

INTRODUCCIÓN GENERAL

DEFINICIONES DE VIDEOCLIP

Distintas personas que están directamente o estrechamente relacionadas con el mundo del videoclip nos definen éste así:

- Es la visión que tiene uno de la canción y que a partir de éste momento será la de todo el mundo. (Productor y realizador de Videoclips)
- Experimento o campo de experimentación, narrativo, audiovisual, o solamente estético. (Cineasta)
- Un género indispensable (Cantante)
- El videoclip es para la música lo que una película es a una novela en la que se ha basado.
- Spots, imágenes, cortometrajes (Presentador de televisión)
- Género destinado a vender música, promoción de un producto (acostumbra a ser musical)

BREVE HISTORIA DEL VIDEOCLIP

Los inicios del videoclip se remontan en el año 1975 con *Bohemian Rhapsody* de Queen. ¿La finalidad? comercializar la canción. De todos modos podemos decir que ya en los años 30 existían montajes audiovisuales para acompañar espectáculos de jazz. Como también los musicales de Hollywood que podrían despedazarse y crear piezas de videoclip, aunque no son considerados como tal porque no tienen el aspecto de promoción correcto. Las películas de los Beatles también eran videoclips de hora y media.

En 1981 se crea MTV, un canal de televisión, que se emitía desde la ciudad de Nueva York para todo el mundo. La primera emisión del canal fue el videoclip *VIDEO KILLED THE RADIO STAR* (El Vídeo mató a la estrella de radio) un tema con alto contenido simbólico para el estreno de la cadena. Vemos pues que desde 1975 con el primer montaje, hasta la creación de MTV, la creación de videoclips estuvo parada. Con

la creación de esta cadena de televisión el avance en la producción de videoclips aumentó.

No fue hasta mediados de los 80 que la programación televisiva en España empezó a emitir programas de música cuando unos de los realizadores de TVE preguntó a una presentadora si podría hacer un programa con “esas cosas que le llegan, con video y música” (el programa no tuvo mucho éxito)

En TV3 también a mediados de los 80 se emitían programas de contenido musical pero sin presentador, Miky Moto fue en TV3 el primer presentador que le dedicó un espacio íntegro a los videoclips y producciones audiovisuales destinadas a promocionar canciones.

EL VIDEO CLIP Y EL CINE

El BOOM del Video musical tiene sus raíces en 1983 con el videoclip THRILLER de Michael Jackson, aunque podría decirse que casi es un cortometraje. El videoclip se emitió simultáneamente en casi todas las cadenas del mundo la noche de fin de año. Fue un videoclip muy criticado en su tiempo por su gran coste. Ahora, los productores y expertos del videoclip critican el pésimo contenido de técnicas que caracterizan a THRILLER aun habiendo costado tanto dinero.

El videoclip consiste en desobedecer las reglas del cine y dejar la inspiración del artista correr con la cámara. A veces el propio realizador no quiere que se le entienda para que el espectador vuelva a ver ese videoclip una y otra vez y cada vez vuelva a descubrir el entramado de la historia. El videoclip es un banco de pruebas de nuevas técnicas, por ejemplo hay un videoclip de los Rolling Stones en el que ya se ven efectos que posteriormente aparecen en la película Matrix, por tanto, en este caso, no se ha innovado nada.

Muchos directores de cine han sentido curiosidad a lo largo de la historia por el lenguaje audiovisual del videoclip, ya que es un campo donde el director puede expresarse libremente sin ser juzgado por los críticos de cine, pues el videoclip es libre.

Algunas de las diferencias que hay entre el cine y el videoclip son que en el cine primero va la imagen y después la música. En cambio en el videoclip es al revés. En el video clip normalmente el artista se inspira en la música y en el cine el artista (compositor) se inspira en la imagen y en la historia. Otra diferencia sería que los planos del videoclip son de 3 o 4 segundos en cambio en el cine son mucho más largos. Moulin Rouge es una película que perfectamente podría funcionar como videoclip, podríamos decir que es un videoclip de 2 horas.

EL VIDEOCLIP, LA IMAGEN Y LA PUBLICIDAD

Los videoclips crean la imagen del grupo. También pueden crear polémica con videoclips que se consideran escándalos como por ejemplo, George Michael o Madonna.

El videoclip a veces tiene sobrecarga de estímulos audiovisuales, esto a menudo es criticado. Pero esta sobrecarga es buena si se utiliza con la justa medida y con el fin de que cada espectador pueda captar lo que quiera. De esta manera no se limita la interpretación y puede haber mundos posibles.

El lenguaje de la publicidad y de los videoclips es similar, casi todos los anuncios van acompañados de una melodía. Lo que pretende el videoclip es representar al producto, hacer que guste, por tanto consideramos que es un género comercial y como todos ellos utilizan la publicidad.

Tipos de videoclip

Hay diferentes tipos de videoclip:

- Descriptivo: son aquellos que no tienen ningún tipo de programa narrativo. Un ejemplo podría ser el videoclip Better day de Dover.
- Narrativo: son aquellos que sí contienen un programa narrativo. El cantante puede ser el protagonista mientras canta i baila. Tienen las características de un film. Por ejemplo, Christina Stürmer -Vorbei
- Descriptivo-narrativo: es una mezcla de los dos anteriores. Este tipo de videoclip tiene dos niveles, el nivel diagético y un segundo nivel donde el cantante actúa en un escenario. Un ejemplo sería The final countdown de Europe.

LAS TÉCNICAS Y LOS EFECTOS

Iconicidad

En un videoclip se suele utilizar una iconicidad fotográfica pura con tecnología cinematográfica pura, de excelente calidad técnica, en los videoclips a veces se utilizan dibujos animados que añaden un carácter informal, humorístico, anecdótico o para hacer personajes i objetos difíciles de hacer de otra manera. Últimamente hay un creciente uso de imágenes diseñadas por ordenador (sobre todo donde el ordenador es un instrumento

usado para realizar las canciones, cómo por ejemplo electrónica, dance y géneros derivados).

Colores

El color y la monocromía es usada con frecuencia, como por ejemplo, son muy utilizadas las imágenes en blanco y negro para llamar la atención del espectador. También hay clips de blanco y negro y color que suelen usarse para establecer dos niveles (pasado/presente) o dos partes (actuaciones/conciertos del grupo). También se suele insertar el color en espacios en blanco y negro con el objetivo de resaltar su importancia como también es común modificar los parámetros cromáticos, utilizando tonalidades irreales, contrastes fuertes y saturación de colores.

Iluminación

La utilización creativa de la iluminación constituye un recurso insustituible en la mayoría de los casos, potencia unos colores o tonos sobre otros y da textura a la imagen.

Planificación y montaje

En la fase de posproducción se realizan las mejores innovaciones en el aspecto audiovisual, que comúnmente se utilizan para atraer la atención del espectador.

Son frecuentes en esta fase las incrustaciones (inserción de una imagen sobre el video), el *chroma key* (que sustituye habitualmente un fondo colorido por otra imagen, como sucede en Superman) o la infografía realizada a través del ordenador (imágenes en 3 dimensiones, mundos que parecen reales pero creados con computadoras).

Estas técnicas van más lejos que el simple corte para realizar un cambio de plano, al ser el videoclip una obra muy breve las imágenes además de sucederse se yuxtaponen, se incrustan y se superponen. Ésto hace del videoclip uno de sus mayores atractivos, pues deja espacio para la libre expresión del realizador sin tener que seguir unas reglas de un lenguaje audiovisual preestablecido.

El corte o transición no gradual es el cambio inmediato de imagen sin incrustación, desaparición, superposición o efecto gradual alguno que la suavice. Esta sucesión resulta rápida e impactante y da como resultado un ritmo trepidante sin dar tregua al espectador.

El fundido encadenado de imágenes gradual es un plano o elemento que dentro de una imagen se desvanece y aparece gradualmente sobre otro plano. Este tipo de fundido no implica una elipsis temporal (como podría darse el caso en el cine), puede dar la impresión de un flujo continuo y una transición suave de imágenes.

Si el fragmento es rápido, el ritmo de cambio suele acelerarse o ir *in crescendo*. En este caso la transición de imágenes se realiza por corte o algún otro elemento (efecto visual)

que denote brusquedad o inmediatez, si el fragmento es más lento, el ritmo del cambio visual suele retardarse y suavizar la transición con lentos fundidos, encadenados, movimientos rotatorios de la cámara).

Tipos de plano, movimiento y angulación de la cámara

Los planos del videoclip no suelen caracterizarse por movimientos continuos y dilatados, el videoclip requiere un plano de mayor duración para su captación por el espectador por eso también hay una gran cantidad de movimientos donde el más habitual en el clip actual se define por su irregularidad: una agitación hacia delante como de búsqueda acompañado por una oscilación hacia los lados.

Composición y centro de interés

La composición se define como la organización de los elementos visuales dentro del campo o encuadre y se establece el lugar preferente que va a ocupar en el centro de una imagen, donde se intenta focalizar el interés y atención del espectador. El recurso más empleado para propiciar la coexistencia de múltiples centros consiste en la profundidad de campo, conseguida a través de técnicas de ordenador, que permiten dividir la imagen en distintos niveles. La utilización la imagen digital ha conseguido elementos que permite distintos niveles dentro de una imagen, que fueron separadamente sintetizados en un ordenador y, posteriormente, relacionados en posproducción. Para resaltar un objeto o persona de la imagen se suele usar la sección aurea de los tercios donde hay cuatro puntos donde se concentra, de forma natural, la atención de la mirada de un espectador.

Elementos gráficos

Es característico del videoclip la inserción de palabras, o la aparición real de objetos en los que puede leerse el título o parte de la letra de la canción con la que suele coincidir sincrónicamente.

Efectos formales visuales

En el vídeo artístico y el experimental se emplean numerosos efectos visuales con función expresiva desde sus principios como la incrustación que es la inclusión de una imagen en el interior de otra (esta solía realizarse mediante la técnica del cromakey) y la superimpresión es la función de dos puntos de vista diferentes en un mismo plano, lo que provoca una gran tensión visual nacida de la contradicción de lo que se percibe en cada uno. Superimpresión y incrustación suelen cumplir las funciones de poner en escena recuerdos, sueños, fantasías o deseos. El uso de distintos formatos dentro de una pantalla (fotografías, múltiples pantallas...) crean un efecto de irrealidad y abstracción

que aumenta el grado de imprevisibilidad, fragmentación y dinamismo tan propio del vídeo musical.

Relación música-imagen en el video musical

El elemento icónico del videoclip es creado a partir de la elección de una canción. Por ejemplo, el especial y veloz ritmo de la música de rock exige a todo el discurso un grado de aceleración máxima, un grado de cambio visual que no es igualado por ningún otro formato audiovisual de la historia de los medios icónicos. La música también ayuda a aceptar una duración eternizada a través del montaje.

Dentro de la música podemos diferenciar: la música es diegética que brota de forma natural del nivel figurativo y del tiempo de la imagen, la música extradiegética que no parte de la acción presentada en las imágenes sino que se propone como fondo, acompañamiento y finalmente de la músicaica diegética y extradiegética o bien simultáneamente (a veces la voz del cantante es diegética porque es visualizada en la acción y los instrumentos no) o bien sucesivamente según cambio de ritmo...

La temporalidad

La fragmentación y discontinuidad de las imágenes no están temporalmente unidas (el pasado, presente y futuro se pueden colocar como uno quiera)

BIBLIOGRAFIA VIDEOCLIP

- Lenguaje del videoclip, textos mínimos; Ana María Sedeño Valdellós, Universidad de Málaga.
- Il videoclip; Paolo Peverini, Meltemi, Roma.
- Trailer, spot, clip, siti, banner; Isabella Pezzini, Meltemi, Roma.
- Video musical: precedentes, orígenes y características, R. Durà, Universidad Politécnica de Valencia, 1988, Valencia.
- El videoclip como formato o género h; J.A. Leguizamón, 2001, Tesis Doctoral <http://www.fortunecity.co/victorian/bacon/1244/Leguiz.html>
- El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas; G. Lipovetsky, Anagrama, Barcelona, 1990.

- El discurso televisivo: el espectáculo de la posmodernidad; J. Gonzalez Requena, Madrid, Cátedra, 1992.
- La audiovisión: Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido; M. Chi6n, Barcelona, Ed. Paid6s, 1993.
- Music for Pleasure. Essays in the sociology of Pop, S. Frith, Cambridge, Cambridge University Press, 1988.
- Definiciones de videoclip, apartado inicial del estudio: *Inentio Video-clip: lecturas en la b6squeda del lector modelo de la videom6sica*; Mario Villagr6n Fern6ndez, Mexico D.F., 2003.
- Breve historia del videoclip, apartado introductorio del estudio: *Inentio Video-clip: lecturas en la b6squeda del lector modelo de la videom6sica*; Mario Villagr6n Fern6ndez, Mexico D.F., 2003.
- Visualizando la m6sica: la imagen en la canci6n, apartado introductorio del estudio: *Inentio Video-clip: lecturas en la b6squeda del lector modelo de la videom6sica*; Mario Villagr6n Fern6ndez, Mexico D.F., 2003.
- Videoclip musical: desarrollo industrial y 6ltimas tendencias internacionales; Ana Maria Sede6o Valdell6s, Universidad de M6laga, revista electr6nica *Ciencias Sociales Online*.
- Est6tica del videoclip musical: el formato neobarroco; Ana Mar6a Sede6o Valdell6s, 2004.
- El papel del videoclip musical en la creaci6n de la identidad juvenil; Ana Mar6a Sede6o Valdell6s, en el marco del XII Encuentro de Facultades de Comunicaci6n Social, FELAFACS, Pontificia Universidad Javeriana, Bogot6 2006.
- El videoclip como mercanarrativa; Ana Mar6a Sede6o Valdell6s, UNED, Revista Signa 16, 2007, pp 493-504.
- La creatividad en otros formatos audiovisuales: el videoclip musical; Ana Mar6a Sede6o Valdell6s, III Simposium de Profesores Universitarios de Creatividad Publicitaria, pp 391-398.

- El video-clip musical; Manuel Fandós Igado, Comunicar, octubre, número 1, Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación, 1993, PP 94-97.
- Videosfera: Fragmentación, Simultaneidad, Choque o Contraste y Modularidad en laVideosfera; Ricardo Duque, 2002.