisas de los autores citados.

9. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

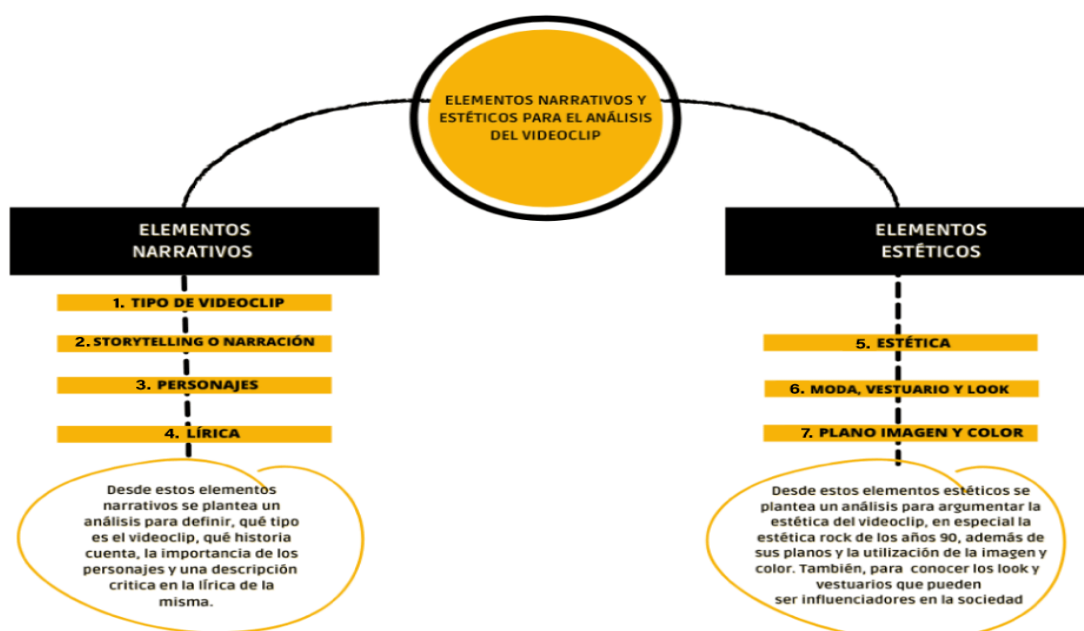
9. CAPÍTULO I: OBSERVACIÓN Y ANÁLISIS DEL VIDEOCLIP “SMELLS LIKE A TEEN SPIRIT” DE NIRVANA (1991) DESDE ELEMENTOS NARRATIVOS Y ESTÉTICOS

Para la elaboración del primer capítulo, se realizó un análisis de los elementos narrativos y estéticos desde una observación descriptiva y selectiva teniendo en cuenta las categorías de análisis para este trabajo.

Estos elementos surgieron mediante una exploración en el marco teórico, en donde se determinó de acuerdo a autores, cuáles serían los elementos más representativos que caracterizarían a la población en estudio y una vez con esa información, se recopilaron en una serie de conceptos que se consideraron importantes para la investigación. A continuación, los conceptos elegidos. Éstos fueron representados por orden alfabético para facilitar la comprensión.

- **Mapa mental:** El mapa mental ilustrado a continuación tuvo como función sintetizar y explicar de manera efímera los elementos narrativos y estéticos propuestos para el análisis de los videoclips.

Figura 1. Mapa mental: Elementos Narrativos y Estéticos para el Análisis del Videoclip Smells Like a Teen Spirit



• **Información Documental:**

Tabla 5. Ficha Técnica: videoclip Smells Like a Teen Spirit

TÍTULO DE LA CANCIÓN	Smells Like a Teen Spirit
BANDA	Nirvana (1987)
INTEGRANTES	Vocalista: Kurt Cobain Bajista: Krist Novoselic Baterista: Dave Grohl
AÑO DE LANZAMIENTO	1991
DURACIÓN	00:04:40 horas
PROCEDENCIA	Estados Unidos
DIRECCIÓN	Samuel Bayer
SINOPSIS	Nirvana, la banda, está en lo que parece a una escuela en la que harán una presentación musical. La actuación empieza de forma apacible; con el paso de la canción se torna de manera que invita a los estudiantes a unirse; estos desde la energía y rebeldía, se dejan llevar por el ritmo.

F

En la presente investigación se trabajó una canción estrenada en el año 1991. Se escogió “Smells Like a Teen Spirit” que traduce “Hueles a espíritu adolescente” de la banda de grunge estadounidense, Nirvana. Cabe resaltar que, este es un subgénero del rock con influencia del punk. Su factor diferenciador es que en este predomina el sonido de guitarra fuertemente distorsionado. Además, este subgénero desde el estilo hace alusión a lo desalineado.

Nirvana fue considerada una de las bandas más importantes e influyentes de la historia del rock y la música. Dentro de ella estaban el vocalista, Kurt Cobain; el bajista, Krist Novoselic; y para el baterista pasaron por varios cambios, entre ellos estuvieron personas como Bob McFadden, Aaron Burckhard, Dale Crover, Dave Foster, Chad Channing, Dave Grohl y Dan Peters.

En relación a la canción, según la cadena de música española enfocada al rock, (Rock FM, 2020) mencionó que el título surgió de una situación particular. El vocalista salió con otra artista del grupo Bikini Kills, Kathleen Hanna; ella después de una noche de fiesta escribió en su habitación "Kurt smells like Teen Spirit", lo que al español dice "Kurt huele a espíritu adolescente"; Kurt lo tomó como un halago; sin embargo, él no sabía que a lo que se refería la chica era que él olía a la marca de desodorante Teen Spirit; marca que tendría éxito en ventas gracias al suceso. Al fin y al cabo, seis meses después se decidió como título a la canción.

Al momento de grabar el videoclip, Samuel Bayer, el director, se tomó en serio su labor, se pasó por más de 12 horas de rodaje. Después de invitar a personas que quisieran participar, junto a la banda no se imaginaban que el rodaje iba a durar tanto. Para lo último, el hartazgo les ganó y los miembros de Nirvana al finalizar grabaciones, solicitaron al director el poder destruir el set, accedió, y de ahí resultó el video conocido en la actualidad.

Para su distribución, la MTV quería transmitirlo en un programa de música alternativa de poca audiencia; pero, este al convertirse en un hit, la cadena empezó a mostrarlo constantemente.

9.1 ELEMENTOS NARRATIVOS

- **Tipo de Videoclip:** Dentro el videoclip narrativo se parte principalmente de una historia y esta puede o no tener relación con la lírica (Roncallo, Jongbloed, 2017, p. 85.). A partir del análisis de la banda norteamericana se entiende que no hay una armonía entre la imagen, auto-intérprete y lírica, dado que, aunque las dos primeras si establecen una conexión, con relación a lírica hay un contrapunto, en otras palabras, se sale del contexto de las otras dos partes. Con todo eso, en el intento de hallar un sentido lógico entre los tres conceptos, estos trabajan bajo la temática de una supuesta anarquía. Tanto el comportamiento de los presentes, las imágenes enfocadas a esa rebeldía y la letra desordenada, se puede deducir que es una revelación contra el sistema hegemónico, en este caso representado por la escuela.

Ahora bien, de regreso a términos descriptivos, la dirección de Bayer pudo estar orientada al tipo performance, por el hecho de estar grabado en un estudio; y de que alguna manera se busca recrear la experiencia de un concierto dentro la

institución educativa; además de su factor más importante son los intérpretes y la canción, más no su lírica.

• **Storytelling o Narración:** La temática del videoclip se basó en un performance de Nirvana, en el que se inició con un plano enfocando pies de estudiantes zapateando al compás de los acordes introductorios del tema. Ambientado en el interior de una escuela, se halla la cancha de baloncesto, dentro de ella están los artistas y el público, quienes eran personas jóvenes con estéticas propias de la subcultura grunge, cuyos exponentes musicales fueron Nirvana y otras bandas como Pearl Jam y Alice in Chains. Cuando empezaba el estribillo de la canción, Kurt Cobain se dirigía por medio de la pista musical al público para incitar al descontrol y lograba su cometido en el coro, donde los adolescentes practicaban pogo (baile frenético. Se dan golpes al aire y se empujan con los demás) y headbanging (movimiento violento de la cabeza al ritmo de la música).

El videoclip finalizó con un desbarajuste total del público y los integrantes también se unieron al desorden. Ésto además de la destrucción de la guitarra de Cobain. Smells Like Teen Spirit fue la invitación a la rebeldía y al caos adolescente en el año 1991.

• **Personajes:** Aquí se cumplió el factor en el que los integrantes fueron protagonistas dentro de la narrativa audiovisual; se presentó la dualidad entre la dimensión real (el artista) y la dimensión ficticia (personaje que interpretó). Por ejemplo, desde lo real, Nirvana, sobre todo su vocalista Kurt Cobain era una persona que iba en contra el sistema; desde lo ficticio, dentro del video, su personaje inició la rebeldía y liberación. Lo que, para Goodwin (1992), citado por Caro Oca (2011), es la parte en la que los espectadores unieron ambas realidades.

De este modo, los vídeos musicales narrativos dan una nueva lectura a la canción, una interpretación que está relacionada con la intimidad (ficcional) del artista que la interpreta. Es decir, permite al espectador entrar en la vida privada de su ídolo sin que éste desvele su intimidad real (p. 152).

El video tuvo como hilo conductor al vocalista, Kurt Cobain. Este tenía como función de atraer a las personas de forma no directa, ya que la canción era la principal en transmitir y contagiar de energía a los demás. Esto también se puede ver reflejado en la persona de limpieza. Inició con movimientos rígidos que oscilan de un lado al otro, lo que pudo simular el trabajo duro; luego, aligeró su movimiento e iba al ritmo de la canción. Otro guiño, fue cuando las porristas o animadoras iniciaron bailando de forma habitual, para después alocarse, mientras en sus uniformes tenían la 'A' dentro de un círculo, símbolo de la anarquía; que la Real Academia Española (RAE) definió como "ausencia de poder público" o "doctrina que propugna la supresión del Estado".

- **Lírica**

Tabla 6. Letra de Smells like a teen Spirit

Original (inglés)	Español
<p>Load up on guns, bring your friends It's fun to lose and to pretend She's over-bored and self-assured Oh no, I know a dirty word</p> <p>Hello, hello, hello, how low Hello, hello, hello, how low Hello, hello, hello, how low Hello, hello, hello</p> <p>With the lights out, It's less dangerous Here we are now, entertain us I feel stupid and contagious Here we are now, entertain us A mulatto, an albino A mosquito, my libido Yeah, hey, yay</p> <p>I'm worse at what I do best And for this gift I feel blessed Our little group has always been And always will until the end</p> <p>Hello, hello, hello, how low Hello, hello, hello, how low Hello, hello, hello, how low Hello, hello, hello</p> <p>With the lights out, It's less dangerous Here we are now, entertain us I feel stupid and contagious Here we are now, entertain us</p>	<p>Cárgate de armas, trae a tus amigos. Es divertido perder y fingir. Ella está exageradamente segura de sí misma Oh no, ya sé, una palabra sucia.</p> <p>Hola, hola, hola, qué tan bajo Hola, hola, hola, qué tan bajo Hola, hola, hola, qué tan bajo Hola, hola, hola</p> <p>Con la luz apagada, es menos peligroso. Aquí estamos, entreténnos Me siento estúpido y contagioso. Aquí estamos, entreténnos Un mulato, un albino, Un mosquito, mi líbido Sí, hey, yay</p> <p>Soy peor en lo que mejor hago. Y por este don me siento bendecido.. Nuestro pequeño grupo ha estado siempre. Y estará siempre hasta el final.</p> <p>Hola, hola, hola, qué tan bajo Hola, hola, hola, qué tan bajo Hola, hola, hola, qué tan bajo Hola, hola, hola.</p> <p>Con la luz apagada, es menos</p>

Tabla 6 (Continuación)

<p>A mulatto, an albino A mosquito, my libido Yeah, hey, yay</p> <p>And I forget just why I taste Oh yeah, I guess it makes me smile I found it hard, it's hard to find Well, whatever, nevermind</p> <p>Hello, hello, hello, how low Hello, hello, hello, how low Hello, hello, hello, how low Hello, hello, hello</p> <p>With the lights out, It's less dangerous Here we are now, entertain us I feel stupid and contagious Here we are now, entertain us A mulatto, an albino A mosquito, my libido</p> <p>A denial, a denial, a denial A denial, a denial, a denial A denial, a denial, a denial</p>	<p>peligroso. Aquí estamos, entretenenos Me siento estúpido y contagioso. Aquí estamos, entretenenos Un mulato, un albino. Un mosquito, mi líbido. Sí, hey, yay</p> <p>Y me olvido de por qué de mi sabor.. Oh sí, creo que me hace sonreír. Lo encontré difícil, era difícil de encontrar. Oh bien, lo que sea, olvídale.</p> <p>Hola, hola, hola, qué tan bajo Hola, hola, hola, qué tan bajo Hola, hola, hola, qué tan bajo Hola, hola, hola</p> <p>Con la luz apagada, es menos peligroso. Aquí estamos, entretenenos Me siento estúpido y contagioso. Aquí estamos, entretenenos. Un mulato. un albino. Un mosquito, mi libido.</p> <p>Una negación, una negación, una negación Una negación, una negación, una negación Una negación, una negación, una negación</p>
--	---

Nota: Tabla de la letra en inglés y español de la canción Smells Like a Teen Spirit para análisis lírico y narrativo.

Como ya se ha mencionado, la idea de este video y su ideología antisistema (anarquista), se pudo reflejar en las estrofas, dado que parecen carecer de sentido alguno; sin embargo, a partir de la premisa anterior se intentó dar un sentido lógico.

A continuación, se enumeraron los versos de la canción y en su parte inferior, las posibles interpretaciones:

- (1)** "Cárgate de armas, trae a tus amigos"
- (2)** "es divertido perder y pretender"
- (3)** "Ella está demasiado aburrida y segura de sí misma".

Se podría interpretar una invitación a pretender a enfrentarse a ese sistema hegemónico y no pasa nada si pierden con ellos, será divertido. "Ella" es el sistema.

-**(4)** "Oh no, sé una mala palabra

-**(5) (6) (7)** "Hola, hola, hola, qué tan bajo"

-**(8)** "hola, hola, hola"

Intentan llamar la atención de ese sistema, y de cuan bajo puede caer.

-**(9)** "Con las luces apagadas es menos peligroso"

-**(10.12)** "Aquí estamos ahora, entreténnos"

-**(11)** "Me siento estúpido y contagioso"

-**(13)** "Un mulato, un albino, un mosquito, mi libido"

Puede referirse a que hacer su cometido resulta menos peligroso en la oscuridad (la noche) o penumbra, además de poder hacer referencia a las reuniones casi clandestinas para vivir momentos que están poco bien vistas y asimismo, reconoce que esa estupidez puede ser contagiosa para los amigos del principio.

Dentro de ese grupo habría un amigo mulato, un albino, uno al que le apodan mosquito; y la parte de la libido, sería que ese mismo acto de rebeldía les causa un placer casi sexual.

-(16) “Soy peor en lo que mejor hago”

-(17) “Y por este don me siento bendecido”

-(18) “Nuestro pequeño grupo siempre ha sido”

-(19) “Y siempre lo será hasta el final”

Parece que el autor se habla a sí mismo en el primer verso. Luego, agradece tener una pequeña agrupación (Nirvana) que sabe que irá hasta el final de todo, en términos de influencia anarquista a su público.

-(31) “Y se me olvida el porqué de mi sabor”

-(32) “Oh sí, supongo que me hace sonreír”

-(33) “Lo encontré difícil, fue difícil de encontrar”

-(34) “Oh bien, lo que sea, no importa”

-(44) (45) “Una negación, una negación, una negación, una negación, una negación”

El autor no comprende el porqué de sus sentires y esto desemboca una negación en él.

Con respecto a la letra de sus canciones, Kurt Cobain dijo para una entrevista al canal de música Much Music en 1993: «Noté que la gente esperaba que nuestra música hablara de algo. Querían interpretarla. Antes usaba poesía o basura que escupía en ese momento. Escribo las canciones a último momento porque soy holgazán y después terminó teniendo que inventar explicaciones sobre lo que escribí».

Aunque las declaraciones de Kurt Cobain señalaron que sus letras no tenían explicación, se podía evidenciar que este factor hablaba de lo que representaba

la cultura grunge en la industria musical. La desobediencia hacia los sistemas tradicionales líricos, en donde las letras tenían un sentido lógico; esto dio a Nirvana un toque único en la escena musical norteamericana de los años noventa.

9.2 ELEMENTOS ESTÉTICOS

9.2.1. Estética

Según Rodríguez (2008), en su libro 'Reseña de Narrativas mediáticas o cómo se cuenta en la sociedad del entretenimiento de Omar Rincon'. La estética del videoclip casi siempre está sujeta al tipo de música, los imperativos de la industria del entretenimiento, la moda, la duración acotada. Es por ello que normalmente el videoclip se constituye desde diferentes categorías que se podrían emplear para dar un significado alguno, sin embargo, los códigos ya establecidos como la música, la lírica y estética del videoclip se emplean normalmente con un fin promocional y de entretenimiento. En este caso, la estética del videoclip "Smells like a teen spirit" es ejecutada para transmitir una imagen de autenticidad con la que el público se pueda sentir identificado, esta estética se da principalmente en los conjuntos de rock. (Oca, 2014).

Las estéticas fomentadas por artistas y reproducidas por el público a veces funcionan como conductores de un mensaje, es así que la banda logró alcanzar gran impacto en la generación adolescente de la época.

La estética audiovisual del grupo de Seattle fue una de las claves de su éxito, ya que supieron desde el principio llamar la atención del público joven, ofreciendo una imagen rebelde y decadente, al mismo tiempo que poderosa, que conectaba con ellos a la perfección (Oca, 2014, p.146).

Esta estética oscura y desaliñada llegó a fomentar así un estilo de vida entre los jóvenes, entonces sé que condiciona la moda, el estilo y hábitos convirtiendo aún más fuerte la estética grunge de los años noventa.

Lo antedicho sobre la estética de la banda y sus videoclips, demostró que esa estética no narrativa, sino de actuación o conceptual, creaba una percepción de un vínculo entre el artista y el público que llegó a crear una revolución musical, social y cultural que se refleja hasta hoy en día. En este mecanismo, el público creía que interactuaba con el artista mediante mensajes, letras o los propios videoclips con elementos secretos u ocultos dentro de la pieza audiovisual. A ejemplo de ello, en los planos donde se evidenciaba que la banda interactuaba

y tenía contacto con el público de estudiantes al ritmo de la canción, se podía interpretar que se trataba de dar ese mensaje de igualdad entre la audiencia y la banda, donde el artista hacía parte de la generación y vivía las mismas situaciones y emociones que ellos.

9.2.2. Moda, vestuario y look

Desde la estética del videoclip también se pudo analizar la moda, el vestuario y look de los personajes dentro la pieza audiovisual y su relación de impacto en la audiencia. Así, el estilo se convirtió no sólo característico de la agrupación o artista, sino que también es replicado por consumidores. El vocalista de la banda, Kurt Cobain, llegó a ser, intencionalmente, uno de los mayores exponentes de estilo y moda en los noventas, fomentando así el movimiento 'Grunge', no solo dentro la escena musical como mayores exponentes, sino también como símbolo de moda y estilo.

9.2.2.1. Características de estilo Grunge

'Nirvana' se caracterizó por su estilo desaliñado, sin prestarle demasiada atención a su imagen, cabello largo, pantalones rotos y una característica de actitud depresiva y antisistema; un estilo que es asociado con la generación 'X' o millennials dio una premisa al movimiento Grunge. Según Ifema Madrid (2015) la vestimenta del Grunge la compone los siguientes elementos:

- Camisa de cuadros (rojo, negro, azul, gris, o blanco son algunos de los colores más utilizados).
- Camiseta estética de alguna banda de rock.
- Pantalones vaqueros rotos.
- Camisetas sin mangas.
- Botas militares, con cordones, tachuelas, cremalleras.
- Zapatillas desgastadas (Converse).
- Chaquetas de cuero o vaqueras.

- Gorro de lana estilo beanie.

Se debe tener en cuenta que, la moda y las tendencias de la industria discográfica inciden también en los rasgos de la población con fines de mercadeo y publicidad, principalmente en cuestión de vestuario, accesorios y maquillaje.

Partiendo desde esta ideología del consumismo, también las estéticas eran fomentadas en productos audiovisuales por las disqueras con objetivo de vender una mercancía derivada del artista. “Difundir música y canciones filmadas ya no basta: ahora hace falta que la música se combine con un visual que funcione como moda y cine, marca y estilo. El videoclip constituye una imagen de marca del cantante o de la banda que ejecuta la canción y su estética proporciona un estilo, un look, que será imitado por los consumidores y sobre todo por los seguidores o fans”. (Rodríguez y Agueda, Revista TELOS 2016, p. 53).

9.2.3. Planos, Imagen y color

Tabla 7. Planos, Imagen y color del videoclip Smells Like a Teen Spirit






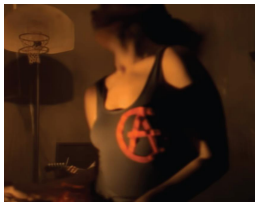

TIEMPO (SEGUNDOS) (Sgs)	FOTOGRAMA	PLANO	SUCESO	INTERPRETACIÓN
00:00 - 00:06 sgs		Primer plano	P1. Adolescentes zapateando al ritmo de “ <i>Smells Like Teen Spirit</i> ”	Las medias de los adolescentes hacen referencia a medias estudiantiles. Los estudiantes están receptivos a los acordes introductorios de la canción
00:23 - 00:26 sgs		Plano general Transición de izquierda a derecha	P2. Se muestra al público.	Este plano general permite observar la estética de todo el público, que obedece a la cultura grunge, de la que es exponente Nirvana

Tabla 7 (Continuación)

<p>00:46 - 00:49 sgs</p>		<p>Plano americano</p>	<p>P3. Empleado de limpieza inclinándose de izquierda a derecha</p>	<p>Los movimientos del empleado de la limpieza representan la influencia de la música de Nirvana no solo en adolescentes sino en otro grupo etario</p>
<p>00:58 - 01:00 sgs</p>		<p>Plano general</p>	<p>P4. Cobain dirigiéndose al público</p>	<p>Cobain repite esta acción cuando está a punto de desembocar el coro de la canción. invita al público a unirse a la euforia.</p>
<p>01:01 - 01:03 sgs</p>		<p>Plano general</p>	<p>P5. Headbanging por parte de los adolescentes.</p>	<p>El Headbanging es un movimiento de cabeza usual en la cultura rock. En este videoclip, los adolescentes realizan el movimiento mayormente en el coro, influenciados por Cobain.</p>
<p>002:18 sgs</p>		<p>Primer plano</p>	<p>P6. Porrista con la letra A en el estampado de la blusa</p>	<p>Este símbolo significa Anarquía. Un modelo de pensamiento cuya premisa es ser antisistema.</p>
<p>04:00 sgs</p>		<p>Plano general</p>	<p>P7. Integrante de Nirvana y público integrados en el caos</p>	<p>Este plano representa la unión entre artistas y público en el mismo sentido del rock.</p>

9.2.4. Fotogramas

Figura 2. Fotograma 1. (Nirvana, Smells Like Teen Spirit)



Fuente. Bayer S, (2021, 31 de marzo) Nirvana, Smells Like Teen Spirit [Video] YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=hTWKbfoikeg>

Figura 3. Fotograma 2. (Nirvana, Smells Like Teen Spirit)



Fuente. Bayer S, (2021, 31 de marzo) Nirvana, Smells Like Teen Spirit [Video] YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=hTWKbfoikeg>

Figura 4. Fotograma 3. (Nirvana, Smells Like Teen Spirit)



Fuente. Bayer S, (2021, 31 de marzo) Nirvana, Smells Like Teen Spirit [Video]
YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=hTWKbfoikeg>

Figura 5. Fotograma 4. (Nirvana, Smells Like Teen Spirit)



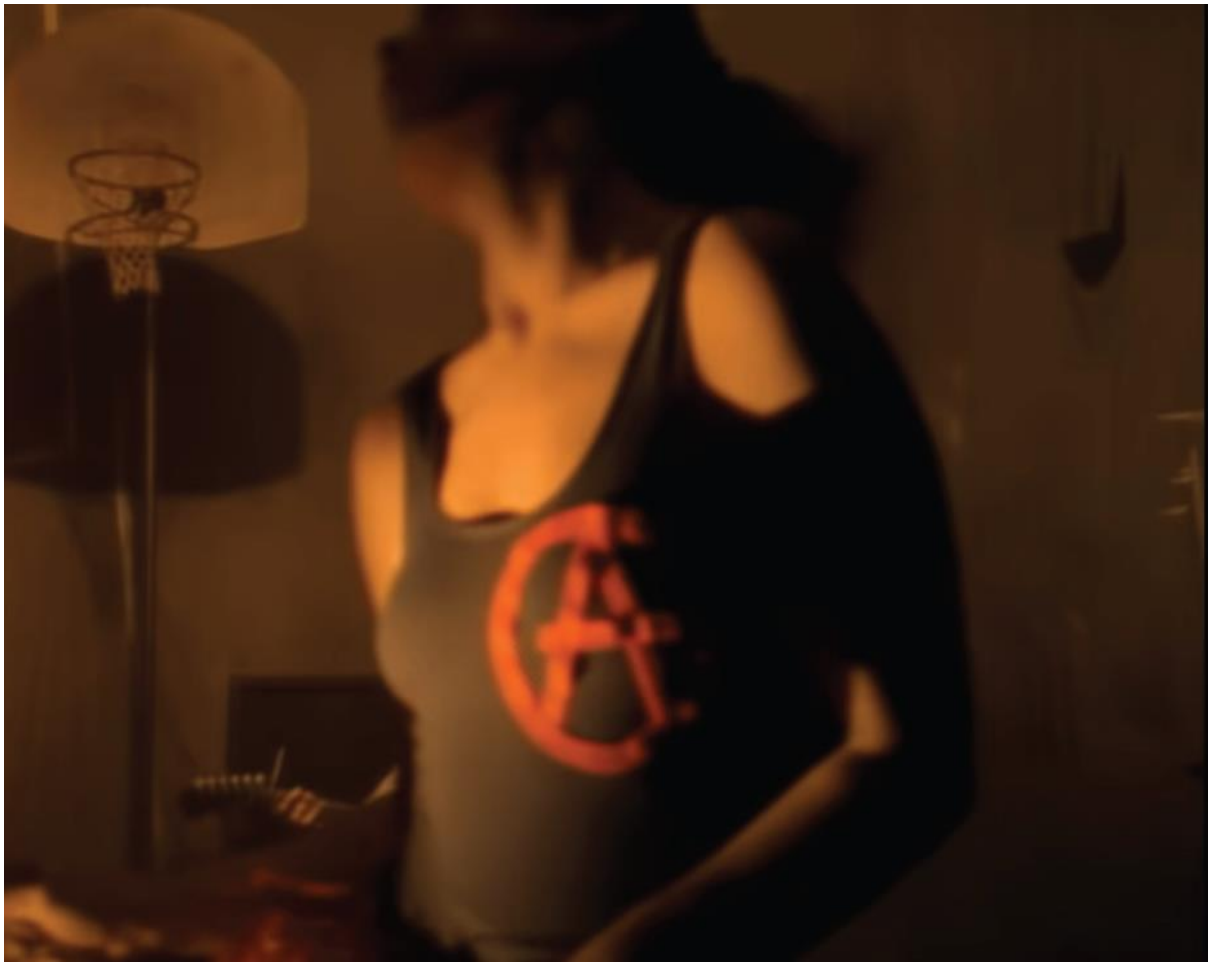
Fuente. Bayer S, (2021, 31 de marzo) Nirvana, Smells Like Teen Spirit [Video]
YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=hTWKbfoikeg>

Figura 6. Fotograma 5. (Nirvana, Smells Like Teen Spirit)



Fuente. Bayer S, (2021, 31 de marzo) Nirvana, Smells Like Teen Spirit [Video] YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=hTWKbfoikeg>

Figura 7. Fotograma 6.(Nirvana, Smells Like Teen Spirit)



Fuente. Bayer S, (2021, 31 de marzo) Nirvana, Smells Like Teen Spirit [Video] YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=hTWKbfoikeg>

Figura 8. Fotograma 7. (Nirvana, Smells Like Teen Spirit)



Fuente. Bayer S, (2021, 31 de marzo) Nirvana, Smells Like Teen Spirit [Video]
YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=hTWKbfoikeg>

9.2.5. Color

Figura 9. Paleta de colores del videoclip Smells Like a Teen Spirit



La luz es un elemento fundamental en la composición principalmente por su capacidad para determinar el significado de una imagen y para expresar emociones. Asimismo, el color proporciona mayor adecuación de la imagen a la realidad brindando así mayor tonalidad y claridad. (López y Almogueras, s.f).

El color influye sobre el ser humano, y también la humanidad le ha conferido significados que trascienden de su propia apariencia. Sus efectos son de carácter fisiológico y psicológico, pudiendo producir impresiones y sensaciones de gran importancia, pues cada uno tiene una vibración determinada en nuestra visión y por tanto en nuestra percepción. El color es capaz de estimular o

deprimir, puede crear alegría o tristeza. Así mismo, determinados colores despiertan actitudes activas o por el contrario pasivas. Con colores se favorecen sensaciones térmicas de frío o de calor, y también podemos tener impresiones de orden o desorden. (Eartvic, s.f).

El videoclip de Smells Like Teen Spirit fue grabado en un ángulo frontal que constó de tres colores principales: el color negro, el amarillo y el naranja; también, se divisa subtonalidades cafés que pronuncian ese efecto que Nirvana proyecta, es decir, el deterioro y el desgaste. Lo que genera la pesadez del entorno.

El segundo y tercer tono principal son categorizados como colores cálidos. A partir de las escenas con iluminaciones difusas, indirectas y suaves, producen el efecto de calor y temperatura, que es arropado por las actitudes alegres y vivaces de los personajes; aumentando así el sentimiento de transpiración en el ambiente, ya que danzan unos encima de otros de forma abrupta.

El amarillo se relaciona con la luz y el oro. Este se relaciona con la riqueza y la abundancia, con la acción y el poder. También con la fuerza, y sus propiedades son estimulantes. El naranja simboliza entusiasmo, acción y exaltación.

Cuando se sitúan varios colores en contraposición al negro, el amarillo es en el que primero se fija la atención. Por eso, la combinación amarillo y negro es usada para resaltar avisos o reclamos de atención. (Cuervo Diez, 2012).

El negro por su parte acentúa y destaca las sombras del videoclip. Esto permite centrar la atención del espectador. El negro en el contexto de Smells Like Teen Spirit significa fuerza, rebeldía y neutralidad. También puede representar el poder, la elegancia, la formalidad, la muerte y el misterio. Es el color más enigmático y se asocia al miedo y a lo desconocido ("el futuro se presenta muy negro", "agujeros negros"...). o El negro representa también autoridad, fortaleza, intransigencia. También se asocia al prestigio y la seriedad. (Campmany, 2020).

Finalmente, aspectos que pudieron impactar en la población estudio parten del sentimiento de ir en contra de lo hegemónico; esencia que identificaba a la banda. Los elementos narrativos, el tipo de video musical, la historia, los personajes y la lírica, se encargaron de ser el factor externo que mostraba las expresiones de libertad hacia el público desde la incitación al descontrol y rebeldía; ahora bien, desde los elementos estéticos, se puede entender que fueron el resultado de lo que quería proyectar el video y/o banda; por ejemplo, replicar comportamientos fuera de la ideología establecida y aplicar vestimentas que demostraban lo desalineado y el descuido de la apariencia.

Una vez empleados los diferentes tipos de observación y los elementos narrativos y estéticos para el análisis del videoclip “Smells Like a Teen Spirit”, de la emblemática banda grunge Nirvana, se identifica la estrecha relación con la investigación que responde al primer objetivo. Lo que corrobora la premisa que asegura que la población millennial de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium fue influenciada por dichos elementos del videoclip.

9.3. CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE LAS EXPERIENCIAS DEL PÚBLICO OBJETIVO DESDE SUS RELATOS A PARTIR DE LA INFLUENCIA DEL GÉNERO ROCK

Este capítulo fue desarrollado utilizando los instrumentos planteados para la realización del segundo objetivo específico. Estos comprendieron preguntas semi estructuradas, videoclips y temas que fomentaron el debate entre los participantes de los grupos focales y entrevistas.

Se inició con la elección de los posibles participantes, quienes fueron escritos en una lista de contactos; para el proceso de selección se tuvo en cuenta adultos con vestimentas con tendencia a tonalidades oscuras y prendas ya mencionadas en el anterior capítulo; zapatos converse y botas; el porte de accesorios metálicos y/o de cuero, cabello largo en hombres y demás, pues son característicos de la cultura rock.

Para proceder a la actividad, se consideró el diseño de la convocatoria junto a los horarios de disponibilidad para realizar los grupos focales o entrevistas; y por último, los candidatos fueron contactados y fueron partícipes del espacio de diálogo. En esas reuniones, los investigadores registraron con detalle lo que transcurría.

Una vez generados los debates y conociendo las experiencias del público objetivo y sus relatos más significativos, las respuestas fueron evaluadas para recopilar la información más relevante que validó si efectivamente los millennials tuvieron impacto por el rock de los noventa.

A continuación, se presentará la tabla de contenido de los integrantes:
Tabla de participantes

Tabla 8. Lista de integrantes

Nº	NOMBRE	EDAD	PRESENCIAL O VIRTUAL	DIA	HORA
1	Paula Naranjo	26	Presencial	Sábado. Abril 2, 2022	4:30 pm - 5:30 pm
2	Marco Antonio	28	Presencial	Sábado. Abril 2, 2022	4:30 pm - 5:30 pm
3	Mauricio Cuaspud	23	Presencial	Sábado. Abril 2, 2022	4:30 pm - 5:30 pm
4	Alexander Arango	31	Virtual	Sábado. Abril 2, 2022	11:00 am - 12:00 pm
5	Angie Noriega	30	Virtual	Domingo. Abril 3, 2022	2:30 pm - 3:30 pm
6	Andrés F. Sarmiento	26	Virtual	Lunes. Abril 4, 2022	6:30 pm - 7:00 pm
7	Johan Díaz	26	Presencial	Martes. Abril 5, 2022	7:00 pm - 7:25 pm
8	J. Carlos	41	Virtual	Sábado. Abril 9, 2022	10:40 am - 11: 50 am

9.3.1. Convocatoria

Fue de vital importancia la disposición de los convocados, para así ajustar los horarios de los investigadores y poder ejecutar las actividades. Es así que dentro de la semana del 27 de marzo de 2022, por vía de la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp se realizó la posterior citación:

Buen día (nombre de convocado). Espero que estés bien.

Soy (*nombre de convocante*) del proyecto sobre la Influencia del Videoclip Rock en los millennials. Paso a preguntar qué disponibilidad de tiempo tiene para la realización de un grupo focal y/o entrevista, y así poder cuadrar los horarios. Tendrá una duración de una hora.

9.3.2. Guion de Actividad

Los grupos focales y entrevistas tuvieron el objetivo principal de ser presenciales; sin embargo, por circunstancias relacionadas con el tiempo propiamente de los convocados, algunas fueron de forma virtual. Para la presencialidad, se usó espacios de esparcimiento de la universidad junto a cámaras y micrófonos; para la segunda opción, se ha grabado las videollamadas por medio de la plataforma Google Meet.

En relación directa con la actividad se hizo la presentación de los investigadores y sus roles (Lizeth Carabalí, conductora; Karen Córdoba, observadora; y Santiago Largacha, observador), y se explicó que iban a tener a su disposición tres videoclips rock de los años 1991, 1992 y 1993, el tipo de preguntas que se examinarán y cómo se trabajaría en cuanto al lapso de tiempo.

Cabe destacar, que a parte del video de Nirvana, se escogieron "Killing in the Name" (1992) de Rage Against The Machine y "Cryin'" (1993) de Aerosmith. Estos tres videoclips se escogieron con el propósito de exponer distintas perspectivas de la influencia comunicativa del videoclip rock musical en la construcción de prácticas de identidad en la población de estudio.

En el caso de Rage Against The Machine, primero se abordaron algunas de las ideologías que convergieron al género rock.

El antiautoritarismo, la defensa de la libertad de expresión y la denuncia de injusticias sociales por medio de discursos políticos son los principales conceptos que definen la ideología rock.

Precisamente ésta definición es la que ha impulsado el desarrollo de los subgéneros de este así como al activismo político, social, humanitario y cultural de los grupos representantes más icónicos. Es Rage Against The Machine uno de los grandes exponentes del activismo antiautoritario de la ideología ligada al rock, ya que sus integrantes fueron directamente influenciados por la ola posterior al nacimiento de la ideología de libertad característica del rock de los años 70.

Teniendo en cuenta lo anterior, se escogió la canción Killing in the Name. Según el documento "Rage Against The Machine y su ideología política", esta canción es clasificada como protesta y pretendió denunciar a los políticos y gobiernos por las muertes de personas inocentes en situación migratoria, crímenes raciales, sexuales, además de una crítica a las fuerzas públicas. (Castillo, 2011). Los mensajes transmitidos a la juventud por medio de sus líricas, fueron de gran aporte a esta investigación, pues traían consigo narrativas que permitieron ser un referente de la identidad política en los consumidores de la música rock.

En el caso del videoclip "Cryin'", los 90 sin duda fue una época de abundancia y éxito para Aerosmith, una banda que, por años, ha pasado de ser de nicho a esas de gusto popular, pero con una gran historia detrás. "Cryin'", fue protagonizada por Alicia Silverstone. Alicia protagonizó tres videos de Aerosmith: "Cryin'", "Amazing" y "Crazy". El primero de ellos se estrenó en MTV en el verano de 1993, el 20 de junio para ser específicos, y fue claro que Alicia era la nueva musa del rock and roll y además, se convirtió en el estandarte de los videos de rock en la historia de la banda liderada por Steven Tyler.

En un inicio Silverstone aparece con una playera sin mangas blanca y con un hombre tocándole el pecho y mostrando su tatuaje. Después ella pasa a ser una "perdedora" pues ve al chico besando a otra persona. Luego aparece conduciendo y llegando a un lugar solo para lanzarse al joven y después de que éste la rechaza, ella simplemente lo golpea, lo avienta del coche y lo deja ahí.

Acto seguido decide tatuarse, como toda una chica ruda, sin importarle las consecuencias y decidida a lo que sea, incluso al dolor de no tener un amor correspondido. (Soups, 2019).

Este videoclip de Aerosmith representó los diferentes matices del amor adolescente para la juventud millennial. Además, los elementos visuales del clip, estéticas de los personajes que incluían accesorios, tatuajes, y dinámicas plasmadas en la historia desarrollada de la canción, fueron de vital importancia para el análisis de comportamientos en la población de estudio de la presente investigación.

Ya claro este punto, a continuación, las respectivas fichas técnicas de las canciones restantes y el manejo de la actividad.

Tabla 9.Ficha Técnica: Videoclip Killing in the name

TÍTULO DE LA CANCIÓN	Killing in the Name
BANDA	Rage Against The Machine (1991)
INTEGRANTES	Vocalista: Zack de la Rocha Guitarrista: Tom Morello Bajista eléctrico: Tim Commerford Baterista: Brand Wilk
AÑO DE LANZAMIENTO	1992
DURACIÓN	00:05:15
PROCEDENCIA	Estados Unidos
DIRECCIÓN	Peter Gideon
SINOPSIS	Concierto de la banda ante el público mientras siguen el ritmo con headbanging

Tabla 10.Ficha Técnica: Videoclip Cryin'

TÍTULO DE LA CANCIÓN	Cryin'
BANDA	Aerosmith (1970)
INTEGRANTES	Vocalista: Steven Tyler Baterista: Joe Perry Bajista: Tom Hamilton Guitarrista líder: Joey Kramer Guitarrista ritmico: Brad Whitford
AÑO DE LANZAMIENTO	1993

Tabla 10 (continuación)

DURACIÓN	00:05:31 horas
PROCEDENCIA	Estados Unidos
DIRECCIÓN	Amy Heckerling
SINOPSIS	La protagonista descubre que su pareja le es infiel. Conducen el automóvil de este y deja a su expareja a la deriva; luego, para burlarse de él, finge tirarse de un puente.

Tabla 11. Cronograma de actividad: Recolección de relatos e información

HORA	ACTIVIDAD	DESARROLLO	OBJETIVO
Minuto 1 a 5	Bienvenida	Introducción al evento	Puntualidad
Minuto 5 a 20	Presentación de los tres video musicales.		Público receptivo
Minuto 20 a 55	Preguntas detonantes	Preguntas relacionadas al videoclip y experiencias personales en torno al género rock.	Generar debate
Minuto 55 a 60	Conclusiones y despedida		Retroalimentación

Nota: los encuentros para la recolección de relatos tuvieron lugar de manera virtual en la plataforma Meet y presencialmente en la Universidad Católica

Lumen Gentium Sede Meléndez del 2 al 9 de abril de 2022. Cada encuentro tuvo una duración de una hora.

• Desarrollo

Las preguntas para realizar este capítulo fueron ejecutadas de forma semiestructurada. Partieron de diez básicas que consideraban temas como el videoclip, la música rock, la juventud, las influencias y la vida en la actualidad; no obstante, se le abrió el espacio a las contra preguntas en cada reunión.

Para la recolección de personas, se tuvo en cuenta una apariencia que denotara el cliché del rockero. Parte de los casos, los accesorios, las prendas, los logotipos o cabello largo en hombres, denotaban admiración al género; y efectivamente gran parte de la personas, lo eran. Empero, una situación particular, y que cabe mencionar desde ahora. Juan Carlos se dirige a los investigadores y pregunta “¿me escogieron porque tenía el cabello largo?”, aunque la respuesta fue “sí”, el verdadero propósito del largo de su cabellera, es debido a que le gusta donarlo a personas con cáncer. (Comunicación personal, 9 de abril de 2022).

Para el desarrollo de las respuestas se tuvo en cuenta tres aspectos: primero, plasmar los relatos más notables por medio de la comparación, es así como se aprecia los diferentes o similares puntos de vista; segundo, deducciones propias; y tercero, autores que ayuden a justificar a los anteriores.

El principal propósito del capítulo fue analizar los clips presentados como un influenciador en la construcción de identidad de los millennials de acuerdo a los relatos recopilados.

En el ejercicio de recolección de información, tras la proyección, Johan resalta en especial "Smells Like Teen Spirit", por la cuestión de los colores del escenario donde se desarrolla el video y los efectos cinematográficos, como: el humo, el polvo, el fuego y la escenografía de un lugar abandonado o clandestino. Esto le generaba una sensación de suciedad y descuido. Del mismo modo, desde una posición analítica aclara que quizá su juicio hacía este videoclip puede estar condicionado por el pre- conocimiento que tiene de la banda; entre risas resonantes suelta “ellos mantenían drogados, entonces eso también ayuda a dar una perspectiva más negativa sobre lo que percibo del video” (Comunicación personal, 5 de abril de 2022). Es así, que como valor añadido sobre el grunge “(...) también fue un discurso con emulaciones del pasado, principalmente extraídas del punk, la suciedad, la denigración del individuo, el uso de elementos visuales no gratos para el espectador” (Cabrera 2016), citado por Monzón, 2016, p. 153).

Desde otro punto de vista, la denigración del individuo según Juan Carlos, fue una premisa de la cultura rock. Destaca los comportamientos antisistema que llevaban a una decadencia del ser humano, tras el consumo de sustancias psicoactivas, ideaciones suicidas, que a su vez, define como no una vida antisistema, sino una creación de nuevas dinámicas que obedecían a otro sistema de degradación (Comunicación personal, 9 de abril de 2022).

Alexander, luego de haber estado expuesto a los videoclips; se refirió a las problemáticas estructurales que se vivían en la sociedad noventa, específicamente en la juventud. Aquel entonces se les exigía un estándar al que debían permanecer y encajar; precisamente Nirvana junto al resto de la cultura rock le hacía un gran contraste a la hegemonía por medio del llamado al “antisistema, como un rechazo a la norma” (Comunicación personal, 2 de abril de 2022).

Es así como el rock/grunge manifestó un odio hacia la cultura del triunfo, una bandera que ondeaba los jóvenes inadaptados, víctimas de recesiones económicas y de desempleo, que para la política de pragmatismo social de los presidentes Ronald Reagan, George Bush y Bill Clinton, no tenían ningún valor en el entramado económico, social e industrial de Estados Unidos. Cobain, en sus primeras declaraciones a la prensa extranjera, deja entrever la posición de la juventud norteamericana ante la política social de su gobierno: “Formamos Nirvana porque no había nada mejor que hacer (...) era lo socialmente más provechoso” (Blánquez, 2004, p.207).

Las posiciones políticas de los artistas calaron en las memorias de la juventud millennial de la época. Los videoclips funcionaban como un transmisor de diferentes mensajes y discursos que tuvieron lugar en la construcción de identidad del grupo poblacional de esta investigación.

Ejemplo de lo anterior, el video también dirigido por Samuel Bayer, “Until It Sleeps” (Metallica, 1996), muestra aspectos sobre una de las doctrinas más respetadas, la religión; alusiones a obras de arte, la biblia y la muerte, como ‘El Jardín de las Delicias’ (1503) de El Bosco, que se refieren a quienes disfrutan de la tierra están destinados a ir al infierno; igualmente, el “pecado original” de Adam y Eva, que fue mentir a Dios; y la representación de la muerte de Jesucristo al que le arrojan tomates. Todo esto, para Andrés, fue un choque debido a que su familia siempre ha sido católica y ver ese video le causaba rechazo de pequeño, lo que desarrolló una dualidad entre sus gustos musicales y la influencia religiosa familiar. (Comunicación personal, 2 de abril de 2022).

Otro sujeto, conoce el rock a mediados entre 2007 - 2010, Johan, al ser un joven que disfrutaba ver videoclips en canales de televisión, se enfrentó al clip “Inside The Fire” (Disturbed, 2008), en el que se muestra un hombre manchado de

sangre, lo que para él “rompió paradigmas de la televisión, ya que siempre mantienen ese sentido estético”. (Comunicación personal, 5 de abril de 2022).

De esta forma, los individuos dan un paso a la construcción de esta cultura rockera a través de la música y el contenido audiovisual, ya que, la mass media cumple con el papel de ser mediador entre el público y la información; y se encargan de mostrar lo que para ellos, es importante. Gracias a esto, rigen y persuaden la tendencia que llegará a los espectadores.

Igualmente, la tendencia ha dirigido la moda, solo que en esta ocasión son los artistas y bandas el medio para llegar a los seguidores. Para conocer un poco más de cómo esto influyó en la población estudiada, destacan estas narraciones:

Paula: “Me gustaban los delineados, los pantalones holgados y en general ropa ancha. Mi vestimenta fue influenciada principalmente por una banda llamada Tokio Hotel, pero también de otras bandas con tendencia emo” (Comunicación personal, 2 de abril de 2022). Johan, “siempre procuro tener botas de cuero o camisas alusivas al rock. Me gusta que mi vestimenta refleje que me gusta este género musical” (Comunicación personal, 5 de abril de 2022). Angie, “me gustaba mucho usar converse, era usual que los rockeros en la etapa de mi adolescencia usaran ese tipo de calzado” (Comunicación personal, 3 de abril de 2022). Juan Carlos, “mi vestimenta iba muy de acuerdo a las tendencias de la época, la música rock fue determinante sobre cómo lucía” (Comunicación personal, 9 de abril de 2022). Alexander “suelo utilizar jean negro, botas, una cadena invertida entre los bolsillos, también me gusta utilizar pintas un poco Glam, camisetas leñadoras o chaquetas de cuero” (Comunicación personal, 2 de abril de 2022). y Mauricio, “utilizo botas y camisas de cuadros con mucha frecuencia” (Comunicación personal, 2 de abril de 2022).

Tal cual Eco (1972) asegura que la vestimenta “no sirve sólo para transmitir determinados significados mediante determinados significantes. Sirve también para identificar, según los significados transmitidos y las formas significantes que se hayan elegido para transmitirlos...” (p. 5).

Durante el desarrollo del ejercicio se observó que varios de los sujetos analizados, no utilizaron prendas, accesorios u otras características de la cultura rockera, ya sea al estar expuestos a un espacio académico o por cambios de ideología, como el caso de Juan Carlos. Aun así, Marco Antonio, en su cuello llevaba una cadena metálica de un pulpo, tipo de accesorio que acentúa aunque sea en menor medida su pertenencia a este grupo.

“Esos encuentros y desencuentros en esas territorialidades diseñadas por los grupos que hacen parte de las subculturas, construyen y deconstruyen toda una

serie de redes semánticas-simbólicas producto de símbolos y calificativos que estructuran sus prácticas sociales discursivas”. (Velásquez, 2011, p. 65).

Es así que, visitar lugares o puntos de encuentro con otros integrantes de alguna tribu urbana pueden aportar en la construcción de identidad, pues es en estos espacios se comparten experiencias y gustos; son estos encuentros los que fomentan una configuración estética del ser. Pues pertenecer a una tribu urbana, le permite al individuo pensar, vestir y actuar de una manera establecida según los patrones inconscientes determinados por el resto del grupo. Es decir, el yo individual se sustituye por un yo colectivo. (Silva, 2002).

Posterior a la llegada de la pandemia del Covid - 19 en 2020, la realidad para muchos era otra. Para ese entonces, Andrés, en su ciudad de residencia, Jamundí, visitaba el bar ‘La Jungla’ o cuando estaba en la capital vallecaucana, iba a ‘Liverpool Taberna Video Bar’. Otros participantes también comentaron sobre los lugares y bares dentro del área metropolitana de Cali que frecuentaban y que, otros aún frecuentan. Algunos de los más nombrados fueron ‘Rainbow Bar’, sobre la calle 5ta con 25, ‘La Mancha’, ‘Distorsión underground club’, ‘Eddie’s’ o ‘Chicago Video Bar’ en el Barrio Alfonso López.

Entre los lugares concurridos por los participantes como puntos de encuentro con otros rockeros, son la emblemática Loma de la Cruz, San Antonio o el Instituto Departamental de Bellas Artes; coloquialmente llamado por quienes hacen parte de la tribu urbana de la ciudad de Cali, “la ruta a bellas artes”, bar cercano al instituto al que suelen visitar algunos sujetos de este estudio.

Con base a esto, Angie, rememora por un momento una conversación que tuvo con su pareja actual cuando estaban en uno de los bares que frecuentaban cuando eran más jóvenes. Ella relata que todos los asistentes vestían de negro; ahora, nadie viste así porque “(...) ya todos trabajamos, ya todos tenemos responsabilidades; pero el rock lo llevamos en el corazón. El mechudo se tuvo que cortar el pelo para conseguir empleo. Las chicas Dark o Glam que vestían así con sus chaquetas, ya trabajan en una oficina o son veterinarias. Todos empezamos a ser parte de la sociedad, pero el espíritu nunca se pierde... como la canción”. (Comunicación personal, 3 de abril de 2022). Y efectivamente, en ocasiones no hay intención de ser parte de la sociedad hegemónica hasta que esta te pueda afectar y permear directamente por tu aspecto. Johan, una vez más, goza que lo puedan identificar como rockero; usaba manillas de taches, chalecos y botas. Ahora, “(...) para ir al trabajo, toca vestirse como adulto o con ropa de viejito”. (Comunicación personal, 5 de abril de 2022).

Aunque los participantes comentaron que asisten a estos sitios para escuchar rock, beber o comer algún aperitivo que brinde el bar, conocer nuevas personas o simplemente compartir tiempo con sus amigos, quienes comparten el mismo

gusto por este género musical. Asimismo comentaron que lo que se ve en los videoclip de “Smells Like a Teen Spirit” o “Killing in the Name”, también se ve reflejado en la realidad, ya que de jóvenes casi que replicaban este comportamientos eufóricos y con el movimiento de cabeza característico del género también llamado headbanging.

Al nombrar ‘Distorsión’, bar de rock metal sobre la calle 5ta (en el tercer piso donde está ubicado ‘La Mancha’) se ve evidenciado explícitamente este tipo de comportamientos reflejados en los videoclips anteriormente mencionados, como el pogo, headbanging y/o consumo de sustancias psicoactivas. No solo esto, sino que, del mismo modo, se refleja en otros lugares que son concurridos, por ejemplo, los llamados "toques".

Los "toques", son eventos de rock donde se presentan diferentes bandas locales y sirve para compartir con otras personas dentro un ambiente rockero. Según el informe ‘¿Cómo es un toque de Punk Rock?’ redactado por Leidy Herrera Gutiérrez para el portal web Plaza Capital (2019). Estos toques son de “ambiente pesado, oscuro y con el local lleno, las bandas nuevas pasan una por una. Cada vez que termina una canción el clima se vuelve más caluroso, sabe más salado y el público se ve más “prendido” por el alcohol. En el centro de la pista se empiezan a congregarse personas desde los 19 hasta los 30 años. Todos unidos alrededor de un gusto musical y de su característico baile”.

Para argumentar el informe, el sujeto 8 narra que, en estos lugares de encuentro se refleja un patrón de comportamiento en común de los visitantes que también es evidenciado desde los videoclips, y es el desenfreno total del cuerpo al bailar, el consumo de drogas, alcohol y la euforia que es transmitida por la música. Sin embargo, este mismo sujeto también narra que los toques de rock no solo son para compartir con otras personas y escuchar bandas en vivo, sino que también son para causas productivas y proactivas, explicando que se puede generar rock desde otras posiciones, desde otras culturas y desde el pro de la vida individual y colectiva (Comunicación personal, 9 de abril de 2022).

Pues los llamados ‘toques para la vida’, ‘toques para la reconstrucción de memoria’, o ‘toques antimilitaristas’ fueron algunos de los nombrados por el sujeto 8 que tuvieron impacto en él.

“Recuerdo uno muy fuerte que se hizo el 20 de julio en 1995 o 96’ en pleno desfile de armas por la independencia de Colombia. Se hizo este Toque ante el infierno militar, y de allí salió una propuesta de la objeción por conciencia la cual se tomó parte a través de la música para llamar la atención de quienes se dejan llevar por el servicio militar (...) se logró causar la impresión necesaria” (Comunicación personal, 9 de abril de 2022).

Una vez más, ‘los toques de vida’ o ‘toques para la vida’. Eventos particulares realizados en las periferias de las ciudades de Cali y Medellín, donde la entrada a este punto de encuentro era un aporte voluntario de alimentos como libras de arroz o dos adobes para construcción como mínimo. Esto con el fin de generar una vivienda digna para muchas personas.

Desde otro ángulo, pese a que el trabajo tuvo un enfoque netamente noventero, con unos años específicos. La indagación busca reafirmar que esta época fue de gran impacto para los millennials; a pesar de eso, es flexible a las diversas visiones respecto de qué año se considera que fue el mejor rock y ¿por qué?. Por un lado, tenemos a Alexander que expresa “(...) entre los años 1988 y 1998. Aunque hay que considerar que en Colombia llega todo tarde. La ventaja de la actualidad es la inmediatez”. (Comunicación personal, 2 de abril de 2022). Desde la perspectiva de Andrés, la época de los noventa y 2000, fueron los mejores”. (Comunicación personal, 4 de abril de 2022). Es aquí que Johan resaltó que, “antes de los 2000, considero el mejor rock, dado que, la gente rechazaba la guerra e inspiraba a los artistas a hacer canciones y llenaban estadios (...). Ahora, el rock es más estético. Solo hace falta ser bonito para tener éxito (...). Uno creía en el talento. Antes eran más feitos y no era importante”. (Comunicación personal, 5 de abril de 2022).

Para varios de los convocados, el rock llegó a sus vidas durante la adolescencia; etapa en la que mayormente los jóvenes se unen a una tribu, como el ánimo de pertenecer a un grupo y atraer la atención de sus padres (Platero y Quintanilla, 2010). Juan Carlos y Paula, relataron que, a lo largo de su adolescencia desarrollaron emociones negativas que les llevaban a provocar actos de autolesión. Por lo tanto es correcto deducir que no solo las narrativas estéticas de los productos audiovisuales son influyentes, pues el componente lírico de las canciones consumidas por los participantes tiene impacto en ellos. El poder lírico de Cobain, por ejemplo, se basaba en “vidas disfuncionales, amores no correspondidos y adicciones con una actitud nihilista, repetitiva, negativa y rabiosa. Nirvana recuperaba los fundamentos del punk con una crítica feroz a la sociedad burguesa” (Blánquez, J. 2004, pág. 214). Y es así que, en palabras de Juan Carlos, la letra de la canción ‘No te desanimes, ¡MÁTATE!’ (1998) de Mutantex, le “generaba otro antisistema degenerativo por lo permisivo que es, entonces fomentaba el consumo de varias sustancias o a tener comportamientos agresivos”. Comunicación personal, 9 de abril de 2022).

Los jóvenes han tenido a su disposición, los medios de comunicación, quienes han sido los garantes de proyectar el contenido que consumen y ha ofrecido diferentes medios de difusión, tanto radiales como televisivos. De acuerdo con los entrevistados, entre ellos estaban el programa colombiano ‘A Toda Música’ (1987) de la Cadena 1, ‘Much Music’ (1984) y MTV cómo las cadenas televisivas de música con mayor impacto en la generación. Para los que no gozaban de parabólica o televisión por cable, el Canal 13 (Teveandina) tenía programas como ‘Play TV’ (1999) o ‘Showbiz’ (1997); “era algo así como el MTV criollo,

donde pasaban los videos programados por la audiencia que los pedía mediante mensajes de texto o llamadas a líneas pagas” (Narváez, 2016).

Desde la radio, estaban estaciones como ‘La Superestación’ (1982), ‘Radiónica’ (1995) y ‘Radioaktiva’ (1989) estuvieron funcionando como una entrada al consumo de la música rock, y fue ahí donde el videoclip y la música permeó de distintas formas las vidas de los millennials.

Con regocijo y nostalgia, Angie relata que el videoclip “Smell Like a teen spirit” y “Cryin” de Aerosmith evoca esos momentos cuando llegaba del colegio y ponía el canal MTV o MV CHANNEL y aprovechaba cuando ponían videoclips que le gustaban y metía un videocasete en el Betamax y lo grababa para poder tener video musicales en sus manos.

“También me evoca cuando ponía esta canción a todo volumen en mi casa (Smells Like a teen Spirit) y mi vecina de enfrente me decía que la bajara porque era música del diablo. (...) Recuerdo que siempre le pedía de cumpleaños a mi mamá unos convers negros y un CD de alguno de los artistas o bandas que me gustaba”. Comunicación personal, 3 de abril de 2022).

Algo parecido relata el sujeto 8, el cual fueron los cassettes y acetatos en los que almacenaba las canciones, incluso comenta que fue “coleccionador de esta música desde Ramones (1974), hasta La Polla Records (1979) y otros artistas locales de Cali, Medellín, Pereira” (Comunicación personal, 9 de abril de 2022).

Para Alexander, no solo los canales y programas que transmitían videos musicales fueron influyentes para él, sino que las series de los noventa, y películas como Robocop (1987), Terminator (1984) y Freddy Krueger (1984) fueron influyentes, no solo por la estética de estas cintas cinematográficas, más bien por la banda sonora de las mismas que albergaba artistas como Guns n Roses y Aerosmith.

La escuela, la familia, amigos y medios de comunicaciones también son canales influyen que en las personas, en especial para los sujetos entrevistados, pues los 8 sujetos recuerdan momentos específicos de su juventud con nostalgia y de cómo empezaron a interesarse por esta subcultura del rock.

Andrés Felipe, recuerda que siempre tuvo una dualidad por la influencia católica de su familia y esos gustos diferentes que él conserva. Relató que su primer acercamiento con el género fue a los 5 años, cuando su hermana mayor le enseñó una canción del álbum ‘Ride the Lightning’ (1984) de Metallica, y luego empezó a interesarse más cuando veía algunos videoclips por televisión. (Comunicación personal, 4 de abril de 2022); Angie, se vio influenciada desde

casa, sus tías fueron grandes consumidoras del género, y a partir de ellas empezó a adquirir este gusto, incluso iba con ellas a lugares de encuentros con otros rockeros como Centro Suba en Bogotá. (Comunicación personal, 3 de abril de 2022).

Marco Antonio comenta que desde los 13 años empezó a hacer cambios en su estética. Principalmente, en las palabras del mismo sujeto comenta con gracia: “era para molestar a un profesor que no le gustaban estas pintas, ya después me empezó a gustar y a hacer amigos. “Con mis amigos íbamos a los cementerios a hacerle maldades a los emos” (Comunicación personal, 2 de abril de 2022).

Alexander expresa que, durante su etapa de adolescencia no se sentía cómodo por tener gustos diferentes a los de su familia, explica que en Cali existe un patrón de conductas por todo el contexto salsero, y que por ello era difícil encontrar otras personas para compartir ese mismo gusto por el género rock. Sin embargo, cuenta que en la radio del colegio, los días miércoles, se reproducía música rock y disfrutaba esos espacios con un grupo bastante reducido de compañeros. (Comunicación personal, 2 de abril de 2022).

Juan Carlos, siempre se sintió influenciado por la música que consumía, desde su estética hasta sus comportamientos. Comenta que la música rockera lo llevaron a tener comportamientos degradantes para el cuerpo y la mente, y que incluso algunos de sus amigos más cercanos se suicidaron o murieron de sobredosis influenciados principalmente por los videoclips y líricas de las canciones que consumían. (Comunicación personal, 9 de abril de 2022); Paula relata con regocijo su época adolescente en las que comenta que su estado de ánimo era muy cambiante y encontraba en la música un refugio. “Yo he percibido que la música influyó mucho en el estado emocional, o reforzó esos sentimientos que tenía”. (Comunicación personal, 2 de abril de 2022).

Como se trata de explicar en este trabajo, la influencia del videoclip se puede ver reflejada en comportamientos, estéticas personales y costumbres que los consumidores adaptan a partir de estos. Por ello, se preguntó a los convocados cuáles son esos factores por los cuales se sintieron influenciados y que en la actualidad conservan. Algunos de los participantes comentaron que quizá la estética y moda es lo que más se ve reflejado en ellos, pues en algunos es evidente desde su apariencia física los gustos por este género musical. Algunos de los artistas que inspiraron a los participantes en moda y estética fueron Bon Jovi, Axl Rose, Metallica y Kurt Cobain.

Algunos otros como Marco Antonio y Mauricio, suelen utilizar accesorios extravagantes alusivos al rock como pulseras, manillas, cadenas y anillos. Aunque estos accesorios no guardan una relación directa con el rock, son

complementarios con la ropa que suelen utilizar, mayormente son camisetas de colores oscuros acompañados por chaquetas de cuero y botas.

Por otro lado, los participantes también reflejaron otros gustos musicales, y aunque el rock aún se conserva como ese género predilecto en sus vidas, también se han extendido a otros géneros que crean combinaciones interesantes como pop rock, cumbia rock o rock con mezclas de jazz.

Este género desde otras corrientes ideológicas como el cristianismo, aportó de manera distinta en la visión de este trabajo, ya que desde el punto de vista Juan Carlos el rock desde una posición religiosa se desligaba de todo lo que está mal visto sobre el género rock, era más bien estar acorde con lo que según él, le brindó un sentido a su vida, pero a la misma vez, serle fiel a sus gustos. Por ello, algunas de las bandas de rock cristiano que mencionó fueron 'Redimi2' y 'Generación 12'.

Juan Carlos culminó su discurso explicando que “es como sentirme en un proceso de maduración sumergido en un saber diferente” (Comunicación personal, 9 de abril de 2022).

El resto de participantes comentaron que en su actualidad aún asisten a bares y puntos de encuentro con sus amigos, para compartir y escuchar algo de música. “Que no se pierda esa costumbre de reunirse con amigos a escuchar esos clásicos que evocan tantos recuerdos, digamos que esas son las cosas que aún conservo”. (A. Noriega, comunicación personal, 3 de abril de 2022).

“Rehabilitar estilos del pasado es la línea estética generalizada que, desde hace varios años, fashionistas, íconos, diseñadores, personaje de televisión y críticos han venido sugiriendo” (Osorio, 2019).

Debido a esta premisa, se puede justificar que las generaciones futuras toman influencia de sus antecesoras. Tal como Alexander pone a modo de ejemplo, cuando trabajó en un colegio católico femenino, en el que la mayoría de niñas le gustaba el reggaeton, había un grupo de niñas introvertidas que utilizaban accesorios y maquillaje alusivo al rock. Él, quien se autodenomina con una cualidad observadora, les pregunta por sus gustos, y estas hicieron menciones de distintas bandas, entre ellas, Nirvana. (Comunicación personal, 2 de abril de 2022). Para Marco Antonio, la moda perdura sobre todo en las mujeres, “en ellas es más común ver las botas”. (comunicación personal, 2 de abril de 2022). En cambio, en contraposición, Andrés, en un tono que denota decepción, manifiesta que el rock está muriendo en las nuevas generaciones, dada las tendencias de la música actual, fomentada por aplicaciones digitales como Tik Tok. (comunicación personal, 4 de abril de 2022). Esta afirmación, puede que tenga razón, a medida que cambian los tiempos se crean nuevas costumbres para

cada generación; sin embargo, hay quienes gustan tener el pasado en su presente, por ejemplo, Mauricio, un joven de 23 años, que a pesar que es de la Generación Z, este tuvo fuerte influencia del contenido de los millennials. Nacido en 1998, solo lo distancia dos años de los millennials menores, lo que significa que disfrutó de la pasada y la nueva era de la música.

A lo largo de la indagación, se pudo apreciar las diferentes y, en su mayoría, visiones similares del papel del rock en aquellos que tienen este género predilecto en su vida. Desde el inicio, las opiniones se marcaron dentro la misma línea, ante todo en temas relacionados con las bandas, la adolescencia, los lugares de encuentro, el estilo y la adaptación al mundo actual, entre otros.

Un punto importante fue la retroalimentación entre ambas partes; convertía el ambiente de pregunta-respuesta, en una actividad dinámica. Desde la selección de las personas, su actitud siempre fue apacible y con disposición en participar en el proyecto.

De acuerdo a esto, la exploración concluyó que el videoclip y la música rock de los noventas, tuvo un fuerte impacto en los millennials de la Universidad Católica Lumen Gentium, sede Meléndez.

Principalmente en los aspectos de comportamiento dentro de la tribu urbana, costumbres y hábitos adquiridos mediante estos videoclips, desde visitar bares en la ciudad reconocidos dentro la tribu, hasta ir a conciertos, eventos o simplemente juntarse con amigos a recordar aquellas épocas. Además, algunos participantes afirmaron la influencia de moda y estilo que esta época les infundió, un estilo que aún conservan y se denotó desde la apariencia física de participantes como Johan, Mauricio, Angie o Alexander, sin obviar los objetos y elementos que algunos conservan por simple nostalgia, demostrado así, un apego a la época que influyo en su personalidad actual.

9.4. CAPÍTULO III: RASGOS IDENTITARIO DEL ROCK QUE PERSISTEN EN LA ACTUALIDAD POR MEDIO DE REGISTRO FOTOGRÁFICO

Para el avance del capítulo se adoptó una posición desde la observación participante, para así tener un mejor acercamiento. Asimismo, por medio de fotografías se hizo el registro para identificar si los rasgos identitarios del rock persisten actualmente en la población estudio.

Cabe aclarar una vez más, que los aspectos identitarios se relacionan con “las características individuales y propias de cada uno de nosotros y, además, a las que nos unen a un conjunto de personas con las que compartimos unas

características determinadas. De este modo, nos diferenciamos de los demás o nos alejamos de un movimiento generalizado”. (Agapito, 2017). En contexto de la indagación es el factor diferenciador de una tribu urbana de otra y, estas en ocasiones van en contra de lo hegemónico.

Una vez realizado el registro fotográfico, se evidenció un acontecimiento mencionado en el anterior capítulo, en el sentido que las personas millennials de la sede Meléndez, no portaban prendas, accesorios u otras características que denotan que son rockeros, ya sea, una vez más, por estar expuestos a un espacio académico, cambios de ideología, entre otros; a diferencia de la cadena de pulpo de Marco Antonio (fotografía 10).

Aun así, hay quienes dejan de lado las tonalidades oscuras propias de los rockeros y las reemplazan por colores al vestir; empero, esto no lo exenta de pertenecer a esta tribu. (Platero y Quintanilla, 2010, pág. 66).

Antedicho, las nuevas generaciones como la ‘Z’, toman partes de las décadas pasadas y las adaptan a su contexto social. Por ejemplo, algunas de las personas que aparecen en las fotografías oscilan entre 21 y 25 años; estas como se puede observar hacen alusiones a los noventa, a bandas como The Beatles (1960), Pink Floyd (1965) y Kiss (1973); pantalones rotos; botas y zapatos de la marca Converse; chaquetas vaqueras y de cuero; etcétera.

Todo eso, puede estar marcado en esta descendencia, de vuelta por los medios de comunicación masivos, con la diferencia que ahora funcionan por otras vías como las redes sociales. Estas a diferencia de la comunicación tradicional (televisión, radio y prensa), que es información unidireccional de emisor a receptor; las redes sociales, facilitan la interacción entre usuarios, ofreciendo la oportunidad de retroalimentar, cuestionar o aceptar lo que proponen el contenido masivo.

Usualmente estas redes sociales provienen de países externos quienes se encargan de liderar el contenido (tendencia, moda, música, etcétera), lo que causa según lo denomina Néstor G. Canclini como hibridación cultural. Esta hibridación yace a partir que los individuos adoptan comportamientos de otras culturas y paulatinamente las arraiga en su cotidianidad; lo mismo sucedía con los caleños millennials rockeros que adoptaron acciones de la cultura norteamericana.

Mediante el registro fotográfico se pudo indagar que sí existen rasgos identitarios del rock que persisten actualmente en la población millennial seleccionada para esta investigación. Por medio de ejercicios de observación por parte de los investigadores, se determinó que los rasgos están reflejados en la vestimenta y

accesorios, y se concluyó, posteriormente, que el videoclip del género rock sí tuvo una influencia notoria en la construcción de identidad de los investigados.

Acto seguido se plasman las fotos que están categorizadas por: prendas, zapatos y accesorios.

- **Desarrollo:**

- **Prendas:**

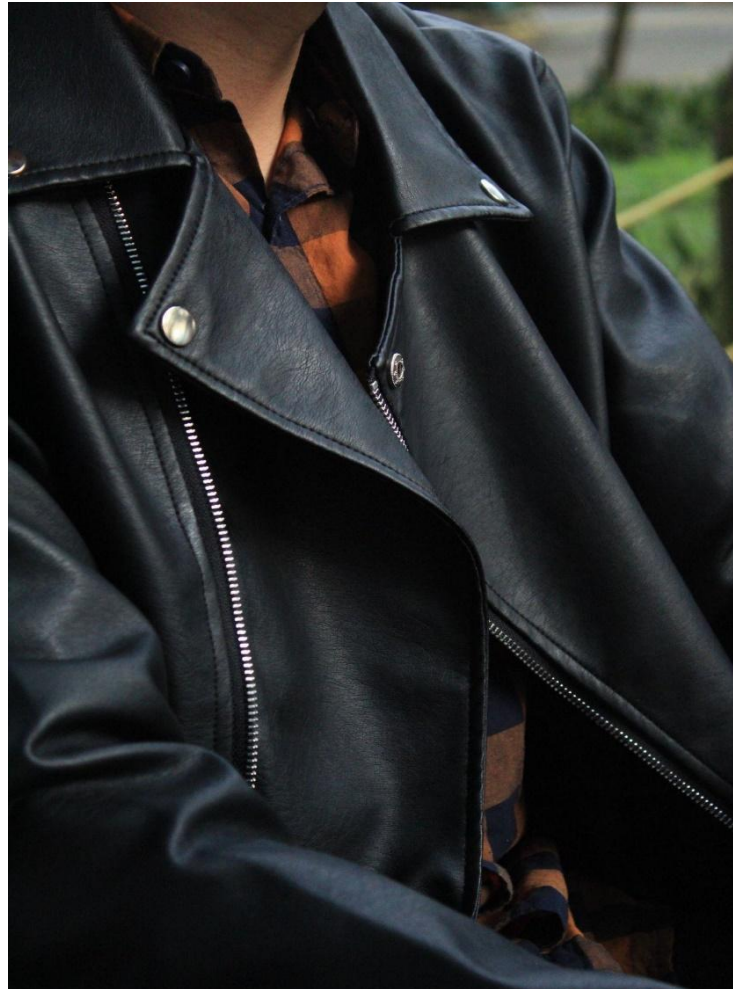
Figura 10. Fotografía 1.chaqueta de jean



- **Marzo 19 de 2022**

Mauricio Cuaspud, estudiante de comunicación social de 23 de años. Él fue participante de las entrevistas en el anterior capítulo. A parte de sus puntos de vista respecto al papel del rock en su vida; sigue reflejando este cliché de rockero continuamente, a pesar de estar en un espacio académico. En relación a algunos participantes, hubo una constante en su vestuario en varias ocasiones.

Figura 11. Fotografía 2: chaqueta de cuero



- **Abril 2 de 2022**

Mauricio asistió al grupo focal con diversos implementos que salen a relucir su gusto por el rock. En este momento usó una camisa de cuadros amarilla, chaqueta de cuero negro, manilla de cadena y cuerno, pantalón oscuro y botas militares.

Figura 12. Fotografía 3: camiseta de la banda The Beatles



- **Abril 9 de 2022**

Estudiante de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium

The Beatles fue una reconocida banda de rock cuyo auge fue en los años 60.

Figura 13. Fotografía 4: camiseta alusiva a los años 90



- **Abril 6 2022**

Estudiante de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium

Figura 14. Fotografía 5: camiseta de la banda KISS



- **Abril 6 2022**

Laura Sofia Toro, estudiante de 21 años de noveno semestre de comunicación social y periodismo. El sentido por el cuál usa esta prenda es debido a que tiene un gusto variado de música y porque le gusta su diseño.

Figura 15. Fotografía 6: camiseta de la banda de rock Pink Floyd



- Abril 18 2022

Laura Sofía Toro estudiante de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium

Figura 16. Fotografía 7: zapatillas Converse



Abril 05 2022

Juan Sebastián Sierra, estudiante de 23 años de noveno semestre de la carrera comunicación social y periodismo. Es otra persona que hace uso de una moda, no en el sentido de seguirla sino por gusto propio.

Figura 17. Fotografía 8: botas de cuero



- **Abril 5 2022**

Sebastián Castillo, estudiante de 22 años que estudia comunicación social en noveno semestre. Su motivo del uso de las botas es debido a la moda actual de usarlas.

Figura 18. Fotografía 9: botas de cuero



• Abril 8 de 2022.

Mauricio Cuaspud estaba en compañía de otra estudiante de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium.

Figura 19. Fotografía 10: Cadena metálica



- **Abril 2 de 2022**

Estudiante de ingeniería portando un accesorio metálico derivado de la tribu urbana de los rockeros.

Figura 20. Fotografía 11: Manilla tallada en acero



- **Abril 05 2022**

Estudiante Mauricio Cuaspud portando accesorios propios de la tribu urbana de los rockeros.

Figura 21. Fotografía 12: cadena de acero



- **Abril 05 2022**

Estudiante de comunicación social portando accesorios pertenecientes a la tribu urbana rock.

Por medio del ejercicio de observación por parte de los investigadores, se evidenció una notoria influencia en las nuevas generaciones, ya sea por adoptar en su vestimenta características de la cultura rock como botas, prendas oscuras, chaquetas de cuero o simplemente por utilizar camisetas alusivas a alguna banda de rock influyente en los años 90 o épocas pasadas. Eran personas que oscilaban entre los 18 a 22 años, algunas de los programas a los que pertenecían eran comunicación social y periodismo y psicología.

Sin embargo, la vestimenta influenciada de la cultura rock y que a su vez, portaron los entrevistados, no solo fueron elementos determinantes para llegar a esta conclusión, sino que, también hubo elementos comunicativos que pudieron evidenciar diferentes aspectos que reflejaron la influencia del rock en sus experiencias de vida actuales.

Marco Antonio, por ejemplo, aseguró que consumir el rock fue el génesis de un conjunto de posturas políticas antisistema que construyó a partir de este género y que para algunos, es una manifestación de rebeldía. El rock le permitió

cuestionar las instituciones religiosas arraigadas en la sociedad colombiana. A partir de una serie de pensamientos, se catalogó como una persona agnóstica.

Andrés Felipe Sarmiento también se vio inmerso en paradigmas entre el rock y las creencias religiosas de su familia, pues escuchar este género le suponía el reto de ir en contra de la normativa tradicional.

Mediante el anterior registro fotográfico se pudo indagar que existen pocos rasgos identitarios notorios del rock, reflejados desde los elementos estéticos como la vestimenta, que aún persistan en la población millennial seleccionada para esta investigación.

10. HALLAZGOS

Para conocer cuál fue la influencia comunicativa los videoclips 'Smells Like a Teen Spirit' (1991) de Nirvana, 'Killing in the Name' (1992) de Rage Against The Machine y 'Cryin' (1993) de Aerosmith en la construcción de identidad de los millennials caleños de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium sede Meléndez, se consideró pertinente hacer una clasificación de datos de acuerdo a los tres objetivos específicos planteados. De acuerdo a lo anterior, se halló lo siguiente:

10.1. OBJETIVO ESPECÍFICO 1

¿Cuáles son los elementos narrativos y estéticos del videoclip rock 'Smells Like Teen Spirit' de Nirvana (1991); que pudiera influenciar a la población millennial de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium sede Meléndez Cali?

- Los elementos narrativos del videoclip Smells Like Teen Spirit, que incluyeron el performance, la lírica, los personajes y demás, fueron el reflejo de distintos sentires y posturas políticas de los millennials de la época. Éstos, definieron parte de su identidad influenciados por los diferentes discursos de los artistas.
- Los elementos estéticos de dicho videoclip estuvieron sujetos a la moda, el género y estilo de Nirvana, así como la gama de color del escenario. La vestimenta de los integrantes de la agrupación de grunge coincide con prendas utilizadas por la población investigada en la actualidad, convirtiendo a la estética de Nirvana en un referente de la moda y estética del videoclip.

10.2. OBJETIVO ESPECÍFICO 2

¿Cómo fue la influencia de los videoclips rock 'Smells Like A Teen Spirit' (1991) de Nirvana, 'Killing In The Name' (1992) de Rage Against The Machine y 'Cryin'' (1993) de Aerosmith; mediante los relatos de la población millennials de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium sede Meléndez?

- Aunque el estereotipo de rockero, por medio de la vestimenta habla de un patrón usual en los consumidores del género, no fue un determinante en los gustos musicales de las personas investigadas, pues algunos de los entrevistados a través de los años cambiaron de género predilecto.

- La vestimenta de todos los investigados fue modificada en la época de la adolescencia con prendas que tienen en común los elementos estéticos mencionados en el objetivo específico 1, que derivaron de estéticas de diferentes artistas.

- Se halló que los consumidores del género rock adoptan prácticas sociales para compartir gustos y frecuentan lugares similares como bares, sitios con amplia oferta cultural en la ciudad, parques, cementerios, entre otros.

- El rock generó paradigmas morales en los entrevistados. Escuchar el género representó cuestionamientos a la religión cristiana y católica, y a la normativa social tradicional.

10.3. OBJETIVO ESPECÍFICO 3

- ¿De qué manera los rasgos identitarios del rock persistieron en la actualidad en la población millennials seleccionada para esta investigación?

- A través de las fotografías se pudo corroborar que los estampados alusivos a importantes bandas de rock siguen impresos en la vestimenta de los millennials caleños en la actualidad. También diferentes accesorios propios de la cultura rock y grunge.

11. CONCLUSIONES

Esta investigación tuvo como finalidad analizar tres videoclips del género rock, correspondientes a los años 1991, 1992 y 1993 y comprobar si hubo influencia comunicativa en la construcción de identidad de los millennials.

Para el desarrollo del trabajo, se realizó un recorrido investigativo por una serie de bases teóricas que aportaron en gran manera a identificar lo que se quería desarrollar mediante los capítulos.

Para lograr los objetivos de la investigación, se identificaron los elementos narrativos y estéticos del videoclip "Smells Like Teen Spirit" que influenciaron a la población millennial de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium y se determinó que tales elementos originarios de la cultura grunge y de los años 90, enmarcados en la estética de Nirvana, sí fueron referentes en la construcción de identidad de la población en estudio.

En ese orden de ideas, se aplicaron las técnicas de recolección de información propuestas, en donde se recogieron diferentes relatos de millennials que fueron fundamentales para reflejar dicha influencia, mediante sus diversas experiencias de vida.

Se determinó que la influencia comunicativa del videoclip rock en la construcción de identidad de los millennials es un hecho sin precedentes. Estas narrativas audiovisuales fueron referentes sociales, ideológicos, comportamentales y culturales en la vida de los millennials y persisten en la actualidad.

El rock aportó al mundo del arte visual y ahora es referente para muchos. La manera y el cómo contaban las historias llegó a las personas, y el sentirse identificado abrió un espacio para aquellos que no encajaban con el sistema tradicional. Este género también expresó situaciones difíciles como portavoz de la sociedad de lo que sucedía; ejemplo de ello fue "Bulls On Parade" (1996) de Rage Against the Machine, que describe el hambre del pueblo estadounidense por la guerra y las tácticas agresivas de los militares. Lo que quiere decir que los comportamientos iban más allá de mostrarse desalineados a la sociedad, pues éstos obedecían a un contexto que permitió que los millennials tuvieran una visión crítica ante diferentes situaciones.

Los componentes que permanecieron presentes fueron la capacidad de influenciar al público desde lo audiovisual a parte de la conexión con los artistas. Con ayuda de la mass media, el rock llegó a ser ese fenómeno mundial que conquistó desde lo diferente. La estética y narrativa fomentada por los intérpretes era plasmada en sus canciones y servía para que el público lo replicara.

Esta insignia de hacer conocer su opinión, se vio reflejada con lo relatado por Johan, uno de los participantes del proyecto, quien señaló que también adoptó comportamientos, posturas políticas ante la vida y la necesidad de que se tuvieran en cuenta sus opiniones, todo esto, según él, heredado de la cultura rock.

REFERENCIAS

- Aerosmith (1993). Cryin [Canción grabada por Aerosmith] - Get a Grip.
- Agapito, J. L. (2017). *Lo identitario: entre el individuo y la colectividad*. Universitat Pompeu Fabra.
- Alcaldía de Santiago de Cali. (2014). *Unicatólica*
<https://www.cali.gov.co/cultura/publicaciones/102208/unicatolica/>
- Alonso, J. C., Arcos, M. A., Solano, J., Llanos, R., y Gallego, A. (2007). Una mirada descriptiva a las comunas de Cali. Santiago De Cali: *Revista Centro de investigación de economía y finanzas*. Universidad Icesi.
https://www.icesi.edu.co/centros-academicos/images/Centros/cienfi/libros/mirada_descriptiva_comunas_Cali.pdf
- Alvarado, R. A. (2013). La música y su rol en la formación del ser humano. [Tesis de pregrado Universidad de Chile]
https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/122098/La_musica_y_su_rol_en_la_formacion_del_ser_humano.pdf;sequence=1
- Ana, S., y Rodríguez, J. (2017). El videoclip y la comunicación socio-política: el mensaje reivindicativo en el vídeo musical. *Vivat Academia*,(138) 1-16 doi:
<https://doi.org/10.15178/va.2017.138.1-15>
- Barriga, J. S. (2020). Cali Extremo: breve historia del underground vallecaucano *Radiónica RTVC* <https://www.radionica.rocks/musica-colombiana/historia-punk-metal-cali>
- Benadiba, L. (2011). *Historia Oral. Relatos y Memorias*. Editorial Maipue
- Blanco, M. D. (2009). Enfoque teórico sobre la expresión corporal como medio de formación y comunicación. *Revista: Horiz. Pedagógico*, 11 (1),15-28.
<file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Dialnet-EnfoquesTeoricosSobreLaExpresionCorporalComoMedioD-4892962.pdf>
- Blánquez, J. (2004). *Teen spirit, de viaje por el pop independiente*. Mondadori.
- Blas Galindo, C. (2005). Elementos estéticos, temáticos y artísticos: un método para la crítica de las artes visuales. *Revista: Abrevian Ensayos*.
<http://www.cenidiap.net/biblioteca/abrevian/1abrev-carlosblasgalindo.pdf>
- Campmany, N. C. (2020). *Cuaderno Del taller de Color*. Madhuban Murli.
<http://disseny.recursos.uoc.edu/materials/taller-color/es/>
- Canclini, N. G. (1989). *Culturas Híbridas estrategias para entrar y salir de la modernidad*.Grijalbo, S.A de C.V.

- Cañadas, M. T. (2016). La evolución del videoclip narrativo: la simbiosis orgánica del relato. [Tesis de Doctor Universidad Complutense de Madrid]<https://eprints.ucm.es/id/eprint/41734/1/T38563.pdf>.
- Castillo, C. I. (2011). *Rage Against The Machine y su ideología política*. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/castillo_c_ci/capitulo3.pdf
- Castillo Ávila, F. (2011). *La cultura Rock/pop*. <http://biblioteca-digital.ucsh.cl/greenstone/collect/libros/import/La%20cultura%20rock%20pop/La%20cultura%20rock%20pop.pdf>
- Castrillón, Y. A. (2014). *Estrategias para el control de inundaciones en la zona urbana de la cuenca del río Meléndez*. [Tesis de pregrado. Universidad del Valle]
<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/7667/3750-0446268.pdf;jsessionid=B60DB00A0E6ACF4EDA9C3C02B7FA32E4?sequence=1>
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración (7 ed.) MacGraw Hill*. <https://esmirnasite.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>
- Cortés, M. Á. (2008). El video musical antes de MTV: 1950-1980. [Tesis de pregrado Pontificia Universidad Javeriana]
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/5192/tesis77.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Cuervo, S. D. (2012). *El poder del color. La Influencia de los colores en los consumidores*. [tesis de pregrado. Universidad de León]
https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/1904/71554167V_GADE_septiembre12.pdf
- DANE. (2018). *Dirección de Censos y Demografía*. <https://sitios.dane.gov.co/cnpv/#/>
- Díaz, J. O. (2016). La Construcción de la identidad de jóvenes: Influencias a partir de la música Black Metal en la ciudad de Cali. [Tesis de pregrado. Universidad del Valle]
<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/10221/0534373-S-2017-1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Disturbed. (2009, 29 de Octubre). Inside The Fire [Official Music Video]. Youtube
- Eco, U. (1972). *El Hábito Hace Al Monje. Psicología del vestir*. <https://comunicacionycritica.files.wordpress.com/2013/03/umberto-eco-el-hc3a1bito-hace-al-monje-docx.pdf>

- El videoclip colombiano ya tiene historia, pero no directores. (28 de enero de 2017). El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3417387>
- Equipo Patrimonio Cultural Material, Secretaría de Cultura. (2004). *Así es la historia de nuestra amada Cali, 485 años soñados, vividos, bailados, resilientes*.
https://www.cali.gov.co/gobierno/publicaciones/1335/nuestra_historia_santiago_de_cali_tiene_477_aos/
- Escola D'art I Superior De Disseny De Vic. (s f). Psicología del color. *Revista: Disseny*.
<https://perio.unlp.edu.ar/catedras/iddi/wp-content/uploads/sites/125/2020/04/Psicologia-del-color.pdf>
- Fernández, P., y Pértegas, D. (2002). *Fisterra: investigación cuantitativa y cualitativa*. Obtenido de <https://www.fisterra.com/formacion/metodologia-investigacion/investigacion-cuantitativa-cualitativa/#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa%20evita%20la,y%20las%20entrevistas%20no%20estructuradas>.
- Fonseca, V., y Parra, V. (2020). *Comprensión de la construcción narrativa de la identidad y su relación con la construcción de situaciones pasadas vividas como críticas en jóvenes de la generación Z*. [Tesis de pregrado. Universidad Santo Tomás]
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/31679/2021veronicafonseca.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- García, M. E. (1985). Tipos de comunicación no verbal. *Revista Documentos Lingüísticos y Literarios*.
<http://www.revistadll.cl/index.php/revistadll/article/view/384>
- García, M. G. (2015). Comunicación y relaciones interpersonales. *Revista: Tendencias Pedagógicas*. 2 1-17.
<https://revistas.uam.es/tendenciaspedagogicas/article/view/tp1996.2.ART001>
- Garzón, D. C. (2019). *Semiótica Y Creatividad Publicitaria En La Construcción Del Sí Mismo*. Fundación Universitaria Jorge Tadeo Lozano
- Herrera, L. (2019). *¿Cómo es un toque de Punk Rock?* Plaza Capital.
<https://plazacapital.co/escena/3737-como-es-un-toque-de-punk-rock>
- Ifema Madrid. (2020). *¿Cuáles son las claves del estilo grunge?*
<https://www.ifema.es/noticias/moda/estilo-grunge>.
- Itchart, L., Donati, J., Bagnato, M., Biaggini, M., Conno, D., Donati, J., Rueda, L. (2018). *Prácticas culturales*. UNAJ.

- Jaramillo, S. (2020). El videoclip en Colombia: propuesta para un nuevo modelo de producción. [Tesis de pregrado Universidad Javeriana] <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/54589/TG-Jaramillo%20Castillo%20Sara.pdf?sequence=1#:~:text=El%20proyecto%200consta%20de%20un,artistas%20musicales%20y%20productores%20audi ovisuales.>
- Jones, S. (2005). MTV: The Medium was the Message. *Critical Studies in Media Communication*, 22 (1) 83-88. doi:10.1080/0739318042000333734
- León, L. C. (2011). Un acercamiento a la dirección de arte en el videoclip colombiano desde el recorrido de "Aterciopelados. [Tesis de pregrado . Pontificia Universidad Javeriana] <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/5779/tesis855.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- López, E. A. (2014). Tribus Urbanas y su Influencia en Adolescentes de Educación Básica. [Tesis de pregrado Universidad Rafael Landívar]. <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/22/Lopez-Elvira.pdf>
- López, E., y Almoguera, M. (s.f). La estética cinematográfica: luz y color. *Centro de Comunicación y Pedagogía*. <http://www.centrocp.com/la-estetica-cinematografica-luz-color/>
- Lotman, Y. (2002). El símbolo en el sistema de la cultura. *Forma y Función*, (15) 89-101. <https://www.redalyc.org/pdf/219/21901505.pdf>
- Machine, R. A. (1992, 3 de mayo). Killing in the Name.[Video] Youtube
- Mansilla, J. C. (2017). Tribus urbanas y consumo de sustancias. *Revista: LiberAddictus*, 1-9.
- Meneses, S. A., y Rojas, S. M. (2019). *Prácticas radiofónicas de los programas Despierta a Tiempo´ de Radio Tiempo y ¿cómo amaneció Cali? de Tropicana, en el desarrollo de aspectos comunicativos estratégicos de fidelidad, para mantener a sus oyentes durante el primer trimestre de 2020.* [Tesis de pregrado Universidad Católica Lumen Gentium]
- Merida, M., y Benavent, V. (2013). *Grunge - Vogue*.
- Metallica (1996). Until It Sleeps [Video] Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=eRV9uPr4Dz4>
- Mira, M. (202011 de abril). Blog. [MusicVideo].: El Blog de MusicVideos by Manuel Mira: <http://blog.musicvideosmm.com/tipos-de-guion-de-videoclip/>
- Miyara, F. (2001). El sonido, la música y el ruido. *Revista: Tecnopolitan*. <https://www.fceia.unr.edu.ar/acustica/biblio/sonmurui.pdf>

- Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista opera*, 7 (7) 69-84.
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/1187>
- Monzón, A. N. (2016). *Nirvana: Intertextualidad y discurso musical*. Universidad Nacional Autónoma de México,
<https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/lis/article/view/3842>
- Mostacero, R. (2004). Oralidad, escritura y escritura. *Sapiens: Revista Universitaria de Investigación*, 5(1) 53-75.
<https://www.redalyc.org/pdf/410/41050105.pdf>
- Mototaxismo, el negocio que deja sin 'combustible' al transporte formal de Cali. (2017, 10 de diciembre). El País.
<https://www.elpais.com.co/calimototaxismo-el-negocio-que-deja-sin-combustible-al-transporte-formal-de-cali.html>
- Müggenburg, M. C., y Pérez, C. I. (2007). Tipos de estudio en el enfoque de investigación cuantitativa. *Enfermería Universitaria*, 3 (1)35-38.
<https://www.redalyc.org/pdf/3587/358741821004.pdf>
- Narváez, S. (2016). ¿Se acuerdan de PlayTV? Vice.
<https://www.vice.com/es/article/rnbpwq/se-acuerdan-de-playtv>
- Nirvana (1991). Smells Like a Teen Spirit. [video] – Youtube
<https://www.youtube.com/watch?v=hTWKbfoikeg>
- Nosnik, A. (1988). *Comunicación organizacional práctica: Manual Gerencial*. Editorial Trillas.
- Oca, A. M. (2011). *Cómo los vídeos musicales cuentan historias: Elementos narrativos en el videoclip de los primeros diez años de la MTV*. Universidad de Sevilla.
- Oca, A. M. (2014). Elementos narrativos en el videoclip desde el nacimiento de la MTV a la era de YouTube (1981- 2011). [Tesis Doctoral. Universidad de Sevilla, Sevilla]
- Osorio, A. D. (2019). ¿Por qué la moda tiende a repetirse? *Revista Diners*.
https://revistadiners.com.co/moda/65574_por-que-la-moda-tiende-a-repetirse/
- Platero, B., y Quintanilla, H. (2010). Las tribus urbanas de rockeros y revolucionarios: Una forma de identidad y expresión cultural. *Licenciatura en Periodismo*. Universidad De El Salvador
- Prisioneros, L. (1986). El Baile de los que Sobran. [video] Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=OG2VEI0yPW8>

- Quesada, C. A. (2004). La expresión corporal y la transversalidad como un eje metodológico construido a partir de la Expresión Artística. *Revista: Educación*, 28 (1)123-131. <https://www.redalyc.org/pdf/440/44028110.pdf>
- Real Academia Española. (15 de abril de 2022). *Diccionario de la lengua española*, (23 ed.) <https://www.rae.es/obras-academicas/diccio>.
- Restrepo, M. (1990). *La semiótica de Charles S. Peirce. Signo y Pensamiento*. 9(16) 23-65. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3487narios/diccionario-de-la-lengua-espanola>
- Revista Diners. (2019). *¿Por qué la moda tiende a repetirse?* https://revistadiners.com.co/moda/65574_por-que-la-moda-tiende-a-repetirse/
- Revista Semana. (2005). Kraken, el arte que no se trafica. Columna Del Lector. *Semana*. <https://www.semana.com/amp/kraken-arte-no-trafica/71553-3>
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Gedisa.
- Rock FM. (200019 de Febrero). *Rockfm FM* . Obtenido de https://www-rockfm-fm.cdn.ampproject.org/v/s/www.rockfm.fm/al-dia/amp/noticias/smells-like-teen-spirit-nirvana-cinco-cosas-que-sabias-cancion-20200219_625252?amp_js_v=a6&_gsa=1&usqp=mq331AQKKAFQArABIIACAw%3D%3D#aoh=16478243779079&referrer=https%3A%2F%2F
- Rodríguez, J., y Aguaded, I. (2016). Estilo y Estética en el vídeo musical. Creand una tipología clip . *Revista Telos* , 103, 50-58
- Rodríguez, Z. (2008). Reseña de "Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento" de Omar Rincón. *Comunicación y Sociedad*, 199-203.
- Roncallo, S., y Uribe Jongbloed, E. (2017). La estética de los videoclips: propuesta metodológica para la caracterización de los productos audiovisuales musicales. *Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas*, 12 (1) 79 - 109. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cma/article/view/16233/Articulo>
- Ruíz, A. R. (2015). El papel de la música en la construcción de una identidad durante la adolescencia ¿Dime qué escuchas y te diré quién eres? *Revista: Sineris - Revista de Musicología*.(22), 1-42. <http://www.sineris.es/adolescentes.pdf>
- Sánchez, J. A. (2002). Basquiat y Bosco recuperados. El Mito de la culpa y la caída en imágenes del Videoclip "Until it Sleeps", Metallica 1996 . *Boletín de Arte*, 565 - 600.

- Sandoval, M. (2006). Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales 205-222. Univ. Psychol. 5(2) http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-92672006000200002
- Sedeño, A. M. (2006). Videoclip Musical: Desarrollo industrial y últimas tendencias internacionales. *Ciencias Sociales Online*, 47-57. Obtenido de http://www.agifreu.com/docencia/lectures_obligatorias/desarrollo_industrial.pdf
- Silva, J. C. (2002). Juventud y Tribus Urbanas en busca de la Identidad. *Última década*, 10 (17) 117.130. <https://www.scielo.cl/pdf/udecada/v10n17/art06.pdf>
- Soups. (2019). "Cryin", la canción de Aerosmith que le cambió la vida a Alicia Silverstone - Sopitas.com. Sopitas.com: <https://www.sopitas.com/musica/25-anos-cryin-cancion-aerosmith-cambio-vida-alicia-silverstone/>
- Survivor (1982). Eye Of The Tiger. [Video]. Yoiutube. <https://www.youtube.com/watch?v=btPJPFnesV4>
- Tarín, M. (2016). La evolución del videoclip narrativo: la simbiosis orgánica del relato. [Tesis Doctoral Universidad Complutense De Madrid] <https://eprints.ucm.es/id/eprint/41734/>
- tickpick. (s.f). *Tickpick music-tastemakers*. <https://www.tickpick.com/music-tastemakers/>
- Torres Gil, M.C. (2016). *Entrevista Much Music 1993 Kurt Cobain - (subtítulos en español)* [Video]. YouTube: <https://youtu.be/QQAII55blaE>
- Tylor, E. (1976). *Cultura primitiva*. Ayuso .
- Unicatolica . (2021). Portal Web: *Universidad Católica Lumen Gentium. Acerca de Unicatólica* .
- Valverde H. (11 de Julio de 2016). *Que todo el mundo te cante... Umberto Valverde repasa la historia musical de Cali a propósito de su cumpleaños número 480*. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16642048>
- Velásquez, A. (2011). Juventud e Identidad. Un Acercamiento a las Tribus Urbanas. *Revista de Psicología Gepu*. 2(2)1-175. <file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Dialnet-JuventudEIdentidadUnAcercamientoALasTribusUrbanas-3810232.pdf>
- Vilar, M. L. (2015). *Definiendo el campo metodológico para el estudio. Estudio comparado Brasil* , Universidad de Murcia.

Villarroel, G. E. (2007). Las representaciones sociales: una nueva relación entre el individuo y la sociedad. *Fermentum. Revista Venezolana de Sociología y Antropología*. 17 (4) 434-454. <https://www.redalyc.org/pdf/705/70504911.pdf>

Watzlawick, P. (2014). *No es posible comunicar*. Herder Editorial.

Zapata, E. (19 de septiembre de 2018). *Radiónica RTVC*. Obtenido de Radiónica :<https://www.radionica.rocks/que-pasa-en/cali-festival-cusumbo>

ANEXOS

Anexo A. Entrevistas Sujeto 1

Sujeto 1: Alexander Arango

Fecha: sábado, abril 2 del 2022

Hora: 11: 03

Lugar: Encuentro virtual, plataforma Google Meet

Sábado Abril 2, 2022

Escuchar entrevistas grabadas

11:03 AM

ALEX ARANGO

- * Habla de los "los" connotación del contexto Social mirvans y el Rock
- * Aerosmith, Fozzy, liberación de sentimiento y Rock femenino
- * La Banda oficial de Peñoles con gran Influencia, Freddy Mercury
- * Otras películas y series: Robocop, Terminator, Freddy Krueger...

BOB JOVI - como influyente al estilo **SLAM**

(entusiasmo al hablar del tema)

Estos Altavoces fue la primera banda en MTV

Catavani

Sábado

"A TOON MUSICA" Programa colombiano influyente en la Generación X

↳ contra Punk a MTV canal de R&B

Artistas latinoamericanos: Menni, Carfones, Rembury, Haces del Silencio

Domingo

Viste: Jean Negro, Belas, Cadens en Rikton, Chiriquitos de Cere y Jean

Se identifica con "Primer Ojón" Comidas tradicionales y nota un patrón de uniformidad en bares de Cali

BARES CALI: Presente fin de semana. Rainbow Sta. Chicago Bin. Cifrese Bar?

EDIS, Ballo, La mancha, Diferencia - trash

L	M	J	V	S	D	ENE 2017
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Adolescencia

Resacas de Juventud "Personas, involucradas"

- * "complicado crecer por tener susbs diferentes a los de mi familia"
- * Había una emisora en el colegio los mercedes eran de Peck
- * Patrón de conductas de los demás por un contexto salsa como en Cali
- * "La ruta, la loma, San Antero"
- * "La influencia del género urbano es calada en los jóvenes"

VIDEOCLIP ONE de Mirvans
Video de gran impacto Ave ALEX

- * consume películas, Aerosmith, Bob Jovi, Mirvans, utiliza grandes rockers Ave IV a los o Pancha con amigos

L	M	J	V	S	D	ENE 2017
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Karen Córdoba Soto está presentando

The screenshot shows a Zoom meeting interface. On the left, a presentation slide is displayed with the following text:

7. ¿Considera que los millennials son hijos del rock? ¿Qué los hace diferentes a otras generaciones?

8. ¿Qué aspectos relacionados a este género musical conserva en la actualidad? (moda, accesorios, objetos, etc).

9. Artista y/o banda de los noventa que siga escuchando actualmente

10. ¿Qué tanto cree que ha influido el rock noventa en las generaciones actuales?

Objetivo 3:
Indagar si estos rasgos identitarios del rock identificados persisten actualmente en la población millennial seleccionada para esta investigación

On the right, a gallery view shows five participants: Alexander Arango, Lizeth Alegria, Karen Córdoba Soto, Santiago Largacha, and Tú. The bottom of the screen displays the time 11:58, the ID gfx-atck-fsb, and various meeting controls like mute, video, chat, and end meeting.

Anexo B. Entrevistas Grupos Focales

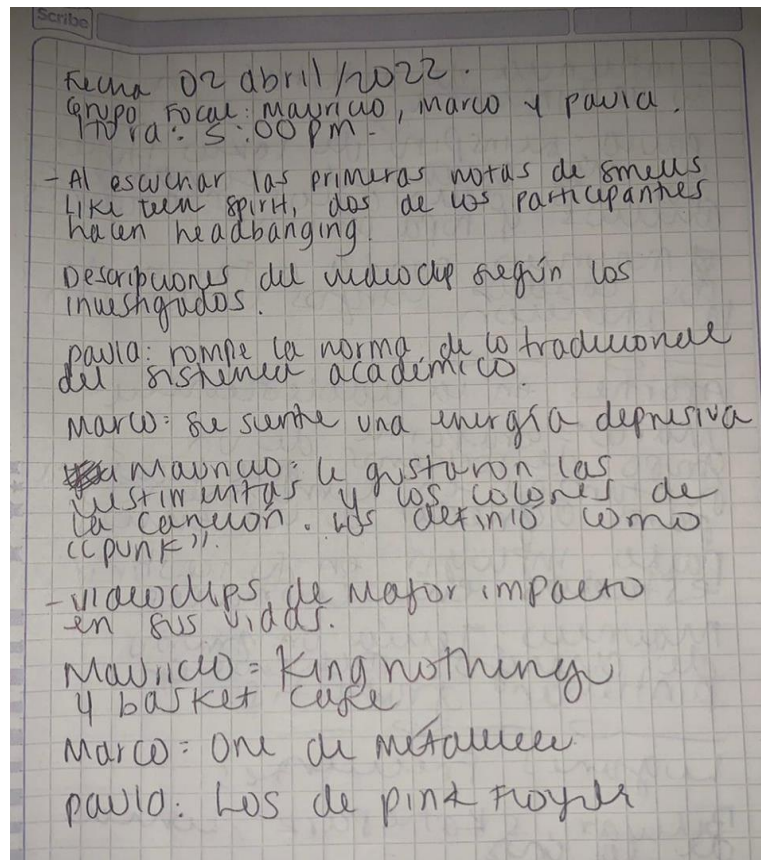
Sujetos: Mauricio C, Paula N, y Marco Antonio.

Tipo: Grupo Focal

Fecha: sábado, abril 2 del 2022

Hora: 04: 30

Lugar: Encuentro presencial, Universidad Católica Lumen Gentium Sede Meléndez.



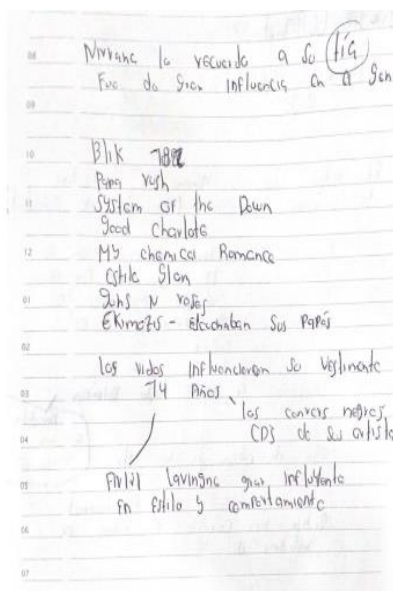
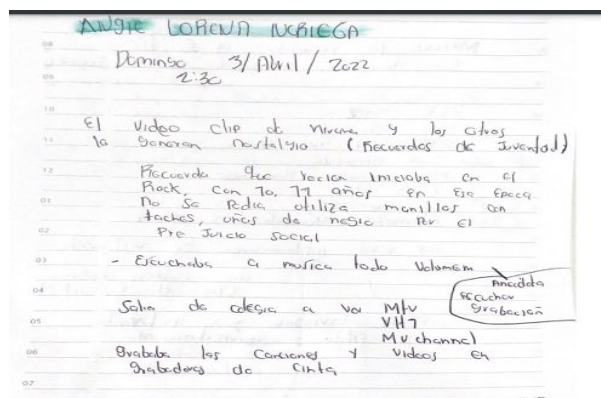
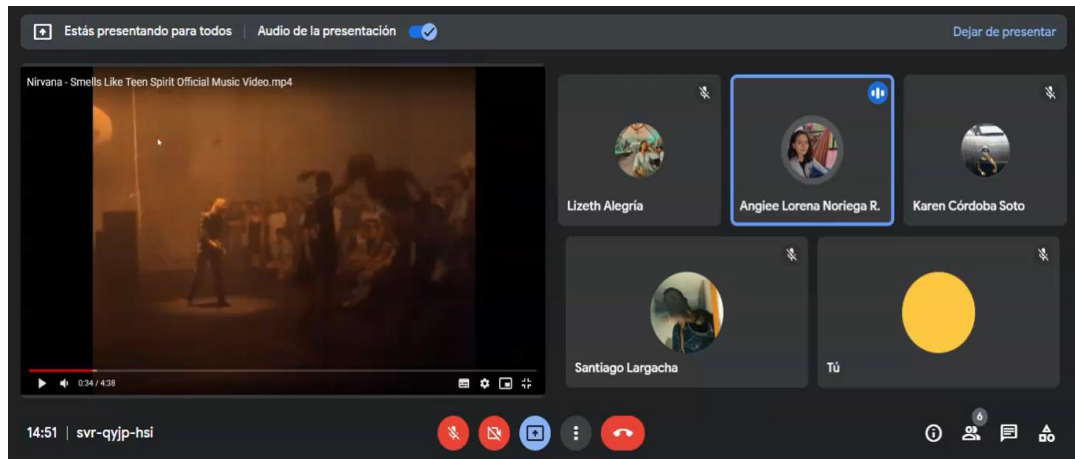
Anexo C. Entrevistas sujeto 5

Sujeto 5: Angie Noriega

Fecha: domingo, abril 3 del 2022

Hora: 2: 30 PM

Lugar: Encuentro virtual, plataforma Google Meet



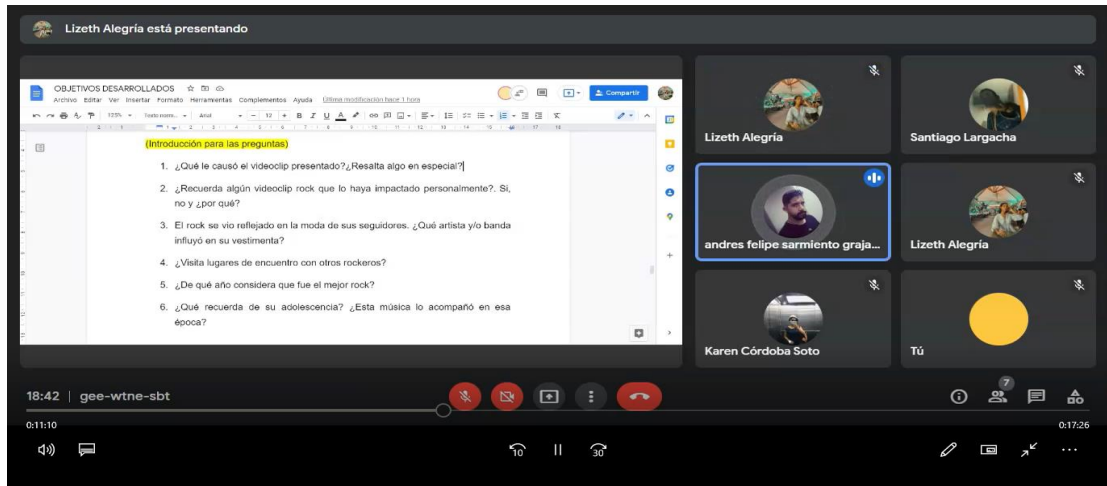
Anexo D. Entrevista Sujeto 6

Sujeto 6: Andrés Felipe Sarmiento

Fecha: lunes, abril 4 del 2022

Hora: 6: 38 PM

Lugar: Encuentro virtual, plataforma Google Meet



Anexo E. Entrevista sujeto 7

Sujeto 7: Johan Diaz

Fecha: martes, abril 5 del 2022

Hora: 7: 06 PM

Lugar: Encuentro presencial, Universidad Católica Lumen Gentium Sede Meléndez.



Fotografía boletas de conciertos de rock y posters (Fuente: Johan Diaz).

Johan
 7:03 PM Martes
 Abril 2022

Opinion Cerrada Por el Pico conocimiento de la banda, Inspira sualidad, Callejero, Drogas, Perspectiva negativa

Domingo 25
 360-6
 FESTIVO MUNDIAL - WORLD HOLIDAY

Efectos de un lugar
 Polvorienta, Humo, botellas abandonadas
 Dónde hacen conciertos muchas bandas de Rock e influyen las drogas

08 los 90's tiempos de guerra
 09 Video clip de Disturbed
 Impacto por lo diferente
 10 a lo común en la TV
 11 * chifra camisetas de bandas
 12 Pulseras con tachas
 Chalecos
 01 le gusta que sepan que le
 gusta el look a través de sus
 02 prendas. (Chalecos, botas, camisetas)
 03
 04 En la adolescencia solía ir a
 05 Long de la calle Pinar
 Frecuente Edis, la mancha, Fuente de S...

07 Canales
 08 MV channel
 09 MTV
 10 Cree que la cultura de los 90's
 11 como tal fue influyente.
 El Rock fue influyente en su
 12 cultura, gustos, comportamiento Pasivo agresivo
 Además de gustarle la estética como
 01 zapatos botas, botas o tener guitarras
 02 electricas y acusticas o conservar boletas
 de conciertos y eventos de rock
 03
 04
 05