

---

## *Come to daddy*: la deshumanización tecnológica

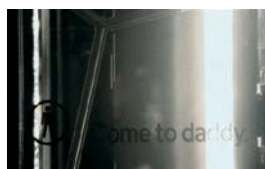
Mari Carmen Serrano Garcés [\*]

Resumen. “Come to Daddy” es una pieza magistral que aúna música, tecnología y arte en una metáfora al mundo tecnológico que nos envuelve y que, en ocasiones, nos enajena para que llegemos a adorarlo como a un ídolo de masas. Compara la actualidad y la tradición sutilmente, estableciendo similitudes entre las formas artísticas del videoclip y el imaginario histórico artístico occidental.

Palabras clave: videoclip, demoniaco, tecnología, violencia, televisión

Abstract. “Come to Daddy” is a magisterial piece that unites music, technology and art in a metaphor to the technological world that wraps us and that, in occasions, alienates us in order that we manage to adore him as an idol of masses. Cunningham compares the current importance and the tradition finely, establishing similarities between the artistic forms of the pop video and the imaginary artistic western historical one.

Keywords: pop video, devilish, technology, violence, television



[<http://www.youtube.com/watch?v=tWDAtMPoBHA>]

Tal vez no debería presumir de esto, pero ustedes saben que con los videos de música no hay demasiada inteligencia detrás. No estoy tratando de manifestar una realidad social ni tampoco intento comunicarle al público lo que siento.

---

Estos videos son simplemente la manipulación del sonido con la imagen y la mayor parte de las decisiones son actos reflexivos.

Aún a pesar de esta consideración hecha por el mismo Chris Cunningham [1], su capacidad imaginativa y el atrevimiento visual de su trabajo lo han llevado a ser considerado uno de los directores más importantes. Visionario y audaz, fanático de la cibercultura, los cómics y la “sci-fi”, nos muestra sin escrúpulos el impacto provocado por la tecnología en la cultura moderna y en las relaciones humanas.

“Come to Daddy” tendrá un gran impacto: no sólo será criticado por la violencia de sus imágenes sino que ganará un premio en el France’s MCM Video Festival y será nominado por otras agrupaciones de igual importancia. Si algo tienen en común Aphex Twin y Chris Cunningham será el trabajo atrevido que ambos realizan; por ello la perfecta conjunción de música y vídeo se hace evidente en esta producción en la que ambos usan el medio como una pura experimentación artística. Cunningham completa la música con el vídeo, es decir, lo presenta como una narración que sigue la estructura formal de aquella, inventándose una historia que coincide a la perfección con la poca letra repetitiva de la canción: «Come to Daddy, I want your soul, I will eat your soul».

El vídeo coloca al espectador en un infernal mundo irreal de atmósfera gélida, paisaje urbano opresivo (usa un barrio londinense marginal: Thamesmead), colores fríos y formas industriales que bordean la iconografía de la ciencia ficción. Entre un silencio pavoroso en este panorama desolado aparece una anciana paseando a su perro, que comienza a olisquear en la basura, en la que hay una televisión vieja. La TV se enciende y surge la música cuando aparece un personaje amorfo casi demoniaco en su pantalla que grita como si del llanto de un recién nacido se tratase. Cunningham nos sitúa ante el medio de masas por excelencia, la TV, como una ejemplificación de toda la panoplia tecnológica. Hay que tener en cuenta que, aunque en 1997 cuando se realizó este videoclip, ya había llegado Internet, aún no había echado raíces y

---

la televisión era la fuerza tecnológica más importante. Se trata de un aparato que nos sitúa ante una rutina casi robótica, deshumanizándonos y dejándonos sin alma, como el personaje protagonista del vídeo nos grita constantemente entre alaridos.

La anciana, que simboliza la tradición, emprende una huida cuando la TV se enciende y empieza a pedirle su alma («I want your soul, I will eat your soul»). Asustada ante lo desconocido que supone para ella el nuevo medio, se topa, mientras se esconde, con un grupo de niños y niñas inquietantes con cara de adultos (se trata de la cara del propio Aphex Twin) que siembran el terror con violencia ante lo que encuentran a su paso. Estos niños son los súbditos de la demoniaca TV, la adoran como si de un Dios se tratase y la rodean para darle vida. Es por ella por la que se han vuelto seres violentos e impersonales, seres sin alma, que han sido engullidos por la tecnología. Ante la llamada de su creador corren hacia él para reverenciarle; mientras él sigue gritando atrapado en la caja televisiva pidiendo súbditos entre nosotros (los espectadores) y vociferando que quiere nuestra alma para engullirla y que le adoremos. La TV no tiene alma, es tecnología, y por ello pide la nuestra, para volvernos seres tan impersonales como los súbditos que ya ha encontrado en el grupo de niños que sonrían de forma inquietante del mismo modo que la tecnología en muchas ocasiones se burla de nosotros.



---

Los súbditos cogen a su maestro, la TV, para llevarlo hasta su infierno particular donde cobrará vida gracias a ellos. El líder sale de la caja como un ser esquelético y desfigurado hasta transformarse en un humano amorfo con la cara de Aphex Twin, el mismo rostro que tienen los niños. Muestra Cunningham su inclinación siempre a la exploración de cuerpos y formas reconvertidas en seres deformes infrecuentes y espeluznantes. La TV nos engulle hasta que llegamos a venerarla, volviéndonos así seres imprecisos, sin particularidad alguna; para ella sólo somos espectadores, cifras, perdemos nuestra alma, se come nuestra alma, hasta volvernos hostiles ante las relaciones humanas y, por tanto, con nuestros semejantes.

Retrata algo tan característico de nuestra era como es el peligro de la televisión en cuanto a sus contenidos. Los adultos relegan la educación en muchas ocasiones a la TV sin darse cuenta de que no siempre lo que muestra es lo adecuado para los niños; incluso cuando de manera casi continua se les bombardea incitándolos a un comportamiento violento. Por tanto Cunningham toma las figuras de los niños como las más susceptibles ante el demonio televisivo y violentas gracias a él; destrozan todo aquello que les impide llegar hasta su líder tecnológico, como él les ha enseñado.

Entre las formas usadas por Cunningham en su videoclip podemos encontrar toda una serie de paralelismos con la cultura visual. Notablemente influenciado por los clásicos de la ciencia ficción como la mítica película de Ridley Scott "Blade Runner", los oscuros trabajos de David Lynch ("Blue Velvet", "Twin Peaks", "Lost Highway") y las obras literarias de Ballard y William Gibson, no sólo se nutrirá de tal ciencia ficción y del futurismo sino que también encontramos en su vídeo reminiscencia a la tradición. Aunque Cunningham los conciba en "Come to Daddy" como seres demoniacos, no hay que dejar de pensar que se refiere a un grupo de niños que se acercan a un ser al que adoran ante su reclamo de: "come to daddy" (ven con papi); lo que tanto nos recuerda a la imagen de Jesús rodeado de niños ante su también reclamo:

---

“Dejad que los niños se acerquen a mi: no se lo impidáis; de los que son como ellos es el Reino de Dios. Os lo aseguro, el que no acepte el reino de Dios como un niño, no entrará en él” (Mc. 10, 14-15). La imagen en Cunningham es tenebrosa, rodeada de niebla en un infierno particular, como igual puede resultar la imagen aureolada en que se representa a Jesús con los niños en la misma actitud. El ser amorfo que emerge a la vida desde la televisión aparece en ocasiones como si de una prefiguración demoniaca del *Ecce Homo* se tratase, con el gesto compungido de dolor y el torso desnudo. En este caso no retiene tristeza sino rabia por salir al exterior y captar almas, lo que serían los discípulos que la propia religión capta para sí.

El destrozo que los niños provocan en la ciudad deshabitada y desolada puede parecernos una imagen del Apocalipsis. Los nuevos ídolos ya no son los dioses que alababa el cristianismo sino los que alaba el consumismo: la tecnología. Inducen, como si fuesen demonios, la destrucción de todo atisbo de humanidad que haya alrededor, quedando las calles vacías como si del fin del mundo se tratase.

Podemos establecer analogías también entre la sonrisa misteriosa del grupo de niños y la Gioconda porque en ambos casos no llegamos a descubrir su porqué; la obra deja oculta la intención de esta sonrisa: el videoclip finaliza y nos quedamos absortos pensando en cuál será el motivo de dicho gesto.

Sin duda alguna, Chris Cunningham realiza con “Come to Daddy” uno de sus mayores logros, donde nos muestra su capacidad imaginativa unida a un innegable atrevimiento visual para hacernos ver el impacto provocado por la tecnología en la cultura moderna y en las relaciones humanas a través de todo un elenco de influencias visuales.

## Notas

[\*] Licenciada en Historia del Arte por la Universidad de Granada. Máster en Desarrollos Sociales de la Cultura Artística por la Universidad de Málaga.

Contacto con el autor: marikilla\_n1@hotmail.com

[1] Nacido cerca de Londres en 1971 y criado en una base militar americana, Chris Cunningham empezó a trabajar con sólo dieciséis años como experto en efectos especiales en los estudios cinematográficos Pinewood. Tras realizar modelos y esculturas para películas como “Razas de Noche” y “Alien 3”, su trabajo llamó la atención de toda una leyenda del cine: el mítico Stanley Kubrick. A las órdenes de Kubrick, Cunningham construyó durante año y medio robots para “AI”, un ambicioso film de ciencia ficción que el cineasta interrumpió para realizar “Eyes Wide Shut”. La paralización del proyecto supuso el estímulo que el joven necesitaba para abandonar el campo de los efectos especiales y dedicarse por completo a la realización de videoclips. Tras dirigir numerosos vídeos de bajo presupuesto fundamentalmente para grupos de la escena electrónica del Reino Unido, rueda en 1997 el clip que le confirma como el valor en alza entre los nuevos creadores del medio: “Come to Daddy”, una perturbadora pieza para el aclamado artista techno Aphex Twin (Richard D. James). Este vídeo convertirá a Cunningham en un realizador de videoclips muy solicitado pero su voluntad de trabajar sólo para artistas con los que mantiene una afinidad estética, como Portishead o Björk, le ha permitido mantenerse alejado de los nombres más comerciales de la industria musical, con la única excepción de “Frozen”, el clip con el que Madonna anunciaba su conversión a la electrónica.