

UNA APROXIMACIÓN AL CINE DEL FAN: LAS GRABACIONES CASERAS DE CONCIERTOS POP

An approach to fan cinema: home recordings of pop concerts

Ddo. Cibrán TENREIRO UZAL  <http://orcid.org/0000-0002-5867-4740>
Becario predoctoral de la Xunta de Galicia. Universidade de Santiago de Compostela (España).
cibran.tenreiro@usc.es

BIBLID [(2172-9077)11,2015,60-87]

Fecha de recepción del artículo: 14/09/2015

Fecha de aceptación definitiva: 03/11/2015

RESUMEN

Este artículo explora el fenómeno de las grabaciones caseras de conciertos de música pop como posible ejemplo de una propuesta terminológica de “cine del fan”. Mediante el análisis filmico de numerosos vídeos de conciertos extraídos de Internet y películas que los utilizan, el texto busca comprender si la identidad fan condiciona la manera de grabar de estos, cómo esta manera se relaciona con las representaciones visuales de la música en la actualidad y si da lugar a recursos identificables. Para ello, aborda también la muestra desde las perspectivas de los cambios tecnológicos (especialmente los de la era digital), del cine doméstico, del papel del espectáculo en directo en la música pop y de las teorías del fandom.

Palabras clave: cine, música pop, fans, modo doméstico, conciertos.

ABSTRACT

This article explores the phenomenon of home recordings of pop music concerts as a possible example of a terminological proposal of “fan cinema”. Through the film analysis of numerous concert videos taken from the Internet and films that use it, the text aims to understand if fan identity determines the way fans film, how this relates with visual representations of music nowadays, and if it gives way to recognizable characteristics. In order to it, it also approaches the sample from the perspectives of technological changes (especially those from the digital era), home movies, the role of live spectacles in pop music and fandom theories.

Key words: cinema, pop music, fans, home mode, concerts.

1. Introducción. El cine del fan y su contexto

Hay un vídeo en YouTube con el nombre 'Dave Grohl breaks his leg during show in Gothenburg, Sweden', subido por el usuario Fredrik Ericsson, de quien vamos a suponer que también grabó las imágenes. En él se registra un discurso de Dave Grohl, cantante y guitarrista de Foo Fighters, desde el suelo del espacio que separa el escenario del público (lo que en términos teatrales llamaríamos proscenio). Está allí porque durante la segunda canción ha tropezado, se ha caído y se ha roto una pierna. Al principio del clip, el encuadre muestra la zona en la que yace Grohl, oculto tras los cuerpos de los espectadores y las vallas de seguridad. Sin embargo, hacia el segundo 30 la pantalla gigante, que hasta entonces estaba en negro, se enciende. Entonces Ericsson gira la cámara hacia ella y vemos poco a poco como van brotando, de entre las cabezas de la audiencia que la mira, manos en alto que sujetan teléfonos móviles y cámaras, apuntando en la misma dirección. Llegando al minuto 1 podemos contar, como mínimo, 16 dispositivos de captación de imagen dentro del plano.

¿Por qué sucede esto? ¿Por qué el público graba estos hechos? Para empezar, porque puede. Como consecuencia de los cambios tecnológicos, la accesibilidad (a nivel económico y de facilidad de manejo) a dispositivos de grabación se ha multiplicado. La era digital se asocia con frecuencia a una idea democrática, en la medida en que otorga la posibilidad de registrar su propia mirada sobre el mundo (o sobre si mismos) a personas o colectivos que tradicionalmente no podían hacerlo. En este caso, es el público el que accede a esa capacidad. En las imágenes de Ericsson encontramos una forma de consumo que supone también una forma de producción, para él y para la enorme cantidad de gente que levanta sus cámaras y sube sus vídeos. El consumidor, el espectador, no es pasivo. No se limita a mirar. También graba, escribe, actúa y, especialmente, comparte:

In the old days, the ideal consumer watched television, bought products, and didn't talk back. Today, the ideal consumer talks up the program and spreads word about the brand. The old ideal might have been the couch potato; the new ideal is almost certainly a fan. (Jenkins, 2007, p. 361).

A través de la tecnología, la industria cultural ha delegado cierto poder en los usuarios. Se ejemplifica en la popular figura del prosumidor, de quien se espera que difunda la marca a través de su participación. Esto tiene cierto riesgo, pues la imagen institucional deja de ser la única posible, y la intención principal de un fan, aún siendo como indica Henry Jenkins el consumidor ideal (por su fidelidad y los beneficios que reporta su actividad), difícilmente será promocionar un producto.

Antes de continuar, es preciso definir claramente qué es un fan. Cornel Sandvoss define así el fandom:

[...] the regular, emotionally involved consumption of a given popular narrative or text in the form of books, television shows, films or music, as well as popular texts in a broader sense such as sports teams and popular icons and stars ranging from athletes and musicians to actors. (Sandvoss, 2005, p. 8).

Dentro de ese consumo regular es la pasión, la implicación emocional, la que funciona como motor de las acciones de los fans. Los fans se identifican con el objeto de su culto y se proyectan en él. Los aficionados de un equipo de fútbol celebran sus victorias en primera persona del plural: “¡ganamos!”. Los admiradores de una estrella pop cantan las canciones a la vez que ella lo hace. Algo que parece simplemente un hábito de consumo se revela como parte esencial de la identidad de muchos individuos. Y como esa identidad es común a tantos, da lugar a la aparición de comunidades sociales alternativas (Jenkins, 2001), organizadas alrededor del gusto y con una importante dimensión creativa. Siguiendo la lógica anterior, esto puede reportar beneficio a la industria (y de hecho lo hace), pero también llevar a comportamientos divergentes con la ideología imperante (como, por ejemplo, en las “slash fictions” que relatan encuentros sexuales entre Starsky y Hutch). Así, el fandom funciona como un espacio de tensión entre el consumo y la producción, entre lo individual y lo colectivo, entre el artista y la audiencia e, incluso, entre lo privado y lo público.

¿Por qué las cámaras brotan en los conciertos? Es una pregunta demasiado complicada como para resolverla inmediatamente, pero es evidente la influencia de varios factores importantes. Primero, el tecnológico, como ya se ha avanzado, y algunas de sus consecuencias: la era digital ha alterado las condiciones de la privacidad a través del registro y exhibición constante de la intimidad cotidiana, y eso influye en qué se grava y en cómo se grava. También son igualmente relevantes las características actuales de los espectáculos musicales en directo, que suelen ser hoy espectáculos multimedia. Sin embargo, el factor distintivo en este caso es la existencia de identidades fan, basadas en el consumo apasionado de productos culturales. Esas identidades articulan la aparición de nuevos productos y obras: se ha escrito profusamente sobre fan fictions o fan art, pero la importancia actual de la imagen en movimiento en el comportamiento cotidiano hace necesario hablar de “cine del fan”.

“Cine del fan” es un término voluntariamente amplio, con el que podríamos definir toda aquella manifestación cinematográfica determinada por la condición de fan del cineasta que la realiza. Dentro de él nos encontraríamos, entonces, con productos muy diferentes, que irían desde los vídeos de conciertos hasta las ficciones que reutilizan los universos de 'Star Wars', pasando por montajes alternativos de escenas de 'The Big Bang Theory' o versiones caseras de Lady Gaga recogidas por una cámara web. Tiene su riqueza, pues comprende cine puesto en escena y también cine registrado desde la realidad; cine elaborado a través del montaje y cine construido directamente en la cámara.

Henry Jenkins identifica en la producción de los fans la aplicación de las prácticas de la cultura folk a la cultura de masas, a veces desde dentro y a veces desde fuera de la lógica del entretenimiento: “Just as the American folk songs of the nineteenth century were often related to issues of work, the American folk culture of the twentieth century speaks to issues of leisure and consumption” (Jenkins, 2006, p. 556). Igual que la cultura folk se vincula a una identidad y una tradición, el cine del fan es un conjunto de comportamientos que se ha generalizado alrededor de un sujeto diferenciado. Es un hecho cultural que exige una denominación propia y una definición pormenorizada.

2. Objetivos e hipótesis

La intención de este trabajo es explorar la idea del cine del fan a través del fenómeno de los vídeos caseros de conciertos. Al ser el término “cine del fan” tan general y contener manifestaciones tan variadas, habrá probablemente ciertos aspectos que permanezcan sin concretar. Sin embargo, los vídeos que la audiencia graba en los conciertos pueden funcionar como una muestra pertinente, ya que reflejan en muchas ocasiones las tensiones del fandom, están muy estrechamente relacionados con los cambios tecnológicos y son, por cantidad, muy relevantes hoy en día a nivel mediático.

En consecuencia, este artículo se rige por los siguientes objetivos:

1. Explorar si los fans, como grupo identitario diferenciado, producen un cine que sea distintivo.
2. Comprobar la importancia de la identidad fan en las representaciones visuales de la contemporaneidad, especialmente en el caso de las representaciones de la música.
3. Observar la relación de los productos generados desde la recepción con los cánones de representación dominantes.

Para ello, se propone la siguiente hipótesis: la identidad del fan condiciona su labor como cineasta y se refleja en las imágenes que toma.

3. Metodología

Con la intención de comprobar la validez de la hipótesis anterior y cumplir los objetivos, este texto analizará grabaciones y filmaciones no profesionales de conciertos de música pop, en piezas encontradas en Internet (salvo que se indique lo contrario, en YouTube) y en películas que las contienen. El análisis se centrará principalmente en los elementos puramente fílmicos, con la intención de encontrar en las piezas recursos de uso frecuente y compararlos con otros códigos de representación que les sean aplicables, desde los de la música en directo a los del cine doméstico. Sin embargo, también se prestará atención a las circunstancias de producción y distribución de las obras, ya que en el caso de los productos de la cultura fan su dimensión comunitaria se

percibe principalmente en estos aspectos. Las obras tratadas pertenecen a un rango temporal amplio, desde la década de los sesenta hasta la actualidad, lo que permitirá apreciar más pormenorizadamente la influencia de los cambios tecnológicos.

4. Análisis de las obras

4.1. Todos los ojos

En 2006, Current TV emitió 'All Eyes on The Shins', un experimento dirigido por Douglas Caballero y Alex Simmons en el que se pedía al público de un concierto de The Shins que grabara a la banda con sus cámaras y teléfonos móviles para construir un vídeo a partir de ese material (con la promesa de utilizar todos los clips recibidos). Current TV es la cadena que lanzó Al Gore con la intención explícitamente democrática de empoderar a la gente joven “to tell their stories of what’s going on in their lives, in the dominant medium of our time” (Berman, 2005). 'All Eyes on The Shins' y su sucesora 'All Eyes on My Morning Jacket' (Douglas Caballero, 2007) podrían ser la consecuencia de trasladar esta idea al universo de las películas-concierto. Caballero y Simmons relatan en el clip que se les ocurrió el concepto después de haber trabajado filmando a The Flaming Lips en un festival y encontrado, al llegar a casa, montones de vídeos del concierto subidos a YouTube. En paralelo a cualquier documental oficial encargado por la banda, la audiencia puede registrar su propia experiencia del evento. Estas dos piezas están a medio camino entre esos extremos, ya que cuentan con el beneplácito de los grupos. Eso explica, por ejemplo, que no se utilice el sonido de las cámaras sino una mezcla profesional. Además, están condicionados en última instancia por las decisiones de los directores, pero aún así tienen el compromiso de utilizar todo el material recibido. De esa forma, los dos 'All Eyes...' funcionan casi como un catálogo de recursos y comportamientos de los fans a la hora de grabar.

Muchos de los planos son imágenes del escenario, normalmente desde posiciones lejanas que no aportan demasiada información sobre lo que sucede. Probablemente en relación a eso, nos encontramos frecuentemente con el gesto que ya veíamos en el ejemplo inicial de Fredrik Ericsson y su vídeo de Dave Grohl: enfocar la pantalla gigante. Es un gesto que parece darse más

cuanto más grande es el recinto del concierto (es decir, cuanto menor es la capacidad de captar con la cámara el escenario), teniendo en cuenta también que en espacios pequeños no suele haber pantallas. En un caso como este, es la realización profesional la que guía la experiencia que el público tiene del espectáculo, la que guía su mirada, con lo que el control de la representación no cambia de manos.

Al mismo tiempo, aparece también el gesto opuesto, el cineasta que lleva su mirada hacia acciones y lugares que la realización profesional habría excluido. Hacia el final del vídeo de Dave Grohl, Ericsson daba una vuelta completa sobre sí mismo, apartando la mirada del centro de atención dominante, que es siempre el escenario. En 'All Eyes on The Shins', numerosos espectadores graban sus propias caras e incluso, en un ejemplo más radical, un chorro de orina cayendo en un sanitario. En 'All Eyes on My Morning Jacket', un pequeño fragmento incluye este tipo de planos, con la particularidad de que distorsiona el sonido como si se tratase del auténtico audio de alguna de las cámaras. Los fans gritan, bailan o se caen por el suelo borrachos. Es su experiencia del concierto y condiciona el resultado final del producto, pero aún así responde todavía a las decisiones de montaje de Caballero y Simmons, que además alteran notablemente las imágenes sometiéndolas a efectos de pantalla partida o colores saturados. Con todo, contra lo que cabía esperar, no todos los ojos se dirigen al artista, sino que se vuelven sobre uno mismo.

Por lo tanto, a través de estos ejemplos que condensan la multiplicidad de miradas a la que su título hace referencia, vemos aparecer de nuevo la tensión inherente al fenómeno: entre el consumo y la producción, entre el artista y la audiencia... entre una representación limitada y guiada por la imagen institucional o una representación que rompe en cierta manera con el canon y lo previsible. Antes hubo el precedente de 'Awesome, I Fuckin' Shot That!' (Nathaniel Hörnblowér, 2004), en la que los Beastie Boys repartían 50 cámaras entre la audiencia para registrar su concierto en el Madison Square Garden y realizar con ello una película concierto (el mismo término que utilizan Caballero y Simmons). En ella aparecen en repetidas ocasiones los mismos dos gestos, y en general maneras diversas de experimentar el concierto (planos desde el cuarto de baño o en la barra del bar). También en la manera de transformar esa experiencia en imágenes, sea voluntariamente o por accidente, trasladando en

muchas ocasiones el baile y el movimiento irregular y caótico a la cámara. Hörnblowér lo acentúa en el montaje, subrayando la consecuencia lógica de evitar el encargo a profesionales. Un fan y un profesional no viven el concierto del mismo modo, por lo que es comprensible que tampoco lo registren igual.

4.2. El giro hacia uno mismo

A pesar de todo lo que muestra, la idea de los 'All Eyes...' y 'Awesome, I Fuckin' Shot That' tiene un factor que limita las conclusiones que podamos sacar de ella. Es importante tener en cuenta que en las dos piezas se pide al público que grabe. Por lo tanto, no podemos saber si habrían registrado el concierto en el caso de que eso no hubiera sucedido, y eso dificulta identificar todos sus planos como cine del fan. Puede ser que el usuario que se graba en el sanitario no tuviera ningún interés en el concierto pero sí en exhibir su ingenio, o que decidiera que si quería aportar algo debía ser original. O puede que fuese fan de la banda pero no de todo su material. De todas formas, en 'Rolling Stones Hyde Park London July 13 2013 VIP GOLD CIRCLE', un clip subido a YouTube por el usuario Mario Prado, que suponemos es fruto de la pura iniciativa individual, aparece de nuevo el mismo gesto. Lo primero que hace en el vídeo es enfocarse con la cámara y saludar. Durante la mayoría de su metraje, sin embargo, lo que vemos es una imagen agitada del escenario y, de nuevo, manos que brotan ante ella, algunas con cámaras y otras haciendo la mano cornuta.

En este clip encontramos entonces, por una parte, la voluntad de registrar un evento importante (Prado utiliza en la descripción del vídeo el hashtag #bestconcertofmylife). Esta tendencia es común entre los amantes de la música: ya en el siglo XIX era habitual utilizar los diarios escritos como dispositivos de memoria en los que se volcaba el recuerdo de un concierto, dada la imposibilidad de revivirlo (Cavicchi, 2007). Al mismo tiempo, es también común en la era digital, identificada con el llamado “cinenarcisismo”:

Filmar, enfocar, visionar, registrar los movimientos de la vida y de mi vida: todos estamos a un paso de ser directores y actores de cine, casi a un nivel profesional. Lo banal, lo anecdótico, las grandes catástrofes, los

conciertos, los actos de violencia son hoy filmados por los actores de su propia vida. (Lipovetsky y Serroy, 2009, p. 25).

Las cámaras son, igual que los diarios, dispositivos de memoria, y es su capacidad de almacenamiento la que hace posible la tendencia contemporánea a grabarlo todo sin distinción, y además situarnos como protagonistas. Esto nos lleva al otro aspecto que identificamos en el clip: la voluntad de exhibir la propia identidad. El teórico del documental Michael Renov indica que hoy en día se ha dado un giro en la auto-expresión individual desde los medios escritos, como los diarios, a una cultura de auto-presentación audiovisual (Renov, 2004). El gesto de Mario Prado y tantos otros espectadores hace explícito ese giro al que Renov se refería en sentido figurado: el movimiento de cámara no tiene tanto como intención la expresión sino, más bien, la mostración y exhibición del espectador.

El narcisismo que Lipovetsky y Serroy identifican en la era digital es también un elemento clave para entender el fandom. Simon Frith entendía que las identidades grupales de los fans se constituían a través de la “chocante exhibición pública de obsesiones privadas” (Frith, 2001, p.425) que hacía posible identificar como iguales a los que las compartían. Además de ser consumidores, los fans son también performers mientras otros reconocen ese consumo. Así, la performatividad es otra característica de su comportamiento, ya que la exhibición pública del gusto forma parte de la estructura performativa de la vida diaria. Los fans muestran su vínculo con el objeto fan a través de las “fan performances”: el estilo de vestir, el uso de símbolos como pegatinas, chapas o carteles, las acciones como cantar una canción o subir un vídeo de un concierto. Proyectan su personalidad hacia el público general, pero también, muy especialmente, hacia la comunidad de iguales, que tiene criterios internos, más o menos explícitos, para definir la pertenencia a esta. En ese sentido, los 'All Eyes...' o 'Awesome, I Fuckin' Shot That' ofrecían a cualquiera un público, y eso sirve para canalizar, a la vez que el exhibicionismo, también cierta creatividad o imaginación. Es lo que sucede con YouTube, pero dando ciertas garantías a la simple promesa de que habrá alguien dispuesto a mirar. El rol de la audiencia no es exclusivo e inamovible, como advertía Hans Robert Jauss

con respecto a la literatura:

[...] también el crítico que emite su juicio acerca de una nueva manifestación, el escritor que concibe su obra frente a las normas positivas o negativas de una obra precedente y el historiador de la literatura que clasifica una obra en su tradición y la explica históricamente, son primeramente lectores, antes de que su relación reflexiva con la literatura pueda volver a resultar productiva. En el triángulo formado por autor, obra y público, este último no es sólo la parte pasiva, una cadena de meras reacciones, sino que constituye a su vez una energía formadora de historia. (Jauss, 2000, p. 159)

El consumo, la recepción, puede implicar creatividad, y de hecho es el motor detrás de toda la tradición del arte fan. Y no solo lo que normalmente comprendemos como tal: hay artistas que no son normalmente identificados como fans para los que la admiración por un ídolo es el centro de parte de su obra. Simon Reynolds lo identifica como algo propio de la música de la época en su libro 'Retromania': "some of the great artists of our time are making music whose primary emotion is towards other music, earlier music" (Reynolds, 2012, p. xxiii). Y no solo música. Sonic Youth cantaban a Gregory Corso, Patti Smith a Amy Winehouse o Kurt Cobain, pero también a Andrei Tarkovsky. Los nuevos cines de los años sesenta tenían como base la cinefilia, y eso no está tan lejos del cine del fan.

El vídeo de Mario Prado está igualmente motivado por la admiración. Podría funcionar, dentro de la comunidad de fans de los Rolling Stones, como "capital subcultural". Este es el conocimiento cultural y los productos adquiridos por miembros de una subcultura que elevan su status y les ayudan a diferenciarse de los miembros de otros grupos (Thornton, 1997). El hecho de subir una grabación puede servir al usuario para identificarse como fan y, además, para probar su presencia en el concierto (acudir a ellos es una acción que también otorga ese capital subcultural). Por ejemplo, la usuaria de YouTube registrada con el nombre Shalewa Odusanya tiene en su canal un vídeo con el nombre 'David Guetta Live at Wynn. I am officially a fan', con lo que se evidencia que el

clip (o el hecho de haber visto en directo a Guetta) funciona explícitamente como prueba de su admiración por el DJ; como prueba de su identidad fan. La creatividad o el talento pueden ser también una fuente de capital subcultural: lo son en manifestaciones ya citadas como narraciones o ilustraciones que reutilizan personajes de ficción). Sin embargo, los vídeos de directos implican habitualmente menos decisiones creativas que la escritura, el dibujo o las ficciones cinematográficas, ya que se aprovecha el uso irreflexivo e inmediato que la cámara digital permite. Ese prestigio interno al grupo lo produce de manera más directa la presencia, la prueba de implicación emocional.

De este modo, entre las funciones que vamos entendiendo que estos vídeos tienen, vemos que algunas (como el registro) parecen cumplirse a través de la fase de producción y otras (como la traducción en capital subcultural) a través de la fase de distribución o circulación, por lo que es necesario abordarlas separadamente.

La fase de producción está marcada por el aumento de la capacidad de almacenamiento y de la facilidad de uso de los equipos. Hay una captura espontánea de casi cada momento, ayudada por la presencia de cámaras en los teléfonos móviles. Cierta previsión, que podía ser necesaria en una fase inmediatamente anterior de la tecnología (la decisión de llevar la cámara al concierto) desaparece aquí. Lo que prima en la producción es esa función de registro, que cubre necesidades más bien íntimas, entre las que podemos encontrar:

1. La necesidad de revivir las sensaciones del momento original de recepción, que Daniel Cavicchi ya encontraba en los diarios de los amantes de la música del siglo XIX (aunque en este punto debemos preguntarnos si los vídeos son realmente vistos de nuevo, dado el ritmo actual de eventos, grabaciones y visionados).
2. Cierta fetichismo en relación con el objeto fan. Edgar Morin hablaba de la fotografía como el mejor sucedáneo de la presencia real del ídolo: “Alter ego permanente, pequeña presencia de bolsillo o apartamento, radiante y tutelar, podemos contemplarla y adorarla” (Morin, 1972, p. 73). Los vídeos que los fans toman en los conciertos comparten algunas de esas cualidades de las fotografías (la acumulación, el intercambio, el

hecho de mirarlas), pero ambos formatos vieron modificadas sus funciones por la disminución de la importancia del objeto físico frente a su dimensión virtual.

3. Los vídeos tienen la particularidad de ser el registro de una interpretación y de su recepción al mismo tiempo, y de esa manera operan como prueba de la co-presencia del fan y el artista. Como prueba de que comparten el mismo espacio. De ahí surge, probablemente, el gesto de girar el fan la cámara sobre sí mismo, formando parte ambos del mismo plano. El espectador acude normalmente al concierto después de haber estado expuesto a la obra y la personalidad del artista en su forma mediada (a través de discos, fotografías, vídeos, entrevistas). El directo, con su status de inmediatez, funciona como espacio de confirmación de las cualidades que se le otorgan, en base a las cuales el fan ha construido su identificación.

Al hablar del narcisismo propio de los fans, Cornel Sandvoss indicaba que tenía un aspecto privado y otro público. La principal audiencia para la performance de los fans, según él, es el propio fan, ya que la implicación emocional con el objeto fan lleva a que se vean reflejados en él. Así, el fandom puede ser igualmente definitorio de la identidad de cualquier persona sin que esta tenga que exhibir esa identidad delante de nadie o pertenecer a un grupo (de hecho, en determinados contextos, afirmar públicamente que se es fan de determinado objeto puede llevar a cierta marginación social). Además, la identidad del fan no es una identidad exclusiva: nos construimos a nosotros mismos partiendo de muchas cualidades diferentes, y dentro de eso el fandom puede ser crucial o tener una relevancia relativa. Por ejemplo, en la cuenta del usuario Mario Prado podemos ver también vídeos de conciertos de AC/DC o Daft Punk, videoclips resubidos de Stone Temple Pilots, fragmentos de un partido Atlético de Madrid – Barcelona o reportajes de política venezolana críticos con el gobierno de Maduro. Es decir, en nuestra identidad conviven numerosas facetas que nos definen, de la misma manera en que en la red conviven imágenes en distintos formatos y calidades, con distintos contenidos y orígenes. No todas tienen que hacerse públicas. Pero es lo que tiende a suceder.

4.3. Lo doméstico del fan

Entendiendo que en el fan existe entonces esa tensión entre lo público y lo privado, podríamos pensar en la fase de producción como si fuese la única. El registro en sí mismo podría estar solamente cubriendo un aspecto íntimo. Las piezas podrían guardarse y no circular, o ser borradas. Sin embargo, los productos a los que nosotros accedemos han sido hechos públicos, con lo que es necesario hablar de la fase de circulación y para ello puede ser útil aplicar a las piezas analizadas las teorías del modo doméstico, ya que analizan también la exhibición de la intimidad. Por ello, la circulación, en contraste con la producción, cubre especialmente necesidades sociales:

1. En primer lugar, hay una exhibición pública del gusto relacionada con el capital subcultural, como la que identificábamos en el ejemplo de Shalewa Odusanya. Subir un vídeo a Internet es parte de la proyección pública de la personalidad que se da especialmente en las redes sociales.
2. En segundo lugar, el intercambio de imágenes puede ayudar a incrementar el conocimiento compartido de la comunidad. La información que de otra manera sería de difícil acceso se acumula y se pone a disposición del grupo de iguales. En este sentido, podemos pensar por ejemplo en una película como 'Instrument' (Jem Cohen, 2003), en la que se documentan diez años de carrera del grupo Fugazi. Aún siendo dominante el metraje filmado por Cohen, se cuenta con trece fuentes adicionales de material en vídeo, dos de material en Súper 8 y cuatro de material en 16 milímetros. Esto permite que los fans de la banda puedan acceder, a través de la película, a actuaciones del año 1988 que no habían circulado, por ejemplo.

Esta última característica que aparece en 'Instrument' se encuentra también en 'All Tomorrow's Parties' (Jonathan Caouette y All Tomorrow's People, 2009), la película sobre el festival del mismo nombre. En realidad, podríamos hacerla extensible a casi cualquier concierto medianamente multitudinario: la multiplicación de dispositivos lleva a una enorme riqueza de puntos de vista, innegable en el sentido literal y más cuestionable en el sentido figurado (por lo

que veíamos en el gesto de grabar la pantalla gigante, que reproduce principalmente el punto de vista de la realización profesional en lugar de añadir un nuevo punto de vista; una perspectiva nueva). En esta película, Caouette trabajó principalmente con material aportado por los asistentes a los conciertos, pero también por otros cineastas, por músicos y por la organización (formando todos ellos la “All Tomorrow's People” a la que se hace referencia en los créditos). Así que ese conocimiento compartido por los fans aumenta por el acceso a registros de diferentes momentos y diferentes espacios en oposición a la representación institucional.

En las ediciones del festival posteriores a 2006, el público era animado a enviar vídeos, pero, como se explica en la nota de prensa de la película, las condiciones particulares del evento facilitaban que ese material ya existiera. All Tomorrow's Parties se celebró habitualmente en colonias de vacaciones, en las que el público y los artistas duermen en bungalows, con lo que tienen la opción de guardar sus cámaras con seguridad. Parte del material se consiguió a través de la búsqueda en YouTube, con lo que algunas piezas podrían venir de condiciones similares a las de 'All Eyes...' (producidas en base a una promesa de publicidad) y otras responderían más a las características del cine doméstico, fruto de una decisión de grabar no condicionada por esa publicidad posterior. De hecho, a lo largo de la película nos encontramos con momentos de intimidad que responden a esos códigos: parejas besándose, gente jugando a perseguir pájaros, saltando por la ventana, tocando en las habitaciones o bebiendo en la playa. En todo caso, el hecho de enviar esas imágenes para ser incluidas en una película muestra como el estatuto de privacidad de determinados comportamientos se ha ido alterando en la era digital. Los actos y pasiones privadas circulan cada vez más en público, y los dispositivos móviles modifican la publicidad o privacidad que se presupone en determinados espacios (podemos enviar mensajes amorosos desde un estadio de fútbol, podemos exhibir en un videoblog el reducto íntimo de nuestra habitación). La presencia de dispositivos de grabación en cualquier lugar lleva a una “nueva forma de performatividad”, en la que nuestra performance es continua: “Rather than reveal some “true private self,” home videos force us to master private performances as much as public ones, especially now that private performance can be projected into the public sphere” (Capitanio, 2012,

pp. 80-81).

Las grabaciones domésticas llevan entonces consigo, por definición, el choque entre la intimidad y la proyección de una persona pública, que como ya vimos está presente también en el fandom. El cine del fan debe pensarse desde la perspectiva de la fan performance (para entender su funcionamiento de cara a la comunidad de iguales), pero en el caso de las grabaciones de directos igualmente útil pensarlas como una forma de cine doméstico, teniendo en cuenta también su aspecto performativo como lo indica Capitanoio. Quizás no doméstico en el sentido más puro, del retrato idealizado de rituales familiares, pero sí en un sentido equivalente al de la película de Abraham Zapruder del asesinato de John Fitzgerald Kennedy. Zapruder filmaba porque admiraba a Kennedy (y había estado expuesto a su personalidad de forma mediada, como sucede con los artistas). Filmaba con la intención de registrar un acontecimiento (la visita a Dallas del presidente). En este caso, como en el de Mario Prado grabando a los Rolling Stones, las imágenes ilustran una relación íntima aunque lo hagan en público. Las grabaciones de los fans, entonces, reflejan igual que el cine casero esas condiciones cambiantes de la intimidad, influenciadas por las diferentes tecnologías. Y, con todo, la terminología alrededor del modo doméstico se revela insuficiente para tratar los vídeos de los fans. No son exactamente vídeos domésticos, pues la comunidad de fans es distinta a una familia y no se basa demasiado en el contacto directo. La categoría de cine amateur es válida si la tomamos como sinónimo de “no profesional”, pero este término suele utilizarse también para piezas que intentan emular ese cine, piezas realizadas por un individuo que actúa como cineasta dirigido a un público y no como miembro de una familia.

Así, la categoría que parece más adecuada para tratar el cine del fan es la de “cine privado”, acuñada por Laurence Allard. El cine privado sería un cine producido y recibido en espacios restringidos de comunicación, en “comunidades de comunicación” (Allard, 2010, p. 260). Dentro de este habría dos categorías:

1. Cine personal: en este término Allard sigue a Jonas Mekas, que reivindicaba un estilo de filmación “totalmente privado, personal y no profesional” cuando se le recriminaban sus movimientos de cámara

agitados (una técnica descuidada que encontramos precisamente en los vídeos de los fans en los conciertos). Las comunidades en las que se realiza y recibe este cine son “comunidades de interpretación”, “electivas”, basadas en un gusto común compartido que genera un vínculo social entre sus miembros.

2. Cine doméstico: realizado e interpretado dentro de la familia.

Los vídeos que los fans graban en los conciertos, atendiendo a esto, pueden clasificarse como cine privado. Sigue sin ser un término perfecto, teniendo en cuenta que la privacidad se reduce progresivamente en la era digital, pero la definición encaja con las características del fenómeno: a pesar de que circulan habitualmente en público, en esos casos lo normal es que lo hagan dentro de espacios restringidos al interés de quien los busca, dentro de esos nichos que son las comunidades de interpretación. Dentro del cine privado, aunque parezcan encuadrarse mejor en el cine personal (pues las comunidades de fans son también comunidades de interpretación electivas, a diferencia de la familia), comparten también características con el cine doméstico.

Pierre Bourdieu explicaba que los practicantes de la fotografía doméstica no estaban centrados en el acto de fotografiar en sí mismo, y en consecuencia usaban las cámaras para reconocer, comunicar y confirmar su habitus. Es decir, además de las intenciones de quien hace la fotografía, expresan el sistema de los esquemas de percepción, pensamiento y apreciación común a todo un grupo (Bourdieu, 2003, p. 43). James M. Moran retoma el pensamiento de Bourdieu y lo aplica al cine, llegando a la conclusión de que es la intencionalidad simbólica del camarógrafo en el momento de filmar la que acerca la práctica al modo doméstico o a otro:

Si nuestro habitus está guiado de modo dominante por el modo doméstico, tenderemos a producir representaciones familiares. Si, como es el caso de Mekas, nuestro habitus está influenciado sobre todo por la vanguardia, tenderemos a producir representaciones alternativas a través de técnicas complejas. (Moran, 2010, p. 279).

De esa manera, Moran ve la estética del cine doméstico como una estética referencial, basada en la subordinación de la forma a la función, del significante al significado. Por eso decimos que los vídeos de los fans comparten características del cine doméstico y el personal: aunque la comunidad de fans sea una comunidad de interpretación electiva, su recepción se hace atendiendo a la función, como sucede en el caso del cine de familia. La identidad del fan es, entonces, lo que guía el habitus de muchas de las grabaciones caseras de conciertos. Y hace decaer la importancia de la técnica en favor del contenido. Esto se hace más evidente si analizamos a través de algún ejemplo cómo las características del cine doméstico se trasladan a las grabaciones de conciertos. En el vídeo 'Lady Gaga – Love Game *HD* (Madison Square Garden)' del usuario Kyle McCandless, vemos la actuación con una cabeza y un brazo ocupando gran parte del encuadre, a una distancia relativamente lejana, con desenfoces o vibraciones ocasionales y sin una buena calidad de sonido, especialmente en las frecuencias graves. Y aún así tiene más de 77.000 visitas y las valoraciones son casi totalmente positivas. Incluso alguno de los comentarios lo hace explícito: “your vid so cool and Lady gaga too xD”, dice Silver Cris Evans. “ur gaga vids are awesome!!! May i ask which location in MSG did u record this from????”, dice darkangel91891. Aunque el vídeo funciona públicamente, un consumidor poco interesado de la música de Lady Gaga acudirá antes a los videoclips oficiales o a realizaciones profesionales de conciertos. Esto sucede porque es un vídeo que funciona para la comunidad, de manera restringida, y por eso se repiten en él esos elementos que se adscriben a las grabaciones familiares:

1. La forma se subordina a la función hasta el punto de que no necesita estructura narrativa o construcción coherente, porque esas cualidades ya están en la memoria (en este caso, en el acceso previo al trabajo del artista).
2. Por lo tanto, en el cine doméstico no importa si el pariente vivió o no los hechos que están en las imágenes. El espectador que es parte de una comunidad de fans, aunque esta no esté articulada, no necesita apenas información antes de ver un vídeo amateur de un concierto. Entiende el funcionamiento, conoce las rutinas y el comportamiento de artista y

audiencia. El fan que no estaba allí ve las imágenes como un pariente ausente al que se le envía el vídeo de un cumpleaños: es su manera de acceder a aquellos hechos, pero los entiende porque está familiarizado con los artistas y el comportamiento de la audiencia. Por eso en un caso como este no da importancia a la técnica o la baja calidad.

3. Para alguien que no es parte de la comunidad, estas grabaciones parecen aburridas porque prevalecen unas funciones que no le apelan y eso hace que los fallos formales se hagan evidentes.
4. Las proyecciones de películas familiares solían ir acompañadas de un comentario oral, que aumentaba la concreción de las imágenes y activaba la memoria individual de cada miembro de la familia. Los vídeos caseros de conciertos suelen ofrecer una información análoga en el título y la descripción (lo habitual es, como mínimo, el lugar y la fecha, pero como vemos también aparecen valoraciones personales). La posible discusión pasa de ser en persona a ser a través de los comentarios. La comunidad de fans puede parecerse a una familia dispersa en ese sentido.
5. Con la aparición del vídeo se dio a los aficionados la posibilidad de trabajar en peores condiciones de iluminación y hacer tomas de mayor duración, también se abarató y facilitó el acceso, y aumentó la inmediatez del modo doméstico. Esto, como la aparición de formatos televisivos (en España, 'Vídeos de primera' desde 1990) que las exhibían, aumentó la publicidad de las grabaciones domésticas. En la era digital, esto se intensificaría hasta el punto de que la característica más relevante del modo doméstico en la actualidad es su publicidad. Los vídeos caseros de conciertos siguen claramente esa línea, aprovechándose del espacio que la tecnología abre a la representación de grupos no familiares, lo que James M. Moran llama "Families we choose", en referencia a las novedades en perspectiva de género y sexuales. Las comunidades electivas, como la de fans, entran en esta dimensión.

4.4 Intenciones e identidades superpuestas

Hay que tener en cuenta, entonces, que los vídeos hechos por fans en los conciertos no se adscriben de forma tajante a ninguna categoría. De hecho, estas ni siquiera son categorías cerradas. El propio Moran indica que las filiaciones con más de un habitus pueden superponerse. Entonces, igual que la identidad del fan no es una identidad exclusiva, su habitus tampoco lo es a la hora de registrar imágenes. En las grabaciones de conciertos podemos encontrarnos con distintas cualidades e intenciones en el mismo clip. Difícilmente podrá haber un cine guiado exclusivamente por la condición de fan, porque nuestras identidades son múltiples. No hay tampoco un cine guiado exclusivamente por una condición nacional, sexual o ideológica. Igual que estas, el fandom será un factor que influirá en la obra de muchos cineastas, incluso (aunque quizás con más dificultad por su dependencia de otros condicionantes) en los profesionales. En los momentos en que sea el factor dominante, hablaremos de cine del fan. En otros casos, la clasificación se hará más complicada.

En ese sentido, el trabajo de Jonas Mekas con músicos pop es un ejemplo de esas dificultades, de la superposición de habitus que indicaba Moran. En su '365 Day Project' (en el que subió a su web una pieza cada día durante el año 2007) hay varios ejemplos especialmente elocuentes. La entrada del 1 de marzo es un vídeo de Madonna interpretando 'Music' en el Madison Square Garden. En él, Mekas dirige la cámara hacia la pantalla gigante, como hacen habitualmente los fans. En esos casos lo habitual suele ser una toma larga con pocas alteraciones en la composición. Sin embargo, aquí se mueve sin pausa entre los distintos estímulos del espectáculo. De la Madonna real a la Madonna de la pantalla, en rápidas panorámicas que dan lugar a imágenes indefinidas, casi abstractas. Siguiendo el movimiento de la cantante y las coristas o, de repente, a los patinadores que aparecen a su alrededor. Dentro de la realización hay montaje, que se integra en el plano secuencia, pero Mekas reencuadra dentro de la pantalla. Juega con la cámara y hace presente su personalidad.

Curiosamente, en un artículo en la revista online 'Vertigo', Tom Smith señalaba que el estilo de Jonas Mekas se modificó con su paso de trabajar en película a trabajar en vídeo:

Where his use of film was based on creating as much spatial and temporal disruption as possible – making use of quick whip pans, crash zooms, and super-impositions – his use of video is defined by long uninterrupted takes that contain little or no alteration in his shot composition, with Mekas employing zooms or pans predominantly for the purposes of privileging a speaker or isolating an element that interests him. It is a far more restrained approach that, unlike his use of film, bares little trace of anything that could be called an individual style, with the camera being used more for the purposes of unobtrusively recording than aggressively constructing subjective meaning. (Smith, 2008).

Atendiendo a la explicación de Smith, el estilo de Mekas es, en su etapa digital, mucho menos distintivo ya que la intención que prima es la del registro. Antes trabajaba con la fragmentación por su intención expresiva. Además, su mítica Bolex no contaba con sonido sincrónico ni permitía trabajar en situaciones con poca luz (o redirigía esas imágenes hacia la abstracción, al juego con colores y ritmos). El vídeo de Madonna, a pesar de emplear también el plano secuencia, recupera esa dimensión casi lúdica e intuitiva. A pesar de repetir gestos del comportamiento de los fans, evita la subordinación a la imagen institucional de la pantalla. En otro ejemplo, como la entrada del 8 de octubre de 2007 (una grabación de Sonic Youth en 1999) se observa mejor la tendencia que indica Smith. Desde un borde frontal del escenario, la mayor parte del tiempo se mantiene un plano de conjunto que se altera con relativa suavidad en unas cuantas ocasiones para centrar la atención en uno de los músicos o, hacia el principio, en la pantalla que hay tras ellos, que muestra las 'Early Abstractions' de Harry Smith y no al grupo. Mekas observa pacientemente, desapareciendo el juego y la diversión que guiaban el clip de Madonna y los gestos que individualizan su estilo. ¿Son estos vídeos cine del fan? ¿Es compatible el término con el cine de autor, con los géneros, con la profesionalización?

Los fragmentos musicales puntúan la obra de Mekas desde los años sesenta. 'Walden: Diaries, Notes and Sketches' incluye la primera actuación de The Velvet Underground, y en otras de sus obras han aparecido John Lennon y

Yoko Ono, Elvis Presley, Patti Smith o Stevie Wonder. A veces el papel de Mekas es el de un espectador desde la distancia, como en las imágenes del último concierto de Elvis en Nueva York que utilizó en 'Mozart & Wien and Elvis' (2000). En este caso, superpone imágenes, altera velocidades y exhibe los movimientos icónicos de Elvis comprimiendo muchos momentos en apenas un minuto y medio. Otras veces, como en 'To John With Love' (2006), está filmando en calidad de amigo personal de John Lennon, y mezcla las imágenes puramente domésticas con una grabación de un concierto en (otra vez) el Madison Square Garden, montada aún así de manera similar al concierto de Elvis. En el caso de 'Velvet Underground's First Appearance', como reza el intertítulo de 'Walden', Mekas había intervenido como orador en el mismo evento, por lo que estaba registrando unos hechos de los que formaba parte. Al mismo tiempo, aún con un estilo claramente diferenciado, Mekas nunca ha dejado de registrar su vida y la de sus allegados: de hacer algo muy parecido al cine doméstico.

Vemos que en la figura de Mekas convergen toda una serie de motivaciones para filmar o grabar música en directo, que lógicamente se trasladan de algún modo a las imágenes. El cine del fan puede serlo al mismo tiempo que es cualquier otra cosa: en 'Walden', después del fragmento de The Velvet Underground aparecen, bajo el título 'Alexandra and Jordan', unos bebés jugando. Al acumular trozos de la vida cotidiana (igual que se acumulan en la línea temporal de una red social) sin mucha más relación entre sí que la que tienen con el cineasta, se acumulan las distintas identidades. Identidades que no se excluyen. Esto nos permite ver como los distintos habitus se superponen y, en base a ello, proponer cuatro categorías para identificar esas motivaciones:

1. Personal: el interés por grabar se debe a una relación personal no profesional con el artista que actúa. Esto puede referirse a una relación familiar, como en el caso de 'Springsteen and I' (Baillie Walsh, 2013). En esa película una mujer relata cómo su marido, un imitador de Elvis, llegó a subirse al escenario a cantar con Bruce Springsteen, mientras vemos las imágenes que ella misma tomó. Pero esa relación puede ser también una de amistad (la del propio Mekas con Lennon) o incluso una casual, como cuando alguien le pide a un desconocido que le saque una foto.

Las grabaciones de los fans funcionan en parte dentro de esta categoría: entre el fan y el objeto hay una relación de intimidad. La función fundamental de las piezas con esta motivación sería el registro, la documentación.

2. Comunitaria: la motivación de quien graba viene dada por su rol dentro de una comunidad con intereses compartidos. Esta comunidad podría ser una escena musical (similar al ejemplo de Mekas y la Velvet, aunque en ese caso es más bien una escena artística), pero también una comunidad de fans.
3. Artística: vendría de un interés estético en el objeto que se está grabando o en su música. Implica un interés por el hecho de grabar en sí mismo.
4. Profesional: la razón para grabar es económica, el encargo de un trabajo a cambio de una remuneración.

Las diferentes motivaciones hacen que ciertos aspectos y ciertos recursos predominen. Por ejemplo, lo más probable es que un profesional tenga que respetar el modo de representación institucional de la música (sincronía de imagen y sonido, importancia de los estándares de calidad, centralidad del artista o banda, etcétera). En el caso de que el cineasta esté trabajando con una intención artística, su estilo primará sobre lo anterior. En el caso de la intención comunitaria, los músicos suelen compartir protagonismo con gente ajena (sea el público o otros participantes en la comunidad) y es importante la citada idea de la “presencia”. En las películas guiadas por esta motivación suele haber también cierta intimidad, ya que al ser el cineasta parte de la comunidad es frecuente que se le facilite el acceso a hechos que se ocultan a los que no son miembros. Estas características se intensifican en el caso de una motivación personal. La motivación del fan se sitúa entre la comunitaria y la personal. En consecuencia, los recursos que marcan sus grabaciones suelen reflejar la tendencia al narcisismo y la exhibición de la personalidad propia del fandom y de la era digital.

Así, la dimensión más personal es la que tiene más relación con el aspecto de identificación emocional del fandom. En los vídeos amateur de conciertos, la centralidad la ocupa el artista, el objeto fan, que atrae la mirada hacia si mismo.

Es algo que sucede también en las representaciones institucionales, pero en menor medida y con distintos puntos de vista. Si observamos más vídeos de la misma canción de Lady Gaga en el Madison Square Garden nos encontraremos con un rasgo común: a pesar de la distancia, ella no sale del plano prácticamente nunca. Las dimensiones del escenario son grandes y cuenta con una pasarela que se introduce entre el público: tanto el vídeo de Kyle McCandless del que hablábamos antes como 'Lady Gaga Live – LoveGame – February 21, 2011 – Madison Square Garden' del usuario Adrien Manandhar la muestran en todo momento. Si se desplaza fuera del plano la seguirán, y difícilmente girarán la cámara hacia el público. Si lo hacen, será hacia la pantalla, como en el caso de 'Lady GaGa: LoveGame (Madison Square Garden)', del usuario SemperPaulo, que en todo caso también la sigue cuando se adentra en la pasarela. Igual que lo hacen los registrados bajo los nombres de Vito lir, sepirts3 o Andrew Tess (cuyo vídeo de hecho empieza en ese momento concreto). Cornel Sandvoss identificaba procesos de proyección de la personalidad del fan en el objeto, con lo que podríamos interpretar que el proceso tiene igualmente relación con el narcisismo.

Sin embargo, cuando realmente se hace evidente este narcisismo es en el fenómeno del selfie: el gesto de girar la cámara hacia uno mismo es una simple extensión en el tiempo de la autofoto. La presencia, dentro del encuadre, del ídolo y el admirador se da con más frecuencia en fotografías, pero se ha normalizado en cualquier caso. Un ejemplo es el vídeo 'Beyonce Photobombgate Mrs.Carter Melbourne Irreplacable #2 26 Oct 2013', subido a YouTube por la usuaria Agapolish, registra un momento en el que, mientras canta, ve a una fan en el público dándole la espalda pero mirándola a través de su teléfono. Lo descubre y posa para la foto (mientras brotan teléfonos a su alrededor, por supuesto), aunque luego el asunto se dio a conocer como “photobomb”, que es el término que se le da en inglés a colarse en las fotos de los demás como broma para estropearlas. Se pueden encontrar también selfies de los propios artistas sobre el escenario, como en el caso de la artista india Neha Kakkar, que en 'Neha Kakkar Live Selfie Video' se graba a si misma actuando, dando la espalda al público para que este pueda entrar en plano. Se autodenomina “The Official Selfie Queen” en rótulos sobrepuestos en la imagen. En 'Miley Cyrus video selfie on my iPod “Adore You” Tacoma Bangerz Tour 2014' la usuaria

brookenewhardt sube un clip en el que Miley Cyrus le cogió su móvil y se grabó a si misma en mitad de la actuación. Esto, evidentemente, le reporta capital subcultural si atendemos a los comentarios, que casi en su totalidad vienen diciendo cosas similares a los siguientes: “soooooooo lucky♥ greetings from Argentina”. “OMG YOU'RE SO LUCKKY <3”. “Greetings from Mexico! You're so fucking lucky!!!!!!!!!!”. “Se ve bien guapa :3 yo me hubiera muerto de la emoción xD”. “OH MY GOD! I WOULD DIE IF SHE EVEN LOOK AT ME HAAAAHA YOU LUCKY GIRL :O CONGRATS”. Este último comentario pone indirectamente el acento sobre el hecho de que, de cara a la comunidad (que es hacia donde se proyecta la personalidad), es la prueba de presencia lo que importa. Una mirada de Miley Cyrus puede tener mucha importancia a nivel íntimo, pero si no existe un registro de ella no se traducirá en capital subcultural. En este ejemplo, la usuaria cede la cámara a la artista, y con ello cede la posibilidad de trasladar su personalidad a través del estilo o los recursos, a través de la expresión que podría acarrear el uso del aparato. Lo hace a cambio de ese privilegio.

Y con todo, de entre las características visuales y de consumo que podríamos decir que identifican el cine del fan, es al primar el narcisismo cuando aparecen con más frecuencia las imágenes que se alejan del canon de representación de la música. Hasta hace un tiempo era impensable que las imágenes de un concierto pudieran contener un selfie como el de Beyoncé. Al mismo tiempo, en contraste con la capacidad puntual de dirigir la mirada hacia el público aparece la dependencia de las representaciones institucionales en pantallas gigantes y la centralidad generalizada de los artistas. En ese sentido, el habitus del fan tiene su peso a la hora de condicionar modos de grabar la música, pero el cine al que da lugar no se contrapone directamente al canon (que se hace evidente cuando prima la motivación profesional, en las realizaciones con voluntad de movimiento perpetuo y montaje rítmico). En lugar de eso, y debido a sus propias tensiones, a veces parece reflejarlo dentro de las posibilidades de usar una sola cámara. Y aún así, progresivamente, va influyendo en la manera en que se producen y consumen imágenes de espectáculos en directo. El ejemplo de Miley Cyrus cogiendo la cámara de brookenewhardt es el opuesto a la voluntad de ciertos cineastas o artistas de ceder la cámara al público, que ya vimos en 'Instrument', 'All Tomorrow's Parties', 'All Eyes on the Shins' y 'All Eyes

on *My Morning Jacket* o en *'Awesome, I Fuckin' Shot That!'*. Estas películas, como cualquier film de metraje encontrado, gestionan distintas autorías, distintas identidades e intenciones que, efectivamente, se superponen. Trabajando con esos puntos de vista diferentes, personales, se consigue en algunos casos precisamente dar lugar a una representación que sí se opone a las convencionales hasta el momento.

5. Conclusiones

Dominique Mehl explicaba que, en la esfera pública, la comparación de experiencias sustituyó al debate (Mehl, 2005, p. 93). Los vídeos domésticos de conciertos pueden ser un ejemplo claro de esta tendencia, en la medida en que derivan con frecuencia hacia el narcisismo del que hemos hablado. Como fan performances, son significantes visuales de su condición de fans. En la medida en que funcionan como parte del modo doméstico, comparten su incremento progresivo de la publicidad con los sucesivos cambios tecnológicos hasta la era digital. Así, las grabaciones domésticas de los fans están más centradas en la proyección de una persona pública que en contribuir a la cohesión del grupo o el conocimiento compartido.

Sin embargo, como ya explicamos, la identidad fan no es exclusiva, y en ese sentido su influencia en la manera de grabar de cualquier cineasta es compaginable con otro tipo de intenciones. Es más, el hecho de que haya una comunidad dispuesta a recibir contenidos de sus iguales otorga a personalidades creativas una audiencia para sus productos. Cualquier productor de contenidos es antes un consumidor, por lo que la condición de fan influye o marca poderosamente buena parte de los contenidos mediáticos de la actualidad y sus modos de representación. Como hemos visto en los ejemplos de obras que utilizan material aportado por los espectadores, su punto de vista es cada vez más tenido en cuenta y se les anima a crear sus propias obras por parte de los artistas y de las corporaciones mediáticas, que animan a la interactividad. Pero estas corporaciones han conseguido integrar la participación de una forma en la que pueden rentabilizarla y continúan dominando los circuitos de distribución: la mayoría de vídeos más vistos de YouTube son videoclips y cuando hay un registro oficial de un concierto suele tener una difusión mayor que los de origen amateur.

Trabajábamos con la hipótesis de que la identidad del fan condiciona su labor como cineasta y se refleja en las imágenes que toma, y esto es cierto. Los fans se comportan con la cámara de una determinada manera por sus propiedades particulares, como la pertenencia a una comunidad, la tendencia al narcisismo o la voluntad de mostración de la identidad. En la mayoría de los casos su comportamiento es inmediato y acrítico, y por lo tanto suelen reproducir los cánones de representación dominantes. Es, curiosamente, a través del narcisismo que comparten con el modo doméstico como esta muestra de cine del fan rompe con lo habitual y hace que la representación del concierto incluya más intensamente la experiencia de la audiencia, volviendo quizás a la tendencia de las películas concierto de los 60 como 'Monterey Pop' (D.A. Pennebaker, 1968) o 'Woodstock' (Michael Wadleigh, 1970). Es complicado afirmar que la condición de fan dé lugar a un cine distintivo, ya que, como vimos, la motivación de serlo suele superponerse a muchas otras en la mayoría de grabaciones de conciertos. Y aún así, el acceso de los fans al medio y sus propias limitaciones técnicas provocan que la mayoría de imágenes que representan los conciertos hoy en día sean imágenes que probablemente no tendrían lugar hace veinte años. Esta accesibilidad es la que hace posible la generalización de un cine del fan en paralelo a las actividades creativas que eran hasta ahora más representativas de su productividad (fanzines, fan art, fan fictions), aunque en el caso de las grabaciones de conciertos sea la auto-presentación la que prime sobre las intenciones expresivas de carácter más artístico.

Bibliografía

Allard, Laurence (2010): "Un encuentro entre el cine doméstico y el experimental: el cine personal". En Cuevas, Efrén: *La casa abierta: el cine doméstico y sus reciclajes contemporáneos*. Madrid: Ocho y medio.

Berman, Ari (2005): "Al Gore Gets Down". En *The Nation*. Disponible en: <http://www.thenation.com/article/al-gore-gets-down/> [Fecha de consulta: 14 de septiembre de 2015]

Bourdieu, Pierre (et al.) (2003): *Un arte medio: ensayo sobre los usos sociales de la fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili.

Capitanio, Adam (2012): "The electrical transformation of the public sphere: home video, the family, and the limits of privacy in the digital age". Directora: Ellen McCallum. Arts and Letters, University of Michigan, Michigan (Estados Unidos).

Cavicchi, Daniel (2007): "Loving Music. Listeners, Entertainments, and the Origins of Music Fandom in Nineteenth-Century America". En Gray, Jonathan; Sandvoss, Cornel y Harrington, C.Lee (eds.): *Fandom: identities and communities in a mediated world*. New York: New York University Press.

Frith, Simon (2001): "Hacia una estética de la música popular" en Cruces Villalobos, Francisco (ed.): *Las culturas musicales: lecturas de etnomusicología*. Madrid: Trotta.

Jenkins, Henry (2007): "Afterword. The Future of Fandom". En Gray, Jonathan; Sandvoss, Cornel y Harrington, C.Lee (eds.): *Fandom: identities and communities in a mediated world*. New York: New York University Press.

Jauss, Hans Robert (2000): *La historia de la literatura como provocación*. Barcelona: Península.

Jenkins, Henry (2006): "Quentin Tarantino's Star Wars". En Durham, Meenakshi Gigi y Keller, Douglas M. (eds.): *Media and cultural studies. Keywords*. Oxford: Blackwell Publishing.

Jenkins, Henry (2001): "'Strangers No More, We Sing': Filking and the Social Construction of the Science Fiction Fan Community". En Lewis, Lisa A. (ed.): *The adoring audience: fan culture and popular media*. London: Routledge.

Lipovetsky, Gilles y Serroy, Jean (2009): *La pantalla global: cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.

Mehl, Dominique (2005): "The public on the television screen: towards a public sphere of exhibition". En Livingstone, Sonia (ed.): *Audiences and publics: when cultural engagement matters for the public sphere*. Bristol: Intellect.

Moran, James M. (2002): *There's no place like home video*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Moran, James M. (2010): "Cine doméstico, amateur y de vanguardia: modos de distinción". En Cuevas, Efrén: *La casa abierta: el cine doméstico y sus*

reciclajes contemporáneos. Madrid: Ocho y medio.

Morin, Edgar (1972): *Las stars: servidumbres y mitos*. Barcelona: Dopesa.

Renov, Michael (2004): *The subject of documentary*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Reynolds, Simon (2012): *Retromania: Pop culture's addiction to its own past*. Londres: Faber and Faber.

Sandvoss, Cornel (2005): *Fans: the mirror of consumption*. Cambridge: Polity.

Smith, Tom (2008): "Moment by Moment by Moment: Reflections on Jonas Mekas' 365 Day Films". En *Vertigo*, volumen 4, número 1, Londres. Disponible en: https://www.closeupfilmcentre.com/vertigo_magazine/volume-4-issue-1-autumn-winter-2008/moment-by-moment-by-moment-reflections-on-jonas-mekas-365-films/ [Fecha de consulta: 10 de septiembre de 2015].

Thornton, Sarah (1997): *Club cultures: music, media and subcultural capital*. Cambridge: Polity Press.