

Videoclips

Lenguajes de la Comunicación

Carlos Scolari - Universidad de Vic

Grupo número 9

Marta Piqué

Ferran Bex

Jaume Masarnau

Introducción

El videoclip es un campo todavía poco estudiado y para realizar este trabajo hemos tenido que acudir a distintas fuentes, las cuales a menudo difieren entre sí. Hemos intentado aportar también conocimientos que hemos ido adquiriendo durante la realización del trabajo y encajar éstos en las teorías ya establecidas. Comenzaremos por explicar un poco una breve historia del videoclip contando los primeros videoclips y su aparición en la televisión en la MTV y en televisiones españolas. El videoclip se ha ido formando a partir de una mezcla entre el cine, la publicidad y la música, su cercanía con el cine tal y como demostramos con el videoclip de Michael Jackson "Thriller" y su cercanía con la publicidad ya que el videoclip sirve para crear la imagen del grupo y es creado para acercar la música al oyente y que el conozca y acabe comprando el disco del grupo o artista.

Después explicamos los distintos tipos de videoclips que existen y las técnicas que se utilizan para realización de estos, acabando con un análisis de videoclips pensando en las teorías de Greimas y de Eco.

Todos los videoclips mencionados en éste texto se pueden encontrar adjuntos en la carpeta que se encuentra junto con éste documento.

Definiciones de videoclip

Según 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 lo música lo que una película es a una novela en la que se ha basado.
- Espots, imágenes, cortometrajes (Presentador de televisión)
- Género destinado a vender música, promoción de un producto (acostumbra a ser musical)

Breve historia del video clip

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 Hoolywood 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 NY 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 ésta cadena de televisión el avance en la producción de videoclips aumentó.



Video Killed The Radio Star - The Buggles

Emisión de videoclips en España

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.



Thiller - Michael Jackson

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 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 video clip, 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.



Erotica - Madonna

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. Los videoclips don

de vemos al cantante interpretando el tema que da título al vídeo en un escenario cualquiera o los videoclips donde el cantante sale en un escenario pueden tener sensación de cronología y temporalidad pero aun así, no hay un programa narrativo.



Dover - Better Day Christina Stürmer - Vorbei Europe - The Final Countdown

Aplicación del modelo de recorrido narrativo de Greimas a un Videoclip.

Muchos videoclips se caracterizan por ser incomprensibles y esto es lo que hace que tengan un gancho y que el espectador tenga ganas de volver a verlo para conseguir interpretarlo correctamente. Por eso es difícil de que las interpretaciones de los diferentes espectadores coincidan entre sí. Sin embargo, sí hay videoclips que podemos encajar perfectamente en un esquema narrativo como puede ser el de Greimas, más concretamente los videoclips narrativos (donde se muestra una historia, a veces igual que la que nos cuentan en la canción y en otras ocasiones totalmente diferente). A menudo los videoclips que más pueden encajar en éste perfil son los videoclips de grupos de música electrónica porque es dónde el grupo deja más libertad al realizador y no suele aparecer.

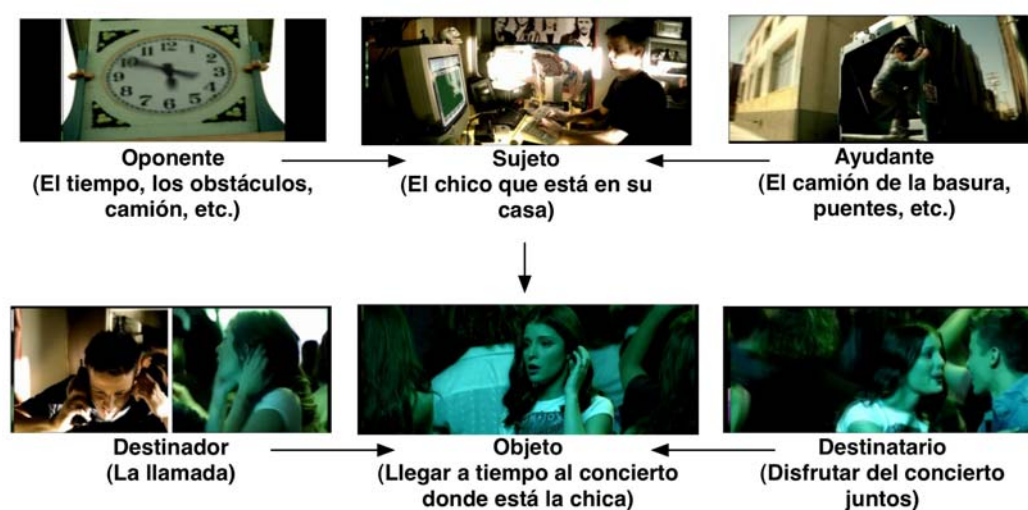
De todas formas a continuación analizaremos el videoclip de 'It's my life' del grupo Bon Jovi, según la clasificación que se nos propone en la guía presentada en clase encajaría en el grupo de videoclips descriptivo-narrativos. En él se pueden ver dos espacios que al final se juntan y hacen que éste videoclip sea descriptivo-narrativo:

El primero es un espacio narrativo donde aparece un chico en casa el cual recibe una llamada de una chica que se encuentra en un concierto. El segundo espacio es descriptivo y aparece el grupo ofreciendo un concierto delante de una multitud de jóvenes (de entre los cuales está la chica). Al final del videoclip el chico consigue lograr su objetivo, que es llegar al concierto donde se encuentra su chica y aquí es dónde se juntan ambos espacios.

Ahora que ya hemos separado la parte narrativa de la descriptiva podemos empezar a aplicar el modelo de Greimas al recorrido narrativo de éste videoclip. Para analizarlo nos basaremos en el esquema de Greimas del segundo nivel del recorrido generativo, el nivel superficial. El esquema narrativo sería:

1. Contrato: El destinador (la llamada de la chica) impone un contrato.
2. Competencia: El sujeto (el chico) deberá superar los obstáculos del camino, como son por ejemplo: los perros, los saltos, los coches, el camión y la gente que lo entretiene.
3. Actuación: de hecho todo el camino es una actuación. (La gran prueba final en el caso de Greimas)
4. Sanción: Sujeto encuentra a objeto justo a tiempo.

Y finalmente un esquema actancial del recorrido narrativo 'sujeto busca objeto' que se esquematiza en la siguiente página.



Aplicación del concepto 'mundo posible' de Umberto Eco a un videoclip

Tal y cómo decíamos en el apartado anterior, al aplicar el modelo de Greimas, los video-clips pueden ser interpretados de diversas maneras, para la aplicación del concepto de 'mundo posible' de Umberto Eco utilizaremos el videoclip de 'Do you wan't to' de Franz Ferdinand. El videoclip no narra una historia en concreto pero se compone de pequeñas acciones que transcurren simultáneamente en un mismo espacio. Así como por ejemplo al principio del video el lector empírico supone a los componentes del grupo estar cantando

tumbados en una cama, según el contexto que nos viene dado por la imagen y la música. Este mundo posible se descarta cuando las luces del local se encienden y la cámara realiza un *traveling* hacia atrás, pues no están tumbados en una cama si no que se encuentran de pie apoyados en vertical. Igualmente sucede más adelante en el videoclip cuando el lector empírico ve al cantante apoyado en la pared y supone que está haciendo sus necesidades y resulta ser al final que el cantante está limpiando una pintada en el baño.

Lógicamente el concepto de mundo posible puede ser aplicado a casi cualquier videoclip narrativo o descriptivo-narrativo pero éste nos ha parecido un claro ejemplo (es más difícil hacerlo en los videoclips únicamente descriptivos pues, no vamos a decir que carecen de esquema narrativo, pero sí, es difícil interpretar una historia aparte de la que se explica en la letra de la canción).



(Fotogramas del videoclip: *Do you want to* - Franz Ferdinand)

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 manea. 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).



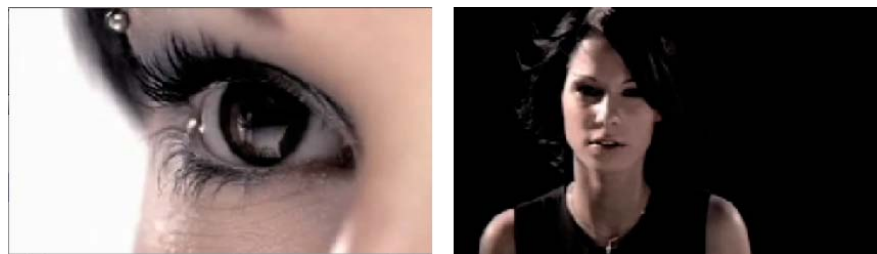
Franco Un-American - NOFX (Iconicidad)

Colores

El color i la monocronia es usada con frecuencia, como por ejemplo, son muy utilizadas las imágenes en blanco i negro para llamar la atención del espectador. También hay clips de blanco i negro y color que suelen usarse para establecer dos niveles (pasado/presente) o dos partes (actuaciones/conciertos del grupo). También se suele insetar el color en espacios en blanco i 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 de textura de la imagen.



Ich lebe - Christina Stürmer (Iluminación y colores)

Planificación y montaje

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

Son frecuentes en esta fase las incrustaciones (inserción de una imagen sobre el video), el croma 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 i 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 increciendo. 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 mas lento, el ritmo del cambio visual sue-le retardarse y suavizar la transición con lentos fundidos, encadenados, movimientos rotatorios de la cámara).



Take me out - Franz Ferdinand (Postproducción y montaje)

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 que va a ocupar ,preferente en el centro de una image, 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 postproducción. Para resaltar un objeto o persona de la imagen se suele usar la sección aurea de los tercios donde hay cuatro puntos donde se con-centra, de forma natural, la atención de la mirada de un espectador.



Geile Zeit - Juli (Composición, centro de interés y angulación de la cámara)

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.



Barbie Girl - Aqua (Elementos gráficos)

Efectos formales visuales

En el vídeo artístico y el experimentales emplearon 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 sobre-impresión 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. Sobreimpresión y la 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...



To wake hour - Dover (Relación rítmica entre música/imagen)

La temporalidad

La fragmentación y discontinuidad de las imágenes no están temporalmente unidas (el pasado, presente y futuro se pueden descolocarse a tu antojo)



Polyesterbride - Liz Phair (Temporalidad)

Bibliografía.

Reportaje sobre la historia del Videoclip - Canal 33 (Programa: SPUTNIK) - 2003

Mesa redonda del Videoclip (Universitat de Vic) - 2003 Lenguaje del Videoclip - Ana

María Sedeño Vandellós (Universidad de Málaga)