



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

263540

EL VIDEOCLIP ROCK, UNA OPCION PARA COMUNICAR.

T E S I S

QUE PRESENTAN

VERONICA LILIANA ACOSTA SERRATOS

ALMA ESPERANZA GONZALEZ DIAZ

PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADAS EN CIENCIAS DE LA

COMUNICACION

DIRECTOR PROFESOR MARIO SANABRIA ACEVEDO



CIUDAD UNIVERSITARIA.

AÑO DE 1998



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

EL VIDEOCLIP ROCK,

UNA

OPCIÓN PARA

COMUNICAR.

AGRADECIMIENTOS

"Dichosos los efímeros que podemos contemplar el movimiento como imagen de la eternidad y seguir absortos la parábola de la flecha hasta su enterramiento en la línea del horizonte."

José Lezama Lima.

Con amor:

A Martha y Víctor, mis padres, creo que este trabajo es resultado del apoyo que me brindaron, de la comprensión y de la insistencia de ustedes para concluir este ciclo, sólo me resta decirles ¡GRACIAS!

A Hugo, Diana y Sandra por ser antes de hermano, prima y tía -respectivamente- mis amigos, ilos quiero mucho!

A mis amigos de la FCPy S, por esos viejos tiempos, nunca los olvidaré: Carlos Popoca, Oscar Casillas, Tere Hernández, Carmen Cárdenas, Raymundo Carmona; así como a la incondicional amistad de Laura Aguirre y Gustavo Alba quienes nos prestaron su pc para poder concluir este trabajo.

A Mario Sanabria, nuestro asesor, quien tuvo la paciencia de orientarnos y confió en este trabajo.

A cada uno de los sinodales: Rubén Santamaría, Jorge Lizama, Salvador Mendiola y Sergio Vega por sus valiosos comentarios y el tiempo prestado a revisar este trabajo.

A ti Alma por compartir esos, aquellos y todos los momentos conmigo, y sobre todo este tan importante, pero principalmente por ser mi **AMIGA**.

"El ideal al que todos aspiran y muy pocos pueden conquistar: alcanzar la unidad mediante la complementariedad"

Antonio Velasco Piña, Regina.

Y por último a mí misma (Liliana), pues con la fortaleza que he adquirido a lo largo del túnel solitario de la vida y el amor, no lo hubiera logrado.

"...Cuanto nos proponemos hacer debería ejecutarse en el instante mismo en que lo deseamos; porque la voluntad se altera fácilmente, se debilita y se entorpece..."

Shakespeare, Hamlet.

AGRADECIMIENTOS:

Este es el final de una historia y el principio de otra.

Gracias a todos esos personajes importantes que se involucraron en mi vida.

ALMA.

A mis padres, Alma y Misael por su apoyo incondicional, su respeto a mis ideas y por el amor que me demostraron siempre.

A mis hermanos, Jani, Atzimba, Zirat y Misael, por ser mis mejores amigos. Los quiero mucho.

A mis amigos:

"Amigos son aquellos extraños seres que nos preguntan como estamos y se esperan a oír la contestación"

"Ed Cunningham"

Liliana: No pudo haber otra persona mejor que tú a mi lado en éste momento. Gracias por ser mi cómplice.

A Laura Aguirre por ser la voz de la conciencia en momentos importantes y a su esposo Gustavo, por su paciencia. ¡Ah!, gracias por su computadora.

Carlos Popoca, Tere Cermeño, Oscar Casillas, Carmen y Raymundo, Gerardo Jaime, Marco Antonio, Enrique Pérez, Arturo Altussar, Luisillo y Ricardo, gracias por los momentos que pasamos juntos. Gracias por su amistad.

A mi asesor, Mario Sanabria Acevedo, por haber sido la primera persona que confío en nosotras y en nuestro proyecto.

Y de manera especial agradezco a los profesores, Rubén Santamaría, Sergio Vega, Salvador Mendiola y Jorge Lizama por su tiempo dedicado a la revisión de nuestra tesis y por sus importantes comentarios. Mil gracias.

INDICE

INTRODUCCIÓN

PRIMERA PARTE:

PRIMERO LO PRIMERO

1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS.

1.1 CINE.

1.2 TELEVISIÓN.

1.2.1. TELEVISIÓN EN MÉXICO.

1.3 DIFERENCIAS Y SEMEJANZAS ENTRE EL
CINE Y LA TELEVISIÓN.

2. CON RUMBO AL VIDEOCLIP: EL MEDIO VIDEO.

2.1 ELEMENTOS CONSTITUTIVOS.

2.2 EL VIDEOCLIP ¿PORQUÉ SURGE?

2.3 ¿QUÉ ES UN VIDEOCLIP?

2.3.1 MODALIDADES DEL VIDEOCLIP.

2.4 LA PARTE VISUAL.

SEGUNDA PARTE:

LA MÚSICA ALIMENTO DEL ALMA.

3. LA MÚSICA COMO ESTÍMULO JUVENIL.

3.1 EL GOLPE FUERTE DEL VIDEOCLIP:

LA MÚSICA.

3.2 LA MÚSICA ROCK.

3.2.1. LOS DISTINTOS GÉNEROS.

4. RESPUESTA DE LA JUVENTUD FRENTE AL
VIDEOCLIP ROCK.

4.1 MTV COMO CANAL EXCLUSIVO

PARATRANSMISIÓN DE VIDEOCLIPS.

4.1.1. MTV LATINO

(CASO ESPECÍFICO MÉXICO).

4.2 MTV Y SU INFLUENCIA EN LOS JÓVENES.

5. EL CASO DE MÉXICO.

5.1 EL VIDEOCLIP EN MÉXICO.

5.2 MANIFESTACIÓN DEL VIDEOCLIP EN MÉXICO

5.3 ¿QUIÉN HACE VIDEOCLIP EN MÉXICO?

6. FESTIMONIOS.

6.1 SERGIO SATO.

6.2 ALFREDO CRUZ.

6.3 ARTURO ZORRILLA.

6.4 OSCAR.

6.5 PROFESOR JOSÉ VÁZQUEZ PUGA.

TERCERA PARTE:

MANOS A LA OBRA.

7. PROCESO DE PRODUCCIÓN.

7.1 PRE-PRODUCCIÓN.

7.1.1 GUIÓN.

7.1.1.1 GUIÓN LITERARIO.

7.1.1.2 GUIÓN TÉCNICO.

7.1.1.3 STORY BOARD.

7.2 PRODUCCIÓN.

7.3 POST-PRODUCCIÓN.

8. CONCLUSIONES.

ANEXO.

BIBLIOGRAFÍA.

HEMEROGRAFÍA.

INTRODUCCION.

Una de las primeras formas de comunicar "algo" a los demás fue a través de una imagen representada en los dibujos de las cuevas de la antigüedad, también se acompañaba de señas, sonidos, movimientos; de esa manera los primeros hombres se narraban una historia de principio a fin, y conforme ha pasado el tiempo, han variado y creado nuevas formas de comunicar. Desde la fotografía, pasando por la prensa, el cine, la radio y la televisión, así como el video. Todos estos medios, en su momento, han sido elementos para transmitir ideas, vivencias, sensaciones.

Este trabajo se enfocará al caso específico del video, por ser el medio que a partir de la década de los sesenta, modificó la producción tanto en cine como en televisión.

De las múltiples ventajas que tiene como uso el video, se hablará del videoclip, elemento conformado de imágenes que narran un relato basado o acompañado de la música y letras de los grupos o cantantes con los éxitos del momento.

Esta investigación pretende demostrar la influencia del medio masivo videoclip sobre la juventud de nuestra sociedad por ser esta etapa de la vida, la más vulnerable al contexto que le rodea. El videoclip requiere de la música, éste es un elemento culturizador, elimina las barreras del idioma, crea una hermandad en los escuchas de todo el mundo, por eso se dice que la música es un idioma universal.

El caso particular de esta investigación contemplará el videoclip, con base en el género musical rock, que es la música a través de la cual se ha logrado romper con lo establecido y permite nuevas formas de expresión en un sector de la población que se encontraba rezagado, nos referimos a la juventud.

El rock aparece en la década de los cincuenta y toma mayor fuerza en los sesenta, al mismo tiempo se introduce la tecnología del video a la televisión; y para esas fechas

empiezan los inicios del videoclip como resultado del gran impacto generado por los conciertos masivos de grupos musicales, se graban en cintas de video-tape, las presentaciones en vivo de los grupos del momento.

Al videoclip, la tecnología lo mejora y facilita conforme pasa el tiempo. Ahora se le insertan mayor cantidad de efectos tanto digitales como computarizados, logrando una gama ilimitada de presentaciones.

Es por ello, el gran impacto que causa en los jóvenes los videos, al conjugar elementos que acaparan su atención: imágenes, efectos especiales, su grupo o cantante favorito.

El videoclip es un medio influenciador en la conducta de la juventud, pues refleja sus inquietudes, y es por eso que desea imitar a sus ídolos.

El presente trabajo de investigación se encuentra dividido en tres partes, a forma de capítulos, y conclusiones, junto con las referencias bibliográficas, y un anexo.

En la primera parte titulada **Primero lo primero**, se hablará de los medios masivos de comunicación que dan creación al videoclip; es decir a sus antepasados haciendo un poco de historia de como van surgiendo. Esto con la idea de conocer aquellos elementos que fueron adoptados y retomados por los videos musicales, y como a partir de ellos éstos liberan una nueva forma de contar una historia, caracterizada por su agilidad narrativa. Se desarrollan los elementos que conforman al clip, tanto en su lenguaje audiovisual como en su lenguaje musical, así como el motivo que lo origina y cómo se crea un videoclip.

La segunda parte titulada: **La música alimento del alma**, en donde hacemos énfasis a la música como elemento principal de expresión de los jóvenes, así como parte fundamental e integrante del videoclip, cuya aceptación en todos los niveles sociales, ha permitido que se conforme en un lenguaje universal. Se mencionan las características de la música rock como elemento principal del video musical, y ser este género el de mayor consumo, así como la

actitud del joven frente a éste. También se refiere al canal exclusivo de transmisión de video clips las 24 horas del día los 365 días del año: **MTV**, su influencia e importancia a nivel mundial. Al igual se hace referencia a **MTV Latino** con el enfoque para la población de habla hispana. En México existen dos empresas que contienen la programación de este canal, la compañía de cable, Cablevisión, y Multivisión su transmisión la realiza a través de microondas.

Se habla también del caso de México junto con los realizadores en la producción de videos musicales, y cómo han evolucionado. Para lo que se llevaron a cabo varias entrevistas a gente involucrada en la producción de esta variante comunicativa: el videoclip, con la finalidad de obtener enfoques desde diversas perspectivas, tanto la teórica como la práctica, y así ampliar la visión y el concepto que se tiene de esta nueva forma narrativa.

En la última parte del trabajo **Manos a la obra**, se plantea el desarrollo del proceso de producción de un videoclip. Se describen funciones y la importancia de cada miembro del equipo de producción. La elaboración del guión, la grabación y la edición, último paso para obtener el resultado que vemos en la televisión.

En resumen, la investigación gira en torno a los antecedentes, evolución y elementos que constituyen al videoclip: la imagen y a la música rock, cada uno con un gran impacto sobre el joven que observa **MTV**, *Music TeleVision*, canal de transmisión exclusivo de videos musicales, para así demostrar la importancia de esta vertiente, y tener en cuenta que es una opción más para comunicar.

PRIMERA PARTE:

PRIMERO

LO

PRIMERO.

PRIMERO LO PRIMERO.

Para entender un videoclip, tenemos que regresar a sus raíces, en este caso y por orden de aparición se habla primero del cine, y en segundo de la televisión. Se mencionan juntos por ser ambos los medios audiovisuales de los cuales el clip se crea. Pero se tocan por separado por ser cada uno, lo suficientemente importante y así distinguir lo que los videos musicales retoman de ellos.

El videoclip es una fusión de la técnica del cine y la televisión. Recurre a estos medios en su lenguaje audiovisual, tomas, planos y movimientos de cámara. Depende en cierta forma - principalmente de la televisión- por ser el sistema de transmisión, en donde podemos observar al video musical; y del cine porque en muchas ocasiones se realiza un clip con esta técnica.

Se hace referencia al cine y a la televisión por considerárseles los antecesores del videoclip en cuanto a discurso narrativo, pues éste retoma del primero sus planos, encuadres; así como la calidad de imagen que brinda por utilizar el principio de la fotografía. Y, de la televisión adquiere la funcionalidad que ésta ofrece: la instantaneidad de llegar su mensaje en el momento requerido o retransmitido y eso se debe al video-tape, permitiendo grabar con anterioridad o repetir las veces que se quiera un programa o clip.

Por otra parte, ambos medios, cine y televisión, penetran en un gran número de personas. Son considerados dentro de los medios de comunicación, los de mayor impacto. Cabe mencionar que ingresamos en el campo de las comparaciones con la finalidad de tener un parámetro de desarrollo de los medios audiovisuales más importantes: cine y televisión. El videoclip, también obtiene de ambos las mejores características para su desarrollo, pues como base principal conjuga dos elementos de gran poder en la subjetividad del individuo: la música y la imagen.

~~Se hablará del videoclip y su forma de realización, porque surge, qué es, para más adelante intentar reflexionar sobre su forma de penetración en el público.~~

El medio video encierra diferentes acepciones de acuerdo al tema en que esté presente; donde técnicamente es considerado como una señal eléctrica que agrupa imágenes y, en el área de la comunicación ha aportado la posibilidad de un lenguaje propio heredado del cine y la televisión que se pone de manifiesto en el videoclip.

Se abordará el tema de los elementos constitutivos: movimientos de cámara, encuadres, planos, ángulos todos ellos con la finalidad de crear sensaciones en el espectador y que interrelacionados conforman el lenguaje del videoclip, caracterizado por la agilidad de su narración visual.

El videoclip es una variante de narración visual que ha logrado un éxito como apoyo publicitario, y como medio de expresión ha logrado que miles de jóvenes se identifiquen y comuniquen a través de su música e imágenes, la cual nos hace ver la forma en que las nuevas generaciones ven al mundo.

Música e imagen podría ser la definición de videoclip, para ello se analizará el origen de los videos musicales, para conocer bajo que condiciones surgen y su evolución desde el concepto en la película Fantasía de Disney, donde se pone de manifiesto por primera vez la sincronía de la imagen con la música, base primordial de lo que es un videoclip, para reforzar este punto se profundizará en la importancia del aspecto visual, pues son las imágenes la evidencia de nuestro mundo, y las nuevas generaciones las asimilan con la ayuda de las innovadoras formas narrativas como lo es el clip.

En resumen, Primero lo primero, porque así se comprenderá el origen de una nueva forma de narración como lo es el videoclip, que ha causado gran impacto, con su público consumidor, por la novedad del lenguaje audiovisual.

1. ANTECEDENTES HISTORICOS.

Para entender mejor la aparición del videoclip como una variante de un medio de comunicación, es importante hablar de los medios que lo antecedieron siendo el caso del cine en primera instancia, y en segundo la televisión. Ambos medios aportaron el lenguaje audiovisual que retoma el clip, aunque éste a su vez ha agregado algo de su propio lenguaje como lo son las tomas rápidas.

Comprender al videoclip es saber que la comunicación es un proceso evolutivo, del cual éste es el resultado de la fusión de ambos medios: cine y televisión, es conocer asimismo la necesidad de comunicación de las nuevas generaciones, que requieren de una mayor cantidad de información y que retoman de los diversos medios: radio, prensa, el cine y la televisión. Si al cine lo antecede la fotografía, a la televisión la antecede el cine, son resultado de la evolución de la comunicación.

La comunicación, desde tiempos de la prehistoria, ha sido un instrumento del hombre para interrelacionarse con sus semejantes, cambiando así su entorno de una manera colectiva, facilitándose su subsistencia. El hombre ha utilizado la tecnología, que es un reflejo de su inteligencia, para que el proceso comunicativo sea cada vez más simple y claro a nivel mundial. Ha creado formas distintas de comunicación, que al igual que él han ido evolucionando hasta llegar a ser más objetivas, con el fin de que su información llegue al mayor número de personas.

Conforme el hombre amplía el campo de las relaciones humanas, la comunicación se vuelve más compleja, de tal forma que el individuo crea diversos medios de comunicación para que así, la información penetre a un mayor sector de personas.

En base a las diversas formas de pensar y tomando en cuenta los diferentes intereses de los individuos, la comunicación se divide según los canales o medios de transmisión del mensaje:

1. **Comunicación interpersonal:** Es aquella en donde la comunicación es entre dos personas, es decir cara a cara íntima y directa.

2. **Comunicación grupal:** La podemos ubicar en pequeñas comunidades como son la familia, los amigos.

3. **Comunicación masiva o colectiva:** se concibe a través de emplear los canales anteriores; también hace uso de los medios impresos y los medios audiovisuales: cine, radio y televisión¹

En los primeros dos medios se utilizan los mismos canales de transmisión que son: la palabra oral o escrita, las señales audibles, visuales (gráficas) o perceptibles por otros sentidos; y la comunicación mímica.

Por otra parte en el tercer canal de difusión de la comunicación masiva o colectiva, el cine fue el primer medio de transmisión audiovisual (1896), propiamente dicho, incluía elementos como la música, una imagen ágil que pretendía captar la atención total del espectador y por consiguiente representaba una importante vía de comunicación. Objetivo que surgió mucho tiempo después; puesto que el cine nace como mero medio de entretenimiento.

A principios de la década de los treinta, aparece la televisión como una nueva forma de ver imágenes en movimiento pero en la comodidad del hogar, cuando John Logie Baird pone en operación la primera emisión regular de televisión el 10 de septiembre de 1929 en los estudios BBC (British Broadcasting Corporation) de Londres². Es así que la televisión, conjuntamente con el cine, han logrado crear una nueva forma de expresión a nivel visual como lo es el videoclip, por tanto se retomará en forma breve el origen de dichos medios, cómo son creados y para qué fueron utilizados.

¹ ADAME, Goddard, Lourdes. *Guionismo*, p. 12-

² GONZALEZ Treviño, Jorge E. *Televisión y comunicación: Un enfoque teórico*, p. 23.

Por su parte la radio aportó nuevas formas de expresión, en cuanto a improvisación de diálogos y formas de atraer la atención de los oyentes por medio de las diversas técnicas de producción, refiriéndose con esto a los efectos especiales, a la evolución del guión a lo largo de la historia de la radio. En la actualidad la radio ha logrado consolidarse como uno de los medios que más atraen la atención de la juventud, ya que siempre ha sido uno de los canales de comunicación donde se ha apoyado la música rock. Además, la forma de promocionar una canción en radio contempla la transmisión en televisión del video musical para reafirmar la interpretación.

Existe otro tipo de transmisión de la comunicación que se origina de dos o más medios; conocida como la *Comunicación Mixta*. A esta extensión, nacida de los medios de comunicación cine y televisión, pertenece el tema de tesis, el videoclip, que en su producción presenta similitudes con el cine, tanto en su lenguaje musical como en su lenguaje audiovisual. Anteriormente mencionábamos el objetivo que tenía el cine en sus orígenes, primeramente surgiendo como medio de recreación y que poco a poco se ha ido puliendo, con una visión bastante amplia de los productores que lo han perfeccionado. Logrando conformarse como un medio de comunicación bastante realista, por tal motivo lo ha retomado el videoclip, permitiendo mostrar las inquietudes de los jóvenes de hoy.

A través del videoclip el joven busca una adhesión social, ya sea por moda, necesidad o por el contrario, para expresar su inconformidad familiar, política y social que le aqueja; pues toma de la música y la imagen su poder de convencimiento. El clip, así logra resultados extraordinarios en su aceptación, y en el campo de la publicidad obtiene un alto rating de ventas de los discos.

A su vez como una nueva vertiente de un medio de comunicación, principalmente entre los jóvenes, el videoclip ha logrado transmitir, emociones, conflictos mundiales y todo una problemática político social, representada por grupos musicales y en las letras de las canciones expresadas en un lenguaje musical y visual. Hoy en día es considerado un lenguaje universal entre las nuevas generaciones.

Así podemos mencionar que desde las pinturas rupestres donde se narran diversas historias, hasta el videoclip, también con una historia, nos hemos dado cuenta que el hombre se comunica con imágenes porque éstas dicen más que las palabras.

1.1 CINE

El primer canal de transmisión visual, se pone de manifiesto con el cine a finales del siglo XIX. El espectáculo era la culminación de los esfuerzos de muchos inventores físicos y químicos al "ponerse de moda" los llamados *discos mágicos*, que consistían en un disco móvil que giraba dentro de otro fijo con una abertura donde aparecían una serie de dibujos, produciendo la sensación de movimiento.

Poco a poco y conforme a los nuevos descubrimientos como los reflectores y las "linternas mágicas"³ se comenzaron a proyectar dibujos en una pantalla. Hemos visto que en un principio los inventores apoyaban sus experiencias móviles en dibujos. Sin embargo para que naciera el cine propiamente dicho, era necesario utilizar la fotografía⁴ la cual se patentó en el año de 1839 por el gobierno francés, quien a su vez lo había adquirido de Mandé Daguerre y los sucesores de Nicephore Niepce.

En Inglaterra (1888-1890) Le Priece y Friese Greene, logran proyectar sus cintas en una pantalla con la novedad de que las cintas perforadas daban fijeza a las imágenes para una buena proyección.

El francés Emile Reynaud en 1888, mejorando el disco mágico, contribuye con un nuevo elemento, el color, en los dibujos animados, considerándose el creador de esta nueva forma de animación.

Los intentos de plasmar las imágenes fotográficas en movimiento, se concretan cuando Thomas Alva Edison patenta en 1891 el cinetoscopio, siendo el precursor de las cámaras

³ SADOUL, George. Historia del cine mundial, p. 6.

⁴ Ibídem.

que le sucedieron. También aportó la creación de la anchura de la película de 35mm adoptada internacionalmente.

Pero es hasta 1895, un 28 de diciembre en la ciudad de París, en el Gran Café de la calle de las Capuchinas, siendo el cinematógrafo de los hermanos Louis y Auguste Lumiere el que obtiene éxito con sus representaciones fílmicas públicas. A partir de ese entonces implantan en todo el mundo el nombre de su invento: el cinematógrafo y sus abreviaturas cinema, cine, kino, etcétera.

La invención continuó evolucionando, y por ello, el cine mudo dejó de ofrecer interés a sus seguidores, esto sucedió cuando Louis Lumiere y George Melies habían ingenuamente sonorizado algunos filmes pronunciando palabras detrás de pantalla. Por su parte, Charles Pathé en 1900 había realizado proyecciones fílmicas cantadas en vivo.⁵

Sin embargo, es hasta la invención de la telegrafía sin hilos, y después con la radiofonía, cuando se solucionó el problema del cine hablado, creándose el registro eléctrico por micrófono y la amplificación por lámparas triódicas.⁶

Las empresas propietarias del nuevo invento patentado fueron: La General Electric-Western, (norteamericana) y la A.E.G.-Tobis Klangfilm (alemana)⁷

La compañía norteamericana Western, presentó ante las grandes firmas productoras como la Paramount, la Loew-MGM, Fox, RKO (Radio-Keith-Orpheum), Universal, Columbia, United Artists la innovación del cine sonorizado, sin obtener resultados. Siendo el pequeño negocio de los hermanos Warner, quienes con gran visión se interesan en el nuevo procedimiento que les permitiría sustituir las orquestas por altavoces en las salas.⁸

⁵ Ibidem, p. 209.

⁶ Ibidem.

⁷ Ibidem.

⁸ Ibidem.

Es con el éxito obtenido de la película sonora "Jazz Singer", hablada y cantada por Al Jolson, dirigida por Alan Crossland y producida por la empresa Warner Brothers, y que se representó el 23 de octubre de 1927, cuando las demás compañías en Hollywood emprenden la compra de las patentes sonoras.⁹

En 1929, se produce la primera película cien por ciento hablada: "Lights of New York".¹⁰

En sus inicios el cine sólo era un pasatiempo, manejaba temas cotidianos sin importancia; reiteraba más la novedad del movimiento que el contenido. Es con David Wark Griffith cuando el cine empieza a crear su propio lenguaje, es decir aporta planos y los adecua a los requerimientos de la acción.

Por su parte, Sergei Mijailovitch Eisenstein, perfecciona el ritmo cinematográfico al combinar los planos con una precisión musical, a lo que él se refería con: *"Todos conocemos una partitura de orquesta... Cuando pasamos de esa imagen de la partitura instrumental a la de la partitura audiovisual, se hace necesario agregar una nueva parte: un 'pentagrama' de visuales, sucesivas, que se corresponden, de acuerdo con sus propias leyes, con el movimiento de la música y viceversa."*¹¹. Algo similar ocurre con los videoclips, que en base a la música se crea la edición.

Para mediados de la década de 1930 y principios de los años cuarenta, el auge de un nuevo medio de comunicación, nos referimos a la televisión, tanto en Estados Unidos como en Europa vino a desplazar en gran medida al cine, debido a las ventajas que ésta ofrece.

1.2 LA TELEVISIÓN

La televisión no surge por arte de magia, es producto del esfuerzo y cooperación de muchas personas con diferentes especialidades, es resultado de una creación colectiva.

⁹ *Ibidem*, p. 210.

¹⁰ *Ibidem*, p. 211.

¹¹ EISENSTEIN, Sergei M. *El sentido del cine*, p. 56.

La televisión es considerada por muchos estudiosos como un buen medio de comunicación, además ha significado también un buen negocio. Sin embargo, es importante conocer la significación social-comunicativa de ella, y que puede ser usada para diversas formas de entretenimiento.

La palabra televisión se deriva del griego *tele* que significa lejos y del latín *video ver*, consiste simplemente en la conversión de rayos luminosos a ondas eléctricas, las cuales se transmiten luego a un receptor que a su vez los convierte en rayos luminosos visibles conformando una imagen.

La televisión constituye, desde un punto de vista técnico, un sistema electrónico de grabación de imágenes y sonidos y reproducción de los mismos a distancia.¹²

La primera transmisión adecuada de la imagen se logró con la aportación de Vladimir Zworykin, el iconoscopio, tubo de rayos catódicos capaz de analizar una imagen a la velocidad de la luz. El iconoscopio y el cinescopio, tienen la función de decodificar el mensaje enviado, reconstituyendo la imagen original en pantalla fluoroscópica, creando los elementos esenciales del sistema de televisión.

La televisión padeció en un principio del conocido daltonismo, sin embargo para el año de 1939, el ingeniero mexicano Guillermo González Camarena inventa el sistema de televisión cromática, basada en tres colores: rojo, verde y azul.

El principio fundamental de la televisión es la fotoelectricidad, de esta parten las bases para la configuración de este medio.

El punto de partida del sistema televisivo es la imagen electrónica, principal soporte de la comunicación visual, aunque se apoya en imágenes fotográficas y cinematográficas fundamento o complemento de su programación.

¹² SOLER, Llorenç. *La televisión una metodología para su aprendizaje*, p. 23.

La televisión es un medio que ha propiciado con su capacidad de difusión, la ruptura de toda barrera espacio-temporal en la comunicación, extendiendo el campo de conocimiento, comprensión de la realidad y ha aportado además a los medios de comunicación audiovisuales una mayor ilusión de inmediatez.

La televisión es para muchas familias -en todo el mundo- el centro de reunión. Su capacidad de atracción es indudable; además es el medio perfecto para transmitir a través de él tendencias, modas, lenguajes, sus imágenes reflejan lo actual y la comunicación se vuelve más poderosa cuando es apoyada por un medio audible.

" Por lo demás, es evidente que el hombre contemporáneo se ve asaltado por todas partes no solamente por innumerables excitantes visuales -entre los cuales debemos situar las imágenes filmicas-, sino también por innumerables excitantes auditivos,... Por lo tanto, puede considerarse el nuevo mundo de la expresión en el cual entramos, al mismo tiempo desde el punto de vista de lo visual y de lo auditivo."¹³

En resumen se puede decir que la televisión es el medio de entretenimiento más importante de la época contemporánea, ofrece una gran variedad de programas para los diversos públicos. Entre las variantes de acceso a programación distinta a la que podemos observar por transmisión aérea, se encuentra el sistema de televisión por cable, en México existe la compañía Cablevisión que ofrece este servicio, en tanto que Multivisión lo hace a través de microondas; ambas empresas además de aportar una mejoría en la imagen, su programación ofrece una mayor variedad transmitiendo canales exclusivos que van desde 24 horas continuas de películas, caricaturas, series y aquellos de índole musical como lo es **MTV** con su programación continua de videoclips.

El principal interés de este trabajo es plantear la fuerza e importancia del videoclip que es considerado una extensión de la televisión, por utilizar el mismo mensaje y lenguaje pero con

¹³ COHEN-SEAT, Gilbert. *La influencia del cine y la televisión*, p.24.

algunas diferencias importantes en la imagen que se mencionarán más adelante para reforzar las cualidades particulares del video.

1.2.1 LA TELEVISION EN MEXICO.

La televisión en México opera desde sus inicios con el sistema comercial-privado, esto se debe a que el ingeniero González Camarena recomendó dicho sistema (copiado de los Estados Unidos), debido a que consideró que era el sistema que tenía las mejores especificaciones técnicas, para transmitir la televisión. De tal manera que los experimentos realizados en nuestro país se habían efectuado sobre la base de éstas especificaciones de operación técnica estadounidense y dieron origen a la primera estación experimental de televisión, XHIGC que se inauguró el 7 de septiembre de 1946 y transmitía solamente los sábados en la Ciudad de México.¹⁴

El 31 de agosto de 1950 se inaugura la primera televisora comercial, XHTV canal 4 propiedad de Rómulo O'Farril, e inicia su transmisión regular, el día 1º de septiembre con el 4º Informe de Gobierno del Presidente Miguel Alemán. A finales de octubre del siguiente año, XEWTV canal 2 propiedad de Emilio Azcárraga Vidaaurieta, empieza esporádicamente a salir al aire, y es hasta el 21 de mayo de 1951 cuando presenta su programación en forma. Un 10 de mayo de 1950, XHGC canal 5 propiedad del ingeniero Guillermo González Camarena es inaugurado, pero sus actividades en forma comienzan el 18 de agosto de 1952.¹⁵

El 26 de marzo de 1955 se integra el consejo de Telesistema Mexicano S. A. hoy Televisa, con la unión de los tres canales: 2,4 y 5.

¹⁴ GONZALEZ, Fernando. *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, p. 23.

¹⁵ GONZALEZ Treviño, Jorge. *Op. Cit.*, p.30.

Es para el año de 1958 cuando la estación XEFBTV de la ciudad de Monterrey, afiliada a Telesistema Mexicano (hoy Televisa), adquiere de la empresa AMPEX, la primera máquina de video-tape en México. *"El video tape de dos pulgadas, por supuesto que blanco y negro, había llegado... permitió ver un poco la ceremonia de inauguración de los Juegos de Tokio gracias a la combinación del video tape y el satélite..."*¹⁶

Con la introducción del video-tape en nuestro país la producción televisiva permitió la grabación y edición de programas reduciendo al mínimo los errores en ellos. Al mismo tiempo es, un instrumento técnico que permite una extraordinaria expansión económica de la empresa, pues se pueden enviar series a otros países.

** Telesistema Mexicano comienza a exportar programas a Latinoamérica y los Estados Unidos, principalmente telenovelas grabadas en video-tape. El primer programa grabado en video-tape se difundió el 3 de abril de 1959: Puerta de suspenso. Para el año de 1966 se transmite por canal 4 el primer programa a color: Escaparate 360*¹⁷.

Para el 20 de mayo de 1969 la Secretaría de Comunicaciones y Transportes otorga a la empresa Cablevisión, S. A., filial de Televisa, concesión para operar en la Ciudad de México el servicio de televisión por cable.

La televisión vía cable o CATV es un sistema de transmisión de señales que no ocupa la transmisión por aire, sino por cables coaxiales*. Nace en 1949 en Landsford, Pennsylvania, E.U. a raíz de que la transmisión abierta no era recibida en zonas lejanas o zonas que se encontraban rodeadas por montañas donde llegaba una imagen confusa o deformada. El sistema consta de recoger la señal por medio de las instalaciones tradicionales y se transfiere después por cable: amplificadores, que ajustan la emisión a su debido alcance obteniéndose así buenas imágenes.

¹⁶ CARRANDI Ortiz, Gabino. Testimonio de la Televisión Mexicana, p. 128.

¹⁷ MEJIA Barquera, Fernando. Televisa el quinto poder, p. 29

* Aunque en ocasiones sí lo hace. Es decir, transmite vía aérea hasta un punto elevado, por ejemplo una montaña y a partir de ahí vía cable coaxial y distribuye la señal hacia lugares más bajos que no tienen línea de vista.

Para Ivano Cipriani, en su libro *La Televisión*, con respecto al sistema de transmisión por cable dice que: *"penetra en las estructuras sociales, económicas y políticas y en la de la familia y de la organización cultural de un país, determina contragolpes en todos los aparatos ideológicos prefigura nuevas modalidades de vida y nuevos tipos de relaciones humanas: cambia la calidad de vida"*.¹⁸

En México, el crecimiento de la televisión por cable se da a partir de 1970 a 1975 con un crecimiento del 39% al año. Para 1985 el país tiene 74 ciudades con servicio de transmisión por cable, aproximadamente 1 millón 800 mil de mexicanos que cuentan con dicha prestación. Es en 1986, cuando Cablevisión empieza a transmitir un canal de videoclips¹⁹: **MTV** del cual se hablará más adelante y es punto importante en esta investigación. Este servicio de televisión por cable se puede obtener a través de una suscripción y de una renta mensual.

Otra empresa que transmite programación extranjera es Multivisión, pero opera diferente a Cablevisión ya que su sistema de transmisión es por vía aérea. Ambas compañías cuentan con paquetes de diferentes tarifas, las cuales están directamente relacionadas con el número de canales que se quieran contratar. Ambas empresas adquieren la concesión del canal, pues **MTV** vende la señal a la empresa que se lo solicite.

1.3 DIFERENCIAS Y SEMEJANZAS ENTRE EL CINE Y LA TELEVISION.

Es bien sabido que con el advenimiento de la televisión, el cine sufrió un desequilibrio en producciones debido a la pérdida de consumidores, que poco a poco se sintieron atraídos por la novedad que representaba este nuevo medio de comunicación.

¹⁸ CIPRIANI, Ivano. *La televisión*, p. 87.

¹⁹ CROVI Druetta, Delia María. *La televisión por cable: el caso mexicano*, p. 4 y 5.

Por ello se hará mención a las diferencias y similitudes de ambos medios, más que comparación, para conocer las virtudes de cada uno de éstos y su aportación a las nuevas tendencias audiovisuales, tal es el caso del videoclip.

Por orden de aparición entre los medios audiovisuales se hablará en primer término del cine.

Asistir al cine implica un rito, es decir, seleccionar la película de manera personal, en pareja o en familia, salir de casa; dirigirse a la sala cinematográfica, llegar a tiempo, encontrar el mejor lugar y la disposición para disfrutar de la proyección.

En sus inicios, el cine surge como un medio de entretenimiento o pasatiempo, pues sus primeras realizaciones eran demasiado banales, sin embargo, con el tiempo y debido a las producciones con carácter reflexivo, han exigido al espectador una mayor participación subjetiva.

El medio cinematográfico da paso a un proceso de reflexión por parte del espectador, gracias al entorno que rodea al espectáculo: la oscuridad de la sala ofrece un mayor grado de concentración y por tanto, en menor medida distracción. Las imágenes al no ser tan explícitas implican una gran participación y esfuerzo mental del público.

El cine es un proceso foto-químico, es decir: a través de químicos especiales, la imagen surge. A diferencia de la cinta de video que no requiere del proceso de revelado. La fidelidad de la imagen es mucho mejor en cine, debido a la consistencia de la película, ya que cuando es más fino el grano es mejor la definición y existe una mayor nitidez en la imagen.

El cine es un acto comunitario pues se observa de manera colectiva. Además la dimensión de la pantalla, y por tanto de la imagen, crea diversas sensaciones y reflexiones al espectador.

Con el tiempo el cine ha dado a conocer su potencial para comunicar mensajes e influir en las personas, debido a las circunstancias que implica estar en una sala cinematográfica: la oscuridad evita interrupciones, el tamaño de la pantalla provoca una mayor concentración e impacto, el cual es apoyado con el sonido adecuado que dará mayor fuerza a las imágenes.

Por su parte, la televisión comenzó más como un juguete y una novedad que como una contribución seria, o incluso popular, a la vida social. Toma prestados elementos de todos los medios existentes, y casi la totalidad de sus contenidos más populares son sucedáneos de películas, noticias y deportes.

La innovación más importante de la televisión sería el relato u observación directos de los acontecimientos en el momento en que se producen. Es el medio que ha tenido mayor impacto a través de la historia pues su mensaje puede llegar rápidamente a millones de personas en el momento mismo de los hechos.

Su base es el aparato televisor, algo tan común que en muchos hogares del mundo no puede faltar. Además está siendo transformado por la llegada de las nuevas tecnologías como la transmisión por cable y los aparatos de videograbación, así como la aparición de las imágenes de alta definición, el sonido estereofónico y la transmisión digital.²⁰

La televisión a diferencia de los medios impresos está a favor del movimiento, de la simplificación, de lo específico y apoya más el presente que el pasado y el futuro.

La televisión para su formación retoma elementos característicos del cine que en la actualidad siguen compartiendo, como el lenguaje audiovisual: tomas, planos, movimientos de cámara, angulaciones. Ambas presentan una serie de imágenes separadas, en el caso de la televisión 30 cuadros por segundo. A pesar de los intentos de la televisión de alta

²⁰ RUSHWORTH M., Kidder. "El impacto de la cultura del video ". RM. Revista Médica de arte y cultura, México, octubre 1988, p. 25 – 26.

definición que cuenta con 1,100 líneas, no se puede comparar con el cine por que no alcanza la calidad de éste. Sin embargo una ventaja que ofrece la televisión al cine es el proceso o la etapa de la post-producción y edición que además resultan más baratos.

La imagen televisiva llega al espectador sin demandarle esfuerzo alguno, es decir la observará en la comodidad de su hogar y además tiene la diversidad de programas a su alcance con el simple hecho de presionar un botón.

En la televisión no existe el grado de concentración que ofrece el cine, debido a las condiciones mencionadas pues las distracciones en el hogar son varias. El teléfono, el timbre de la puerta, etcétera.

La información televisada provoca en sus receptores reacciones inmediatas, irreflexivas y momentáneas, contrarias a lo que provoca el cine.

El espectáculo televisivo provoca una realidad cotidiana, permanente y universal, es decir las imágenes observadas diariamente se vuelven comunes en la vida diaria del espectador.

Es importante mencionar que los datos mencionados no son para calificar a alguno de los medios, sino para conocer sus cualidades y defectos, así como las aportaciones que ofrecen a las nuevas formas de narración audiovisuales como lo es el videoclip, el cual se considera un medio híbrido pues nace de las ventajas ofrecidas por el video, el cine y la televisión.

Básicamente las aportaciones retomadas por el videoclip son: el lenguaje audiovisual, tomas, planos, ángulos, movimientos de cámara; la transmisión de su señal a través de la televisión y en algunos casos la técnica cinematográfica para obtener una mayor calidad de imagen.

Es importante señalar la diferencia entre video y televisión. El video realiza el papel de tecnología auxiliar, en tanto que el medio televisión se limita a la transmisión de la señal que

recibimos en las pantallas de nuestros hogares. Sin embargo, ambos son complementarios y coexisten en provecho de muchos programas de televisión.

2. CON RUMBO AL VIDEOCLIP: EL MEDIO VIDEO.

Video: se desprende del latín *videre* (ver), es decir, video significa yo veo.²¹

El sistema de grabación en cinta de video, *video tape recorder*, fue creado en el año de 1952 por la compañía norteamericana Ampex Corporation; dicha tecnología utilizaba cinta magnética de dos pulgadas, por lo cual resultaba demasiado caro para su uso doméstico, cabe señalar que en sus inicios era en blanco y negro. Para 1968 la misma compañía lanza al mercado el formato a color.

En la actualidad, los nuevos formatos de video tape son más reducidos, 8 milímetros, para mayor facilidad de operación y cuentan con calidad superior a las cintas de 2 pulgadas iniciales; los cartuchos dominantes en el mercado a nivel doméstico son: Beta, VHS, Hi-8.

El término video se usa para referirse al hardware, equipo o aparato de video, y también, al software, programas de video. En tanto que cotidianamente se le utiliza indistintamente sin saber con exactitud a cual de los términos anteriores se refiere. El video desde el punto de vista de hardware se interpretará como la tecnología compuesta de tres elementos: la videocasetera o videograbadora, aparato donde se registra y producen las señales eléctricas tanto de imágenes y sonidos; la cámara en la cual las imágenes se transforman en señales y, el televisor o monitor, en donde se captan las señales eléctricas en imágenes y sonidos. Por su parte, el software nos indica las videocintas, videocasetes, y los programas.

Entendamos por video, el registro y reproducción de sonidos e imágenes por procedimientos magnéticos de forma simultánea y sincronizada. El video es la señal eléctrica en donde se agrupan las imágenes.

²¹ Diccionario Enciclopédico Quillet, p. 501.

Pero también podemos entender por video a ese género televisivo que explica en tiempo breve una historia, puede estar acompañada de una trama melodramática, chusca, fantástica, en fin, que tiene una gran variedad de formas para comunicar algo a gente de distintas edades. El interés de este trabajo es demostrar el uso del video en el área musical como apoyo publicitario a las compañías de discos, nos referimos al videoclip.

A principios de los años sesenta irrumpe en forma comercial en el mundo el video-tape o grabación en cinta de video, permitiendo grabar con anterioridad programas y acontecimientos. Así, aparece la eficiencia y lo práctico de la televisión.

Con la aparición de la grabación de la señal de televisión en cinta magnética aparece el video. El video ha precisado un lenguaje propio y determinado, marcado por la libertad de la cámara, mayor movimiento, versatilidad, nuevos ángulos de zoom, está haciéndose evidente en la aplicación de códigos y estructuras narrativas específicas, esto es compartido por todos los medios audiovisuales. Encuadres, movimientos y angulaciones. Así como una sintaxis marcada por el particular estilo de relato de cada proceso de producción y difusión, sea informativo, argumental, educativo o musical.

El video libera la técnica de la televisión posibilitando nuevos ángulos y movimientos, crea e ilumina con mayor versatilidad. La edición electrónica conjuga novedosamente el movimiento y el ritmo del relato. La cámara de video, demanda planos, tomas cercanas y aprovecha el zoom y los contrastes de luz. En tanto, el color se perfecciona y combina con medios computarizados construyendo efectos especiales tan o más creativos que en el cine.

En producción, la diversidad del video ha forzado a la televisión a salir de su encierro del estudio y adecuarse a una técnica que involucra veracidad y rapidez, pero principalmente, posibilita ver lo registrado, variar, reordenar y hasta cambiar el sentido de lo grabado, esta técnica la utiliza el videoclip.

El video musical se conforma de elementos que se integran con el lenguaje audiovisual, en donde están inmersas las tomas, planos, movimientos de cámara, así como el color, el sonido y los efectos especiales, todos ellos para crear una narración visual diferente.

Además el videoclip surge como un medio de promoción de las casas discográficas para dar a conocer a sus cantantes, grupos y su música. Es la manera más directa de penetrar - por su transmisión a través de la televisión - en el público consumidor: los jóvenes.

Otro integrante importante en la conformación de un videoclip es la imagen. Elemento que llega a la subjetividad del receptor. Cautiva por su poder y como dicen " una imagen dice más que mil palabras ". El conjunto de todos estos elementos dan vida a la novedad narrativa que es el videoclip.

2.1. ELEMENTOS CONSTITUTIVOS.

Podríamos pensar en el video como un simple avance tecnológico que registra imágenes y las transmite, sin embargo no todo queda ahí, conocer a fondo la manera en la que esta constituido un video nos muestra que gracias a la tecnología y un estilo propio y particular, ha llegado a adaptarse como un importante medio de comunicación cuyas características propias han adquirido un nuevo grupo de espectadores, en su mayoría conformado por jóvenes tal vez por la agilidad que éste ha aportado.

Hablar de los elementos constitutivos de un video nos muestra las piezas importantes que son responsables del impacto de este medio audiovisual.

Conocer de que manera esta conformado un video es distinguir su cuerpo sus características individuales para entender las sensaciones que el autor pretende transmitir al espectador.

En un video, tal vez a diferencia de la televisión los elementos que participan para expresarse en una simple toma son: *el lenguaje audiovisual, el color, la música, el sonido, los efectos especiales y la imagen*. Ellos logran en ocasiones penetrar en el inconsciente del individuo, por ser esta la parte más frágil del ser humano y obtener una respuesta emotiva, agresiva, en fin dependiendo del estado de ánimo en el que se encuentre el espectador, y que en muchos casos es dirigida por conveniencias específicas.

Una variante del video donde podemos observar estos fundamentos y es punto a tratar en este trabajo es el videoclip, ya que éste se conforma por elementos como lo son la música y la imagen, éstos llegan de forma directa a las partes sensibles, las cuales emitirán una respuesta que será diferente en cada individuo.

Para demostrar que se considera al inconsciente como el principal receptor de sensaciones se ejemplificará con los dos elementos principales que dan forma al videoclip.

Cuando escuchamos la música, ésta nos puede llegar por uno, dos ó más conductos diferentes, entonces se responde de distintas formas ya sea a la belleza del sonido, o a las emociones que nos produce que varían de acuerdo a las diferentes experiencias que cada individuo contenga en su inconsciente²². Pero veamos como funcionan estos elementos interactuando entre si y moviendo los sentimientos humanos.

Imaginate a ti mismo frente a un espejo en un plano muy general, de manera que puedas verte completo, ahora el lente de la cámara provoca un zoom-in hasta abarcar toda tu cara por sobre tus hombros, el fondo se oscurece y tus ojos comienzan a brillar. Se provoca un big close up a tus ojos y nuevamente un zoom-in. En toma subjetiva sigues una bola de fuego que comienza a huir de manera zigzagante, suavemente, el aire golpea tu cabello haciéndolo volar.

²² STOKOWSKI, Leopold. *Música para todos*, p. 37.

De repente esa bola de fuego se abre convirtiéndose en un anillo y tu estás flotando frente a él. Todo a tu alrededor se enciende y tu penetras al anillo, cayendo por un tubo de colores hasta una enorme y acolchonada ladera verde, la toma se corta y se pasa a un big close up en cámara subjetiva donde se observan unos piecitos danzar, en dolly back se aleja un poco la cámara para mostrar una figura cristalina bailando sobre el prado. En zoom-in se observa una flor, un big close up nos muestra el rocío sobre un pétalo y observamos como va cayendo de él. La cual al caer se multiplica creando nuevos seres cristalinos. Corte. En full shot nos muestra al ser cristalino danzar bellamente dando giros y saltos alejándose rápidamente, con un travelling nos acercamos y la seguimos mientras estamos tras ella súbitamente notamos que del encuadre de la cámara comienzan a llover otras gotas que poco a poco se resbalan por las paredes de la lente en cámara subjetiva. Fade out.

De un plano general a un full shot de un individuo siguiendo algo sobre un hermoso camino que se ilumina de colores pastel conforme a cada paso. La cámara se eleva con un tilt, se aleja con un zoom back y se posa en una contrapicada al mismo hombre siguiendo a la ágil danzarina. Una nube negra cubre la cámara por unos instantes y un resplandor se hace notar, la cámara se mueve hacia abajo permitiéndonos ver el cielo ennegrecido de donde comienzan a caer unas pequeñas gotas que al caerse comienzan a convertirse en cuerpos cristalinos que junto al primero comienzan a bailar hermosamente alrededor del hombre. Con cámara subjetiva podemos ver como estos seres bailan a nuestro alrededor, la cámara mira al cielo y comienza a ver como se disipa la masa negra, convirtiéndose en pequeños pájaros negros que rápidamente se escapan. Y el sol esta en plenitud, hay un corte y se observa la cara del hombre con un aspecto de miedo, viene otro corte y se ven los cuerpos cristalinos que poco a poco se van haciendo más pequeños y son absorbidos por los rayos del sol.

Tristemente el cuerpo de agua inicial se posa frente al humano, en ese momento la cámara muestra un two medium shot de los seres de perfil mirándose, el cuerpo acuoso brilla intensamente y comienza a derramarse, ~~la cámara se va alejando y antes de que el cuerpo acuoso caiga le extiende la mano al humano el cual responde rápidamente lo toca y~~

desaparece. La cámara realiza un close up a los ojos del hombre que mira fijamente el último suspiro de una gota que brilla en sus manos. De repente un zoom back donde se aprecia un efecto de velocidad. Fade out. Fade in de un ligero brillo blanco va apareciendo la imagen del humano observándose fijamente a los ojos y derramando unas lágrimas, las cuales salpican en su mano abierta. Fade out.

Tal vez este relato suene muy frío aun con los efectos que pudiera contener, ahora vamos a agregar a esta historia una música lenta y divertida, que tal Enya con su tema Caribbean Blue, este tipo de música catalogada dentro del género New Age, permite que el tema musical sea neutro dejando volar la imaginación para que cualquier anécdota tenga cabida. Es decir, la historia contada anteriormente pudiera modificarse en algunas escenas o ser un relato totalmente diferente, esto dependerá de la situación emocional en la que se encuentre el realizador del videoclip.

La música crea tanto en su exponente como en el autor de un videoclip sensaciones distintas, las cuales se conjugaran para dar vida a un relato diferente. La visión (por así decirlo) que origina una melodía varía dependiendo, principalmente del estado de ánimo y en segundo del entorno en donde se desenvuelvan quienes conciben las imágenes para el videoclip.

Para penetrar en el mundo del videoclip se ha creado un anexo que se encuentra al final del trabajo, a manera de guía para entender los elementos que constituyen este género. Dónde podrán consultarse las múltiples características que lo configuran como son el color, el lenguaje audiovisual, la misma imagen, efectos especiales. Esto con la finalidad de tener los elementos suficientes para entender la complejidad del lenguaje que se utiliza en cualquier producción, en este caso específico, hablamos del videoclip. **Para mayor información consultar Anexo.**

2.2 EL VIDEOCLIP ¿PORQUE SURGE?

El concepto característico del videoclip, consiste en adecuar la banda icónica (visual) a la sonora. Surge con Walt Disney, cuando fusiona el sonido al dibujo para provocar la comicidad. Su mayor éxito con este procedimiento lo lograron con la Orquesta que dirige Mickey Mouse donde éste ejecuta la obertura de Guillermo Tell, del músico Rossini, en la película *Fantasia* realizada en Estados Unidos en 1939.²³

Entre los antecedentes del videoclip están los trabajos del cine experimental de Fishinger, que implicaban la fusión de las vanguardias europeas con la funcionalidad publicitaria de sus cortometrajes. En Alemania, en el año de 1921 Fishinger comienza a realizar sus películas animadas e inicia la adecuación de las imágenes a la música. Algunas de sus producciones se utilizaron como publicidad del disco realizado, para el cual se elaboraba la banda icónica.

En 1936, los productores hollywoodenses -específicamente los de la empresa filmica Paramount- le piden su colaboración; sin dudarlo Fishinger interviene en las realizaciones norteamericanas. La más significativa fue la de la "Tocatta y fuga", principio del largometraje de dibujos animados "Fantasia", bajo el auspicio de Walt Disney en el año de 1940, con esta película se generaliza la forma de conjunción innovadora que ofrece la imagen y la música clásica. Puede decirse que fue Fishinger quien perfeccionó la técnica de adaptar la banda sonora a las imágenes.

Sin embargo en 1946, en los Estados Unidos, aparecen unas máquinas llamadas soundies, proyectores que con previo pago, ofrecían ver y oír en ellos determinada canción.

Dichas máquinas ofrecían dos objetivos:

- 1.- Un buen negocio como máquinas tragamonedas y,
2. - Una excelente vía pública de cantantes y canciones, sin escatimar estilos: jazz, blues, pop, etcétera.

²³ SADOUL, George. Op. Cit., p. 457.

En los soundies se visualizan ya las primeras bases del clip:

Mientras anteriormente los números musicales iban de acuerdo a la trama, determinada de la historia, en los soundies, el número musical no se supeditaba a nada.

Por otro lado y un punto que marca la diferencia entre el clip y los soundies, es la atención que los soundies mostraban sobre el personaje principal, acaparándolo en todo momento salvo en pequeños lapsos para introducir algún plano que hiciera alusión al tema. Por el contrario en el videoclip, es mínimo el uso del actor principal; se juega con la historia y se rompe la trama lineal.

Los soundies desaparecen por varias razones:

Eran equipos aparatosos y sufrían averías frecuentes, sus programas eran poco renovados, y tenían una pantalla pequeña en relación a la cinematografía y aún a la televisión. Entonces, la rápida y masiva implantación de la televisión manifiesta la caducidad de sus caros armatostes.

Los soundies fueron un fenómeno norteamericano, y en Francia a principios de los años sesenta, surgen los scopitones, los cuales representan un gran avance hacia los videoclips, ya que en ellos se puede observar la ruptura espacio-temporal, característica del clip. Aparecen gracias a la insuficiencia que la televisión tenía del fenómeno rock, apoyándolo así como a los sectores juveniles.

Los elementos que diferenciaban al scopiton del soundie y su semejanza con el videoclip son las siguientes:

Primero.- Pesaba 4 veces menos y técnicamente representaban mayor eficiencia que el soundie.

y Segundo.- Su pantalla era bastante mayor (21 pulgadas) que la del soundie (12 pulgadas).

Respecto a la semejanza con el videoclip es que:

El scopiton al igual que el clip busca crear su propio lenguaje de expresión, a través de un relato breve, condensado y discontinuo, que mantenía un desarrollo independiente respecto a la canción y al mismo tiempo interviniendo en ella.

La modernidad de los scopitones puede comprobarse ya que son los primeros audiovisuales que ocasionalmente pudieron confundirse con los propios videoclips. Su desaparición deviene más con el estancamiento del rock francés que con su entorno audiovisual.

Lo que conocemos como videoclip surge como portador de las nuevas tendencias musicales, a mediados de los setenta. Aparece en relación con las producciones internas de las compañías de discos norteamericanas que se distribuían en el país para notificar de los "éxitos" recientes. Eran filmaciones de conciertos en vivo y se agrupaban en cintas de video. Poco a poco muchas de las grabaciones se fueron variando conforme a las aplicaciones de efectos especiales y añadiendo simulacros narrativos.

Se puede considerar como uno de los primeros videoclips a los realizados por el artista plástico Nume J. Paik y sus llamados videoart, en el año de 1963. Este video conjuntaba el sonido de un sintetizador con la imagen de obras plásticas. Lo que permitió atrapar totalmente la atención del espectador incitándolo a vivir en el mundo que tenía frente a él.

"Su doctrina no era otra que la meramente publicitaria: un universo ficticio de goce y placer, un movimiento que situaba permanentemente al consumidor en la cresta de una ola congelada; el paraíso - color pastel- vendido a parcelas"²⁴.

La difusión masiva de todos estos espectáculos, como lo es la entrega de los videos promocionales distribuidos por las compañías de discos, y el videoart, aunada a un lenguaje narrativo específico, dio lugar al nacimiento del videoclip.

²⁴ DURA Grimalt, Raúl. *Los videoclips*, p. 65.

Los antepasados del videoclip en los años sesenta, como ya se mencionó, se proyectaban fundamentalmente para publicitar una canción determinada; es decir, sólo servía de apoyo. Con el paso del tiempo, y ante el desarrollo tecnológico y la aparición de **MTV**, el clip se convirtió en una mercancía autónoma; perdió su carácter secundario y se transformó en una nueva forma de acceder al público. Hoy en día muchos artistas ya contemplan la realización de un video como parte obligada y complementaria de un disco. ejemplo: El álbum Pop y el videoclip a promocionar de la canción "Discothèque" del grupo U2, entre lo más sobresaliente a últimas fechas.

El video musical, crece intimamente ligado con el fenómeno musical británico de finales de los setenta y principios de los ochenta, conocido como la Nueva Ola, dicho movimiento involucra corrientes musicales tales como:

1) La música funk que viene a experimentar otro sentido de la música, en que sobresale el ritmo sobre la letra, es la base de nuevos estilos musicales como la música disco, este género cuenta con melodías más suaves resaltando el sonido del sintetizador, dando el ritmo característico de dicho estilo. (La sociedad norteamericana deseaba formar un nuevo estilo de vida que finalizará con los horrores acarreados de Vietnam.)

2) Por su parte, en Inglaterra se comienzan a generar nuevas formas de creación musical caracterizadas por la libertad de estilos interpretativos, lo que trajo consigo el nacimiento de nuevos géneros musicales en el rock; muchos de ellos logran su plenitud durante la década de los ochenta.

Es precisamente en este segundo punto donde se va a desarrollar la tesis, el videoclip rock, y la influencia que esta tendencia musical ofrece a los jóvenes de hoy en día, esclavos en su mayoría de este género visual y auditivo, donde el rock se pone de manifiesto. Pues ven en ella una forma de escape a su realidad. Muchas de las veces se imita de forma positiva como lo es el querer imitar a sus grupos favoritos y formar su propia banda de rock. La contraparte es cuando intentan refugiarse en el mundo de las drogas y no pueden

manejarlas, esto también les sucede a los artistas de rock, cuando les llega de forma muy rápida la fama y no logran controlarla, cayendo en un mundo de excesos.

Además toma en cuenta el fenómeno cultural más relacionado con la juventud: la música rock, es por ello la gran aceptación que en el medio televisivo tiene el videoclip. Desde su creación, hasta la actualidad; la televisión ha atraído la atención de nuevas generaciones para captar su curiosidad proporcionándole un enfoque de videoclip, llámese comercial o telenovela. No debemos olvidar su función publicitaria, de ahí que cause tanta fascinación y cautive la atención del público, pues surge con la finalidad de promocionar.

Desde la creación del videoclip a finales de los años setenta, se han modificado los métodos de producción y consumo en la música, que junto al concierto o actuación directa es la prevaleciente en el rock and roll.

Un antecedente del videoclip en México se localiza en la década de los sesenta, la empresa "Orfeón" patrocina en la discoteca, o tienda de discos, el programa "Discoteca Orfeón a Go Go", el cual se considera un antecedente de la presencia del video musical en México.

En México uno de los productores que introdujeron el clip a nuestro país es Luis de Llano Macedo, con la promoción y realización de videorocks por medio de la empresa "Comrock" a mediados de los ochenta. Dicha empresa musical se dedicó a apoyar grupos entre los que figuran: Kenny y los Eléctricos, Luzbel, Los Clips y Ritmo Peligroso.

2.3 ¿QUÉ ES UN VIDEOCLIP?

Entendiendo que *video* significa yo veo, en tanto que clip en su acepción en inglés equivale a recortar o bien cortado, es decir un videoclip, video musical o clip son imágenes con cortes y narran una anécdota, la cual puede ser real o ficticia.

También el videoclip es la realización audiovisual, que es distribuida por las compañías de discos, como medio publicitario para dar a conocer una nueva canción o grupo a promocionar, creado para sus mayores consumidores: los jóvenes.

En los países anglosajones se le denomina también *Promo-video* o *Rock-video*; el primer caso, se refiere a la agrupación de los clips en cintas de video y el segundo a otro tipo de audiovisuales como los reportajes o documentales de conciertos de música rock. Utiliza la tecnología llamada video para su grabación y reproducción; aunque no es el único método para su realización, pues también emplea técnicas mixtas, como es la filmación en película de 35mm., formato de cine, pero la sonorización, edición y la incisión de efectos especiales, es decir, la post-producción, se lleva a cabo en video. Con esta técnica, con la filmación en película, por un lado, se obtiene una alta calidad, definición y textura de la imagen cinematográfica; por otra, en video permite insertar los más variados efectos especiales.

2.3.1 MODALIDADES DEL VIDEOCLIP.

El videoclip cuenta con dos estructuras en su realización: 1) **Videos de concepto**, que son los que poseen una estructura dramática, pueden presentar una historia paralela, diferente o ilustrar la letra de la canción. También se subdividen en :

- a) *Historia realista*: donde los integrantes del grupo actúan un guión dramático con sus propios medios, disfrazándose, caracterizando a algún personaje, etcétera, y nunca traspasan sus posibilidades reales. Ejemplo: los videos de rock contenidos en la

película "A hard day's night " y "Help" de los Beatles, así como "I am a believer" de los Monkees, o los videos promocionales, es decir, que no toman parte de un largometraje y cuya existencia esta referida a partir de dar publicidad a una canción como: "Break on trough" del grupo The Doors, "Pictures of Lillie" de la banda The Who, "Ticket to ride" de los Beatles, por mencionar algunos.

- b) *Historia simbólica*: donde los integrantes del grupo actúan un guión dramático, apoyado en las posibilidades tecnológicas de los efectos especiales, lo cual les permite traspasar sus posibilidades reales. Un ejemplo de este tipo de video promocional del grupo Beatles es el de la canción "Strawberry fields forever" del año de 1967, donde se presenta a los miembros de la banda saltando a una gran altura para llegar a las ramas de un árbol, o cambiando el día por la noche con tan sólo dar vueltas a una bombilla de luz; es considerado el primer documento en el citado rubro. Mismo que con el paso del tiempo, gracias a las nuevas tecnologías se han ido sofisticando cada vez más.

2) Los **videos de interpretación o concierto**, presentan al grupo o cantante en un escenario, algunas veces pueden combinarse ambos con los de concepto.

El videoclip da gran importancia a la imagen ya que el sonido lo determina la canción. Una particularidad del clip, es la de adecuar al sonido o música, las imágenes para dar una narración diferente conforme al ritmo musical en que se desenvuelva la trama, es decir no pretenden someterse a un encasillamiento que les ofrezca su género musical específico.

Los videoclips constan de dos tendencias antagónicas: los que emplean únicamente el medio cinematográfico y los "*clips-video*", que reiteran las propiedades del medio video.

Cualquiera que sea la alternativa adquirida, el videoclip constituye un campo fértil para las innovaciones formales y narrativas. Además, su estilo y audacia se adecua como medio publicitario para acaparar la huidiza atención del espectador.

El videoclip está catalogado un drama televisivo pues se considera que la narratividad de este supone un drama que debe contar con un planteamiento, desarrollo y final; esto se aplicará a los videoclips cuya historia sea contada claramente a través de las imágenes.

Esto nos lleva a pensar que el videoclip forma parte de los medios de comunicación masiva, ya que utiliza los elementos de la comunicación, como son:

- *El emisor*, que es quién origina el mensaje.
- *El mensaje*, que es un estímulo o idea del emisor.
- *El canal* el cual es la forma de transmisión física del mensaje, en este caso la televisión.
- *El código* que es la elaboración y combinación de signos (imágenes).
- *El ruido* es la distorsión del mensaje ya sea en el canal, en el emisor y en el receptor.
- *Retroalimentación*: es la respuesta del receptor al mensaje enviado por el emisor.
- *Efectos*: pueden resultar cambios de comportamiento en el receptor. En los medios de comunicación colectiva o masiva los efectos se producen a nivel cognoscitivo, es decir que repercute al nivel de los conocimientos.
- *Marco de referencia*, son las experiencias y valores de cada receptor para entender la realidad social.
- *Contexto social*: son las circunstancias de cada sociedad o entorno que influyen en el comportamiento comunicativo, de un círculo familiar, el trabajo, o ámbito social tanto para el emisor como para el receptor. Esto logra que cada quién tenga una visión diferente de su realidad.
- *Contexto cultural*: son las conductas y predisposiciones que nos rodean.
- *Receptor*: es quien recibe el mensaje del emisor.

Una vez que el emisor realiza este proceso selectivo para enviar el mensaje, lo hace por medio de un canal previamente elegido. en el caso del videoclip el proceso comunicativo está representado en primera instancia por el realizador del videoclip, emisor, el mensaje es la melodía, el canal la televisión, el código son las imágenes, el ruido en el caso del videoclip, puede ser desde una mala transmisión o recepción, físico; códigos distintos como el idioma, la cultura, tanto del emisor como del receptor. La retroalimentación se observa en

el rating de la producción, así como en la venta de discos del grupo o cantantes. Los efectos son las actitudes de los receptores que copian de los grupos o cantantes su imagen o formas de vestir, su comportamiento, pues le presentan otro tipo de vida. En el marco de referencia el receptor aceptará o no de acuerdo a sus experiencias y valores la nueva realidad que se le plantea en el videoclip. El contexto social influye tanto al emisor como al receptor dependiendo de la realidad que rodea a cada uno. Por ejemplo, en el videoclip una circunstancia que influye a nivel mundial es la música rock. En lo que se refiere al contexto cultural y el videoclip, la música rock es considerada un elemento de cultura a nivel mundial y que identifica a un grupo específico como lo es la juventud. Y por último el receptor asimila el mensaje del emisor a través de todos estos elementos del proceso de la comunicación. En el caso del videoclip quien lo esté observando es el receptor.

Una vez entendido al videoclip como una *vertiente de un medio de comunicación*, pues utiliza los elementos necesarios para serlo, estamos conscientes de que hoy en día existe una nueva forma de transmitir ideas y de dar a conocer al mundo y a la juventud actual. De ahí su importancia y su utilización como medio publicitario, pues representa un producto atractivo para su consumo.

2.4 LA PARTE VISUAL.

"La imagen es un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del entorno óptico - universo perceptivo -, susceptible de subsistir a través de la duración y que constituye uno de los componentes principales de los medios masivos de comunicación: fotografía, cine, televisión" ²⁵, y también incluye al videoclip.

La etimología de la palabra imagen se relaciona con el sustantivo latín *imago* : figura, sombra, imitación y con el griego *eikon* : icono, retrato. Por icono distingamos al signo que se asemeje al objeto con el cual se relaciona.

²⁵ MOLES, Abraham A. La imagen. Comunicación funcional, p.24.

Algunos estudios han demostrado que toda idea del intelecto humano es recibida totalmente o en parte por los órganos de los sentidos. Un ejemplo de esto es el proceso de aprendizaje de un niño, que aunque inicialmente es a partir del olfato, el oído y el gusto, se refuerza y se supera con el contacto visual de su entorno.

La imagen captura un instante de observación, todo lo que nos rodea esté cerca o lejano sea presente o pasado; la imagen concreta lo que hemos asimilado visualmente durante todo el proceso de desarrollo del hombre.²⁶

Una prueba de ello son las nuevas tecnologías como la televisión que por medio de la inmediatez de su transmisión nos acerca a los hechos sin importar el lugar en el que estén ocurriendo. En el caso del videoclip, que se transmite por la televisión, podemos observar que las imágenes son una evidencia de la forma en que las nuevas generaciones observan la realidad, caracterizada por su agilidad, dinamismo y colorido.

La vista es veloz, comprensiva, simultáneamente analítica y compacta. Requiere tan poca energía para trabajar permitiendo a nuestras mentes obtener y almacenar una infinidad de información en una fracción de segundo.²⁷

"En tanto que fracción de tiempo y espacio que fluye constantemente, la imagen crea adicción, es decir que una imagen exige la continuación de otra y así sucesivamente; cada imagen que nace de otra anula la precedente".²⁸

Esta forma tan peculiar de reflejar la realidad, ha sido retomada por el videoclip para la creación de nuevas formas de transmitir imágenes. El exceso de imágenes en la actualidad ha logrado que estas se devalúen. Para que atraigan la mirada de los espectadores es necesario atacar la conciencia y esto se logra por medio de las motivaciones.

²⁶ Ibidem, p.18.

²⁷ DONDIS, D.A. La sintaxis de la imagen, p.13.

²⁸ FONT, Domenec. El poder de la imagen, p.8.

La imagen por sí sola es difícil de descifrar, se requiere de un contexto o de un marco más general para que una cosa u objeto o persona nos signifique algo, es por ello que se pueden clasificar tres niveles de atención en la lectura de la imagen que son: instintivo, descriptivo y simbólico.

El *nivel instintivo* se produce cuando aparece la imagen. Y se relaciona directamente con la percepción, sus componentes son el color, la forma, las expresiones y las evocaciones inmediatas. Es cuando el ojo lee de inmediato la imagen y transmite su primera impresión al cerebro.

En el *nivel descriptivo*, esta etapa es cuando el ojo comienza a analizar los elementos que integran la imagen se complementa de la lectura por líneas de perspectiva, planos, campos, luces y sombras; después de esto, el cerebro toma un mayor número de información con respecto a la imagen. Percibe la descripción de los objetos, ambientes, individualización del sujeto y esto se aplica a nuestra percepción. La etapa descriptiva es el tiempo utilizado por el ojo para recibir y comunicar un dato sobresaliente que se buscaba, es decir, algo significativo.

Nivel simbólico la lectura de los elementos integrantes de la imagen producen en el observador un simbolismo relacionado con los conocimientos previos que se tienen; por tanto esta fase se encuentra a nivel racional. Es aquí en donde la imagen nos comunica mayormente "algo" y es una parte del mensaje.

Para Marcello Giacomantonio la imagen se puede distinguir de tres formas: la *imagen documento*, es la imagen de la realidad que se vive y observa. La *imagen símbolo*, esta se programa y estudia en base a valores que se quieren representar. Dependiendo al público que se quiere llegar, el símbolo es, alternativamente el sexo, el bienestar, la familia, el éxito o la violencia, esto en general; a veces, el símbolo específico como puede ser la fuerza,

dureza, dulzura, etcétera. La *imagen competición* es la imagen estética, crea afectos de composición, ritmo y pausa entre secuencias.²⁹

Por otra parte, es importante señalar que la imagen comunica información a manera de estímulos, originando en el receptor distintos significados. Recibimos la información visual de muchas formas: al estar parados, moviéndonos, manteniendo el equilibrio y protegiéndonos, así como al reaccionar a la luz, la oscuridad o a movimientos bruscos. La manera de captar las imágenes puede estar condicionada a los estados psicológicos del ánimo; condicionamientos culturales, el entorno ambiental, las costumbres sociales, es decir el contexto que rodea al individuo.

"El poder fascinante de la imagen, actúa directamente sobre la mente".³⁰

Una imagen puede sustituir una amplia narración literaria sobre un hecho, es también una muestra de la realidad, un dato que se define por sí mismo y con su significado abstracto – indeterminado –, adquiere un nivel de persuasión penetrante.

Domenech Font en su libro anteriormente citado, señala que las características generales de la imagen son:

- **Grado de figuración**, que es la exactitud en proporción a la muestra real conocida.
- **Grado de iconocidad**, o nivel de exactitud de la imagen en relación al objeto caracterizado.
- **Grado de complejidad**, sujeto a la mayor o menor abstracción de la imagen. En la imagen lo que se ve, genera varias ideas al mismo tiempo. Dentro de sus elementos se encuentran las figuras retóricas: metáfora, sinécdoque, hipérbola, antítesis y metonimia.

Por otra parte, la imagen se puede clasificar de dos formas:

²⁹ GIACOMANTONIO, Marcello. *La enseñanza audiovisual. Metodología didáctica*, p. 45.

³⁰ CAZANUEVE, Jean. *La sociedad de la ubicuidad*, p. 167.

- *De situación*: sin distorsionar la realidad.
- *Fantástica*: distorsiona para estimular la imaginación; se usan líneas, formas, texturas, movimientos, tonos, etcétera.

Es conveniente también mencionar a los elementos básicos del mensaje visual:

- *El punto*, unidad mínima.
- *La línea*: un punto en movimiento.
- *El contorno*: círculo, triángulo, cuadrado y sus variantes.
- *La dirección*: la cual canaliza el movimiento.
- *El tono*: presencia o ausencia de luz.
- *El color*: elemento visual afectivo y significativo.
- *La textura*: sea óptica o táctil de la superficie del material visual.
- *La escala o porción*: es el tamaño.
- *Dimensión*: volumen en el espacio.
- *Movimiento*: líneas de fuerza.

Por su constitución, la imagen realiza ciertas funciones:

Factual: comunica inmediatamente.

Ambiental: sitúa donde se despliega la acción.

Interpretativa: recuerda ideas, sensaciones, pensamientos, sentimientos, etcétera.

Simbólica: relaciona símbolos o lugares, estados de ánimo, acontecimientos, etcétera.

Imitativa: muestra una acción o apariencia.

Identificativa: rememora personajes o eventos.

Recapitulativa: evoca imágenes conocidas.

Conectiva: asocia acontecimientos.³¹

³¹ ADAME Goddard, Lourdes. *Guionismo*, p. 26-27

La imagen y su comprensión son importantes para el aprendizaje de los medios modernos, ha llegado a ser el componente crucial de los canales de comunicación, ahora y en el futuro. Tal es el caso del videoclip en donde uno de sus elementos principales es la imagen que a través de ella se refuerza el mensaje de la canción, en algunos casos, ya que en otros solo es para identificar la melodía.

"Lo que uno ve es parte fundamental de lo que uno sabe".³²

³² DONDIS, D.A. La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual, p. 14.

SEGUNDA

PARTE:

LA

MÚSICA

ALIMENTO

DEL

ALMA.

LA MÚSICA ALIMENTO DEL ALMA.

En 1640 Comenius escribía " no hay nada en la inteligencia que no haya pasado primero por los sentidos."¹

Uno de los sentidos con mayor importancia, debido a la agudeza con la que percibe al mundo es el oído. Gracias a él tenemos una visión auditiva del mundo y de nuestra realidad.

Dupré Nathan dice: "el oído es el intermediario entre el mundo objetivo de las vibraciones y el mundo subjetivo de las imágenes sonoras. " ²

Dentro de este mundo de las vibraciones y las imágenes sonoras, se encuentra la música, considerada un medio de comunicación, ya que a través de ella nuestra mente y cuerpo logran aliviar sus tensiones expresando aquello que sin la ayuda musical probablemente sería muy difícil decir, como son los estados de ánimo.

A lo largo de esta segunda parte hablaremos de la música, por ser un medio de comunicación con un lenguaje universal que permite la identificación de distintos individuos en el mundo. Es también considerada un elemento primordial en la constitución de el videoclip, le ha dejado trascender a lo largo del mundo y le ha dado la fuerza necesaria para que su mundo visual sea una puerta a experiencias y emociones del joven espectador en donde se vuelven realidad.

En el caso de esta investigación, la música rock será protagonista en la constitución del tema: videoclip rock.

¹ DUCORNEAU, Gerard: La comunicación: su función y sus métodos en terapia y reeducación, p.

77.

² Ibidem.

El rock a lo largo de la historia ha logrado erigirse como un fenómeno que ha permitido traspasar las fronteras del lenguaje, cuyas notas musicales, agresivas y directas penetran en el inconsciente, liberando al escucha de situaciones sentimentales reprimidas. Su cultura establecida - contracultura -, caracterizada por la libertad de expresión, fuera de prejuicios dónde cualquier tema fluye a través de un lenguaje coloquial. Lo importante es decir, informar y comunicar vivencias y experiencias que permitan conocer situaciones diversas a las propias; este sector es representado básicamente por la gente joven, que en su afán por tener un espacio propio, buscan la aceptación social en distintos círculos hasta que logren identificarse con alguien.

Así el rock nos ofrece diferentes vertientes musicales, donde cada joven de acuerdo a sus gustos y forma de ver la vida, se identificará con uno o varios géneros musicales, para expresarse a través de la línea musical que cada género ofrece en base a su atuendo, comportamiento y estilo de vida.

La música rock es una música interactiva, no busca pasividad, busca respuesta a lo que propone y comunica.

No se necesita ser ni guapo, ni rico para poder disfrutar del grupo de moda o del consagrado instalado en el gusto de su público. La música produce un impacto en el ánimo del individuo, a través de ella nos comunicamos, *es decir la música es el mensaje; la radio o la televisión, como en el caso de MTV que transmite videoclips, es el medio y el individuo es el receptor*. Se puede hablar de una retroalimentación en este tipo de comunicación, nos referimos a la respuesta por parte del consumidor, que interpreta, viste se comporta y vive como su cantante o grupo favorito.

Ante el éxito y apertura de este movimiento en busca de una libertad de expresión, en México, las cadenas de sistema por cable: Multivisión y Cablevisión, que con su programación de videoclips rock apoyan a este género, dando la oportunidad a muchos jóvenes de distintas partes del mundo para que se comuniquen por medio de la

programación en el caso del canal **MTV**, en Latinoamérica, Europa, Asia, etcétera, para la investigación nos interesa ubicarnos a la programación enfocada a nuestro continente, donde se da la oportunidad a grupos latinos de demostrar sus capacidades musicales.

El videoclip, también tiene su "boom" en México, hablaremos de cómo llega, como se manifiesta y su desarrollo a partir de su aparición, conociendo también a los productores de este género en nuestro país, quienes crean el concepto del nuevo rock mexicano.

Para conocer la parte práctica de esta investigación, se llevaron a cabo entrevistas con especialistas en la producción del videoclip para conocer sus testimonios y experiencias dentro de este campo laboral en México.

La música suscita diversas emociones en las distintas personas que la escuchan y lo que provoca es difícil de explicar, es eficaz remedio para levantar el estado de ánimo. Y como diría Nietzsche: "La vida sin música, sería un error".

3. LA MUSICA COMO ESTIMULO JUVENIL.

El hombre desde que nace, sus estructuras anatómicas hasta su constitución psíquica nace enclenque, inerte y con muy pocas posibilidades de desplegar y desarrollar sus caracteres genéticos en un ambiente adverso. Este ser "sin terminar" debe lograr su "acabado" por la acción que sobre él ejercen de forma continua los seres humanos que rodean constantemente su pequeña existencia, sean sus padres, sean las personas que rodean su vida en los primeros años, es decir, el mundo afectivo en el que viva inmerso que durante este tiempo va a marcar definitivamente la forma de conducta y las relaciones sociales del futuro. Esto como ejemplo al concepto global de lo que es la juventud y es el terreno sobre el cual la música actuara para llegar hasta lo más recóndito del subconsciente y porque no, provocando en algunos casos una dulce catarsis.

Hoy, los procesos de transformación generales y acelerados de nuestro tiempo, reaccionan en la juventud, por ser ellos quienes están en vía de definir su propia personalidad social y están recibiendo el impacto de las grandes mutaciones sociales que suceden en nuestro tiempo; tales como un cambio social, el advenimiento de una sociedad caracterizada por las computadoras, la socialización y la formación de una mentalidad nueva, ocasionada por el influjo de los medios de comunicación social.

Ante esta situación, la música ha venido a representar una salida en cuanto a una nueva forma de comunicación y expresión ante el mundo y hacia otros jóvenes, conformando un nuevo lenguaje. Aquí el joven puede conjugar todo lo que le apasiona, a través de la música la cual podrá expresar su yo reprimido o simplemente sus vivencias. Es una necesidad humana y ésta origina un dinamismo sociocultural.

Según Onimus Jean en su libro " La Rebelión Juvenil, Asfixia y Grito" nos menciona que la música pertenece al plano contracultural, entendiendo como contracultural la cultura de lo irracional. En este caso la música vendría a liberar totalmente el espíritu del alma, del inconsciente.³

La música interviene activamente en nuestra vidas. El objetivo principal de la música es provocar algún sentimiento. A lo que Juan Sebastián Bach dice: " La música es una agradable armonía para el honor de Dios y los deleites permitidos del alma".⁴

La música al crear emociones distintas en los jóvenes; es un elemento que trasciende en la personalidad del individuo y es considerada como una forma de cultura, contracultura por lo anteriormente mencionado.

Bastaría con asomarnos un poco a la cultura del adolescente y captar los elementos que

³ ONIMUS, Jean. *La rebelión juvenil, asfixia y grito*, p. 108-109.

⁴ BRENNAN, Juan Arturo. *Cómo acercarse a la música*, p. 14.

existen en común en las producciones artísticas, musicales, literarias, etc. que gustan a los jóvenes para darse cuenta de las necesidades profundas de esta generación.

El hombre tiene tres principales necesidades psíquicas que son el afecto, la seguridad y las experiencias nuevas, dentro de éstas se encuentran: la libertad, el respeto y un espacio propio de expresión; son tal vez algunas de ellas y que la juventud tiene y ha buscado satisfacer a través de un lenguaje particular, atuendo personal, ídolos y ritos. La música rock le ha demostrado ese respeto y ese apoyo para poder expresarse de una forma propia y con toda la libertad necesaria, tan así ha sido que hasta la censura alcanza algunas producciones musicales por catalogar de impertinente y de vocabulario bajo.

El elemento característico que une a los jóvenes dentro de las nuevas tendencias que enfrascan al rock, o el objetivo que mueve a la juventud de hoy en día, es una libertad de expresión única que les ha permitido la música rock.

“...La música funciona como un estímulo de comportamientos. Ya sea porque quien la elabora quiere inducirnos a hacer una cosa determinada o porque nosotros mismos la usamos para estimularnos...”⁵

La música rock ha logrado estimular al sector juvenil, para encauzar ese malestar, rabia y protesta, realizando producciones en las cuales narren su dolor, su sentimiento a otros. No precisamente jóvenes, desean hacerse escuchar y notar, porque ellos son parte de una sociedad que a la vez los rechaza si por alguna razón evaden el orden y exponen su libertad.

De ahí el surgimiento de nuevos grupos como Molotov y Control Machete con un lenguaje grotesco y bastante directo que para muchos que no vencen tabúes y complejos ideológicos puede ser incómodo y bastante agresivo.

⁵ STEFANI, Gino. *Comprender la música*, p. 14.

Los jóvenes han encontrado en el rock una alternativa para dar a conocer deseos, experiencias, inconformidades y problemáticas sociales en otras partes del mundo o en su propio país. Por si fuera poco a la música se le considera el lenguaje universal y el rock es un lenguaje a nivel juvenil y ha logrado sobrepasar la barrera del idioma; además de que es considerado un fenómeno cultural contemporáneo. El rock encierra varios significados: rebeldía, crecimiento, independencia y autoexpresión.

En su libro *El rock inglés*, Alain Dister afirma que: *"El rock es comunicación, y lo es porque permite comprender mejor los nuevos medios de comunicación como el videoclip, que pretenden controlar a través de mensajes y con un ritmo agradable penetran en nuestro inconsciente sin que nos demos cuenta. Y es también porque sirve de fondo sonoro a toda una generación que se reconoce en él; porque está vivo, porque tiene sentido del humor, porque señala el ritmo de nuestros días y porque pone en tela de juicio al viejo mundo; el rock and roll no desaparecerá jamás".*⁶

El rock es la forma de expresión de las últimas décadas, significa para todos aquellos que se identifican con él, libertad tanto en la forma de vida como en la propuesta de transmitir vivencias, sentimientos, realidades. Es la manera de manifestar inquietudes y propuestas para un mundo en donde la música puede ser un unificador de ideas.

3.1 EL GOLPE FUERTE DEL VIDEOCLIP: LA MÚSICA.

La música se considera una sensación mental altamente subjetiva y compleja, experimentada al escuchar una sucesión o combinación de sonidos diferentes producidos por cuerpos en vibración.⁷

⁶ DISTER, Alain. *El rock inglés*, p. 10.

⁷ SETO, William. *Acústica*, p. 142.

Otra definición de música es la más indefinida de las bellas artes, su componente principal es el sonido ordenado, no se crea espontáneamente, en la naturaleza, es obra indiscutible del hombre.⁸

La música es considerada como la creación del individuo para bienestar de su espíritu (alma), pues no requiere de las palabras para manifestarse.

La música se siente, es decir, es el cuerpo quien recibe las ondas sonoras que genera algún instrumento, es una comunicación inmediata entre el cuerpo que origina la sensación y el cuerpo del oyente.

Ya lo mencionaban Santa Teresa de Avila y San Juan de la Cruz, la música es una "cosa corporal" fascina, trastorna, apasiona, altera, excita, se encuentra en los gestos y movimientos del cuerpo, del ritmo, la lentitud, la cadencia. Probablemente por eso resulta difícil hablar de música si no es con adjetivos o exclamaciones.⁹

Por música se entiende la sucesión de sonidos modulados para agradar al oído y conmover a la sensibilidad.

A la música se le ha descrito como una sensación subjetiva y compleja pues al escucharla se experimentan una serie de sonidos combinados que se traducen en un lenguaje, por ello envía un mensaje, que generalmente requiere de dos partes: quien lo emite y quien lo recibe, es un medio de comunicación que implica una retroalimentación pues al enviar el mensaje musical se obtiene una respuesta.

En este caso hablaremos de la respuesta a la música rock por parte de los jóvenes y de su actitud o comportamiento frente a los videoclips o videos musicales. Estos utilizan dos

⁸ CABALLERO, Cristián. Introducción a la música, p. 21.

⁹ BORDIEU, Pierre. Sociología y cultura. El origen y la evolución de las especies de melómanos, p. 117.

medios muy poderosos, que llegan a las sensaciones internas, tal como lo son la imagen y la música.

La música al emplear su lenguaje y enviar un mensaje es importante tanto como la intención y capacidad de quien lo manda, así como por la capacidad de quien lo recibe.

En la antigüedad la música se limitaba a los centros culturales, exclusivamente a las clases privilegiadas, pero hoy en día gracias a la radio, la televisión y los discos ha logrado penetrar en todas las capas sociales, convirtiéndose así en un idioma universal.

Estudios psicológicos han demostrado que la música ofrece respuestas debido a los estados reprimidos del inconsciente, logrando liberar tensiones, angustias, depresiones que el ser humano lleva dentro, que sobre todo se observa con más constancia en los jóvenes quienes han hecho de la música su mundo protector. *"Las experiencias corporales se viven intelectual y afectivamente, está implicada la persona en su totalidad. Con la música no sale más que lo que existe en un estado latente"*.¹⁰

Independientemente de la música, las letras de las canciones aportan otro canal de expresión, en donde los jóvenes no encuentran represiones logrando así desahogar sus inquietudes, tal es el caso de las canciones de grupos como Molotov, Control Machete, Maná, Maldita Vecindad que en la actualidad hablan de temas que les inquietan como la sexualidad, la política, la guerra, el racismo, etcétera, que aunque para muchos signifiquen letras muy superficiales, pretenden crear conciencia y solidaridad entre las nuevas generaciones.

Cuando escuchamos la música, está nos puede llegar por uno o más sentidos. Algunos gozan con la belleza física del sonido, otros responden a la música casi por entero, a través de sus emociones; algunos más escuchan la música por medio de la combinación de los distintos anteriores sensores, todo depende de nuestra naturaleza mental y emotiva. Existen

¹⁰ DUCORNEAU GERARD, Op. Cit., p. 77.

tantas maneras de apreciar la música como individuos en la tierra, pues finalmente la música es una creación humana de vivencias y sensaciones, que se comparten en las tendencias musicales. La espontaneidad de opiniones en música y la libertad de reacción musical son necesarios para la verdadera cultura.

Es por ello que la música continúa creciendo en diversas direcciones, y se extiende debido a sus creadores pues cada uno siente y vive distintamente la música, no hay límites para ella.

La música encuentra la manera de penetrar en el "alma" humana y sirve para tranquilizar y reducir su inconformidad física y psíquica, y si a esto reiteramos las imágenes ficticias que acompañan a un videoclip, son dos fuertes ganchos que sirven para acaparar la atención del espectador.

3.2 LA MÚSICA ROCK.

La música cualquiera que sea el género pretende provocar alguna emoción en quien la escucha y despierta sensaciones distintas en personas diversas. Además, la música es considerada un lenguaje universal. En la actualidad gracias a los medios de comunicación como son la televisión, a través de los videoclips, la radio y los discos, entra de inmediato en nuestros hogares.

Es importante mencionar que en todo tipo de música hay primicias de ritmo, forma melódica, tonalidad y relaciones de frecuencia, se crean así sucesiones de sonidos, constituyendo las bases melódicas, las relaciones armónicas, las diferentes velocidades de tiempo que dan lugar a estados de ánimo, de excitación o languidez, tranquilidad o agitación y contrastes melódicos y rítmicos.¹¹

¹¹ STOKOWSKI, Leopold, *Música para todos*, p. 14.

Ahora, entendiendo algo sobre lo que es la música, surge la pregunta ¿cómo aparece la música rock?

El rock and roll es un género musical creado por la fusión del blues, música compuesta por negros y el country, música campirana de los blancos, fue acogido por los jóvenes norteamericanos en los años 50 y de ahí se extendió a casi todo el mundo. Una de las bases musicales del rock es el blues que al producir varios estilos se le llamó rhythm and blues. El blues se improvisa y se compone de forma espontánea, implica un impacto emocional y transmite los sentimientos de sus intérpretes, narra experiencias de un sector oprimido como lo es la población negra norteamericana. Por su parte, la música country es el ritmo de los blancos subyugados.

Es en los años sesenta cuando las letras de las canciones narraban la realidad social, motivo por el cual al rock se le consideró como contracultura. La música rock es una muestra de lo que está sucediendo alrededor

La música rock es -probablemente- el género que más seguidores tiene en el mundo, pues se interpreta, produce y consume en muchas idiomas, es una forma de entender y percibir los deseos, experiencias, inconformidades y problemáticas sociales en varias partes del mundo; por medio de la música se ha logrado unir a la juventud del mundo.

El rock no sólo lo podemos apreciar dentro de una nota musical, se observaba también reflejado en los intérpretes y los consumidores. Desde sus inicios, la música rock a través de los medios de comunicación ha logrado influir en la moda, en la ideología y se le considera como un lenguaje de todos los jóvenes; desapareciendo por tanto las barreras del idioma. Además el rock significa rebelión, fascinación, crecimiento y autoexpresión.

Como fenómeno social, el rock ha tenido una evolución, una decadencia y una continuación, a su alrededor siempre hay polémica y crítica. Es un movimiento en donde la

juventud es la base y su mayor fuerza de sustento. El rock es y ha sido un elemento de transformaciones sociales.

*"El rock ocupa hoy un importante lugar dentro de nuestra vida, tanto si es aceptado, como si se le rechaza. Los medios de comunicación de masas nos lo han descubierto. La mayor parte de los jóvenes se reconocen en él."*¹²

Por ser un género juvenil, básicamente, al rock se le ha considerado como un movimiento cultural y revolucionario, pues su música esta hecha, creada y consumida por gente joven. Es un medio que genera empleos en su entorno y uno de ellos es el videoclip; el cual surge para promocionar a los cantantes o grupos nuevos, así como para reforzar lo nuevo de los consagrados.

El rock ocupa un lugar favorito en la cultura juvenil de nuestra época pues no se debe olvidar que el país está compuesto en su mayoría por jóvenes.

El rock es una forma de enlace entre los jóvenes, no importa el nivel económico, es indagar cosas nuevas, es una alternativa y hasta hay quien lo considera una forma de vida, lo que existe es un lenguaje universal; el sonido, el ritmo, la música, a veces la letra no es tan importante, la melodía tiene su propio mensaje.

La importancia cultural del rock es el resultado de una forma musical: combinación de ritmos musicales que se desenvuelven de manera independiente y están en incesante cambio. Integrado a la vida social, al rock se le adjudican apariencias tales como: ropa distinta, pelo largo, rapado o pintado, bailes rápidos; y tras él hay una libertad en todos los aspectos: laboral, político, religioso y sexual.

El rock se ha adaptado a las tradiciones de cada país, en el caso de México la música rock se genera a finales de la década de los cincuenta y principios de los sesenta, siendo su

¹² DISTER, Alain. Op. Cit., p. 9.

característica la copia - en su mayoría - de los temas realizados en Estados Unidos y traducidos al español, encontramos a grupos como los Teen Tops, Los Rebeldes del Rock, y Los Locos del Ritmo entre los más destacados.

A mediados de los años sesenta aparecen grupos como los Dug Dugs, Tijuana Five, ellos tocaban los éxitos de moda en inglés tanto de grupos norteamericanos como de británicos.

Para finales de la década de los sesenta, grupos como La Revolución de Emiliano Zapata, Three Souls in My Mind, La Quinta Visión, comienzan a escribir sus propias letras pero en inglés, aunque haciendo énfasis en la realidad nacional. Nace la famosa época de la Psicodelia, que tanto éxito tenía en Estados Unidos con bandas legendarias: Grateful Dead, Jefferson Airplane; en tanto en Inglaterra los Beatles comienzan a experimentar nuevos sonidos así como Pink Floyd, quienes en la actualidad están considerados como un grupo de música progresiva.

Pero continuando con el caso de México, a principios de los años setenta, para ser exactos en 1971, se llevó a cabo el festival de rock de Avándaro reuniendo aproximadamente unas trescientas mil personas emulando al concierto de Woodstock de agosto de 1969 en Estados Unidos, donde todo era paz, amor y rock, y en el que se llegaron a congregarse alrededor de quinientas mil personas, donde tocaron 32 grupos. Son con estas manifestaciones musicales que las empresas discográficas y las estaciones de radio generan más apoyo a la cultura del rock, previendo un gran ingreso económico.

Después de Avándaro, el rock nacional cayó en un estancamiento durante lo que restó de la década de los setenta, y es hasta mediados de los años ochenta cuando hay un resurgimiento dentro del ámbito rockero.

Durante ese letargo muchos grupos se estuvieron preparando y cambiando de imagen para formar parte del "boom" del rock en español, tal es el caso de Three Souls in My Mind ahora El Trío, Kenny and the Electrics por Kenny y los Eléctricos.

Y desde finales de los ochenta a la década de los noventa, los grupos de rock mexicanos han buscado explorar melodías, armonías y ritmos combinándolos con sonidos de la música mexicana. Algunos de estos grupos son: La Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio, Caifanes- transformado en Jaguares-, Café Tacuba, La Lupita, Santa Sabina y entre los más actuales Control Machete, Molotov, Resorte.

"La aparición del rock significó una verdadera subversión dentro del campo musical, lo que condujo a la crítica, al rechazo y al establecimiento de ciertas estrategias de conservación por parte de quienes detentaban el monopolio legítimo de la producción musical de la época".¹³

Hablar del rock en comparación con el teatro griego, las tragedias, es llegar a un mismo desenlace: la catarsis.

3.2.1 LOS DISTINTOS GÉNEROS.

Hablar del rock es complejo y variable, debido a que encierra aspectos ideológicos, políticos, económicos y sociales, que nunca estuvo fuera del contexto que lo generó y modificó a través de los años. Es manifestación de inconformidades desde su nacimiento hasta la actualidad. Y ha generado un movimiento de contracultura pues no ha sido aceptado fácilmente, y ha buscado por sí solo su lugar.

A partir de la búsqueda de nuevos sonidos como forma de expresión y de comunicación; desde que surge el rock, van apareciendo condiciones:

- nuevos instrumentos, nuevos sonidos, ideologías, formas de expresión en imagen y música y que desembocan en el videoclip - para crear los distintos géneros del rock: desde el blues hasta la música electrónica y computarizada de nuestros días, y que continuará evolucionando conforme a los pasos agigantados de la tecnología, el rock no tiene límites.

¹³ DE GARAY, Adrián. *El rock también es cultura*, p. 24.

De manera cronológica se pretende detallar la evolución de la música y en especial el rock; por ser la música creada por jóvenes y para jóvenes en busca de una nueva forma de expresión y apertura de espacios propios. Además de ser el elemento básico en el origen de un videoclip.

En la zona delta del Mississipi, en los Estados Unidos, surge el grito de los esclavos negros conocido como blues que denota tristeza y melancolía, y así se crea el rhythm and blues que es resultado de la mezcla de ritmos como el soul, jazz y gospel. El cual fusionado con los ritmos blancos como el country-western dan vida al rock and roll en los años cincuenta, cuyos principales exponentes blancos son: Bill Haley and the Comets y Elvis Presley, en tanto que en los de color están: Chuck Berry y Little Richard, por mencionar algunos de los más importantes. Para esa época con el impacto del rock y de la televisión, comienzan a transmitirse los primeros programas musicales, en donde cantantes blancos con su versión de canciones negras logran el éxito, debido al racismo de la época, sus cantantes son el prototipo a seguir del joven norteamericano. Por su parte la música negra solo podía ser escuchada por la radio.

En tanto, del otro lado del mar, es decir en Inglaterra, al tener noticias de esta música, empiezan a experimentar y crear sus propios sonidos y estilos, y reafirmando como base los ritmos negros.

Es a principios de los años sesenta, cuando aparece un grupo de rock, que vino a representar un rompimiento musical a través de sus aportaciones musicales, atuendo, actitud y presentaciones en vivo, nos referimos a los Beatles, quienes proyectan a la nueva imagen del rock and roll: el rock pop, la figura suave de esos momentos. Con ellos surge el interés de las empresas de televisión por transmitir imágenes de sus presentaciones, tal es el caso del programa norteamericano "El show de Ed Sullivan", de la cadena CBS, cuyo contenido, de entretenimiento general: entrevistas, bailes, chistes actuados, etcétera, a veces también abarcaba presentaciones de representantes del rock and roll y del rock como

Elvis Presley, Doors, Rolling Stones, entre otros, así se pone en práctica la tecnología del video tape en donde se graban sus actuaciones.

Por su parte, los programas musicales de la televisión inglesa, tales como: "People and places" de la empresa Granada; "Disc a Go Go" de la TWW; "Thank yours lucky stars" de la cadena ABC; "The mersey sound", "Juke box jury", "Six ten" o "Top of the pops" de la cadena nacional BBC; los cuales a diferencia del programa de Ed Sullivan, estaban proyectados para difundir el rock and roll y el rock a un público meramente juvenil. A ellos se les debe la primera difusión del videoclip de interpretación como de concepto.

Retomando la aportación de los Beatles, se puede decir que son precursores en una nueva forma de narración como lo es el videoclip, y esto lo podemos observar en su película, " A hard days night " en ella la aportación principal es el acoplamiento de las imágenes con la música de éxito, que más tarde se conocerá con el nombre de videoclip.

La contraparte de lo proyectado por los Beatles son los Rolling Stones, quienes por el contrario su imagen representaba rebeldía tanto en lo musical como en sus presentaciones. En la actualidad siguen presentes tanto por su música como en el videoclip porque han procurado ser innovadores dentro del ámbito visual.

Surgen en esta época ritmos conocidos como la psicodelia que significó una etapa de experimentación musical, partiendo de la idea de que las drogas abrían nuevas puertas perceptivas. Entre los grupos exponentes de estas tendencias se encuentran Grateful Dead, Jefferson Airplane, Janis Joplin, los mismos Beatles, los Stones y Jimi Hendrix, guitarrista zurdo de raza negra que comienza a hacer furor al interpretar sus melodías con un sonido diferente en donde se sintetiza el rock, jazz, soul. Desde la portada de sus discos así como en los programas televisivos, se podía observar la combinación de efectos especiales, - que la tecnología televisiva estaba implementando- y escenario para dar una ambientación a la presentación de los grupos, se puede decir que son los primeros videoclips, pues cumplen

con ciertos requisitos: promocionar tanto al artista como a la canción y tienen una narración audiovisual distinta hasta la entonces establecida.

Para los años setenta, se introducen nuevos elementos a la música rock y deviene una caída en el mundo psicodélico, las drogas empiezan a cobrar sus primeras víctimas, ya no todo es amor y buena vibra, comienza a verse la realidad tal cual es. Aparecen grupos como Velvet Underground que retorna las raíces básicas del rock, siendo el líder Lou Reed y apoyados por el artista plástico pop, Andy Warhol. La cultura pop se caracteriza por entrelazar elementos cotidianos y elevarlos a conceptos de obras de arte, como expresión de la sociedad moderna¹⁴ para atraer a cierto sector de la población, que en este caso fueron los jóvenes quienes atraídos por la novedad de la presentación, es decir la exposición plástica junto con la actuación en vivo de Velvet Underground y la grabación y reproducción de video art crean un nuevo concepto conocido como *performance*.

A finales de los años sesenta y principios de los setenta, viene un estancamiento en la parte visual de la presentación de los grupos. Aunque musicalmente en Inglaterra el grupo Pink Floyd, viene a aportar un nuevo sonido conocido como rock progresivo consistente en el uso de las guitarras eléctricas y por su parte Led Zeppelin comienza a generar un nuevo ritmo que se le denominó "Heavy Metal" este se crea con distorsiones y ritmos acelerados en la guitarra y también ritmos acelerados en la batería que recrean un ambiente agresivo y de desfogue.

Para la década de los setenta, primero en Estados Unidos y luego en Inglaterra aparece un nuevo género crudo, violento y grotesco: el punk, teniendo como exponentes a los Ramones del continente americano, y a los Sex Pistols y The Clash en Europa. Esta tendencia del rock es catalogada como la música más violenta, pues protesta contra las reglas sociales establecidas y se rebela de lo aburrido de todo, su ritmo es rápido y denso en cuanto que es muy repetitivo en sus tiempos.

¹⁴ Diccionario Enciclopédico Grijalbo, p. 1485.

Sus letras en sus inicios estaban consideradas como anarquistas, en la actualidad hablan de cotidianidades. Con ellos se pone de manifiesto la influencia de sus actitudes y de la vestimenta sobre los jóvenes. Aparece su baile representativo: el slam, golpear con estrépito, el cual consiste en desahogarse por medio de los golpes unos a otros, únicamente quienes se integran al círculo del baile, generalmente hombres. Su vestimenta y peinado es estrafalario ya que rompe con lo establecido, pantalones rotos y con estoperoles, picos, seguros, boxers; básicamente mezclilla y cuero. Su peinado clásico son pelos parados en forma de pico y pintados de colores llamativos. The Clash integró un ritmo jamaicano hasta ese entonces desconocido, nos referimos al reggae.

El reggae es otro ritmo negro que se ha incorporado a la música rock, conocida como "bluebeat", ya que nació de escuchar el sonido del corazón que es pausado y surge en la isla del caribe llamada Jamaica. Ritmo afroantillano, acompañado de sonidos cadenciosos, sensuales y rítmicos como el ska, rock steady y el calypso, con un contenido lírico de protesta contra las represiones racistas. Sus presentaciones en vivo congregaban a una gran multitud en donde su máximo exponente musical: Bob Marley and the Wailers con canciones de estilo rastafariano, anhelaban el retorno de "Ras Tafari" su emperador negro que vendría a reivindicarlos. Sus colores representativos son el verde, amarillo, negro y rojo

A mediados de los setenta, se gesta un nuevo ritmo, la música disco que comenzó a escucharse únicamente en clubes gay. El hecho que marca el éxito de la música disco se proyecta a través de la película "Fiebre de sábado por la Noche", estelarizada por John Travolta y el tema musical de la película interpretada por los Bee Gees, así podemos ver que la música comienza a tener un lugar primordial en el cine.

A principios de los ochenta en los barrios bajos del Bronx aparecen nuevas fusiones musicales, como el hip hop, el rap donde la mayoría del tiempo se habla en rima y sus temas son de carácter político. Los grupos representativos de este género fueron Nación Zulu , Bambaataa y Public Enemy, sus letras contienen una fuerte ira y cólera contra el sistema político creando una conciencia en la población negra, a través de sus canciones.

En la década de los ochenta, algunos estilos musicales retoman fuerza y madurez, tal es el caso del género heavy metal que apoyados por las compañías de discos, realizan sus primeros videoclips tal es el caso de grupos como Motorhead, Iron Maiden y Metallica. Otra forma musical que alcanza éxito es el pop bailable pues retoma bases de la música disco, un ejemplo de ello es Madonna y Michael Jackson, quienes impusieron una forma de bailar, de vestir y ver el rock en sus diferentes corrientes, ahora apoyados por la tecnología de los sofisticados efectos especiales en el videoclip y que marcan su auge.

A partir de ese momento, se puede decir que todos los géneros musicales, al ver el éxito en ventas y popularidad que lograba el videoclip, comienzan a adecuar conforme a su concepto musical un lenguaje distinto, caracterizado por el género musical al que pertenece, enfocado a cierto sector de la población juvenil. Por ejemplo, tal es el caso de la música pop que se dirigía a la clase media y media alta, en tanto que la música heavy metal, en un principio, se enfocaba hacia las clases bajas. En la actualidad, ya no existen diferencias entre clases, la música rock es para todos, no importa el nivel económico, ni cultural, la música gusta por ser subjetiva y cada quien encuentra en ella una respuesta.

Sin embargo, cabe señalar que muchos géneros y grupos quedaron sin mencionar, no por carecer de importancia, sino que partimos de las bases primordiales que dieron lugar a cada nuevo género y que en la actualidad continúan surgiendo distintas corrientes. La evolución del rock no ha terminado.

Como hemos visto, todas las tendencias musicales cuentan con sus grupos o cantantes que los identifica. En cuanto al videoclip también existen ciertas características representativas. Cada género musical tiene imágenes que se pueden clasificar como únicas de esa corriente. Sin embargo, hay una generalidad por parte de los videoclips a crearse una similitud entre ellos, quizá, únicamente lo que los distinga, siga siendo la música. Ahora entendamos que se considera un videoclip, y cómo responde la juventud frente a él.

4. RESPUESTA DE LA JUVENTUD FRENTE AL VIDEOCLIP.

La importancia de los videos musicales, donde las canciones son visualizadas por una amplia audiencia es la posibilidad que ofrecen en cuanto a creatividad, además que permite a la televisión poner en práctica su parte experimental.

Un video musical dura aproximadamente tres minutos; pero esos tres minutos representan una historia completa o una presentación musical ya sea de grupo o individual. Esta historia representada en muchos casos puede ser mera publicidad para promocionar un grupo o tal vez se considere un videoclip artístico cuyo mensaje cumple otra finalidad la cual va desde divertir hasta informar la realidad en que vivimos.

La demanda del videoclip en los últimos años ha crecido, siendo los jóvenes los consumidores principales de este medio de comunicación. Ha crecido tal vez por varias razones, su consumo representa publicidad adquirida y por lo tanto esto se refleja y se transforma en forma monetaria en las ventas.

La manera en la que actúa un videoclip sobre el espectador en este caso, los jóvenes, tiene una esencia muy especial, empezando por el espacio que éste tiene dentro del hogar, pues se transmite a través de la televisión, por consiguiente la mayoría de las veces el espectador se encuentra totalmente cómodo, relajado y concentrado con todos los sentidos puestos sobre el aparato televisor.

Esta situación permite que el individuo tenga una intimidad con el videoclip, el cual le transmite una serie de sensaciones, emociones como alegría, tristeza, actuando directamente sobre su estado de ánimo y más todavía, invitándolo a conocer un mundo nuevo y formar parte de él.

La música acompañada de imágenes como en el caso del videoclip, logra penetrar con más fuerza en las inquietudes del joven. Si él visualizaba o recreaba en su mente las imágenes de su canción favorita, con el videoclip reafirma lo que había idealizado.

Los videos musicales son producidos en las siguientes estructuras:

1. - El artista o artistas en pantalla representándose así mismos, es decir, es la presentación exclusiva de su principal tema musical en concierto.
2. - Una narrativa en donde se describe de manera lineal lo que la letra de la canción dice.
3. - Una fantasía, aquí la música nos ofrece un elemento que nos permite soñar y fantasear con la canción, aunque esta lleve una historia ya creada. Por lo general va acompañado de efectos especiales y digitales.

Por otro lado, el joven en busca de un espacio propio donde pueda manifestar sus emociones libremente, encuentra cabida en el videoclip, en él podrá identificarse a través de su música e imagen. Es tal el éxito de el videoclip, que se han abierto canales televisivos como el caso de **MTV** que dedica toda su programación a la transmisión de este género narrativo, pero que únicamente se difunde por el sistema de televisión de pago.

Esta empresa ha demostrado respeto e interés por la juventud de todo el mundo, haciendo programación para ella en cualquier parte del orbe, mostrando las costumbres de cada localidad, de manera que cada una de ellas sea portadora de la historia de cada país. Así, a través de las imágenes que **MTV** difunde logra en gran medida que hoy en día los jóvenes se conozcan y formen parte de ese universo.

Tal es el caso de **MTV Latino**, que apoya grupos latinoamericanos, dentro de los que se encuentran los mexicanos, dando a conocer su música, ésta ha impuesto su capacidad de

convocación invitando a su público a ser parte activa de sus canciones, y no quedarse en el plano contemplativo, sino participar en eventos de índole social, político y cultural.

La respuesta que han tenido los videoclips hoy en día ha sido bastante exitosa y va en aumento ya que como anteriormente se mencionó, es la única variante comunicativa, que le ha dado la libertad de expresión oral y corporal que el joven busca. Además es una nueva forma de identificarse con sus semejantes y sentirse parte de un todo en donde lo entienden, lo respetan y se preocupan por él.

4.1 MTV COMO CANAL EXCLUSIVO PARA TRANSMISION DE VIDEOCLIPS.

La necesidad de las compañías de discos de obtener un nuevo medio de promoción crea el videoclip. Este contiene los ingredientes necesarios para atraer la atención del público: música, la principal mercancía que debe posicionarse en el mercado. Es decir, la música venderá discos, y con ello la imagen del grupo. El segundo elemento, la imagen, acapara las miradas de los jóvenes quienes gozan de ver a su grupo o cantante favorito en el escenario o en acción.

A principios de los años ochenta, en el ambiente musical habían solistas y grupos que carecían de apoyo hacia una proyección internacional que rompiera las barreras en el mercado mundial.

Cuando se empezaron a generar grandes producciones del videoclip se buscó la manera de transmitirlos. En agosto de 1981, la empresa estadounidense Warner Communications Company, que maneja desde aspectos de producción cinematográficos, televisivos y discográficos; y a través del impulso de nuevas formas de comunicación y junto a la compañía American Express se fusionan para formar la Warner Amex Satellite Entertainment Corporation (WASEC), que bajo la dirección de Robert Fittman fundan **MTV: Music TeleVision.**

MTV se erigió como el canal idóneo para el lanzamiento promocional de grupos novatos, por su transmisión en estéreo y por la presentación tan cuidada de la imagen que ofrecía nuevas formas de narratividad visual, **MTV** se convierte en el canal de comunicación de los jóvenes, en el canal de los videoclips.

*El canal **MTV**: Music Television, se crea con el objetivo de apoyar a las compañías discográficas, transmitiendo historias musicales (videoclips), cuyo tema musical obviamente es de el grupo o cantante a promocionar, así transmite desde conciertos en vivo y videos grabados, logrando aumentar las ventas en el material musical. **MTV** se ofrece a todo público sin embargo, se ha conocido que su público consumidor principalmente esta conformado por jóvenes de entre 15 a 25 años de edad.*

MTV les permitía y garantizaba a las disqueras un acercamiento directo con los principales consumidores y *ampliar el grupo de aficionados a la música.*

Para acceder a este canal era necesario contratar los servicios por medio de suscripción. Durante su primer año de vida **MTV** llegaba a dos millones de hogares en los Estados Unidos. Cinco años después, *la cifra aumentó a 30 millones, la industria musical del rock se vio muy beneficiada* con la creación de **MTV**, ya que esta cadena ha sido un apoyo promocional básico por su amplio alcance y popularidad de manera que ningún grupo de rock importante puede dejar de participar en él, pues se perderían de ventas, popularidad y fama.

Con *el ingreso de **MTV** a la industria televisiva*, la industria musical vino a sufrir ciertos cambios benéficos, *aumentando considerablemente las ventas del material discográfico* del grupo o cantante que exhibe su videoclip. La mayor parte del consumo de discos de rock es producto de la información que se maneja en **MTV**. Esto lo podemos observar claramente nosotros en cualquier tienda de discos Mix Up y en Tower Records, en ellas se encuentran colocados aparatos televisores que transmiten **MTV** y que los discos más vendidos cuentan con su correspondiente videoclip o concierto en vivo.

El éxito de **MTV** provocó la creación de programas similares en distintas cadenas televisoras en los Estados Unidos, dichos programas al igual que **MTV** envían sus señales a distintos países alrededor del mundo. Un ejemplo de programa es el *Friday Night Videos* producido por la cadena **NBC**; también está *Video Jukebox* de la empresa **HBO**. Actualmente más de 200 programas en Estados Unidos no hacen más que programar y transmitir videoclips.

Es importante señalar que **MTV** en sus inicios realizaba sus transmisiones únicamente en inglés. Pero su gran audiencia en todo el mundo ha llevado a *este canal a la creación de ramificaciones - por así decirlo- MTV Europeo, MTV Asiático, MTV Latino, etc.* El siguiente cuadro muestra el potencial del canal:

MTV	Fecha de lanzamiento	receptores (millones)	idioma
MTV E.U.	agosto 1° de 1981	59.7	inglés
MTV Europeo	agosto 1° de 1987	61.0	inglés
MTV Brasil	octubre 20 de 1990	9.7	portugués
MTV Japón	diciembre 24 de 1992	1.1	japonés e inglés
MTV Latino	octubre 1° de 1993	5.0	español e inglés
MTV Mandarin	abril 21 de 1995	3.0	chino y mandarín
MTV Asia	mayo 3 de 1995	s/n	inglés e hindú. ¹⁵

¹⁵ LEVINSON, Marc. *Revista Newsweek*. "It's an MTV World Rock around the clock and around the world with the ultimate New Age multinational". Abril 24, 1995. p. 37.

Es así como ahora se llega a toda la juventud del mundo en su idioma natal, lo que crea una identificación con el canal y sus conductores.

Por otra parte, **MTV** garantiza a las compañías discográficas pasar con cierta frecuencia los video que envía, con el requisito de que gocen de cierta popularidad para permanecer al aire. Las empresas envían a **MTV** los videos con la condición de que salgan los siguientes créditos:

- Nombre del grupo o intérprete.
- Nombre de la canción.
- Album en que está contenida la canción.
- Nombre de la casa discográfica.
- Realizador o productor.

Además, de dar apoyo a los grupos o solistas de la región, da a conocer la música de otros países con el mismo idioma, creando un mayor mercado de penetración para la venta de discos.

MTV, en la actualidad no se dedica únicamente a la *transmisión y producción de videoclips y conciertos*. Es a partir de 1992 que *inicia la producción de sus propios discos compactos*, siendo resultado de las presentaciones en vivo de los grupos o solistas invitados en sus estudios de televisión. La serie de programas llamados "Unplugged" se caracterizan por eliminar todo instrumento musical eléctrico, se "desenchufan" y sólo se cuenta con los instrumentos acústicos. **MTV** hizo su incursión como compañía de discos con la producción "Unplugged" de Eric Clapton la cual se agotó a los 15 días de haber salido al mercado a nivel mundial.

Con la aparición de los videoclips se transforma el mundo del espectáculo, si en un principio era sólo un medio de promoción, en la actualidad las compañías discográficas así como los músicos se preocupan por realizar un trabajo artístico y con calidad, pues el videoclip es la fusión de todas las empresas dedicadas al entretenimiento en cada uno de los

medios masivos de comunicación. Tal es el caso de la televisión que es el medio perfecto para la recepción de los videoclips. Los otros medios son: la radio, el cine, la publicidad, la prensa y las revistas especializadas en el tema.

4.1.1 MTV Latino (caso específico México).

El canal **MTV** como se mencionó antes, se difunde a través de las emisiones por cable.

** El punto de nacimiento de MTV Latino, explica Alejandro Pels, vicepresidente de programación, se halla en la cadena matriz: MTV Internacional, desde Estados Unidos, en cuya señal existía un programa semanal, de una hora, conducido por Daisy Fuentes, con los mejores videos de Latinoamérica. Existía el público que pedía esos videos. Lo que hizo MTV, entonces, fue responder a esa demanda del público, antes que nadie. Hoy en día han aparecido ya canales tipo MTV por todos lados.*

** Si al principio costo trabajo que en Latinoamérica se extendiera este concepto novedoso, hoy ya significa una influencia importante sobre la publicidad y el desarrollo de la música que ha surgido en los últimos años* ¹⁶ En México, las compañías que transmiten sus señales son Cablevisión y Multivisión.

En los inicios de Cablevisión, existía un canal que retransmitía la programación de **MTV** en inglés, obteniendo con la inclusión del canal más adeptos entre la juventud mexicana. Pero en 1986, al parecer la Secretaría de Gobernación - según la empresa- suspendió las emisiones de **MTV** por considerar las escenas de muchos de los videos-clips como inmorales y de mal gusto. En la actualidad se puede contar con la programación de **MTV** al suscribirse a los canales básicos y obviamente pagando una renta mensual.

Por su parte, la empresa Multivisión desde que empezó sus transmisiones contó con la señal de **MTV** y también se tiene uno que suscribir y pagar renta.

¹⁶ ESPINOSA, Pablo. "MTV, espejo poliédrico que refleja lo local sin soslayar lo planetario". La Jornada, 30 de agosto de 1997, p. 21.

MTV Latino aparece a principios de la década de los noventa, el cambio de conductores de habla inglesa al español se enfocó debido al gran número de jóvenes de Hispanoamérica incluyendo España que ven este canal.

Además, como se mencionó anteriormente, existe un gran mercado consumidor de jóvenes en América y España ansiosos de ver y escuchar a sus grupos favoritos y con la ventaja de entender lo que oyen. Esto no quiere decir que se excluyan videoclips en inglés, pues obviamente sería un error descuidar este mercado.

MTV siempre ha contado con la participación de jóvenes tanto en su producción como al mercado que penetra. Por ello sus conductores o VJ's, - video jockeys, como se denominan- también son jóvenes de varias naciones de habla hispana, entre los que destacan México, Argentina y Chile. A ellos, los seleccionaron en base a sus conocimientos musicales de rock, y por ende cada uno tiene una sección especial de rock.

Ejemplo de esto en *MTV Latino* podemos observar el programa *MTV "Clásico"* y su conductor Gonzalo (mexicano), él expone en cada sesión un poco sobre el videoclip que se verá, cómo y quien la realizó, de qué producción discográfica proviene, y el contexto en que surge ese video.

Por su parte Edith (mexicana), está encargada de los 20 videoclips más solicitados durante la semana en "Top 20", esto a nivel latino; además conduce "Top Ten", lista de popularidad en los Estados Unidos a nivel videoclip.

Ruth (argentina) programa los videoclips considerados en la corriente musical como alternativos, es decir, la fusión de tendencias ya sea el heavy metal, el reggea, el pop, cualquier tipo de mezcla que se ocurra, y tiene a su cargo la serie denominada "Nación Alternativa".

El chileno Alfredo es quien coordina los videoclips con tendencias musicales más "pesadas", "Headbangers" transmite únicamente videoclips considerados dentro del género heavy metal.

Dentro de la programación de *MTV Latino* también se encuentra la serie "Beavis and Butthead", considerados como la contraparte del prototipo del joven convencional. (Butthead significa cabeza de pedo y Beavis, imbécil), aquí se observan aventuras y atrocidades cometidas por un par de jóvenes adolescentes quienes se están adentrando al mundo musical, y su marcada preferencia hacia el heavy metal. Se la pasan observando videoclips de su agrado y criticando los que no son de su gusto musical.

También *MTV Latino* cuenta con la serie "Unplugged" en donde son invitados grupos de moda a nivel Hispanoamérica. Entre los grupos invitados se han podido observar de México al Tri, Café Tacuba, Caifanes, Santa Sabina; de Argentina, Fito Paez, Soda Stereo, Los Fabulosos Cadillacs, Charly García; de Chile, Los Tres, La Ley, entre los más destacados.

Otra serie de *MTV Latino* es "Afuera", este programa se realiza desde diversas ciudades de Latinoamérica, nos muestra las costumbres y formas de vivir de la juventud de otros países, pues nos enseña con tomas, escenas en la calle o en algún lugar de reunión, sus tendencias musicales y como muchos de ellos aparentan ser o parecerse a sus cantantes favoritos. Se logra así percibir la influencia que *MTV* logra alcanzar a nivel mundial en los jóvenes.

4.2 MTV Y SU INFLUENCIA EN LOS JÓVENES.

México es considerado un país de jóvenes, por el alto índice de esta población pues según las cifras del INEGI en el año 1995 se contaba con:

Edad	Pob. Total	Hombres	Mujeres
15 a 24	1, 812 491	877 029	935 462

Con lo anterior pretendemos demostrar que el sector juvenil ejerce gran influencia en que satisfagan sus necesidades de expresión, llegando a *lograr espacios importantes en los medios de comunicación*, principalmente en la radio y algunos programas de televisión, como los de tipo musical.

MTV ha venido a representar este espacio de expresión para los jóvenes pues a través de su programación musical acapara la atención y se identifica por su lenguaje universal como lo es el rock.

En la actualidad nuestra mente está acostumbrada a recibir diferentes mensajes y asimilarlos rápidamente debido a la evolución de los medios de comunicación como lo son la radio y la televisión que han agregado agilidad en su emisiones, que en el caso particular de la televisión, la imagen provoca una repercusión psicológica, reforzando el mensaje que se pretende comunicar y el cual retoma nuevos medios de comunicación como lo es el videoclip; que busca una comunicación más directa con los jóvenes por ser éstos los consumidores principales del mensaje, aunque exista gente de diversas edades que se sienta atraído por esta forma de narración.

El individuo está condicionado histórica y socialmente a que un espectáculo - en este caso el videoclip- se dirija a un espectador concreto, los jóvenes, y desarrolla sus inquietudes y las lleva a la realidad.¹⁷

El videoclip pone en práctica tres canales de comunicación: el visual, el auditivo y el oral, de ahí su alcance y respuesta de sus consumidores, pues ofrece variedad y entretenimiento

¹⁷ GUTIERREZ Alea, Tomás. *Dialéctica del espectador*. p. 54.

al espectador. Lo visual se manifiesta a través de las imágenes que se emiten, y que hipnotizan al televidente. El auditivo se pone en práctica por medio de la música que el grupo a promocionar está comunicando y que tal vez represente la nueva moda, si se logra el objetivo deseado será la identificación con el grupo. Lo oral se expresa por medio de la letra de la canción que en muchos casos representa un canal importante de identificación con los jóvenes, independientemente del género musical que se interprete, pues a través de las letras se dicen cosas que los jóvenes quieren decir al mundo.

"La comunicación se produce en todos los niveles posibles y los recursos expresivos son válidos en la medida en que sean efectivos, independientemente del canal que recorran. Pero sucede que cuando se absolutiza el recurso de identificación, se está cerrando el paso a la comunicación racional. Es en este sentido que decimos que se realiza una operación reaccionaria"¹⁸

Investigaciones realizadas en Estados Unidos sobre los efectos de los videoclips, señalan que los jóvenes de entre 13 y 25 años son los mayores consumidores televisivos de **MTV**:

"los jóvenes de clase media ocupan dos horas diarias en ponerse frente al televisor a ver y oír los últimos videos de sus grupos favoritos, de sus músicos copian su manera de hablar, vestir y bailar"¹⁹

La influencia que tiene **MTV** en los jóvenes se debe básicamente a la transmisión de videoclips ya que: es un medio de promoción que tiene bases publicitarias y va dirigido con la finalidad de acaparar la atención del espectador, aunque no por ello, deja de ser un trabajo artístico. En el área Metropolitana de la Ciudad de México, la cadena Multivisión cuenta con aproximadamente 450 mil suscriptores a éste canal. Por su parte, Cablevisión cuenta con un porcentaje similar, por lo que si de 1, 812 491 jóvenes en la ciudad de México, se puede pensar en 40 a 45 % de suscriptores que ven **MTV**. Y que se puede señalar que representa una parte notable de la juventud.

¹⁸ *Ibidem.*

¹⁹ GREENFIELD, P.M. y otros. "What is rock music doing to minds of our youth? A first experimental look at the effect of rock music lyrics and music videos." *Journal of early adolescence*. Vol. 7 num. 3 U.S.A. 1987.

Debido a la importancia de este canal, en México, se encuentran establecidas las oficinas de **MTV** desde donde opera la parte norte de *MTV Latino* y que según declaraciones del vicepresidente de mercadeo: *" Lo principal para nosotros son los gustos de los mexicanos; esa opinión dirige lo que programamos en toda la sección norte de MTV Latino. En México no hay ningún canal que compita con nosotros; aunque los hay musicales no los consideramos competencia porque tratan temas totalmente diferentes, otros géneros musicales, y no tienen programas noticiosos ni animaciones. Son productos diferentes. La competencia está, entonces, en nosotros mismos "*.²⁰

La juventud es una etapa en la cual el individuo busca identificarse a través de códigos comunes como puede ser la música, el vestir, el lenguaje utilizado, lugares de reunión, es decir toda una actitud o comportamiento, y esto lo ha encontrado en **MTV**, tiene libertad de elección y respeto a sus gustos particulares, resultado de la mezcla de su cultura y las tendencias en la moda juvenil, y que giran alrededor de los conceptos básicos del rock y el pop.

Otro punto por lo que la cadena **MTV** influye en la forma de vida de los jóvenes es debido a que ésta empresa da gran importancia al lenguaje de cada país en donde está presente; pues ellos opinan que no hay mejor forma de comunicarse que con su propio lenguaje, de ahí los modismos que han surgido entre los conductores y que se han propagado entre la forma de comunicarse de los consumidores, un ejemplo de ello es la palabra "cool" o "coolísimo" que significa "padre", "chido", "bien", "suave", "chévere", según el lugar y son modismos que utilizan los jóvenes en todo el mundo.

MTV ha logrado universalizar todos estos modismos, creando así un nuevo lenguaje que sólo los espectadores de la programación podrán identificar.

*"...aquí radica uno de los factores definitorios del video: su capacidad para conseguir que lo particular de un individuo o grupo, llegue al conjunto universal de todos los ciudadanos, entendiendo cada uno de éstos a su vez, como un emisor en potencia".*²¹

²⁰ ESPINOSA, PABLO. Op. Cit., p. 21.

²¹ BONET, Eugene. En torno al video, p. 85.

5. EL CASO DE MEXICO.

El videoclip al generar gran impacto entre los jóvenes ingleses y norteamericanos en los años ochenta, crea la visión en las empresas discográficas de exportar este medio de promoción de los grupos y cantantes a otras partes del mundo.

Es así como llegan a México los videoclips. En un principio observamos grupos como Durán Durán, Culture Club, David Bowie, entre muchos otros, siendo considerados la Nueva Ola Musical Inglesa.

Surgen de esta forma las inquietudes de los grupos y solistas latinos que desean ser escuchados y obviamente vistos y que mejor forma de realizarlo a través del videoclip.

En México, lo que conocemos en la actualidad como videoclip es introducido por Luis de Llano también en los años ochenta, es el momento de auge del llamado "Rock en tu idioma" en donde aparecen grupos como Ritmo Peligroso, Los Clips, Kenny y los Eléctricos, estos con el apoyo de la empresa de discos Comrock creada también por Luis de Llano. Los primeros videoclips sólo utilizaban al video tape, y se realizaban en interiores y contaban con una austera escenografía.

Pero a su vez se empiezan a transmitir videoclips de grupos españoles y argentinos tales como: Mecano, Miguel Ríos, Hombres G, Soda Stereo, Enanitos Verdes, Charlie García por nombrar algunos de ellos, pues en estos países surgen un gran número de cantantes, y utilizan al videoclip para darse a conocer. Los grupos españoles empiezan a hacer uso de tecnologías más complejas, es decir, comienzan a utilizar la técnica cinematográfica, para obtener una mejor calidad de imagen.

Retomando el caso de México, el videoclip se difunde escasamente. Los espacios para retransmitirlos son muy pocos, esto se debe a dos puntos.

1. Porque muchos de los videos que se podían observar eran en otro idioma y por lo tanto sus imágenes representan una realidad distinta, son considerados agresivos y violentos. Además, lo hacían en horarios nocturnos, dentro del catalogado para mayores de edad.

2. La producción y distribución de videoclips en nuestro idioma eran escasos. No se había contemplado la magnitud de impacto que a través de la televisión logran tres minutos de imagen y música, y principalmente entre los mayores consumidores de este medio: los jóvenes.

A partir del auge del "Rock en nuestro idioma", los jóvenes ansian ver a sus cantantes favoritos "en acción". Es así como las compañías de discos apoyan a los artistas con más arraigo entre la juventud. Aunque la producción de videoclips no necesariamente se relaciona con lo comercial, entendiéndolo por el apoyo de las compañías disqueras y de los principales programas musicales.

Muchos grupos y cantantes realizaron sus primeros videos con ningún apoyo por parte de sus compañías discográficas, es más muchos de ellos, en esos momentos no contaban ni siquiera con una empresa que los apoyara. Se crearon videoclips de producción independiente, así como grabaciones de sus discos o demos.*

Cabe señalar que al rock en español no se le consideraba un buen mercado de ventas; de ahí que no existiera apoyo e impulso para quienes tocaran este tipo de música.

Cuando se dieron cuenta del potencial que el rock en nuestro idioma ofrecía, se generó un impulso para dicho género musical. Esto sucede en nuestro país a finales de la década de los ochenta, cuando empiezan a aparecer en el ámbito rockero grupos como Caifanes, La Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio, Fobia, Los Amantes de Lola entre los más destacados y con un gran número de seguidores. De ahí, que desde ese momento en

* Grabaciones caseras que se distribuyen a nivel radiofónico o a empresas discográficas para darse a conocer.

adelante, los grupos que aparecieron y continúan surgiendo van a utilizar este medio de difusión y de promoción para ser reconocidos.

Además, aparecieron los primeros programas musicales, enfocados a la juventud, tal es el caso de "Estrellas de los Ochenta", "XE-TU", "A toda Música", "Video Éxitos"; estos programas en la televisión comercial. En la entonces televisión estatal, también surge el interés por el sector juvenil con la serie "Aguila o Rock".²²

En la actualidad, los canales abiertos que se transmiten en la Ciudad de México, cuentan con programas de corte musical como lo son: el canal 2 con su programa "*Siempre en domingo*"; en canal 11 programas especiales sobre algún grupo o recientemente se pudo ver la historia del rock a través de diversos capítulos en la serie "*Del Rock y otras Rolas*"; en canal 7 y 13 sus programas de diverso corte musical y especiales de cantantes o grupos; en canal 22 podemos observar la serie "*Rock around the world*", que transmite media hora de videoclips. Con la programación en sus canales de éste género narrativo y que se transmite por televisión, ha atraído a un mayor número de espectadores.

Con estos programas de índole musical empiezan a interesarse los productores televisivos por la nueva forma de narración que es el videoclip. Son los jóvenes realizadores, quienes se interesan más por esta modalidad visual. Aparece gente como Benny Corral, Pedro Torres, Carlos Marcovich, entre los más conocidos. Sin embargo hay gente que no es reconocida y que sus trabajos cuentan con una buena calidad, y que también manejan las técnicas más actuales en cuanto a la producción.

²² MEJIA Barquera, Fernando. "El videoclip en México", p. 4.

5.1 EL VIDEOCLIP EN MEXICO.

Para explicar la historia, por llamarla así, del videoclip en México tenemos que recurrir a los antecesores del género que estarían representados por las primeras transmisiones de programas de índole musical. Aquí y en cualquier parte del mundo, sabemos que imagen y música del grupo o cantante favorito son las bases principales para desarrollar o crear un videoclip.

Con la aparición del rock en los años cincuenta, los jóvenes cautivados por el nuevo ritmo musical que escucharon, primeramente a través de la radio, deseaban conocer a los intérpretes de dicho ritmo.

Cuando la televisión mexicana con programas musicales dio a conocer artistas como Los Teen Tops, Los Locos del Ritmo, Los Hooligans; los jóvenes de aquella época cambiaron su forma de vida de vestir y de pensar. El modelo a seguir eran los cantantes: cabello engomado, pantalones de mezclilla, chamarras y crinolinas. También en esa época los espacios para el rock eran mínimos, porque este género musical siempre ha sido considerado el niño malo, por ser rebelde y libre. Pero como anteriormente se menciona, el rock era - y es - un gran mercado en expansión.

En la década de los sesenta, aparece un programa que se puede considerar antecesor del videoclip en México, nos referimos a "Discoteca Orfeón a Go Go" patrocinado por la compañía de discos "Orfeón". Este programa tenía una duración de una hora y presentaba a los principales representantes del ritmo a go go como los Loud Jets, Los Locos del Ritmo, entre los invitados más constantes.

Otro programa de corte musical aparece en 1974, "Musicalísimo". Para finales de los años setenta sale al aire por canal cinco el programa "Buena Onda" producido por Luis de Llano. El proyecto tenía un formato que se puede decir era similar al del videoclip.

Durante la década de los ochenta, con el cambio de canal 8 a canal 9, y éste con un corte tendiente a lo cultural, se empiezan a transmitir videoclips entre cortes o como intermedio dentro de la programación, y esto con la finalidad de no aburrir a su nuevo público.

A partir del 4 de abril de 1983, canal 9 dentro de su programación introdujo su programación juvenil con series como "A toda música", videos sobre rock, "Video Cosmos", este programa presenta cortes musicales tanto de cantantes nacionales como extranjeros con interpretaciones de música moderna, y "Estudio 54", éste a su vez pretendió ser un análisis musical con apoyo audiovisual del desarrollo de la música en el mundo, este programa era conducido por Jaime Almeida.²³ Otra serie que transmitía programación con videos musicales es "Viernes", emitido por canal 13, el mencionado día, y está considerado como el antecedente a los programas venideros sobre videoclip en México.

Con la entrada de la programación por cable, Cablevisión tuvo la inquietud, además de ver que era la mejor forma de promocionar a todos sus artistas, de transmitir videoclips en canales exclusivos para cada género musical. En la actualidad se cuenta con tres canales de proyección de videoclips como lo son el "Ritmo Son", "Tele Hit" y por supuesto "MTV".

La programación de "Ritmo Son" se enfoca hacia el género musical afroantillano, se observan videoclips de gente que toca Salsa, Merengue, Cumbia, en este canal podemos ver a grupos como Niche, Sonora de Margarita, Sonora Santanera, Celia Cruz, Willie Colón, etcétera.

En tanto, en "Tele Hit" se puede acceder a los nuevos videoclips de la música rock y balada pop, únicamente en español. El canal ha ido creciendo en importancia y también cuenta con programas en vivo, secciones como el atrás de las cámaras en donde se puede observar la grabación de un videoclip, entrevistas con los realizadores, así como con los interpretes.

²³PEREZ Espino, Efraín. Los Motivos de Televisa. El proyecto cultural de XEQ canal 9. U.N.A.M. p. 69-71.

5.2 MANIFESTACIÓN DEL VIDEOCLIP EN MÉXICO.

Tanto en el mundo como en México, los ochenta es el despliegue del videoclip como ahora lo conocemos.

Aparece para promocionar las canciones de muchos artistas, esto con el apoyo de las compañías de discos y de las estaciones de radio, todo con la finalidad de obtener mayores ventas.

Aunque *el videoclip* es un video de comercialización de la imagen de los artistas, *contiene elementos artísticos* tales como la utilización de *la técnica cinematográfica*, y por ende *la fotográfica*, pero sin olvidar *la tecnología de la televisión*, en donde se encuentra inmerso el mundo del video.

Los primeros videoclips que observamos emplean únicamente la técnica que ofrece el videotape. Principalmente se utiliza en tomas en lugares cerrados y con una escasa o nula escenografía. Lo que daba agilidad y ritmo a las escenas son los cortes y los efectos especiales, básicamente los de electrónica, es decir, los fundidos, el wipe, las cortinillas, entre los más usuales en un principio.

En México, de los probables iniciadores en el método del videoclip es Raúl Velasco, con sus programas *"México, magia y encuentro"* y *"Siempre en Domingo"*, ambos de carácter musical; en el primero con un enfoque hacia la música nacional folclórica, en donde se tenían cápsulas sobre algún Estado de la República y se musicalizaba con algo identificativo de la región.²⁴

En *"Siempre en Domingo"* ocurre algo similar, como en el caso de las presentaciones de los artistas en algún escenario natural y en donde había un gran movimiento de cámaras

²⁴ MEJIA Barquera, Fernando. Op. Cit., p. 3.

para dar un toque distinto a lo que se observaba en un estudio de televisión, a últimas fechas y debido a la tecnología, el estudio también ofrece un gran número de tomas que dan agilidad y ritmo, así como los efectos electrónicos dan diversidad a las imágenes que observamos en los programas actuales.

Durante la década de los ochenta, aparece el programa "*Cachún Cachún Ra Ra*" producido por Luis de Llano, en él los protagonistas actuaban canciones realizadas específicamente para el programa, bailaban y se le insertaban una serie de efectos especiales, dándole así un formato de videoclip. A veces dentro del programa se tenía como invitados a los cantantes de moda y también se realizaba una especie de videoclip. Otro programa también de esa época es "*Estrellas de los Ochenta*" en donde se presentaban los artistas del momento así como su nueva producción visual.

Otra serie de programas en donde se empezó a utilizar el formato de videoclip fue en la serie realizada por Imevisión, en la actualidad, Televisión Azteca, llamada "*Aguila o Rock*", en este programa se podían observar a los grupos de rock que no contaban con tanto apoyo por parte de su compañía disquera entre los que destacan: Real de Catorce, Tex Tex, Jaime López, Heavy Nopal, gente que en la actualidad continua en el ámbito del rock.

5.3 ¿ QUIEN HACE VIDEOCLIP EN MEXICO?

Anteriormente se mencionó a los antecesores del videoclip en México, pero para introducirnos en el tema de quién hace video en México, primero tenemos que hablar de los programas de corte musical, los cuales son los favoritos de los telespectadores y debido a su alto rating, es decir, la gran cantidad de televisores que están sintonizando un mismo canal; los productores de dichos programas decidieron al ver el éxito de los videoclips llegados del extranjero, empezar a realizar sus primeros intentos con los grupos y cantantes del momento.

Uno de estos productores-realizadores es Luis de Llano, quien con el éxito de grupos como Timbiriche y Fresas con Crema, así como de su programa "Cachún Cachún Ra Ra", comienza a emplear la técnica del videoclip: sus tomas son rápidas al igual que los cortes, se quiere narrar con estas escenas la historia de la canción, acompañada de coreografías por parte de los intérpretes.

Pedro Torres es otro realizador de videoclips, él alcanzó popularidad como productor debido a la gran calidad en los videoclips que realizaba. Fue de los primeros en utilizar en México la técnica mixta, es decir, grabar con técnica de cine y editar en video. Dentro de los videos con más espectacularidad que realizó se encuentra el de "La Séptima Luna" interpretada por Emmanuel, en ese videoclip se puede observar el gran despliegue de producción tanto en movimiento de cámaras, como en efectos especiales y actores. Fue una de las primeras producciones donde se rompe con la narratividad establecida y las escenas dejan de ser lineales.

Otro realizador es Benny Corral, joven que asimiló las enseñanzas del productor Luis de Llano, por haber colaborado con él en proyectos musicales como lo fue "Cachún Cachún Ra Ra", programa de carácter cien por ciento juvenil en donde se generó un gran apoyo para grupos que impulsó la empresa (TELEVISA) donde se elaboraba dicha serie. Al separarse de esta empresa como actor surge su inquietud de realizar algo diferente e ingresa al mundo del videoclip.

En la actualidad contamos con un gran número de directores de videoclip en México, todos ellos jóvenes inquietos que retoman la técnica extranjera para adaptarla o acoplarla a la música de rock de los grupos mexicanos, tal es el caso de Carlos Marcovich, quién ha realizado videos para grupos como Caifanes, en el ámbito del rock, y dentro del considerado género pop para Paulina Rubio.

Otro joven productor de videoclip rock mexicano es Carlos Somonte, el cual ha realizado videos para grupos como Café Tacuba y su canción "Las Flores" para La Lupita, el videoclip "Ja-Ja", Fobia y su video "Revolución sin manos".

Nombres a mencionar de jóvenes directores que actualmente participan en la elaboración de videoclips están: Angel Flores-Torres, Jorge Aguilera, Tito Lara, Fernando de Garay, Salvador Garcia, Juan Uribe, Leonardo Bondani, Daniel Gruener (cineasta), Luis de Velasco, Juan Carlos Martin entre muchos otros que se han propuesto destacar por la originalidad de sus producciones, y así se les tome en cuenta para entrar a competir a nivel iberoamericano, tal es el caso del reto por entrar a participar en la propuesta del mejor video latino que promueve cada año la televisora **MTV**, *Music Television*, con su premio *MTV Award*.

Aunque también existen realizadores de videoclip cuyo labor no es tan conocida a nivel comercial, y no por ello su calidad decrece, son profesionales de su trabajo, y conocen el medio y se desenvuelven en él, como en el caso de los entrevistados en el punto seis de esta investigación. Sergio Sato quien ha participado en la producción de videoclips para José José, Alfredo Cruz por su parte ha colaborado en la realización de videoclips para grupos de rock mexicanos como *Caifanes* y *Maná*. Ahora conozcamos su experiencia y como desempeñan su trabajo en la producción de un videoclip.

6. TESTIMONIOS

Esta parte de la investigación, se apoyó en el género periodístico interpretativo que es la entrevista, para conocer tanto la parte teórica como la práctica y los conocimientos de los expertos en la producción de un videoclip. Para ello se realizó un cuestionario que consta de 23 preguntas, y que por las mismas respuestas, surgieron algunas dudas que fueron resueltas, aumentando el número original de preguntas, en algunos casos, mientras que en otros se redujo. ~~La entrevista se ajustó de último momento a la situación pues se llevó a cabo durante el desarrollo de una producción.~~

Se realizó un cuestionario enfocado a la parte teórica de la investigación, donde se entrevistó al Profesor José Vázquez Puga, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, que imparte la cátedra de Taller de Realización de Cine y Sociología del Cine desde hace diez años. Fue selecto por sus conocimientos en cine y bagaje cultural, que se refleja en sus clases, además de que su proyecto de enseñanza está enfocado al estudio de la imagen y al proceso de producción, y en donde el videoclip se ejercita como parte de este proceso.

Cabe señalar que la entrevista giró en torno a su experiencia como académico, ya que es de los pocos profesores que enseñan a sus alumnos la realización de un videoclip, los guía en la selección de la canción así como en la creación de las imágenes.

Por otro lado, se entrevistó a Sergio Sato, productor en sus inicios de videoclip, y en la actualidad está enfocado a los anuncios publicitarios de televisión. La entrevista se realizó durante la filmación de uno de sus proyectos, él estaba al tanto de todo su equipo de producción por lo que no se llevaron a cabo la totalidad de las preguntas.

Se entrevistó también a Arturo Zorrilla, cuya experiencia laboral se enfoca a la publicidad, su labor ahí es de director creativo, es el responsable de crear el concepto de inicio en la elaboración de un videoclip o de un comercial, nos compartió sus conocimientos en el área, y nos dejó ver un punto de vista diferente, por su desempeño en agencia de publicidad.

Otro productor que nos concedió una entrevista fue Alfredo Cruz, que tiene experiencia en videoclip, y ha participado en la realización de este medio de expresión. Ha trabajado con grupos mexicanos de rock como lo son *Caifanes* y *Maná*. Él nos habló de que el videoclip se crea en base al concepto del grupo y de la canción, y del formato a utilizar, dependiendo del presupuesto que se tenga.

Por último se entrevistó a Oscar, un joven asistente de video que nos comentó sobre su participación en los diversos tipos de producción de videoclip en donde ha colaborado.

Las entrevistas se llevaron a cabo con la finalidad de obtener diversos puntos de vista sobre la producción de un videoclip: las técnicas que utilizan, el formato, el tiempo de elaboración, es decir desde que surge la idea hasta que culmina, tomando en cuenta el presupuesto destinado para la realización. De esta forma se refuerza la parte teórica de esta investigación con los puntos de vista prácticos de quienes participan en el proceso de una producción.

6.1 ENTREVISTA A SERGIO SATO.

1. ¿Cuáles son sus estudios en el área de la producción?

R= Estudié en la Universidad de Denver Colorado, estudié básicamente Ciencias de la Comunicación, pero en Estados Unidos tienen la especialización en cine.

2. ¿Cómo es que llega usted a realizar videoclip?

R= Bueno, aquí básicamente se trata de conseguir el contrato y analizar lo que es la canción, analizar quien es el artista, y de ahí, hacer un guión que sea de acuerdo a la canción, a la personalidad del artista y proceder a filmar.

3. ¿Quién contacta con el productor, la compañía de discos o el artista?

R= En mi caso hice el videoclip de José José, Payaso, hace muchos años. El contacto vino a través de la disquera.

4. Para usted, ¿qué es un videoclip?

R= Creo que un videoclip es una serie de imágenes que conceptualizan o que proyecten lo que es la imagen del artista, del cantante o del grupo, y que logre llegar a través de un medio

alternativo como es MTV, o a través de los canales abiertos al público que le interesa, que le gusta esa música y que le interesa comprar el disco.

5. ¿Cuál es el punto de partida para iniciar un videoclip?

R= Analizar la personalidad del artista o del grupo y, conocer la canción, y básicamente no olvidarnos que un videoclip, a final de cuentas, es un medio de venta, que de esa manera vamos a conocer una canción para que posteriormente se proceda a vender el disco.

6. ¿Cómo productor de videoclips, podría comentarnos si se realiza lo que uno como espectador quiere ver o lo que se consume?

R= Idealmente es un matrimonio de ambos, si uno no llega a lograr lo que el espectador quiere ver pues obviamente no va a tener el impacto deseado, y por ende, no se va a consumir ese producto.

7. ¿Qué se pretende transmitir en el videoclip?

R= Más que nada se trata de lograr una identificación con el espectador, y que el público del acto lo vea y le agrade. Básicamente es transmitir en imágenes lo que está diciendo la letra, la propuesta musical.

8. ¿Cómo creador de un nuevo medio de difusión, considera al videoclip como un medio de comunicación, o dentro de que área de la comunicación se encuentra?

R= Insisto, el videoclip es un arma de venta para los discos, primariamente. ¿Qué si es un medio de comunicación? sí, se ha vuelto un medio de comunicación y un medio artístico de alguna manera.

9. ~~Se pensó o imaginó que el videoclip tendría la fuerza que ahora tiene, sobre todo en la juventud?~~

R= Desde sus inicios, desde que me acuerdo de cosas que hicieron los Beatles, pero esos de por sí, son los precursores de los videos modernos, y sí me lo imaginaba, desde luego que sí, por ser el medio ideal: combinar lo visual con el audio.

10. ¿ Cuáles son los medios para acaparar la atención del espectador en un videoclip, la imagen o a la música?

R= Ambos tienen que ir de la mano, porque a final de cuentas es un solo producto, imagen y audio tienen que ir de la mano.

11. ¿ Cree que existe la cultura del videoclip?

R= Sí en algún momento se hicieron los video bares pero obviamente era ilógico que hicieran eso, porque se trata de salir para convivir con gente, y desde el momento que el video está tomando más importancia que la gente con la que un va, pues obviamente estaban destinados al fracaso.

12. ¿ Existen tendencias narrativas dentro del videoclip?

R= No. Hay lenguajes cinematográficos, y puede ser, el cine de vanguardia, el surrealista, el realista, el expresionista, etcétera. Más bien se tiene que seguir la línea del artista, del grupo, de la música, de la canción. Y sobre todo, existen sus contrapuntos, porque se puede mezclar una cosa muy "locochona" en imagen con una música muy tradicional y es una buena mezcla, todo es válido, siempre y cuando sea agradable a la vista y al oído.

6.2 ENTREVISTA A JOSÉ ALFREDO CRUZ JIMÉNEZ.

1. ¿Cuáles son sus estudios en el área?

R= Estudié hasta el tercer grado de la carrera de Ciencias de la Comunicación, y no he concluido, pero me he hecho más en la práctica como productor.

En la producción lo que más se desarrolla es conocer los conceptos del director, los puntos de vista del fotógrafo, para poder nosotros realizar y tener el equipo necesario y así, llevar a cabo la filmación.

2. ¿ En cuánto al videoclip que experiencia ha tenido?

R= En videoclips he tenido experiencia de tres. Uno con Daniela Romo, otro con los Caifanes y el otro fue con Maná.

3. En esos casos, ¿ inician ustedes ya con un guión de antemano, o se va haciendo en la marcha o no utilizan?

R= Cuando hay un presupuesto suficiente se hace un guión especial para la música, y sobre ese guión se va desarrollando la dirección de arte, la dirección de fotografía, el tipo de iluminación. Y la ambientación que se va desarrollar alrededor del videoclip, ése es trabajo de los directores de arte.

4. ¿ Qué cree que sea más importante en el videoclip, la imagen o la música?

R= Lo importante del videoclip, en el instante, es la música, porque a veces la imagen no lleva una secuencia de lo que está diciendo la letra. Entonces, realmente, a veces se combinan las dos cosas, tanto la música como la imagen. En realidad, para que sea un videoclip debe de ser eso, los dos juntos: imagen y música.

5. ¿ Usted cree que la letra sirve para el concepto, o varía dependiendo del grupo?

R= Dependiendo del grupo varía el concepto totalmente.

6. ¿ En el videoclip, el grupo o cantante participan dentro de la creación del guión o del concepto de su videoclip?

R= Definitivamente. Participan en su imagen como grupo y en la letra de su música, ellos son los que deciden también muchas de las acciones que se deben desarrollar dentro del videoclip.

7. ¿ En cuanto al éxito musical que es lo que recibe el joven con más facilidad, algo que tiene que ver con el rock o algún otro género musical distinto?

R= Los de rock son los de mayor audiencia dentro del género del videoclip, las otras músicas, las baladas, son géneros que se han desarrollado, pero los inicios del videoclip son la música pop y el rock.

8. Nos hablabas hace rato del presupuesto, ¿ de qué depende el formato de grabación que se vaya a utilizar en la grabación?

R= Hay mucha diferencia entre el betacam digital, el betacam sp, el ¼ hasta en 8mm., pero el más importante de todos esos géneros es el de 35mm, que te da una calidad total, no es tan simple como el video, que en una resolución digital - que ya es lo máximo- son 700 líneas de resolución, y el cine te da puntos, son granos y cada grano va formando la imagen. Es más nítida, más bella y brillante la imagen en el cine.

9. ¿ Quién determina el formato a usar, la compañía de discos o el presupuesto?

R= A veces la compañía de discos, a veces el grupo, a veces también el director que quiere apoyar ese proyecto. Se busca el presupuesto para poder lograr la calidad que mejor se pueda.

10. ¿Quién selecciona al director de la producción o al productor, la compañía de discos?

R= La compañía de discos, o a veces es por dedazo de amigo.

11. ¿ Qué futuro le augura al videoclip?

R= Como va avanzando la tecnología bastante bueno, va superándose, y es una fuente que genera bastante empleo para mucha gente.

12. ¿ Usted cree que básicamente los jóvenes son quienes consumen videoclip o hay otro sector de la población que lo haga?

R= Hay de todo, hay señores grandes que conozco, señores como de sesenta años y les fascina, les gusta porque dicen: " eso nunca me lo imaginé en mi época", entonces lo ven y para ellos es bonito. Aunque realmente todo esto se desarrolla por la música, y el videoclip es como un programa de radio pero con imagen.

13. ¿ Considera que la televisión seguirá siendo el medio de transmisión del videoclip o que quizá evolucione hacia el cine?

R= No creo que llegue al grado del cine, es demasiado, y son muy cortitos los videoclips para lograr una captación en cine.

14. ¿ Qué diferencias existen entre los videoclips con la producción de un anuncio comercial?

R= En sí, puede ser a veces igual, o más caro un videoclip; todo depende de la calidad que quieras, como también en el comercial. El comercial también lo pueden hacer en video o en 35 mm. de cine, y el presupuesto es lo que cuenta, es lo que determina la calidad, además de lo que quiere el cliente.

15. Aproximadamente, ¿ un videoclip en cuánto tiempo se produce?

R= En sí, en realidad lleva su tiempo, porque no es fácil decir: " ¿sabes qué?, quiero hacer un videoclip de esta música ", porque eso no se dice al principio, pero de ahí vienen ideas, imágenes, juntas para determinar las ideas y las imágenes, o sea, en realidad, para hacer un videoclip bien elaborado. Más que nada, yo le calculo con las juntas y estar con los creativos y clientes, como un mes para un buen videoclip.

16. ¿ En cuánto varían los costos, desde lo más barato hasta lo más caro en un videoclip?

R= Bueno, en betacam digital, más o menos, un videoclip te anda saliendo, calculando el personal, equipo que por cierto los videoclippers ya están utilizando luz de cine que les da una determinada imagen y calidad a sus videos, y entre eso, considerando un presupuesto sin actores o modelos, y con material, a parte de la postproducción, que implica efectos especiales. El más barato puedo decir que anda en unos 150 mil pesos y uno caro puede salir hasta en 3 a 5 millones de dólares; dependiendo la calidad que quieran y el tiempo que dure. No hay una tarifa. Porque todo depende del gusto y la vista que quieras darle al producto.

17. ¿ Cree que existe la cultura del videoclip en México?

R= Sí, si existe, se ha logrado y ha subido bastante, y aumentado la venta de la música.

18. ¿ Hay un tipo de influencia en cuanto a actitudes de los consumidores?

R= Sí a hay, y varía mucho. Como ahorita, hay una actitud total en los nuevos videoclips como los del grupo Molotov, su música es totalmente con groserías - que uno considera groserías- pero que a la vez es la moda para los jóvenes.

19. En ese caso, ¿ existe censura en el videoclip?

R= Si existe, pero en realidad se ha logrado salir adelante de esa censura, así está lo de Molotov que por cierto, para escuchar su música hasta ponen un anuncio: "si tienen niños o la gente que no está apta para escuchar esta música, puede cambiarte de estación".

6.3 ENTREVISTA A ARTURO ZORRILLA.

Arturo Zorrilla es director creativo de la agencia de publicidad Griffin Bacal, y su labor como director creativo es la de dar ideas para comerciales o anuncios, y videoclips. Estudió en el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación, y lleva 11 años en el medio.

1. ¿Qué experiencia tiene en la producción de videoclips?, nos puede platicar algo de ello.

R= El videoclip es un medio de promoción que realmente tiene poco tiempo, tomando el tiempo que tiene el cine o el que tiene la publicidad. El videoclip es un medio nuevo para promocionar tanto la música como a los cantantes. El videoclip ha funcionado muy bien, sobre todo hubo un boom de videoclips en los años ochenta.

Actualmente el videoclip se ha vuelto más una herramienta de mercadotecnia que una moda como lo fue antes. Recuerdo que a finales de los ochenta, los jóvenes coleccionaban casetes con sus videoclips favoritos, hoy lo que está sucediendo es, que la apertura de los medios, como es el caso de la televisión hacia los videoclips es tanta que ya no se requiere que tengas la colección.

Ahorita lo que pasa es que hay cuatro, cinco o seis canales dedicados exclusivamente las 24 horas a puros videoclips, incluso los tienen segmentados por tipo de música. Ahora el videoclip funciona mucho para formar la imagen de un cantante y lograr un poco más de penetración en la canción, convertirla en más de moda; a base del videoclip estas logrando la repetición, haciendo un efecto de sinergia entre las salidas: en radio, en la música, y al

mismo tiempo estas cerrando la pinza presentando el videoclip. Es la herramienta de las disqueras.

2. ¿Cómo cree que actúa la imagen sobre la mente con respecto al videoclip?

R= El videoclip ayuda mucho a que una canción que a lo mejor no es tan afortunada, o no iba a ser tan afortunada, presentándola únicamente en radio, si tienes una buena producción, un buen videoclip, te puede ayudar mucho más a que la canción entre al gusto de los jóvenes, porque los jóvenes son los que buscan al videoclip.

3. ¿En cuanto a lo que es la producción, el presupuesto determina el formato que se va a utilizar, y qué tan variable puede llegar a ser?

R= Sí, por supuesto, el presupuesto siempre te va a determinar que tipo de formato vas a trabajar. La mayoría de los videoclips están hechos en un formato de video que es betacam, normalmente. Últimamente ha salido un nuevo formato que se llama betacam digital, que le da cierta textura similar al cine. Son muy contados los videoclips que se hacen en formato de cine, que es 35mm., básicamente por el precio. Cuando tú haces algo en video, lo único que necesitas es una cámara. Obviamente camarógrafos, equipo de staff, un director, pero necesitas nada más videocasetes y ahí lo vas haciendo todo.

En el caso del cine lo que necesitas es rollos de película, que el costo es mucho más elevado. En el formato de video puedes encimar las escenas sino quedan bien, lo regresas y lo vuelves a grabar ahí mismo; y en cine no. Es mucho más el material, además tienes que entrar a revelado y en formato de video no hay revelado, corrección de color en cine y son toda una serie de procesos que requieren material hasta llegar a lo terminado.

4. ¿Quién determina el formato de grabación, la compañía de discos, el artista o ustedes como agencia?

R= Quien determina el presupuesto es la disquera, lo ideal es trabajar en cine, pero muy pocas veces, en el caso del videoclip. La disquera tiene el presupuesto; porque hacen un "chorro" de videoclips para cada uno de sus cantantes que quiere promocionar. Entonces estas hablando de una cantidad bastante interesante de dinero, estamos hablando de una producción; por ejemplo, de un spot de televisión de 30 segundos en cine, dependiendo obviamente de la cantidad de producción que se requiera por no menos de 200 mil pesos, y con 200 mil pesos puedes hacer hasta dos comerciales en video.

5. ¿Usted considera que el público juvenil es el mayor consumidor de videoclips o cree que también otro sector lo consuma?

R= Creo que en un alto porcentaje los jóvenes. El joven es el que tiene el tiempo para sentarse a ver los canales de videoclips. Son los que van a la discoteque o van al bar, escuchan la canción, les gusta y buscan el video. El adulto yo creo que muy poco. Ahora se ha abierto un poco más el mercado del videoclip básicamente por el tipo de música que se está tocando; es cuestión de prender la radio.

6. ¿Qué porcentaje de la población observa videoclips?

R= Tomando en cuenta que en este país que alrededor del 70 % son jóvenes, pues yo te puedo decir, aunque no tengo la cifra exacta, que está alrededor de un 40 o 50%.

7. Sabemos que el videoclip tienen sus orígenes en las bases publicitarias ¿qué diferencias y semejanzas existen entre el videoclip y el spot publicitario?

R= Básicamente el spot publicitario es en base a una estrategia de mercado, es comunicar los beneficios principales de un producto. El videoclip lo que intenta es ilustrar la letra de una canción, eso sería según yo la diferencia principal. El videoclip trata de ilustrar la letra de la historia y el spot publicitario tratar de vender un producto, obviamente a través de imágenes, de escenas muy bien pensadas. Lo que un videoclip intenta es poner de moda

una canción y el spot publicitario es que un producto llegue a la mente de un consumidor que lo recuerde.

8. ¿ Influye la letra del videoclip en lo que sería la creación de un videoclip?

R= 100 %. Realmente un videoclip de lo que se trata es de presentar imágenes que vayan de acuerdo a la letra de la canción o al mensaje de la canción, o incluso también a la imagen del artista.

9. ¿ Se ha registrado algún tipo de influencia del videoclip sobre los consumidores?

R= Seguramente. El videoclip puede hacer que una canción que no es muy afortunada se ponga de moda, porque el videoclip es muy padre, y es mucho más sencillo que a los jóvenes se les llegue por las imágenes que por el oído. En México somos un país - y en muchas partes del mundo - visual y menos auditivos, esa es la gran ventaja que te da un spot de televisión contra un spot de radio; un spot de televisión lo pasas una vez y te recuerda algo, te acuerdas de una imagen, un color, un producto y el radio, a lo único que apela es al oído, por eso en radio necesitas mucho más repetición, lo mismo sucede con el videoclip.

10. ¿ Se podría hablar de una cultura del videoclip aquí en México?

R= Sí, yo creo que los chavos que deben de andar entre los 16 a los 20 años, nacieron con una cultura del videoclip, crecieron con una cultura del videoclip que fue a finales de los ochenta, donde el videoclip cobró fuerza, e incluso tú ibas a una discoteca y se pasaban videoclips en las pantallas, tú ibas a bailar y como parte de toda una escenografía que representa una discoteque, era mucho más "nice" estar en una que tuviera pantalla.

11. ¿ Qué futuro le augura al videoclip?

R= El videoclip va a persistir mientras persistan las disqueras, se ha encontrado y comprobado con éxito que el videoclip es una herramienta excelente para la venta de un cantante o para una canción.

12. ¿ Considera usted que los cortometrajes puedan ser los orígenes del videoclip?

R= Definitivamente. El cortometraje surge como una necesidad de hacer cine a un precio económico, cortometrajes de 4 minutos que tenía que contar toda una historia completita. De ahí la capacidad de síntesis muy grande para contar una historia en tan poco tiempo. El videoclip tienen orígenes tanto en cortometrajes como en comerciales de televisión, que también tratan de contar una breve historia. El videoclip nace con este "background" de tener que contar una historia, en el tiempo que dure la canción, y hay canciones que te hablan, por ejemplo, de un transcurso de tiempo muy grande y tú lo tienes que sintetizar en lo que dure la canción, contando la historia completa.

13. ¿Cuál es su experiencia en videoclips?

R= He trabajado para videoclips de José José y Mijares, básicamente escribiendo visualizaciones, como guías de lo que hay que grabar en video y ayudando un poco en la dirección.

14. ¿ Esta visualización vendría a ser el story board?

R= Sí, ya que en la mayoría de los videoclips el guión te lo indica la letra de la música, de lo que se trata no es de platicar una historia diferente a la letra de la música, se está visualizando de alguna forma y presentando imágenes de lo que el cantante te está diciendo.

15. ¿ Ustedes utilizan algún tipo de guión, algún formato especial?

R= Como mi formación es básicamente de agencia de publicidad, yo siento que hay dos herramientas básicas que te pueden funcionar para un videoclip o para un spot de televisión, que es el story board pero siempre acompañado de un storyline, el storyline con descripción de imágenes y descripción de audio completa.

16. ¿ Qué diferencia existe del storyboard al storyline?

R= El story board es la presentación gráfica de las imágenes que se van a levantar en la cámara, y el storyline es exactamente lo mismo pero no hay dibujitos, ahí es todo por escrito, en un lado le pones el audio y en el otro le escribes el video. Es como un guión técnico, pero en publicidad le llamamos storyline.

6.4 ENTREVISTA A OSCAR.

Oscar es asistente en video, en la compañía Boston que se dedica dentro de la producción a la videoasis. Su labor es la de operador del equipo de video y lleva laborando en el área como un año y medio.

1. ¿ Cuáles son tus experiencias laborales?

R= En videoclips y comerciales.

2. ¿ En videoclips con qué productores o directores has trabajado?

R= Con el director Luis de Velasco.

3. ¿ En qué videos has participado?

R= En los de Mercurio, Alejandro Fernández, Arjona, de los más recientes.

4. ¿ Qué tipo de guión has visto que utilizan?

R= El story board. Lo que pasa es que en videoclip, el director tiene más libertad de hacer su idea, de lo que él entendió de la canción y se entiende con el actor, en vez del creativo que es la diferencia con el comercial. Con un cantante y el director es la unión. En un comercial es creativo-director y hasta el cliente. En el videoclip participa activamente el artista.

Él decide las tomas a realizar, puede dar su opinión y decir. " Esta me gustó muchísimo ",

5. ¿ Cuánta gente participa en la producción de un videoclip?

R= Como de treinta aproximadamente, aunque varía dependiendo del presupuesto.

6. ¿ En un videoclip, cuánto tiempo se llevan de grabación?

R= Un videoclip es más tardado, porque en un comercial tú le puedes ir cortando porque tienes cintas cortas. Y en un videoclip no. Tienes que contar la historia como es, no puedes estar cortando, reducir, por ello es más tardado.

7. ¿ Tiene que llevar una continuidad de la canción?

R= Exactamente.

8. ¿ Y qué pasa con la edición, ayuda en el videoclip?

R= Sí. La edición te ayuda muchísimo, igual que en un comercial, pero el comercial tiene un límite de tomas y de tiempo, porque son treinta segundos nada más al aire. En cambio, en un videoclip, tienes la duración de la canción y tienes más libertad de hacer más tomas o de hacer las tomas más largas.

9. ¿Cuál es el elemento para que la producción resulte?

R= Todo es ligado, desde fotografía, dirección, staff hasta el que barre, el que jala el cable.

Es trabajo en equipo, si tú no estás como dicen: " en la chuleta ", se tarda uno más tiempo.

10. ¿ Qué es la chuleta?

R= Es estar en el juego, en el trabajo.

6.5 ENTREVISTA AL PROFESOR JOSÉ VÁZQUEZ PUGA.

1. ¿ Cuánto tiempo lleva usted impartiendo clases en la F. C. P. y S. y qué materias ha impartido?

R= Como diez años. He impartido Sociología del Cine, Taller de Realización de Cine y en el Sistema Abierto esa misma materia.

2. ¿ Cómo es que nace su interés por el área audiovisual?

R= Siempre me gusto el cine, porque para mí la imagen tiene mucha fascinación, es algo que me atrajo siempre.

3. ¿ Sus estudios son acerca de cine, dónde estudió?

R= Estudié en el C. U. E. C., soy generación 80 - 85.

4. ¿ Realizó alguna especialización?

R= No hay especialización. Uno va destacando y se va interesando por el área y uno empieza a hacer sus ejercicios con los otros compañeros y empiezas a realizar. Lo que a mí me gusta, es la edición y el guión.

5. ¿ Por qué ese interés por la edición?

R= Bueno, también por la dirección. Creo que es muy artístico, muchas cosas se hacen en la edición, y el guión es la base para cualquier cinta, porque además ha admitido mucho al cine de ficción más que el documental.

El cine se divide en cine de ficción y cine documental, lo que no es documental es ficción.

6. Sabemos que usted dentro de sus clases, enseña la variante narrativa del videoclip, ¿por qué surge su interés?

R= Entre a trabajar en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la U. N. A. M. por un curso que di de videoclip y me fascinó por el montaje. El montaje de edición me parecía muy atractivo. Estaba en los ochenta el boom del videoclip, y me parecía algo fresco, novedoso, entonces me atrajo y porque era una forma diferente sobre todo al nivel del ritmo en el que uno estaba acostumbrando a editar. Incluso me costo mucho trabajo cortar rápidamente porque uno en cine está acostumbrado a que los cortes son más lentos por la misma estructura.

7. ¿ Qué considera usted que es un videoclip?

R= Bueno lo vería en 2 aspectos: uno, es una forma de ilustrar una canción por un lado, y dos, te permite una variedad de cortometraje, creo que hay una especie de cortos que junto con la publicidad es un aspecto de promover la canción.

8. ¿Usted con sus alumnos que pretende transmitir en el videoclip, darle énfasis a la edición o a las imágenes en sí?

R= Las dos cosas, pues una es complemento de la otra. Creo que las imágenes y el mismo relato tienen su propio ritmo, cuando tu le metes una canción y está en función del concepto, de la totalidad, tiene que ser conceptual. Ese es otro aspecto muy interesante del videoclip, que tiene que ser conceptual desde la música, la historia, la fotografía y el montaje, por mencionar algunos de los aspectos, y además, la cuestión estética que se cuida mucho en el videoclip.

9. ¿Usted cree que la imagen actúa directamente sobre la mente y por qué?

R= Depende de la canción y del mismo concepto que se maneje. Cuando te llega la canción hay letras que te permiten narrar algo como una historia, como un relato; y hay otras, que plantean estados de ánimo y tienes que manejarlo de manera conceptual. Buscar el aspecto formal, no de contar una historia, de narrarla, por ejemplo, la canción "Cruz de Navajas" de Mecano, donde hay un relato, una crónica y te cuenta la historia del personaje, ahí no te puedes despegar mucho. Ahora, el problema de ahí sería que no te quedas al nivel nada más de ilustrar la canción, sino buscar otras maneras de decirlo. Te permite un poco desarrollar tu imaginación y más libertad de utilizar cualquier tipo de imagen, obviamente, que sea coherente con la idea y el concepto.

10. Como teórico del videoclip, ¿cómo considera usted a éste género narrativo dentro del proceso de comunicación?

R= Es otra forma que ha permitido acercarse a la música, ya no únicamente la escuchas, ahora la ves. Es otra manera de ver música, y en las nuevas generaciones que escucharon y vieron ya a la música y a sus artistas preferidos, difundió lo que es la cultura de la imagen. Incluso la técnica; porque muchas veces se utilizaba tecnología nueva en ciertos videoclips para su narración, y que entonces "apantalló" con toda esa serie de recursos tecnológicos

que permitían cierto tipo de creatividad, y que favorecía a la imagen. A la imagen me refiero no sólo de la televisión y del video, tuvo alguna influencia en el cine, porque el videoclip tomó muchas cosas del cine que antes no la aplicaban en el video, influyó mucho más en el video en general, y luego en el cine y en la misma publicidad. Empezaron a hacer otro tipo de publicidad, si nosotros vemos los anuncios que tienen ese estilo de corte, está más cercano a lo que hizo el videoclip en un momento dado, sobre todo al principio.

11. Y por ejemplo, ¿qué será lo que llame la atención, básicamente a los jóvenes, para que vean el videoclip?

R= Lo que atrae a muchos es el artista, de entrada, o la canción misma. De alguna manera ya te la promovieron por la radio o por otros medios, y si el artista tiene cierta fama, no sé, alguna canción de U2 y hasta una canción de Luis Miguel, que tienen fama, estos artistas sacan un disco, y de ese disco, los posibles éxitos; hacen su videoclip para reforzar este éxito y si tiene calidad la imagen debe ser impactante. Porque ya no solamente puedes estar en un carro escuchándola o te llevas un radio portátil cuando te bañas, sino que ahora te sientas, ves, oyes la música, y ya lo ves acompañado con una imagen. Entonces culmina todo este proceso de difusión y de mercadotecnia y de los elementos que entran ahora en la industria disquera de promover a sus respectivos artistas.

Por otra parte, nos llevaría a hablar de si existe la cultura del videoclip. Por ejemplo, yo no soy de la época del videoclip, lo veo, pero realmente yo escuche música a través de la radio y gente mayor que ni siquiera le tocó la televisión, escuchaba básicamente la radio. El videoclip permite otra forma de llegar a los medios y su impacto a los modos públicos que tienen estos medios, por el gran "boom" de la televisión; y sobre todo del video. Creo que se está conformando una cultura del videoclip como una variante de la posibilidad de la televisión, así como existe una cultura de la telenovela o del noticiero, pues va a existir la cultura del videoclip, como un paso más a los programas musicales, una variante de un programa musical, no únicamente lo vas a ver en el escenario, o cantando en "Siempre en Domingo", ahora lo puedes ver con otros recursos de imagen que pueden ser más

atractivos, y como están dirigidos básicamente a un público joven, buscan muchas formas de relato que serían atrevidos, novedosos, más frescos, mucho más "locochones", y también, dependiendo mucho del artista pueden ser polémicos, por ejemplo, estos grupos de rock que actualmente empiezan a cuestionar a lo sociedad, su imagen también tiene que ser controvertida. Entonces, creo que se crearon canales específicos para el videoclip, de alguna manera han logrado un éxito, incluso, hay festivales de videoclip, donde lo premian y premian la música.

12. ¿ Cuáles son los medios para acaparar la atención del espectador que usted enseña dentro de sus clases?

R= Son varias cosas, primero la creatividad porque en última instancia, es lo que va a marcar cualquier trabajo. La creatividad está en función al concepto. El videoclip como es corto, se tiene que plantear primero; bajo que concepto se quiere manejar, y esto lo tienen que transformar en imágenes y calidad del trabajo. Que realmente sean creativos y con el conocimiento de la imagen.

13. ¿ Cuáles son los pasos que le propone a sus alumnos en la realización de un videoclip?

R= Básicamente saber lo que quieren hacer con la canción como punto de partida. Entender lo que la canción quiso o quiere decir y manejar un concepto en función a esto. Manejar un concepto y tratar de realizarlo bien. Que tenga el mínimo de calidad el trabajo, porque a lo mejor te dicen que te falló el concepto, a lo mejor, la idea no es clara, pero que por lo menos no te critiquen que está mal hecha. En general, profesionalmente, como parte de la publicidad, se cuida que sea lo mejor hecho, y que tengan ciertos atrevimientos creativos, que no es simplemente poner la cámara al revés y ya me sienta genio, eso no es ninguna genialidad. A lo mejor la genialidad, es el uso que le vas a dar, y poderte sacar provecho al poco y reducido equipo que se tiene. No puedo pedir una escena donde se utilicen helicópteros y no puedo pedirle a ningún alumno que me haga El Titanic, porque no tenemos toda esa infraestructura para realizarlo, más vale creatividad, y con los propios

recursos, le saquen provecho, porque esto te empieza a formar, te educa a pensar y a tratar de solucionar y crear otro estilo de narración.

14. ¿ Qué opina sobre la técnica mixta cine-video para la creatividad de un videoclip? ¿Cuál es su técnica al producir videoclips?

R= Las dos, cine y video, porque de pronto el mismo formato te puede llevar a utilizar la técnica del video, pero con algunos elementos del cine.

15. ¿ Hay alguna clasificación de tendencias narrativas dentro del videoclip? de vanguardia, surrealista o de otro tipo.

R= Sí, hay algunos videos que son artísticos, que de pronto homenajean estilos, homenajean películas, homenajean hechos. Me viene a la mente un video del grupo Mecano, que hacia referencia a Metrópolis de Fritz Lang, y aunque no era la película, te daba toda la idea del expresionismo alemán. Así como otro de los Eurythmics que me recordaba mucho a Bergman. Creo que si, hay unos espléndidos videos, como en todo, hay buenos y malos, pero creo que si hay videos muy "padres", incluso sorprendentes.

16. ¿ En que situación se encuentra la producción del videoclip en México, es decir se compite a nivel mundial o sólo en Latinoamérica? ¿ Qué diferencias existen?

R= Últimamente no estoy muy al tanto de lo que están haciendo a nivel mundial, pero si se manejará por porcentajes, sería un 30 % ó 40% lo que respecta a México, de posibilidades de competir. Estamos hablando que muchos de estos se apoyan en tecnología nueva para hacer toda una serie de efectos que tiene el video, pues México, muchas veces no cuenta con esa tecnología, y que de pronto, Inglaterra o Estados Unidos que hacen unos videos impresionantes.

Además creo que hay una cuestión importante, la cultura de la imagen de la publicidad, creo que los países que tienen una gran trayectoria publicitaria, me refiero al cartel, al mismo anuncio publicitario de televisión, a toda esa serie de lo que implica la producción de la publicidad, y tiene además una cinematografía que ha manejado una imagen interesante, etcétera, pues es lógico que ese país tenga más posibilidades al producir.

En México se han hecho algunos videoclips buenos. Hay que ver los costos, hacer un buen video te sale muy, muy caro. Entonces, va a depender de que la casa que produzca al artista te suelte la "lana", para hacer todos los requerimientos que necesitas en la producción.

17. ¿ Qué diferencias y semejanzas existen entre el videoclip y el anuncio publicitario?

R= Las diferencias están en el formato, y las semejanzas en el fin que persiguen. Las semejanzas serían el objetivo, está hecho para algo, para promover, para difundirse, para que se vea.

Normalmente, te ponen en un videoclip una canción larga como de 8 minutos, te lo pueden recortar por cuestión de programación o le hacen dos ediciones especiales; una para un evento, un festival, y otra, para transmitir por la televisión; se plantea la versión corta, que requiere de una buena producción. Como publicidad el videoclip se tiene que repetir varias veces al día, y esto puede causar que te guste el videoclip, te fascine y lo veas 5 veces, pero ya la décima ... dices no.

Es por eso que el videoclip lo tienen que hacer muy atractivo, para que te siga atrayendo. Mientras que a un comercial le cambias, no lo pelas mucho, y a un videoclip si le pones mucha atención, sobre todo si la canción te gusta, la atención es diferente de entrada.

18. ¿ Esta uno más predispuesto a ver comerciales? _____

R= El mismo formato indica la duración, el del videoclip implica que nada más se pueda pasar en televisión, va a ser la ventana principal de difusión del videoclip. Incluso, hasta en los cines casi no se pasan, nada más en hechos especiales. Mientras que un comercial "x", lo puedes ver en la televisión, puedes agarrar un fotograma y lo publicas en el periódico, y eso es la publicidad, lo difundes a través de la prensa, de la radio, el mismo cine, el anuncio, etcétera.

En el videoclip escuchas la canción y de pronto te acordarás de las imágenes, pero más bien es la canción la que te atrae, el videoclip, es nada más para la televisión, hasta ahorita.

19. ¿ Considera usted que para reforzar la publicidad, el videoclip esté dirigido hacia las emociones, es decir, que sea dirigido hacia el subconsciente?

R= No creo que sea tan maquiavélicamente. De pronto la imagen es sorprendente, más bien la cuestión de efectos, del lenguaje, lo atractivo y dinámico que pueda ser; eso sí, es parte del videoclip la cuestión estética, los cortes muy bruscos, con una edición muy "locochona" - por llamarla de alguna manera -, incluso atrevida de pronto. La cuestión de efectos, son características que maneja mucho el videoclip y que pueden llamar mucho la atención. Tiene que ir con colores, incluso con humor, cuya finalidad es promover la canción. Esta promoción no sólo refuerza al artista, sino también a las casas discográficas, y ha permitido a todos estos videoastas, desarrollar una creatividad, una opción más de trabajo. Muchos realizadores de cine han hecho videoclip, de pronto ven otra posibilidad. Primero por cuestiones de trabajo, y en segundo si es de su preferencia, para que vean más o menos como es la estructura del videoclip.

Últimamente, el cine vio la efectividad de meter música, canciones que muestren el tema musical y que las promuevan como especie de videoclips, pero son los cortos de la película. El *thriller* que le llaman. Buscan las escenas más espectaculares de esa película y meten la canción tema y en ciertos momentos al cantante.

Me atrevería a decir que los cortos de cine son los orígenes del videoclip, sólo que sin canción. Creo que esta es la base del videoclip, también es publicidad

20. ¿ Qué futuro dentro de los medios de comunicación le augura al videoclip?.

R= Creo que va a seguir, depende mucho de la cuestión de la tecnología, de los aparatos para hacer los efectos. En la medida que existan éstos, y sea cada vez más deslumbrante, va a seguir. Si uno recuerda, fue en los ochenta el "boom" del videoclip, o sea sí se producen, pero ya no es el gran "boom" que hasta abrió canales, y todo el mundo quería Cablevisión para ver MTV, y te podías pasar viendo toda una noche videoclips porque era lo novedoso, de pronto pasa esta novedad del videoclip y ¿qué sucede? : pues no han desaparecido los canales y ves qué el videoclip se asentó, va a seguir persistiendo como persisten los cortos en el cine y los comerciales en la publicidad o los cortos en las salas de cine, pero ubicada en esa visión, a lo mejor van a venir modas o corrientes. No creo que desaparezca a sí como tal, porque si los artistas siguen produciendo, eso quiere decir que hasta ahorita sigue funcionando..

No creo que desaparezca como tal, va a depender también del medio en que se difunda. Si cambia la televisión sus formas de exhibición, y salen de otra manera, pues también va a afectar todos los programas, y entre ellos al videoclip.

21. ¿ Podría ser la televisión de alta definición la que modificaría un poco?

R= Sí, y para muchos hasta ha perfeccionado la técnica del videoclip, que cada vez se hace más deslumbrante, con muchos más efectos, y que se sigue rescatando en el videoclip.

22. ¿ Utilizan sus alumnos guión para la realización de un videoclip, cuál formato?

R= Ej de cine. Trabajan ese tipo de guión, pero me enfrento a un problema, normalmente los alumnos llegan y lo tratan de hacer como televisión, incluso me cuentan los tiempos, lo que

durán y les digo que no es necesario. Me interesa que digan la idea en sí, y como van a plasmar esa idea.

23. ¿ Podría decirse que primero hacen un guión de cine y luego lo adaptan a uno de televisión?

R= Sí, una mezcla, por ahí va.

24. Profesor, ¿ usted considera que tenga alguna influencia el videoclip sobre la juventud?

R= Como producto de consumo nada más. Creo que una canción no cambia ninguna idea, no cambia mentalidades; ni una pintura ni una película ni nada, más bien el conjunto de todos estos sí, pero uno solo no.

Es de alguna manera un producto para consumir, esa es la diferencia. Ahora, puedes comprar un videocasete de tu artista preferido que dura una hora y donde está todo un disco completo ilustrado, ya sea con videoclips o con conciertos. Entonces, es otra forma de difusión de la industria cultural del videoclip, esa es la influencia. Además, como su mensaje es tan rápido y el mensaje es la canción, y la imagen nada más está reforzando

25. Entonces, ¿ el determinante en el videoclip definitivamente es la canción?

R= Muchas veces sí. Por ejemplo Miguel Bosé, que en un video metió escenas de homosexualidad, o Madonna que hacía escándalos en sus videos por las escenas. El videoclip, es parte de la publicidad, hace uso del escándalo - de escenas fuertes, para que de pronto venga la censura, y prohíba; así se atrae más al público, porque desarrolla el morbo. Creo, incluso que el videoclip tiene más censura que el cine, por su difusión, porque una película porno no te la pasen por la televisión. Entonces, buscan hacerlo con buen gusto, pero cuidando que sea muy estético para que la gente no pueda ofenderse.

26. ¿ Hay algún tipo de generación que consuma el videoclip?

R= No me imagino a una persona de 50 años viendo MTV, porque hasta sus gustos musicales serían diferentes.

Para una persona de edad madura, ese relato " locochón ", tal vez no lo entienda. Pero sí lo puede entender un muchacho de 18 años porque está más en función a su edad. Creo que sí hay una edad para el videoclip.

La pregunta sería más interesante si en los ochenta, la persona que tenía 25 años vio, y ahora que tiene 35, siga consumiendo videoclips, o si le siguen gustando, o si se quedó con la idea de los ochenta. Esto no solo le ocurre al videoclip también le pasa al cine. Definitivamente, el cine también es una diversión básicamente de jóvenes, mientras más grande seas, menos vas al cine por muchos motivos.

En la televisión lo que pasa es que tienes una posibilidad de escoger, y a lo mejor antes veías videoclips, y ahora que tienes 40 o 50 años, ves el noticiero pero sigues consumiendo el medio; ya no ves los videoclips, pero tampoco ya no compras más música. Entre más joven eres consumes más música. Por lo tanto, el videoclip sigue esas pautas.

Los jóvenes son los mayores consumidores. El videoclip es de jóvenes para los jóvenes, o sea, están hechos por gente joven en su mayoría. Tanto los cantantes como los que hacen los videoclips y a quienes va dirigido son el tipo de público joven.

TERCERA

PARTE:

MANOS

ALA

OBRA.

MANOS A LA OBRA.

En esta última parte de la investigación se hablará de todos aquellos elementos que dan por resultado el producto final: tal y como lo observamos a través de nuestras pantallas de televisión, nos referimos al videoclip. A este proceso lo conocemos con el nombre de Producción, es decir hay que poner Manos a la obra para entender la construcción - por llamarla así - de un medio de expresión tan dinámico y breve, por la duración de la canción, como lo es el videoclip. Su producción engloba tres puntos fundamentales: La Pre-producción, la Producción y la Post-producción, como en cualquier tipo de realización.

Para iniciar cualquier producción se requiere de uno o varios productores, quienes serán los responsables de organizar, administrar y controlar los recursos humanos, técnicos y financieros para concluir el proyecto, en el caso del videoclip, la compañía de discos o el mismo artista decide quien será el responsable de la elaboración del videoclip, seleccionarán alguna empresa especializada para obtener el mejor resultado.

Se requiere también de un realizador o director que será el encargado artístico de la producción.

En la Pre-producción se generan las ideas que se irán puliendo a lo largo del proceso de producción. Es en ella donde se da origen a lo que será la espina dorsal de la grabación, nos referimos al guión.

El guión es considerado la base para la realización, pues en él se incluye todo lo que se vera, tanto personajes como escenografías y lo que se escuchará. En el caso del videoclip la canción a promocionar. En base a lo que plantea el guión, se planearán gastos y tiempo con los que contará la grabación. Así se ahorrara dinero, tiempo y material, tanto técnico como humano.

El guión tiene fases que son previas para que este quede listo: el guión literario donde se explican los hechos principales, y el guión técnico que da pie para iniciar las grabaciones, pues en él se encuentran ya las especificaciones del lenguaje audiovisual.

Otro elemento es el story board que contiene las indicaciones del guión técnico acompañadas de viñetas dibujadas, en donde se presenta el contenido visual de cada plano, facilitando las tomas que se desarrollarán en el videoclip.

La Producción o también conocida como grabación es la práctica de las ideas que se crearon en la etapa de Pre-producción.

La Producción dependerá del tipo de género a realizar, ya sea un espectáculo, documental o un drama, o un videoclip. Estos determinarán si se grabará en estudio o fuera de él, así como el equipo técnico y humano a utilizar.

Cabe señalar que durante la etapa de grabación, el guión sufrirá modificaciones pertinentes debido a las circunstancias que se vayan presentando.

Terminadas las grabaciones se da paso a la última fase del proceso de producción: la Post-producción o edición.

La Post-producción o edición es la clasificación del material grabado para darle un orden y seguir con la edición y procesado de imágenes, hasta obtener el resultado final o master. La post-producción es el resultado de lo que verá el espectador a través de su aparato televisior.

La edición tiene la propiedad de crear un nuevo mundo, con un espacio y un tiempo irreal, suprimiendo zonas de espacio o lapsos, enlazando las cosas más diversas como sucede en el videoclip.

En el caso de la producción de un video musical, éste retoma el mismo procedimiento para su elaboración y resultado final. Aunque la diferencia del clip es que en la etapa de edición primero se graba la parte de audio, en esta ocasión, música rock, para después integrar las imágenes elegidas.

Como podemos observar, este proceso aunque suena sencillo, no lo es tanto, pues lleva inmerso en él, situaciones que el espectador no ve, una vez que aprecia la obra terminada. Tal es el caso de las intensas jornadas de trabajo, cansancio, inclemencias de clima entre otras; pero todo esto vale la pena al saber que el trabajo realizado cumplió su objetivo: llegar al espectador y acaparar su atención.

7. PROCESO DE PRODUCCION.

El concepto de producción audiovisual es la etapa en la cual se van a combinar los elementos teóricos y prácticos de una investigación previa, en una variante de un medio de comunicación como lo es el videoclip, cuya finalidad es la de expresar una idea a un cierto sector de la población.

"El largo y complejo proceso artístico, técnico, financiero y administrativo que conduce a la realización de un programa... descansa sobre tres pilares fundamentales: pre-producción (o preparación), producción (grabación), y post-producción (que incluye edición, procesos de acabado tanto de video como de audio). Todo este proceso, es conocido bajo el nombre de producción".¹

¹ LLORENC, Soler. *La Televisión, una metodología para su aprendizaje*, p. 54.

El proceso de producción es un trabajo muy organizado, pues de no ser así, esto podría complicar las grabaciones y el resultado final, puesto que el equipo de trabajo es bastante amplio, y sin una buena organización, afectaría el trabajo.

Una producción bien realizada cualquiera que sea el género, y con posibilidades de éxito, está fundamentada en varios elementos, desde información, hasta material para apoyar dichos resultados.

Uno de los elementos que son vitales dentro de una producción es el guión, el cual que aunque no ha recibido la importancia que representa, significa la parte fundamental de una producción en cualquiera de los medios audiovisuales, ya sea cine, televisión, videoclip, proyección audiovisual.

El guión es un texto en forma de libro, que sirve como documento para la filmación de una película o la grabación de un programa televisivo o audiovisual, en él se describe el tema que se desarrollará, incluyendo diálogos, textos y acotaciones para la banda sonora² (audio). El guionista que sea capaz de plasmar sus ideas en la forma más precisa y eficaz puede influir sobre la gente, y como dice Eugene Vale: " El relato surge de la imaginación del autor; la construcción dramática es el resultado de su técnica ".³

La parte creativa de la producción se encuentra en el guión, lo demás es mero seguimiento, de manera que es de gran importancia que todos los elementos y maniobras de audio y video se encuentren perfectamente bien detallados para que en su seguimiento se exprese la idea en un cien por ciento. En el caso concreto del videoclip, este también se apoya en la ventaja del lenguaje audiovisual para darse a entender lo más preciso y correcto posible, aunque muchas veces por su estructura no es muy lineal.

² FELDMAN, Simón. Guión argumental. Guión documental, p. 13.

³ VALE, Eugene. Técnicas del guión para cine y televisión, p. 73.

Anteriormente a la creación del guión definitivo, éste debe pasar por una serie de depuraciones y transformaciones. Se debe elaborar en primera instancia un pre-guión que incluye las ideas básicas sobre las que descansa la estructura y secuencia del guión definitivo, llamaremos a este primer formato guión literario.

El guión literario o pre-guión es un resumen donde esta lo esencial para dar paso a un nuevo formato, el guión técnico, el cual consta de dos espacios básicos: audio y video. Finalizado el guión, entramos a la primera parte del proceso de producción.

Dependiendo del tipo de producción que se vaya a realizar, ya sea en estudio o fuera de él, de carácter documental, drama o espectáculo, musical o videoclip, tendrá ciertas características que determinaran el tipo de equipo a utilizar en la grabación, desde equipos ligeros hasta un poco más complejos como las unidades móviles.

También hay que mencionarse que todo el proceso de producción no podría realizarse sino se cuenta con el equipo humano adecuado que va desde el staff técnico que lo constituyen los especialistas de cada ramo: camarógrafos, iluminadores, microfonistas, audio, escenógrafos, maquillistas, estilistas, etcétera. El área artística no queda excluida de dicho proceso.

Todos este equipo de trabajo esta bajo la supervisión del director quien es considerado el responsable de que el desarrollo de la producción, incluyendo la dirección de los actores tenga un óptimo desenvolvimiento, teniendo como base indispensable el guión, este documento, como anteriormente ya lo mencionamos, será la guía de la producción.

Un miembro de vital importancia para la producción es el productor, encargado de negociar el aspecto financiero, que la grabación requiera, ya sea con el patrocinio de algunas empresas y/o asociaciones o de manera individual, esto en el caso de películas, series, telenovelas. La que se

refiere al videoclip, se maneja con la compañía de discos quien será la responsable de elegir el productor que se desempeñará en la realización.

7.1 PRE-PRODUCCION.

La pre-producción es la primera fase del proceso de producción y es la que determina la calidad del producto final, ya sea telenovela, programa de concurso, videoclip, etcétera.

En ese momento el personal especializado, como lo son: productor, director, escritor o guionista, asistente de dirección, director técnico, ingeniero de audio, director de luces, diseñador escenográfico, coordinador, operadores de cámara e ingenieros de video, y en el caso del video, el cantante o grupo, el representante tanto del artista como de la compañía de discos, todos ellos se reúnen para aportar sus ideas particulares y enriquecer la grabación.

Lo anterior se lleva a cabo en el momento de contar con el guión, el cuál se presentará con un formato inicial, que irá cambiando durante el proceso de producción, pues la misma grabación hará que el guión vaya sufriendo modificaciones. Además éste fijará la planeación en costo y tiempo de la grabación en general, aprovechando al máximo locaciones, utilería, equipo, personal y actores, quienes en el videoclip acompañarán al grupo o cantante.

La realización de un proyecto es resultado de un equipo de trabajo que debe estar previamente organizado para que su desempeño obtenga los objetivos deseados. Sin embargo, para que todo esto se lleve a cabo es necesario contar con un plan de trabajo elaborado anticipadamente.

La responsabilidad de la etapa de pre-producción recae sobre el productor ejecutivo, quien es la cabeza del grupo de producción y administrativo, se encarga de coordinar y controlar los

negocios, incluyendo el presupuesto, y en caso de que exista las negociaciones, con la coproducción. El ejecutivo es quien elige al productor, este a su vez es responsable de los planes para una producción específica. Supervisa y selecciona al equipo de especialistas en las diferentes ramas, aprueba el guión y determina los horarios de trabajo del equipo de producción. Trabaja directamente con los guionistas sobre el concepto del programa o videoclip. Él designa al director.

El director es el responsable de la coordinación de las tareas específicas de cada técnico durante la filmación. Él tiene la autoridad para elegir y desechar actores y personal de la producción. Concibe y plantea el tratamiento del equipo de cámaras, es decir, las tomas y movimientos e interviene también en la edición, que sin la ayuda del guión final será difícil de completar esta tarea. A continuación se habla de las fases que dan origen al guión final.

En el caso del videoclip la pre-producción estará, determinada por el presupuesto que la compañía discográfica destine para reforzar la imagen del artista y su canción con el propósito de penetrar a un mayor número de consumidores.

7.1.1 EL GUIÓN.

El guión se encuentra dentro del proceso de elaboración de mensajes. Es el elemento guía en la realización, y así como el escritor requiere de plasmar sus ideas para comunicarse, el trabajo del guionista es realizar mensajes que se transmitirán a través de los medios de comunicación, es el especialista en elaborar los mensajes en el formato adecuado que se difundirán, principalmente por la televisión, la radio y el cine.

El guión además de incluir el mensaje o texto, trae las indicaciones técnicas que varían dependiendo del medio de transmisión que se vaya a utilizar.

El guión incluye todo lo que aparecerá, se verá y se escuchará en pantalla. Una de las finalidades del guión es simplificar el trabajo de la producción, actuando básicamente sobre el tiempo con el que se cuenta, pues éste ya se tiene contemplado en cada escena a realizarse, así simplifica la labor de seleccionar tomas.

Conociendo los elementos a utilizar que indica el guión, se realiza una planificación en la cual participan el costo y el tiempo de que constará la grabación, con el propósito de aprovechar al máximo el dinero dispuesto así como el material técnico y humano. Es decir, se elimina, con la ayuda del guión, gastos innecesarios.

Para la elaboración de un guión, se necesita un tema; con él después se realiza el guión literario que es el texto a seguir y, posteriormente éste se trasladará al guión técnico; es decir, el texto con especificaciones técnicas del medio por donde se va a transmitir, sea radio, cine o televisión, en donde entra el videoclip.

Un elemento que apoya al guión literario, es el llamado guión gráfico o story board, en donde se describe, a base de dibujos, las diversas tomas a realizar, y dependiendo del audiovisual, en este caso de un videoclip, entonces se acompaña de una breve descripción así como de la música correspondiente. "Gracias a esta visualización, el director puede ahorrar tiempo al tener ya decididos prácticamente: la composición, el ángulo de cámara, los movimientos de cámara y de los actores".⁴

El concepto para el planteamiento del tema en el guión, dependerá de las necesidades, gustos e interés del público al que se dirigirá el mensaje. Se deben tomar en cuenta los objetivos, lenguaje y tipo de espectadores. Como en el caso del videoclip que está enfocado a la

⁴ BERNSTEIN, Steven. *Técnicas de producción cinematográfica*, p. 90.

juventud. Previo a esto se debe contar con un pre-guión en donde se incluyen " las ideas básicas sobre las que descansa la estructura y secuencia del guión definitivo".⁵

Con el pre-guión se realiza un plan de trabajo, donde se dividen puntos o secuencias y que van en orden de importancia y/o atracción, para facilitar la grabación.

Es importante que el guionista tenga una gran capacidad de síntesis, así el guión será más concreto y preciso en lo que se quiere transmitir con las imágenes. Además, es preciso que el guionista deba dominar el lenguaje tanto de la imagen: color, líneas, luz, composición; como el audiovisual, pues todo estos elementos crean en el espectador una sensación. Por ejemplo, una escena en donde haya un movimiento de cámara lento en un espacio abierto, acompañado de una luz suave, puede crear la sensación de tranquilidad. (*Consultar Anexo*).

Para el caso del videoclip: después de que el realizador junto con el guionista se encargan de escuchar la canción, se plantean una pequeña historia o se recrearán las inquietudes del cantante o grupo. En primera instancia se realiza un pre-guión donde se plasman las ideas principales que se conjuntaron tanto del productor, director, guionista y artista y las cuáles se realizarán en el videoclip.

7.1.1.1. GUIÓN LITERARIO.

El guión literario es la base informativa que nos dará la idea principal de la producción. Es la narración ordenada de la historia, donde se incluyen los diálogos y la acción, pero sin agregar las especificaciones técnicas.

⁵ GONZALEZ Arroyo, Carlos. *El guión*, p. 18.

Para Eugene Vale el guión literario es *igual a una sinopsis, " donde se establecen los hechos salientes del incipiente guión. No necesita contener ~~los~~ todos los hechos; pero aquellos que estén, deben bastar para efectuar una narración completa, sin tramas ni desarrollos frágiles".*⁶

Después de la sinopsis, la historia sufre *transformaciones*, una de ellas donde el autor amplía y agrega nuevos elementos a la idea principal. *Algunos* autores consideran a este cambio como el guión literario. En la redacción del guión literario se deben comunicar todas las acciones que se desarrollarán durante la trama, y la narración *debe* ser continua. Para ello, el guión literario debe ser claro, conciso, sencillo y original.

Uno de los procedimientos más importantes para la redacción del guión literario son los diálogos, pues son el punto de acción de *los* personajes. Sin embargo, no todos los proyectos audiovisuales requieren del diálogo, tal es el caso del videoclip, que no lo incluye, pues sólo se enfatizan algunas frases que la canción *determina*.

Sabemos que el guión seguirá teniendo *varios* cambios hasta llegar a la elaboración del guión final que culmina con el guión técnico; es aquí *dónde* se recomienda un trabajo conjunto del escritor-realizador para mejorar los resultados.

Es decir, el tema a tratar debe tener *definidos* tres segmentos vitales para el desarrollo de la historia: principio interesante, con la intención *de* ~~de~~ atrapar la completa atención del espectador; un desarrollo que mantenga el interés, donde *se* ~~se~~ logra el clímax y que por último, dará paso a un final decisivo en la trama narrada.

En la práctica, y conforme a las *entrevistas* elaboradas en la segunda parte, punto 6; observamos que el guión literario no siempre *es* utilizado en el proyecto de realizar un videoclip,

⁶ VALE, Eugene. *Técnicas del guión para cine y televisión*, p. 174.

aunque el guión técnico y el story board si son indispensables, ya que en estos dos se plasman las ideas que el guión literario plantea.

7.1.1.2. GUION TECNICO.

El guión técnico es el punto de inicio para cualquier tipo de grabaciones, pues es la guía a seguir durante todo el proceso de producción.

Existen distintos tipos de formato del guión técnico, éste se seleccionará dependiendo del productor. Lo importante es que contenga las especificaciones necesarias para que en el momento de la ejecución no existan contratiempos. En televisión se utilizan básicamente dos tipos de formatos para el guión: el de una columna o el guión de dos columnas. Ambos manejan los mismos términos y se obtiene el mismo fin.

En el guión técnico se plasman las ideas principales con respecto a la escena que se grabará: tipo de iluminación, si es en exterior o interior, si es de noche o de día, el tipo de encuadre, especificando el plano a utilizar, si hay algún movimiento de cámara junto con el desplazamiento del personaje; cortes de cámara, indicación de efectos, así como la descripción de la acción, esto se refiere a la parte de video o sea lo visual.

Por otro lado, la parte de audio debe contener ciertas especificaciones como lo son: palabras, diálogos, efectos sonoros, ambientales y música.

Cualquier instrucción fuera del desarrollo del guión va entre paréntesis. Es importante señalar que se recomienda no cortar las palabras del renglón o de la página. Esto con la finalidad de no dividir la intención de la frase. Las acotaciones de sonido o música van escritas

con mayúsculas y subrayadas. Por último, cuando la escena no se ha concluido en una sola hoja, es importante escribir continúa.

En el caso de la producción del videoclip a realizar, el guión técnico incluye las especificaciones de video como se determinó anteriormente, y la parte de audio sólo contendrá la letra y especificará la canción que se utilizará.

7.1.1.3. STORY- BOARD.

El story board es un arma fundamental en la creación de guiones en todo tipo de género, dramático, informativo, videoclip, etcétera. Está conformado por una serie de pequeños dibujos ordenados en secuencias de acuerdo a las acciones que se van a filmar, es decir, que cada escena se presenta pero con elementos visuales. *"Un story board, consiste en añadir, a todas las especificaciones del guión técnico, una viñeta dibujada en la que se presenta el contenido visual de cada plano".⁷*

El story board nos permite ver las ideas del guionista de una forma gráfica y se utiliza en la producción de anuncios comerciales, videoclips, audiovisuales de transparencias y películas.

En el story board cada viñeta describe mediante un breve comentario la acción, narración o diálogo. Una vez finalizado este guión gráfico, tiene una similitud con las tiras cómicas, en donde individualmente se presentan las imágenes que dan idea de la trama.

Existe una complejidad en la elaboración de los dibujos que van de los más simples a los más complicados. Las técnicas para su realización son variadas y van desde recortes de

⁷ FERNANDEZ Díez, Federico y MARTINEZ Abadía, José. *La dirección de producción para cine y televisión*, p. 88.

revistas, transparencias, fotografía y cualquier tipo de material visual, se emplean lápiz, tinta, a color o en blanco y negro. En conclusión el objetivo primordial del story board es narrar a través de dibujos la historia.

La importancia del story board radica en los siguientes puntos:

- Se emplea cuando no se visualiza correctamente la acción, ya que por medio de él se observa el desarrollo de las acciones.
- Facilita el trabajo al guionista para que éste ubique el resultado que se pretende dar y no pierda tiempo en interpretar las imágenes, como cabe recordar que cada viñeta lleva escrito de manera breve lo que sucede en cada escena.
- El story board es un buen método para ejercitar el pensamiento visual.
- El story board sólo se utiliza si la producción lo requiere.
- Permite visualizar la historia: es el camino de lo literat a lo visual.

La estructura del story board es la siguiente:

1. - El story board lo conforman viñetas en donde se dibujan las imágenes más importantes de la acción.
2. - Generalmente éstos dibujos significan planos o tomas específicas de cada escena que los detalla el realizador del story board en base a emplazamientos o posiciones de cámara específicos, para ello el dibujante debe tener conocimiento del lenguaje audiovisual tanto del cine como de la televisión.
3. - La ordenación de la viñetas puede variar, ya sea de arriba hacia abajo, o que se lean de izquierda a derecha.
4. - En la parte inferior de la viñeta contiene la siguiente información:
 - * número de la escena.
 - * identificación de la escena.
 - * número del plano o imagen dentro de la escena.
 - * breve descripción de la acción.

* breve descripción del audio (diálogo, música y/o sonidos).

* observaciones técnicas, esto es opcional.

5. - Entre cada viñeta se indicará la transición que se utilizará entre las imágenes:

- por corte directo.
- por movimiento de cámara o de la lente de la cámara (zoom).
- por disolvenca entre imágenes.
- por fade in o fade out.

El formato del story board deberá realizarse con los siguientes pasos:

1. Para el caso de trabajos realizados en televisión, producidos en cine o video, - como videoclips, anuncios comerciales- y los audiovisuales con transparencias, se utiliza el formato llamado académico, que tiene una proporción de 3 x 4 cm.
2. Ya que se determinó el orden de lectura deberá respetarse para evitar errores.

En resumen, el story board facilita la visualización de las tomas, y por ende, disminuye el tiempo para elaborarlas. Sin duda, es un gran elemento para agilizar el proceso de producción.

7.2 PRODUCCION.

En el concepto de la producción se trata de especificar el tipo de producto que se va a obtener, tomando en cuenta varios elementos como los que a continuación se mencionan:

- Medio de comunicación utilizado: televisión.
- Género televisivo: videoclip (audiovisual).
- Tema: el videoclip rock una opción para comunicar.
- Delimitación: consumidores entre 15 a 25 años.
- Tiempo: duración de la canción.
- Música: rock de diversos géneros.

Una vez delimitado el producto, que en este caso es un videoclip y que tienen como finalidad vender una canción así como al cantante o grupo, se da paso a la realización. Ubicado el escenario, ya sea interior o exterior, se inicia la instalación técnica: iluminación, micrófonos, decoración y/o escenografía, y cámaras, esto supervisado por el personal correspondiente que esta a cargo del director. En caso que sea dentro del estudio de grabación, tendrá comunicación con el equipo de especialistas a través del floor manager para dar indicaciones a los camarógrafos, ingenieros de sonido y al switcher

Los actores se colocan en sus posiciones y repasan su trabajo. Al mismo tiempo los camarógrafos alistan sus instrumentos para estar preparados al recibir la orden del director.

Listos los elementos anteriores se realiza un ensayo previo a la grabación el cual no será filmado, y servirá para llevar a cabo las modificaciones que considere pertinentes el director después de ese primer ensayo.

Cuando todo esta dispuesto para grabar el director pide silencio, *silencio en el escenario*, en caso de ser una toma con audio directo y empieza la grabación de una o varias escenas, para después seleccionar la que más agrade al productor y al director. El continuista entrega al director y a la producción los cambios en el guión, remarcándolos, para anotarlos en el guión maestro. Esto ayudará al editor en la post-producción, pues ya están marcadas las escenas que se decidió quedarán para el resultado final.

La producción o realización es pues la parte donde el guión técnico empieza a realizarse, es la parte donde se efectúa la grabación del audio y las imágenes en video o cine que se utilizaran para obtener ya sea una telenovela, documental, videoclip, anuncio comercial, película.

En la realización empieza a desarrollarse todo el trabajo previo de investigación, también se pone en práctica el concepto a utilizarse con la infraestructura destinada, es decir, el formato de

grabación que se utilizará, la calidad que se desea obtener y esto se determina, básicamente, por el presupuesto. Es todo un proceso de creatividad, que con anterioridad tuvo un planteamiento, para luego desenvolverse, y por último obtener un resultado satisfactorio. En el caso de un videoclip que tiene como objetivo, vender discos del cantante o grupo a promocionar.

Por ser un elemento publicitario de gran importancia, el videoclip viene a reforzar la imagen del artista y su canción, apoya fuertemente la publicidad realizada en radio.

Entonces, se puede decir que para existir un videoclip, primeramente se requiere de una canción. La compañía de discos apoyará económicamente los medios donde se promocionará con gran impacto para penetrar a un mayor número de consumidores.

La gran mayoría de las veces, la producción más reciente de un grupo o cantante en ocasiones se apoya simultáneamente o con poco tiempo de diferencia, tanto en la radio como en la televisión; es decir, se sacan al mercado el disco y el videoclip.

El videoclip tiene un proceso de producción consistente en: seleccionar un realizador de videoclip. El se encargará de escuchar la canción, con la cual contará una pequeña historia o simplemente recreará las inquietudes y el concepto del cantante o grupo.

Para ello, en primera instancia, tienen que realizar un pre-guión o guión literario, para plasmar las ideas principales acerca de las imágenes que se crearon en su mente y las cuáles llevará a realizar en el videoclip.

Posteriormente hará un story board, es la historia dibujada en un formato especial, éste ayudará a facilitar la grabación de las imágenes.

Teniendo ya, las ideas más concretas y las imágenes más seleccionadas, el realizador del videoclip o director, pasa a escribir con su equipo de producción el guión técnico, en donde ya vendrán las tomas principales, con la parte de la canción precisa, se puede decir, que en este momento se sincronizan audio: la canción y video: los planos, para crear lo que conocemos como videoclip.

Ya con el guión como apoyo se realizan las grabaciones, empieza así el proceso de producción, para ello se requiere de un equipo tanto técnico como humano. El director es el responsable de decidir conjuntamente con la compañía de discos y el artista el formato que se utilizará, ya sea en cine, 35mm; betacam, betacam digital, ¼ u 8 mm. , en video.

Y que después de pasar por todo el proceso de producción, llega a su culminación con la edición, ahora sí, el resultado final. En las salas de edición, es en donde con ayuda del guión se buscan y editan las mejores tomas, se insertan los efectos especiales, digitales o computarizados, para crear más sensaciones en el espectador.

Se concluye con la grabación de reproducciones, las cuales serán distribuidas a las distintas televisoras para que las reproduzcan constantemente y logren su objetivo: vender la imagen de la música, es decir el videoclip. Es todo un proceso de creatividad y una forma de expresarse.

7.3 POST-PRODUCCIÓN.

Finalizada la parte de producción o grabación, se pasa al proceso de post-producción o mejor conocido como edición, esto con la ayuda del guión final que facilitará este trabajo, puesto que ya contendrá las modificaciones que se hayan hecho a lo largo de la realización y así se quedarán las tomas seleccionadas.

La edición enmarca a todo el proceso operativo de base técnica, además de la artística que conducen a la fase de la grabación en cinta de video que se realiza en un material original, y obtiene el nombre de cinta master, finalizada la obra; ésta será el programa tal y como llegará al público. En caso de que se venda o reproduzca en otras ciudades, se realizan las copias necesarias para distribuir.

La post-producción inicia en la sala de edición o llamada de montaje en cine, se desarrolla a través de los distintos aparatos para el procesado de la imagen, editoras en video y moviola en cine. Continúa en la cabina de grabación de audio, destinado al sonido y termina con la copia final del programa.

Por editar entendamos darle forma artísticamente a imágenes que han sido grabadas y solas no tienen un significado; pero al unirlos nos expresan un mensaje o nos narran una historia. Esa es la magia de la edición, que de tener tomas desfasadas, sin sentido, logran una coherencia y nos cuentan un relato. En el videoclip, nos narra la canción o nos habla de un concepto sobre la música o el grupo.

La edición es un auxiliar técnico de suma importancia, pues es en esta parte donde se realiza la labor creativa de la producción, y en muchos casos ha venido a beneficiar el resultado final de la realización por la facilidad de reordenamiento visual que ofrece, dando por resultado un mejor trabajo del que se tenía pensado, muchas producciones se han beneficiado con la edición.

En un videoclip la post-producción se basa en la grabación de una historia que muchas veces como en los últimos tiempos ya no es nada lineal y se le adapta el tema musical que se va a promocionar. Consiste en darle la estructura final al trabajo que se ha realizado, es decir adecuarlo a la forma en como se va a presentar al auditorio.

La edición en un videoclip, consiste en adecuar la parte visual a la banda sonora, de manera que se podrá observar el acompañamiento musical de las imágenes narradas.

Para finalizar, después del largo proceso que implica la creación de una idea, que posteriormente se plasmará en un guión, y este a su vez da paso a la grabación de cualquier género narrativo visual, en este caso un videoclip, y que concluye con la edición, esto es el esfuerzo de mucha gente involucrada, y se podrá observar en algún medio visual: cine, televisión o video, después de haberse distribuido las reproducciones a las televisoras, y que se encargarán de transmitir constantemente el producto a promocionar.

Además de que tiene la finalidad como en el caso del videoclip rock de difundir entre la juventud, tanto la canción, y por ende al grupo o cantante, para así lograr la venta de los discos. Para ello se utiliza al videoclip, que es una nueva forma de expresión musical y con la cual los jóvenes se identifican.

8. CONCLUSIONES.

Como hemos visto, el videoclip es un medio compuesto de dos elementos de gran impacto sobre los jóvenes, como lo es la imagen y la música. Y por ser un espectáculo, es un fenómeno creado a contemplarse. Logra en el joven televidente aficionado al video, despertar inquietudes, pues lo que observa a través del videoclip pueden ser desde cosas habituales hasta cosas insólitas o fuera de lo común; esto último rompe con la imagen cotidiana que tienen de su realidad y por ende, puede llegar a ser actor o solamente, un espectador frente a lo que ve.

El videoclip, al igual que el cine y la televisión, en sus inicios, surge como un medio de diversión el cuál una vez que conocen sus alcances es explotado y se introduce como una herramienta de publicidad y conforme la tecnología ha evolucionado en todas las áreas, como en el video, el videoclip se transforma en un elemento cada vez más complejo en su producción, abarcando técnicas cinematográficas, animaciones digitales, computarizadas, en fin, es una variante de comunicación que se enriquece y a la vez permite experimentar con otros medios.

El video clip es una extensión de un medio de comunicación con una forma de narración diferente compuesta de dos elementos universales y de gran impacto sobre los jóvenes, como lo son la imagen y la música rock, ellos son parte del proceso de comunicación como lo es el emisor que en este caso es el canal que transmite el videoclip, el canal es la televisión y el mensaje es la canción, que culmina al llegar a un receptor, representado por los jóvenes, quienes asimilan el mensaje, van y compran el disco, existiendo así la retroalimentación.

El rock circula por diversos canales para llegar a su público: la radio, tiendas de discos, periódicos, revistas especializadas, actuaciones en vivo, bares y la televisión, medio por donde llega a los hogares el videoclip, que es la manera más ágil y directa de penetrar en la atención del joven espectador, por ser el mayor consumidor de música e imágenes.

De ello dependen sus intereses, valores, creencias; así como la conciencia que tenga acerca de lo observado. El joven mira los videoclips, ya sea en forma de entretenimiento o como forma de vida, pues para él la forma de vestir, de caminar, la imagen que contempla es o no un ideal para seguir o copiar.

** El rock pretende conocer las necesidades de los grupos sociales a los que se quiere dirigir el producto; en nuestro caso, fundamentalmente, los jóvenes *.*¹

Se pueden considerar dos niveles de observación de los videoclips en los jóvenes:

1er. Nivel: Es aquel en donde sólo se es un simple espectador el cual contempla con la necesidad de distraer su ocio, así como satisfacer su necesidad musical, se recrea y además crítica lo que observa en el video.

2º. Nivel: El joven actúa de forma indistinta, dependiendo de su contexto y es participe de lo que observa en los videos, él quiere vivir y sentir lo que ve. Quiere tocar en un grupo, tener emociones fuertes; es decir quiere lograr un éxito que en la realidad no tiene. Por eso es importante no olvidar lo que transmite un videoclip.²

Lo que en el teatro se refiere a la catarsis, es decir, a la descarga emocional o afectiva, se puede emplear también al videoclip, pues ésta es la depuración del espectador de todo miedo y compasión, se cumple un acto psíquico muy particular: la identificación emotiva del espectador con los personajes, en este caso se traslada a la identificación que el joven tiene con el grupo o cantante de su preferencia.³

La identificación es una solución a los problemas del espectador. En ese sentido, las imágenes se pueden comparar a las de un sueño compartido y, consecuentemente, su poder de

¹ DE GARAY, Adrián. *El rock también es cultura*, p.46.

² GUTIÉRREZ Alea, Tomás. *La dialéctica del espectador*, p. 54.

³ BRECHT, Bertold. *Escritos sobre el teatro*, p. 121.

persuasión o sugestión alcanza un peligroso nivel ya que puede operar en un sentido positivo o negativo, creándose de esta forma la enajenación, cuando el joven se enajena deja de ser él mismo para vivir en el otro en el personaje que ve y desea imitar.⁴

El videoclip es una ventana que permite conocer costumbres, culturas, idiomas de varias partes del mundo, por el medio de transmisión que utiliza, la televisión, ésta hace uso de su inmediatez, permitiendo al joven mantenerse en comunicación directa con los acontecimientos que le rodean. Una cualidad que tienen algunos videoclips, es mostrarnos lo que conocemos y forma parte de nuestra vida diaria, a lo que estamos habituados, se nos muestra como algo que vemos por vez primera, aflorando la sorpresa, el asombro y la duda, es decir provoca una actitud crítica y penetrante.

Es notoria la influencia que recibe el videoclip de otros medios audiovisuales, como es el cine. Y viceversa. En muchas películas el desarrollo se enfoca a imágenes basadas en un tema musical. Se enfatiza la fotografía, el color y la música haciéndonos recordar a un videoclip, pero no sólo se debe esa influencia al impacto generado por esta tendencia narrativa, sino también se relaciona con avances tecnológicos, los cuales le permiten ser más atractivo visualmente, porque las nuevas generaciones están acostumbradas a una agilidad icónica, que ha aportado el videoclip.

El videoclip marca la moda a seguir, tanto en lo musical como en la imagen visual, que el joven quiere y desea aparentar, esto con la finalidad de integrarse al grupo social en donde desea ser aceptado, dependiendo del género musical de su preferencia. Es una producción de jóvenes para jóvenes.

Los videoclips son una opción para los cantantes y grupos de rock, así como para las compañías discográficas de enseñarnos su concepto musical a través de un formato diferente y

⁴ GUTIÉRREZ Alea, Tomás. Op. Cit., p. 54.

de impacto y se transmite por un medio de gran alcance como lo es la televisión, y que generó la creación de un canal exclusivo para la emisión de videoclips: **MTV** y su difusión mundial. Esta cadena de televisión, debido a su gran demanda en varias partes del mundo, ha creado ramificaciones para darle importancia a cada continente en el cual está presente. Tal es el caso del *MTV Latino*, *MTV Asia*, *MTV Europa*, entre muchos otros, y que en la actualidad no tiene competencia.

MTV está enfocado a lo que a los jóvenes les interesa, su programación está guiada por los gustos musicales y que ellos mismos imponen como éxito. Tiene secciones especializadas sobre los distintos géneros musicales, deportes, moda, noticias sobre sus cantantes y grupos favoritos así como su más reciente grabación sin dejar a un lado la música rock.

Como se afirmó en el punto 6 de la investigación, Testimonios, el género musical del rock es el que más realización de videoclips tiene, debido al gran número de jóvenes que habitan en el mundo, y que son los mayores consumidores y es por ellos que se producen los videoclips.

Al rock se le predecía poca duración, y de su aparición ya son 50 años, durante ese tiempo han surgido géneros e innovaciones musicales. El rock creció a la par de la televisión y con ella evolucionaron las nuevas formas de narración como lo es el videoclip, y continuará evolucionando conforme a las nuevas tecnologías. Y es hasta el momento, una opción para comunicar.

ANEXO.

En esta parte de la investigación se plasman elementos indispensables para comprender la constitución de un videoclip. La intención de crear este apartado surge con el objetivo de que sirva como una guía para consultar sobre el lenguaje en cualquier producción televisiva, pero haciendo énfasis en los puntos que conforman un videoclip: el lenguaje audiovisual, los efectos especiales, el color, el sonido, la música.

EL LENGUAJE AUDIOVISUAL.

El cine y la televisión tienen un lenguaje en común originado en el cine. La tecnología y la función social que tiene cada uno de ellos los llevó a definir códigos específicos de comunicación, a través de los componentes de la imagen generalizados principalmente por el cine y que son: el plano o campo, la composición, el encuadre y el movimiento de cámara o desplazamiento.

Encuadrar una imagen es enmarcarla. El encuadre puede ser a un sujeto o un objeto *dentro del visor de la cámara.* El encuadre tiene cierta información visual variando los lentes utilizados y la distancia que exista entre la cámara y el sujeto o el tema que se genera. Al lograr esto lo que *creamos es un plano.*

Plano es la unidad básica de la composición de la narración televisiva. Existen diferentes tipos de planos y se clasifican por la relación que guardan los objetos y personas captadas, con la superficie total del recuadro.

Los diversos planos que a continuación veremos tienen varios nombres tanto en inglés como en español. La utilización de cualquiera de los nombres en los guiones es válida. Generalmente se escriben los nombres de los planos en inglés para los guiones de televisión y en español para los guiones cinematográficos.

Hablar del lenguaje audiovisual es muy importante ya que, como lo hemos estado mencionando a lo largo de los elementos constitutivos, no sólo el lenguaje oral comunica, también lo hacen las imágenes, los colores y tener conocimiento del lenguaje audiovisual es como conocer el alfabeto de la imagen.

DESCRIPCION DE LOS PLANOS O SHOTS.

Cada uno de los planos, además de mostrar a las personas y/o la escena, posee una significación propia y crea efectos psicológicos en el espectador.

PLANOS CORTOS: Tienen un valor expresivo y sirven para:

- Dar énfasis a la acción.
- Dramatizar la escena.
- Revelan las reacciones de los personajes.
- Muestran los detalles.
- Concentran el interés al revelar o acentuar alguna información de la trama y atraen la atención.

- | | |
|--------------------------------|--|
| 1. Tight shot (TS) | Se encuentra un detalle aislado de la |
| Extreme Close Up (ECU) | persona (ojos, boca). O también es el |
| Plano de detalle (PD) | encuadre de los objetos (florero, anillo). |
| | |
| 2. Big Close Up (BCU) | Se encuadre desde la mitad de la frente |
| Very Close Up (VCU) | a la mitad del mentón. |
| Primer Plano Corto (PPC) | |
| Primerísimo Primer Plano (PPP) | |
| | |
| 3. Close Up (CU) | Es un encuadre de la cabeza completa. |
| Primer Plano (PP) | |

4. Medium Close Up (MCU) Va desde la parte superior de la cabeza
Plano Medio Corto (PMC) hasta la parte superior del torso.

PLANOS MEDIOS: En parte descriptivo porque se ve la escena y en parte expresivo porque el sujeto comienza a atraer la atención del espectador, permite el encuadre de gestos corporales amplios. Dan continuidad entre los planos largos y los planos cortos.

5. Medium Shot (MC) Se encuadra desde la parte superior de
Plano Medio la cabeza hasta debajo o arriba de la
cintura.

6. Knee Shot (Knee) Va de la parte superior de la cabeza a
Plano Americano (PA) la parte inferior de las rodillas.
Plano 3/4

7. Full Shot (FS) Entra todo el cuerpo y queda un
Plano Entero (PE) pequeño margen en la parte superior de
Medium Long Shot (MLS) la imagen.

PLANOS LARGOS. Se utilizan para:

- Comenzar una escena.
- Revelar un lugar donde se desarrolla la escena.
- Seguir una acción amplia.

El valor de los planos largos es descriptivo.

8. Long Shot (LS) La persona y objetos ocupan una

Plano General (PG)	pequeña parte del encuadre. No se
Panorámica	distinguen detalles y se destaca
	principalmente el escenario.

9. Extra Long Shot (ELS)	Es un encuadre de una ciudad,
Plano Muy General (PMG)	población. No se ven ni personajes,
	ni objetos.

La duración de los planos dependerá de los propósitos del guión. Pero en general una imagen no dura más de 5 segundos.

Por otro lado, los encuadres de las personas se clasifican en:

- Two shot	dos personas
- Three shot	tres personas
- Group shot	cuando se encuadran más de 4 personas.

ÁNGULOS DE CÁMARA.

El eje óptico de la cámara generalmente es paralelo al plano horizontal y se ubica al nivel del torso. Sin embargo, puede adoptar diversos grados de inclinación y así formar diversos ángulos con el plano horizontal.

Existen dos ángulos de cámara:

+ *Picada o High angle shot*. La cámara se sitúa en un nivel superior respecto al sujeto; está inclinada hacia abajo y el sujeto aparece en el recuadro visto desde arriba. La picada da al espectador un sentido de fuerza o superioridad respecto a la imagen. Se utiliza para implicar carencia e importancia, impotencia. La vertical de plomada acentúa la forma y movimiento de grupos. También revela aislamiento o aglomeración. Puede resultar simbólica al mostrar la pequeñez moral del individuo.

+ *Contrapicada o Low angle shot*. La cámara está dirigida hacia arriba tomando al sujeto desde un ángulo bajo. La contrapicada hace que los sujetos parezcan más fuertes, imponentes, poderosos. También pueden parecer autoritarios, amenazadores u ostentosos. El diálogo adquiere dramatismo y significado.

MOVIMIENTOS DE CAMARA.

Los movimientos básicos son aquellos en que la cámara gira sobre su mismo eje y son: Paneo y Tilt.

1. *Paneo o Panning Horizontal*. La cámara se mueve en su plano horizontal para mostrar la relación espacial entre dos áreas o sujetos y para seguir la continuidad del sujeto.

- a) *Paneo izquierda o pan left*. La cámara gira hacia la izquierda del camarógrafo.
- b) *Paneo derecha o pan right*. La cámara gira hacia la derecha del camarógrafo.

Hay varios tipos de paneo según sus propósitos, algunos de ellos son:

- * *Paneo de seguimiento*: La cámara se mueve para seguir a un sujeto en movimiento. Sirve para que el espectador se dé cuenta de la relación del sujeto con su entorno.
- * *Paneo de reconocimiento*: La cámara se mueve despacio en la escena para dejar que el espectador mire y se fije en los detalles. Puede crear dramatismo y expectación.
- * *Paneo interrumpido*: Es un movimiento largo y suave que se detiene de repente para crear un contraste visual.

* *Paneo de barrido o Whip*: Es un movimiento muy rápido de la cámara sobre una serie de imágenes. Las imágenes se ven borrosas por el movimiento.

2. *Tilt o Paneo vertical*: Ayuda a conocer visualmente varios sujetos o áreas que están ubicadas en un plano secundario y para enfatizar la profundidad de campo.

a) *Tilt Up o Paneo vertical*: Causa en el espectador una impresión de aumento de interés, emoción, expectación, esperanza y anticipación. Es el movimiento de cámara de inclinación hacia arriba.

b) *Tilt Down*. Produce por el contrario, disminución de interés y emoción, decepción, tristeza y examen crítico. Es el movimiento de inclinación de la cámara hacia abajo.

Las finalidades de los movimientos de la cámara son fundamentalmente para:

- * Seguir la acción.
- * Mostrar una serie de partes unidas entre sí.
- * Unir elementos separados.
- * Crear tensión, anticipación o ansiedad.
- * Cambiar la acción.

UTILIZACIÓN DEL ZOOM.

El empleo del zoom es conveniente pero simula el movimiento de la cámara. Es más cómodo utilizar un objetivo zoom para alejarse o acercarse al sujeto que desplazarse de un lado a otro con un ángulo de lente normal.

Con el zoom, al cambiar el plano de visión la imagen simplemente aumenta o disminuye.

Se llama zoom-in cuando nos acercamos al sujeto y zoom-out en cine cuando nos alejamos y zoom-back en televisión.

DESPLAZAMIENTOS DE CAMARA.

La cámara es un objeto móvil en el espacio que puede desplazarse con gran facilidad, lo cual permite desarrollar posibilidades lingüísticas. La cámara puede desplazarse para acercarse o alejarse del sujeto. Para ello debe estar montada sobre un pedestal con ruedas o sobre un vehículo. Los tipos de desplazamiento son:

1. *Dolly In*: La cámara se acerca hacia el sujeto, sirve para:

- * Dar énfasis o detalles de la acción.
- * Excluir objetos cercanos.
- * Recomponer el encuadre.
- * Llevar el interés a otro objeto.
- * Realzar un objeto que avanza.
- * Subrayar una acción o reacción.
- * Realzar la importancia del sujeto.
- * Localizar la atención.
- * Revelar información nueva.
- * Aumentar la tensión.

El desplazamiento hacia adelante y hacia arriba crea un sentimiento de libertad, elevación, alegría. Hacia adelante y hacia abajo sugiere poder, energía cuando se hace rápidamente, pero cuando se hace lentamente sugiere tristeza y vuelta a la normalidad. Hacia atrás y hacia arriba sugiere relajamiento, separación del sujeto y de la acción. Hacia atrás y hacia abajo nos propone un movimiento de retroceso a menudo desilusionante.

El desplazamiento de la cámara destaca más cuando se toma un sujeto estático. Los desplazamientos necesitan estar motivados, ser apropiados y controlados con suavidad a velocidad adecuada, pues de lo contrario pueden ser desconcertantes y molestos.

Al desplazar la cámara sentiremos que nos trasladamos de un lugar a otro casi físicamente. Esto se llama cámara subjetiva y crea en los espectadores un efecto de participación.

Cuando la cámara está estática nos parecerá que los actores se acercan o alejan de nosotros y el efecto es objetivo ya que no volvemos receptores de su actitud.

Es importante señalar estos movimientos de cámara pues de ellos dependerá la (s) sensación (es) que nos cause al estar viendo las imágenes, así como la actitud que se tome al respecto.

2. *Dolly back*. La cámara se aleja del sujeto. Sirve para:

- * Ampliar el campo visual.
- * Incluir más objetos.
- * Incluir una acción.
- * Seguir una acción con desplazamiento.
- * Retirarse de la acción.
- * Reducir la importancia.
- * Crear sorpresa.
- * Crear conciencia de espacio.
- * Crear efecto subjetivo.

3. *Travel izquierdo o Travel derecho (Travelling)*: Sujeto y cámara se desplazan paralelamente.

4. *Cámara subjetiva (Campo)*: Cuando la cámara ocupa el lugar del personaje y es quien tiene ahora la visión o el detalle.

5. *Reverse angle (Contracampo)*: Sirve para ver la reacción de los personajes en ángulo opuesto.

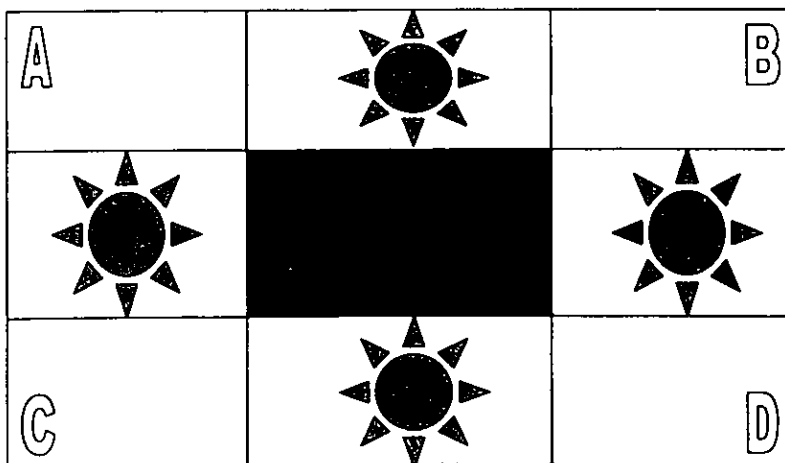
LA COMPOSICIÓN.

La composición de un encuadre es importante ya que depende de su equilibrio, es decir que el espectador reaccione de acuerdo a lo transmitido por el guión.

Tomando en cuenta estos elementos, la imagen televisiva se analiza de la siguiente manera:

La pantalla se divide en tres partes iguales de forma horizontal como vertical, dando por resultado nueve recuadros, siendo el recuadro central la zona de mayor atención para el espectador; es decir la primer zona que se ve. El segundo lugar de percepción lo ocupa la zona con soles, lados superior e inferior, como laterales del central y, en último lugar, la zonas de la esquina marcadas con letra, y son las que interesan menos al espectador.

ESQUEMA DE LA COMPOSICIÓN.*



* SOLER, Llorenc. *La televisión una metodología para su aprendizaje*, p. 114.

La composición no requiere de reglas establecidas, puesto que cada autor tiene la libertad de creación, sin embargo esta comprobado que el esquema anterior tiene repercusiones subconscientes de tipo emocional en los espectadores. Ejemplo: Una composición dominada por las líneas horizontales genera una sensación de calma, de reposo, de paz. La composición en diagonal transmite dinamismo en la escena. Las líneas verticales definen un estado de tensa espera. " *Las composiciones en donde dominan los ángulos agudos, los dientes de sierra, las líneas quebradas, inquietan desasosiegan y en todo caso denotan violencia y, las líneas curvas, expresan voluptuosidad, elegancia, musicalidad y riqueza* ".¹

TRANSICIONES BÁSICAS Y SUS APLICACIONES.

Las transiciones son las formas como se cambia de una toma a otra. Entre las transiciones básicas se encuentran:

1. *El corte*: Es la transición más simple, es el cambio instantáneo de una imagen a otra. Es dinámico y asocia dos situaciones instantáneas. Se realiza el corte para:

- * Introducir énfasis.
- * Dirigir la atención del espectador a otro punto del sujeto.
- * Mantener un punto de vista particular cuando el sujeto se mueve.
- * Mostrar la posición del sujeto en relación con otros sujetos.

El corte interrumpe la continuidad. El momento más apropiado para el corte es cuando en la escena se produce una acción o una reacción. También puede hacerse antes o después de la acción. Existen dos tipos de corte:

a) *Corte entre imágenes en movimiento*. Cuando los sujetos se mueven en la misma dirección se sugiere continuidad de acción. Cuando se realiza en sujetos que caminan en forma opuesta propone fuerzas convergentes.

¹ *Ibidem*, p. 115.

b) *Corte entre imágenes estáticas y en movimiento.* El corte entre una imagen estática y una en movimiento acelera súbitamente el interés del público. Entre una imagen en movimiento y otra estática se produce tensión.

2. *El fundido.* Es la desaparición o aparición gradual de una imagen. También es conocido como fade y puede ser de dos tipos: Fade In o Fade Out.

* *Fade In:* Cuando una pantalla oscura aparece gradualmente la imagen, da una introducción tranquila a la acción.

* *Fade Out:* La imagen desaparece gradualmente hasta quedar a oscuras. Provoca un cese de acción tranquilo. El alcance de dos secuencias por un fundido introduce el concepto de pausa en el fluir de la acción.

3. *La disolvencia o mezcla:* Es el atenuar la imagen que sale superponiéndose a otra imagen que entra, una imagen desaparece gradualmente a la vez que otra aparece de la misma manera.

Una mezcla rápida implica que la acción es concurrente, acciones paralelas, una mezcla lenta sugiere diferencias de tiempo o de lugar.

Se pueden hacer mezclas con desvanecimientos del foco. Una imagen desenfocada se mezcla con otra desenfocada que se va afocando lentamente. Esto se utiliza en los flash backs: imágenes que dan información de algo que ya sucedió, es regresar al pasado; y por otro lado, en el flash forward: son escenas de algo que va a suceder, adelanta el futuro. El flash back o el flash forward no crean sensación o emoción sino que dan información al espectador de alguna escena que no aparece en todo el relato.

4. *La cortinilla:* Es un efecto visual utilizado para transiciones decorativas. Se elaboran por medio del mezclador de imagen. El efecto de la cortinilla es descubrir, revelar, cancelar, fragmentar; según se aplique. Resalta la naturaleza plena de la pantalla de televisión, destruyendo cualquier ilusión tridimensional. Las

cortinillas pueden tomar varias formas geométricas con variedad de aplicaciones: círculos, triángulos, rombos, etcétera.

5. *La superposición*: Consiste en fundir dos o más imágenes simultáneamente. Con la superposición se obtiene:

- * Imágenes de apariencia transparente (fantasmas).
- * Proporciones mayores o menores (gigantes o enanos)
- * Consigue apariciones o desapariciones.
- * Introducir rótulos en otra imagen.
- * Insertar sujetos en escenarios separados.
- * Enfatizar o identificar detalles.

6. *Cambio de foco*: Cuando no se quiere dar corte a una escena, principalmente un personaje, para luego dar entrada a un nuevo sujeto que estaba fuera de foco.

DURACIÓN DE LAS TOMAS.

El límite para la duración de una toma es de alrededor de 15 a 30 segundos en tomas donde hay movimientos de cámara y para tomas estáticas es aproximadamente de 10 segundos.

La duración correcta para una toma depende de su propósito. En una toma demasiado breve, el espectador no tendrá tiempo suficiente para apreciar la información contenida. Si la toma es muy larga se puede perder la atención.

Existen varios factores que influyen en la duración que puede darse a una toma:

- * La información que se quiere que se asimile.
- * La familiaridad que el espectador tenga con el tema
- * La calidad de la imagen.

- * La facilidad de discernir la información.
- * El contenido de acción, cambio o movimiento de la imagen.

Escena: Unidad de tiempo y lugar. Acontecer aquí y ahora, aunque pueda haber cambios.

Secuencia: Es el conjunto de escenas ligadas entre sí. Se relacionan por el contenido desarrollado. La secuencia se forma a base de escenas.

EFECTOS ESPECIALES.

Referirnos a los efectos especiales es hablar de las imágenes que vemos, gran parte de las veces, son resultado de procesos deformadores de la realidad que enriquecen la imagen: vestuario, utilería, sonido, luces, etcétera, a partir de la imaginación con la cual se obtiene una visión diferente del trabajo realizado.

No necesariamente los efectos especiales son dramáticos, es decir, en algunas escenas sucede algo que nosotros no percibimos como efecto especial, sin embargo, existe una cuidadosa elaboración de él. Un ejemplo de esto sería la caída de un vaso que al estrellarse con el suelo se rompe en varios pedazos, esto ante nuestros ojos puede parecer simple, pero para su realización se necesita preparar como parte de un efecto. La calidad de realización del efecto hará creíble lo que se está viendo.

Existen diferentes tipos de efectos especiales - algunos autores difieren del número exacto - pero en general se clasifican como **electrónicos, mecánicos, ópticos y de iluminación**.

ELECTRÓNICOS : Compuestos por equipos electrónicos que constantemente se modernizan, entre ellos están la disolvencia, la cual consiste en la transición de una toma a otra; donde en un lapso de tiempo existe la superposición de dos tomas. Sugiere cambio de tiempo y lugar. Entre los efectos electrónicos tenemos: Fade Out, Fade In o Fundido: Consiste del negro total a la aparición de la imagen o viceversa. Implica transición de tiempo, así como punto y aparte o punto final.

El Whip o cortina: Es el cambio de una toma a otra por medio de una cortina que se desplaza a través de la pantalla de televisión en diferentes direcciones y diversas formas. Otra aplicación del whip es la de dividir la pantalla combinando dos o más tomas y colocando cada una de ellas en una área de la pantalla.

Corte directo: Consiste en el cambio instantáneo de toma. Es dinámico y asocia dos situaciones, se utiliza con ritmo visual ágil (como los video clips).

Los key, incrustaciones o llaveos: Son un efecto de inserción electrónica inmediata que crea grandes ilusiones visuales con sólo seleccionar varios botones del generador de efectos. Hay tres tipos de key:

- a) **Internal key:** Sobreimposición de dos señales de video por medio del manejo de luminancia, y se realiza a través de la perforación de negros sobreimponiendo la señal más luminosa.
- b) **External key:** Sobreimposición de tres señales de video y se ajusta por medio de la luminancia. Es la perforación de negros y blancos, colocando detrás de cada perforación una imagen o señal.
- c) **Croma key:** Perforación de color para la sobreimposición de imágenes. Los efectos electrónicos dependen de la capacidad que tenga el modelo del generador (S.E.G.) para generarlos, efectos tales como, ondulación de imagen, barrido reversible, polaridad reversible y comprimido electrónico. Desaparición de personajes o cosas de la pantalla, otros es cambio de tema; o de sujetos y objetos, de grande a chico, hacer volar cosas, poner algún fondo o escenografía de otra escena.

MECÁNICOS: Se realizan dentro de un estudio de televisión o en locaciones exteriores, son parte de la ambientación para alcanzar un mayor realismo en la escena. Algunos ejemplos de ello son: lluvia artificial, truenos, nieve, fuertes vientos, fuego, temblores.

ÓPTICOS: Se producen a través de la lente de la cámara con ayuda de filtros, accesorios y espejos, así como los diferentes tipos de lente: gran angular, normal, telefoto y zoom. Otro elemento que se le agrega a la cámara y crea cierta visión es la viñeta.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE CADA TIPO DE LENTE.

= GRAN ANGULAR =

Ventajas :

- * Reduce la exageración del contorno de superficie.
- * Se obtienen vistas amplias a distancias cercanas en espacios limitados.
- * La profundidad de campo es considerable.
- * Exagera el espacio.
- * Es útil para tomas grotescas o dramáticas.

Desventajas

- * El enfoque es más difícil.
- * La profundidad aparece exagerada.
- * No se reproducen las proporciones correctas.
- * Se producen distorsiones en los ángulos mayores.

= LENTE NORMAL =

Ventajas :

- * La perspectiva resulta natural.
- * El manejo de la cámara es normal y estable.
- * La profundidad de enfoque es sencilla.

Desventajas :

- * No es adecuado para una cobertura amplia en espacios limitados.
- * La cámara debe acercarse al sujeto para el detalle.

= TELEFOTO =**Ventajas :**

- * Acerca a los sujetos distantes.
- * Permite tomas cercanas de sujetos accesibles.
- * Desenfoca los fondos que provocan distracción.

Desventajas :

- * La profundidad de campo se comprime.
- * Aplana a los sujetos.
- * El manejo de cámara es más difícil.

= ZOOM =**Ventajas :**

- * Se puede seleccionar rápidamente cualquier ángulo del lente.
- * Se puede encuadrar un objeto sin mover la cámara.
- * Es más fácil de realizar que los movimientos de cámara lentos.
- * Simula un movimiento de vaivén de la cámara al objeto.

Desventajas :

- * El enfoque es difícil.
- * Puede fallar la exactitud de reproducción de los tamaños de las tomas.

ILUMINACIÓN: Son el resultado del manejo de la luz, por medio de reflejos, espejos y crean efectos como sombras que ofrecen dimensión y textura a la escena.

En la actualidad, gran parte de los efectos se producen en el área digital, esta señal es informática pues se puede introducir a la memoria de una computadora; por ejemplo al introducir a la memoria de un equipo de video una imagen de televisión, posteriormente leer la memoria en sentido inverso, entonces el efecto que se obtiene es que se opone la imagen a su forma original; dependiendo del uso que se le dé, la imagen empequeñece, cambia d lugar, se integran más imágenes, en fin una gran variedad de efectos especiales.

EL COLOR.

En sus inicios tanto la fotografía, el cine y la televisión realizaron sus primeras muestras en las tonalidades del gris, del blanco puro al negro puro, y con las nuevas tecnologías, ahora se puede apreciar la gama cromática, con ella se resumen los medios de un tipo de lenguaje elemental y concreto.

El color puede usarse no sólo como signo, sino también como medio para reproducir cosas, que sería la ventaja del emplear colores, ya sea en los diferentes medios impresos y/o audiovisuales. Con frecuencia se utiliza el color para crear un ambiente y atraer la mirada de su espectador.

El color crea una relación con las emociones. El color es igual a una sensación, y el objeto coloreado igual a una percepción.

La sensación es un suceso interno; se caracteriza por su extensión ya sea amplia, corta, pequeña; por su intensidad puede ser fuerte, débil, brillante, por su calidad en roja, azul, cálida o fría y por su duración, en largas, cortas, breves.

La percepción es la comprensión significativa de las sensaciones como figuración de los objetos externos. Es el conocimiento aparente de lo que está ahí afuera.

El color transmite información y es la experiencia visual más profunda que todos los individuos compartimos, que nos estimula y con el que relacionamos un significado. Al color también se le puede

asociar significados simbólicos, por ejemplo el color rojo expresa: furia, peligro, amor, calidez, vida y otras cosas más.

El color tiene tres extensiones que se definen y miden:

Matiz (hue), que es el color mismo, cada una de ellas tiene características propias; existen tres matices primarios: el amarillo, rojo y azul para las artes plásticas. Y en televisión es rojo, azul y verde. Cada uno tiene ciertas cualidades. Por ejemplo al amarillo se le relaciona por ser el color más cercano a la luz, el rojo es emocional y el azul es pasivo.

Saturación, esta se relaciona con la pureza de un color respecto al gris. El color, entre más saturado éste, es más simple, en tanto que los menos saturados tienden a la neutralidad cromática. Mientras más cargado sea un objeto en su coloración, mayor expresión y emoción es la que aporta.

Brillo, es la última extensión del color y es acromática, va de la luz a la oscuridad.

El color contiene un significado universalmente compartido, ya sea por la experiencia, por su valor independiente e informativo, o por los significados simbólicos que se le atribuyen. A parte del significado cromático altamente transmisible, cada uno de nosotros tiene sus preferencias cromáticas personales y subjetivas. Aunque a ciencia cierta no se sabe el porqué de esas preferencias y efectos del color sobre cada uno de nosotros.

EL SONIDO.

Sonorizar es la incorporación de diálogos, música ambiental y los efectos en una sola pista: se logra así el sonido resultante.

El objeto de la televisión es provocar en el espectador la sensación de realismo, esto se logra - entre otras cosas - con el sonido, tanto en su aspecto narrativo como en el técnico.

El sonido también tiene un valor expresivo ya sea a manera de palabra, música, ruidos y hasta en un silencio.

Hay ruidos con equivalencia de lenguaje, existen ruidos de ambiente que son percibidos por el micrófono o se introducen a través de los efectos especiales. Estos ruidos contribuyen al realismo de lo efectuado. Cuando un sonido sustituye a una imagen que no vemos se le conoce como sonido complementario.

El sonido o energía sonora se desarrolla en variaciones de presión propagados en el medio físico ya sea aire, agua o sólido, estas variaciones provocan en el oído humano impulso nerviosos que llegan al cerebro por medio del nervio auditivo. Pero aunque haya un órgano específico - el oído - para la recepción, es en realidad, nuestro cuerpo el que percibe las vibraciones.

El oído percibe tres propiedades del sonido que son:

- *La intensidad*. Sensación de distinguir un sonido fuerte de uno débil. También se le conoce como amplitud.
- *El tono*: Sensibilidad que tiene el oído de distinguir sonidos graves de los agudos, a pesar de tener la misma intensidad.
- *El timbre*: Percepción de la riqueza armónicas del sonido. Es la propiedad del oído de reconocer dos sonidos de la misma intensidad y tono. Por ejemplo, se reconocen dos notas de la misma intensidad emitidas, una por un piano y la otra por un violín.

Para captar adecuadamente el sonido y eliminar el innecesario, se requiere utilizar micrófonos adecuados para cada ocasión. Existen varios tipos de micrófonos, los más usuales son: el omnidireccional, este recibe el sonido en cualquier dirección; el direccional o cardiode, en su parte frontal y el bidireccional, capta el sonido en direcciones opuestas.

MÚSICA.

Por música se entiende la sucesión de sonidos modulados para agradar al oído y conmover a la sensibilidad.

A la música se le ha descrito como una sensación subjetiva (interna) y compleja pues al escucharla se experimentan una serie de sonidos combinados que se traducen en un lenguaje, por ello envía un mensaje, que generalmente requiere de dos partes: quien lo emite y quien lo recibe, es un medio de expresión que implica una retroalimentación pues al enviar el mensaje musical se obtiene una respuesta.

Dentro del medio video, la música puede tener varios usos, porque como se vio anteriormente, la televisión requiere del medio video para su grabación así como para su transmisión, y estos usos pueden ser:

- *Función expresiva:* la música crea un ambiente de tensión o un clima emocional, es decir, suscita estados de ánimo.
- *Función gramatical:* cuando se colocan trozos de música para separar bloques de texto o pasar de uno a otro.
- *Función descriptiva:* ayuda a describir paisajes, un lugar, así como su decorado.
- *Función reflexiva:* sirve para que el público tenga tiempo de repasar lo escuchado y de reflexionar sobre ello.
- *Función ambiental:* es cuando la escena real que se está grabando la contiene.

Además existen las inserciones musicales que se manejan exclusivamente en los programas televisivos, ya sean series, telenovela, documental o noticieros:

- *Rúbrica:* es el tema musical apropiado que identifica al programa.
- *Cortina musical:* separa escenas o bloques a la vez que acentúan la atmósfera y el clima emocional.
- *Puente musical:* es más breve que la cortina e indica una transición de tiempo o de lugar.

- *Fundido o mezcla*: combinación de dos temas musicales, se disminuye el volumen del primer tema y a su vez se va subiendo el nivel del segundo tema.
- *Tema musical*: música característica de un personaje, de un grupo o de una situación.
- *Fondo musical*: la música que se escucha de fondo a las palabras. Da ambiente o relieve a una situación dramática.

Las inserciones musicales se usan según las características del guión. Se debe tener en cuenta que entren en el momento oportuno y cumplan su función. De otra manera pueden perturbar al espectador y causar un efecto contraproducente. Se indican en la parte de audio del guión técnico. Generalmente la entrada de la música se realiza subiendo poco a poco el volumen hasta llegar al punto deseado. Se sostienen unos segundos, según sea puente o cortinilla musical, y se baja lentamente el volumen hasta desaparecer.

Cabe señalar que lo anterior sólo se adecua a programas con una estructura establecida, en el caso del videoclip, por su configuración tan variante, tanto las funciones como las inserciones musicales no se adaptan a él.

BIBLIOGRAFÍA

- ADAME Goddard, Lourdes. **Guionismo**, Ed. Diana, México, 1989, p.p. 104.
- BELL, Daniel. **Las contradicciones culturales del capitalismo**, Ed. Alianza, Madrid, 1977, p.p. 264.
- BERNSTEIN, Steven. **Técnicas de producción cinematográfica**, Ed. Limusa, México, 1993, p.p. 339.
- BERTOLD, Brecht. **Escritos sobre teatro** (3 tomos), Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, 1973.
- BONET, Eugene. **En torno al video**, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1980, p.p. 300.
- BORDEIU, Pierre. **Sociología y cultura. El origen y la evolución de las especies de melómanos**, Ed. Grijalbo- CONACULTA, México, 1978, p.p. 317.
- BRENNAN, Juan Arturo. **Cómo acercarse a la música**, Ed. Plaza y Valdés, México, 1988, p.p. 170.
- BYGRAVE, Mike. **Rock**, Ed. Plaza y Janés, España, 1979, p.p. 72.
- CABALLERO, Cristián. **Introducción a la música**, Ed. EDAMEX, México, 1984, p.p. 154.
- CARUSO, James R. **Video lighting and special effects**, Ed. Prentice-Hall, U.S.A., 1991, p.p. 354.
- CARRANDI Ortiz, Gabino. **Testimonio de la Televisión Mexicana**, Ed. Diana, México, 1986, p.p. 233.

CAZENUEVE, Jean. **La sociedad de la ubicuidad. Comunicación y difusión**, Ed. Gustavo Gili, España, 1978, p.p. 295.

CIPRIANO, Ivano. **La televisión**, Ed. Del Serbel, Barcelona, 1982, p.p. 166.

COHEN, Jozef. **Sensación y percepción visuales**, Ed. Trillas, México, 1973, p.p. 99.

COHEN-SEAT, Gilbert y FOUGEYROLLAS, Pierre. **La influencia del cine y la televisión**, Ed. F.C.E., México, 1980, p.p. 169.

CONTEO 95 de población y vivienda. Resultados definitivos. Tabulados básicos, Ed. INEGI, México, 1995.

CROVI Druetta, Delia María. **La televisión por cable: el caso mexicano**, Cuaderno de Ciencias de la Comunicación, número 1, Ed. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, U.N.A.M., México, 1990, p.p. 39.

DE GARAY, Adrián. **El rock también es cultura**, Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, Ed. Universidad Iberoamericana, México, 1993, p.p. 94.

Diccionario Enciclopédico Grijalbo, Ed. Grijalbo, Barcelona, 1986, p.p. 2062.

Diccionario Enciclopédico Quillet, Tomo VIII, Ed. Argentina Aristides Quillet, México, 1974, p.p. 501.

DISTER, Alain. **El rock inglés: de Tommy Stool a David Bowie**, Ed. Júcar, Madrid, 1983, p.p. 136.

DONDIS, D.A. **La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual**, Ed. Gustavo Gili, España, 1976, p.p. 210.

DUCORNEAU, Gerard. **La comunicación musical: su función y sus métodos de terapia y reeducación.** Ed. Edaf, Madrid, 1988, p.p. 123.

DURÁ Grimalt, Raúl. **Los videoclips: precedentes, orígenes y características,** Ed. Universidad Politécnica de Valencia, España, 1988, p.p. 281.

EISENSTEIN, Sergei M. **El sentido del cine.** Ed. Siglo XXI, México, 1990, p.p. 204.

FELDMAN, Simón. **Guión argumental. Guión documental,** Ed. Gedisa, España, 1990, p.p. 171.

FONT, Domenec. **El poder de la imagen,** Ed. Salvat, España, 1985, p.p. 64.

GIACOMANTONIO, Marcello. **La enseñanza audiovisual. Metodología didáctica,** Ed. Gustavo Gili, México, 1985, p.p. 213.

GONZÁLEZ, Fernando. **Apuntes para una historia de la televisión mexicana,** Ed. Revista Mexicana de Comunicación, México, 1998, p.p. 589.

GONZÁLEZ Alonso, Carlos. **El guión,** Ed. Trillas, México, 1989, p.p. 61.

GONZÁLEZ Requena, Jesús. **El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad,** Ed. Cátedra, España, 1995, p.p. 167.

GONZÁLEZ Treviño, Jorge. **Televisión: teoría y práctica,** Ed. Alhambra, México, 1983, p.p. 167.

GONZÁLEZ Treviño, Jorge. **Televisión y comunicación: un enfoque teórico,** Ed. Alhambra, México, 1994, p.p. 280.

GUTIÉRREZ Alea, Tomás. **Dialéctica del espectador**, Ed. Federación Editorial Mexicana, México, 1983, p.p. 111.

HOMS Quiroga, Ricardo. **La comunicación en la empresa**, Ed. Iberoamérica, México, 1990, p.p. 148.

LINARES, Marco Julio. **El Guión: elementos, formatos y estructuras**, Ed. Alhambra, México, 1983, p.p. 302.

MADSEN, Clifford H. **Investigación experimental en música**, Ed. Marymar, Buenos Aires, 1988, p.p. 199.

MANN, León. **Elementos de psicología social**, Ed. Limusa, México, 1990, p.p. 199.

MARTÍNEZ Abadía, José. **Introducción a la tecnología audiovisual**, Ed. Paidós, España, 1992, p.p. 238.

MARTÍNEZ Medellín, Francisco J. **Televisa: siga la huella**, Ed. Claves Latinoamericanas-I.P.N., México, 1982, p.p. 309.

MAZA Pérez, Maximiliano y CERVANTES de Collado, Christina. **Guión para medios audiovisuales: cine, radio y televisión**, Ed. Alhambra, México, 1994, p.p. 403.

MEJIA Barquera, Fernando. **Televisa: el quinto poder**, Ed. Claves Latinoamericanas, México, 1991, p.p. 237.

MIER, Raymundo. **El desierto de espejos: juventud y televisión en México**, Ed. Plaza y Valdés, México, 1987, p.p. 358.

- MILLERSON, Gerald. **The Techique of television production**, Ed. Focal Press, London, 1990, p.p. 566.
- MOLES, Abraham A. **La imagen. Comunicación funcional**, Ed. Trillas, México, 1991, p.p. 271.
- MUGGIATI, Roberto. **El rock, el grito y el mito: la música pop como forma de comunicación y contracultura**, Ed. Siglo XXI, México, 1974, p.p. 149.
- ONIMUS, Jean. **La rebelión juvenil, asfixia y grito**, Ed. Fax, Madrid, 1973, p.p. 156.
- PÉREZ Espino, Efraín. **Los motivos de Televisa. El proyecto cultural de XEQ canal 9**, Ed. Instituto de Investigaciones Sociales, U.N.A.M., México, 1991, p.p. 93.
- POLONIATO, Alicia. **Cine y comunicación**, Ed. Trillas, México, 1980, p.p. 66.
- QUIJADA Soto, Miguel Angel. **La televisión: análisis y práctica de la producción de programas**, Ed. Trillas, México, 1986, p.p. 109.
- RUIZ Vasallo, Francisco. **Video**, Ed. C.R.A.C., España, 1989, p.p. 585.
- SADOUL, Georges. **Historia del cine mundial. Desde los orígenes hasta nuestros días**, Ed. Siglo XXI, México, 1984, p.p. 828.
- SETO, William W. **Acústica**, Ed. McGraw-Hill, Colombia, 1973, p.p. 195.
- SOLER, Llorenc. **La televisión una metodología para su aprendizaje**, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1988, p.p. 187.
- SORIANO, Carlo. **Cómo hacer televisión**, Ed. Cátedra, España, 1993, p.p. 425.

STEFANI, Gino. **Comprender la música**, Ed. Paidós, España, 1987, p.p.139.

STOKOWSKI, Leopold. **Música para todos nosotros**, Ed. Espasa-Calpe, Madrid, 1954, p.p. 295.

VALE, Eugene. **Técnicas del guión para cine y televisión**, Ed. Gedisa, Argentina, 1989, p.p. 197.

VERNE, Edwin T. y GROSS, Lynne S. **Programing for t.v., radio and cable**. Ed. Focal Press, U.S.A., 1994, p.p. 258.

WORTZEL, Alan y ROSENBAUM, John. **Television production**, Ed. McGraw-Hill, U.S.A., 1995, p.p. 749.

HEMEROGRAFÍA.

ESPINOSA, Pablo. " *MTV, espejo poliédrico que refleja lo local sin soslayar lo planetario* ". La Jornada, 30 de agosto de 1997, México, p.21.

GREENFIELD, P. M. " *What is rock music doing to the minds of our youth ? A first experimental look at the effects of rock music lyrics and music videos* " in Journal of early adolescence. Vol. 7 núm. 3, U. S. A.

HEDEGARD, E. " *MTV' S VH-1* " en Rolling Stone, January, no.439, 1985, p.38.

MEJÍA Barquera, Fernando, coordinador. " *El videoclip en México* ", Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Unidad de Producciones Audiovisuales, México, Primavera de 1994, p. p. 6.

LEVINSON, Marc. " *It's and MTV world rock around the clock and around the world with the ultimate new ege multinational* ", REVISTA NEWSWEEK, April 24, 1995, p.37.

RUSHWORTH M., Kidder. " *El impacto de la cultura del video* ", Revista médica de arte y cultura, México, octubre 1988, p 25 y 26.