



El análisis del videoclip o vídeo musical como texto audiovisual

Trabajo Fin de Grado

Grado en Comunicación Audiovisual

Universidad de Sevilla

Diego Hidalgo Fernández.

Trabajo tutorizado por Juan José Vargas Iglesias.

El análisis del videoclip o vídeo musical como texto audiovisual.

Trabajo de Fin de Grado de Comunicación Audiovisual de Diego Hidalgo Fernández,
tutorizado por D. Juan José Vargas Iglesias.

Índice de contenidos.

| | | |
|--------|---|----|
| 1. | Presentación: objetivos y metodología..... | 3 |
| 1.1. | Objetivos..... | 3 |
| 1.2. | Justificación..... | 4 |
| 1.3. | Metodología..... | 6 |
| 2. | Qué es el videoclip..... | 7 |
| 2.1. | Estado de la cuestión..... | 7 |
| 2.2. | Principales definiciones..... | 9 |
| 2.2.1. | Definiciones basadas en rasgos puntuales..... | 10 |
| 2.2.2. | Definiciones como formato..... | 11 |
| 2.2.3. | Definiciones como texto..... | 13 |
| 2.2.4. | Síntesis..... | 16 |
| 2.3. | El aspecto lingüístico del videoclip..... | 17 |
| 2.3.1. | El discurso musical..... | 19 |
| 2.3.2. | El discurso cinematográfico..... | 23 |
| 2.3.3. | Síntesis..... | 24 |
| 2.4. | La narración en el videoclip..... | 25 |
| 2.5. | Modalidades del videoclip..... | 26 |
| 3. | El análisis del videoclip..... | 31 |
| 3.1. | Hacia un modelo de análisis..... | 31 |
| 3.2. | El análisis narrativo..... | 33 |
| 3.2.1. | Tipologías narrativas generales..... | 33 |
| 3.2.2. | Tipologías narrativas específicas..... | 41 |

| | | |
|--------|--|----|
| 3.2.3. | Fragmentación y reiteración..... | 44 |
| 3.2.4. | Continuidad y discontinuidad..... | 45 |
| 3.2.5. | Velocidad o ritmo de la narración..... | 46 |
| 3.2.6. | El tiempo..... | 48 |
| 3.3. | La puesta en escena..... | 52 |
| 3.3.1. | Tipo de imagen..... | 52 |
| 3.3.2. | Iluminación..... | 55 |
| 3.3.3. | Colores existentes..... | 55 |
| 3.3.4. | Escenarios y fondos..... | 56 |
| 3.3.5. | Personajes..... | 59 |
| 3.3.6. | Textos gráficos..... | 60 |
| 3.3.7. | Composición de la imagen..... | 60 |
| 3.4. | La puesta en cuadro..... | 61 |
| 3.4.1. | Escala de planos..... | 61 |
| 3.4.2. | Grados de angulación..... | 63 |
| 3.4.3. | Grados de inclinación..... | 64 |
| 3.4.4. | Movimientos de cámara..... | 65 |
| 3.5. | La puesta en serie..... | 67 |
| 3.6. | Puesta en común..... | 69 |
| 4. | Análisis de un caso concreto: <i>Zombie</i> (The Cranberries, Samuel Bayer, 1994)..... | 71 |
| 5. | Bibliografía..... | 76 |
| 6. | Videografía..... | 78 |

1. Presentación: objetivos, justificación y metodología.

1.1. Objetivos

El objetivo del presente trabajo es realizar un estudio sobre qué es el videoclip, así como intentar esbozar un modelo de análisis del mismo como texto audiovisual, que además será ejemplificado. Por tanto, este ensayo está dividido en tres grandes bloques. En primer lugar, se tratará de reflexionar acerca del videoclip, su definición, su aspecto lingüístico y la naturaleza dual de este (consistente en la unión de dos discursos: uno musical y otro cinematográfico).

En segundo lugar, se analizarán los distintos sistemas de códigos que entran en la creación del lenguaje del videoclip. Para ello, se examinarán desde la perspectiva de las tres “puestas” en el proceso de creación: la puesta en escena, la puesta en cuadro y la puesta en serie, así como desde la narrativa. El objetivo del análisis es precisamente observar los tipos de relaciones existentes entre todos estos elementos anteriores y el discurso musical.

En tercer y último lugar, esta propuesta de análisis se verá ejemplificada con el análisis del videoclip *Zombie* (The Cranberries, Samuel Bayer, 1994), uno de los videoclips seguramente más icónicos de los años noventa y de la historia del videoclip.

El trabajo consiste, por tanto, no en un análisis de estéticas o modos expresivos dominantes, sino más bien en un intento de abarcar las distintas posibilidades expresivas, asumiendo la imperfección inherente a toda tentativa de analizar un fenómeno tan complejo como es el hecho filmico.

1.2. Justificación.

La importancia del estudio del videoclip deriva de varios factores fundamentales. En primer lugar, se encuentra su alta difusión y repercusión en el panorama audiovisual y mediático actual. Illescas Martínez (2015) comparaba por ejemplo las cifras de espectadores en salas de cine de la segunda película más taquillera de la historia, *Titanic* (Cameron, 1997), que ascendía a cuatrocientos millones, y el número de visionados en la plataforma Youtube del videoclip *Gangnam Style* (PSY, Cho Soo-hyun, 2012), que era por entonces más de dos mil millones de visualizaciones (p. 38). Dichas comparaciones podrían ser actualizadas, pues continuamente se obtienen nuevos récords: actualmente, el mencionado videoclip del rapero surcoreano PSY tiene más de tres mil millones de reproducciones, y *Despacito* (Luis Fonsi feat. Daddy Yankee, Carlos Pérez, 2017), el más reproducido a día de hoy, más de cinco mil millones¹.

La confrontación de datos anteriormente citada puede ser criticada en base al hecho de que hay un público que consume música a través de Youtube, por lo que un mismo individuo puede realizar tantas reproducciones de un videoclip como quiera, y no tiene por qué visionar la imagen del mismo en cada una de ellas (puede incluso no verlo nunca más allá de los diez primeros segundos). Sin embargo, no cabe duda de que el impacto tanto de ese videoclip, como de muchos otros, puede considerarse igual o superior a las obras audiovisuales más consumidas de la historia; aunque bien es cierto que dicho impacto puede ser mucho más efímero, especialmente en los llamados fenómenos virales, como pudo ser el paródico *The Fox* (Ylvis, Ole Martin Hafsmo, 2013), conocido popularmente como *What Does The Fox Say?*.

En cualquier caso, la omnipresencia del videoclip en la cultura popular actual supone ya prácticamente un axioma, quedando solo en discusión los distintos niveles posibles de impacto que estos puedan tener. Además, dicha omnipresencia no solo se da en el mundo occidental, sino en todos aquellos países y culturas donde ha triunfado la cosmovisión,

¹ En realidad resulta especialmente difícil establecer este tipo de comparativas: los datos ofrecidos de récords en taquilla suelen medirse por recaudación en millones de dólares en taquilla mundial, por lo que resulta complejo traspasar dichos datos a número total de espectadores.

formas de entender el mundo, modos de estructurar las sociedades y formas de entender el ocio que emanan fundamentalmente del mundo occidental. Si a todo esto se le añade que es precisamente la población más joven la que más hábito de consumo de vídeos musicales tiene, la importancia del formato en el futuro de la comunicación audiovisual queda más que garantizada.

Por otro lado, resulta de bastante interés el estudio del videoclip por las posibilidades que este ofrece. Como muchos autores apuntan², el vídeo musical o videoclip es actualmente el formato audiovisual que más permite la experimentación, ya sea visual o narrativa. Y no solo la permite, sino que además en gran parte se basan precisamente en ella distintas modas imperantes dentro de la estética del videoclip, hecho que indica que dichas experimentaciones gustan al público. Mientras que un espectador medio³ no es capaz de aguantar una película cinematográfica de hora y media con una experimentación formal agresiva, si es mucho más probable que aguante los tres, cuatro o cinco minutos que pueda durar un videoclip de las mismas características. Y es posible que emita un juicio favorable a dicha experimentación del videoclip (mientras que del caso de la película, un espectador medio lo consideraría una pérdida de tiempo).

Y es que, como dice Sedeño Valdellós (2009), el videoclip “incorpora elementos del videoarte, el cine experimental y la animación”, así como “ha hecho por popularizar y promocionar experimentos con visualización y narratividad más que todos los esfuerzos previos que combinaron arte y medios de comunicación” (p. 19). Esta gran capacidad del videoclip para prestarse a la experimentación, así como al uso variado de las posibilidades expresivas del medio, otorga un gran atractivo a este y lo convierte en una fuente jugosa para el estudio del lenguaje audiovisual, que es una de las cuestiones que se pretende en este trabajo.

² Véase como ejemplo a Sánchez López y García Gómez (2009): “el videoclip es ante todo [...] una *Imago Musicae*, abierta por completo al experimentalismo plástico” (p. 7).

³ Es cierto que el concepto de *espectador medio* pueda acarrear un cierto debate sobre la problemática y difícil definición del término. A grandes rasgos, se podría decir que este es un espectador que consume productos audiovisuales, que busca en ellos la distracción y el entretenimiento puro, y que aunque actualmente existe una tendencia a una mayor cultura audiovisual (véase en una mayor conciencia sobre el lenguaje del medio), este no ha perdido de vista el fin que le lleva a los productos audiovisuales: el deseo de entretenimiento y ocio (así como el de encontrarse a uno mismo, que es otro de los fines que nos empuja irremediamente hacia el arte y las historias, indistintamente de las formas en las que puedan ser narradas).

1.3. Metodología.

Como ya se ha dicho, el objetivo del presente trabajo es realizar un acercamiento al videoclip como texto audiovisual y su posterior análisis. Para dicho acercamiento al videoclip como texto, lo primero que ha sido necesario es un acercamiento a este como fenómeno (pues el videoclip no es solo una modalidad de texto, también es un formato y género). Posteriormente, se examinará al videoclip desde la perspectiva del estudio de la semiología, a través de autores como Chatman o Metz.

Para el análisis, se ha empleado distintos manuales relativos al lenguaje cinematográfico, siendo ejemplificadas cada cuestión con distintos videoclips. Sin duda, el proceso más importante ha sido el visionado de una amplia selección de videoclips para explorar cuáles son las posibilidades expresivas de este discurso. La muestra visionada ha sido seleccionada según distintos criterios: videoclips que han pasado a la historia (especialmente aquellos premiados en alguna de las diversas categorías de los *MTV Music Video Awards*), que figuran en la lista de los más reproducidos a través del portal *Youtube* (cuasi único portal de consumo de videoclips a través de internet), así como aquellos que han destacado recientemente por su novedad o valor artístico (prensa especializada).

La ausencia de modo de citar los videoclips ha sido suplida a través de la siguiente fórmula: *nombre del videoclip* (Nombre artista o grupo musical, nombre del director, año de publicación). En ocasiones, se hace necesario mencionar qué versión se trata (pues hay temas musicales que poseen más de un videoclip oficial): si el nombre de la versión queda integrada a la hora de su publicación (hecho que suele suceder por ejemplo con los *lyric video*), así se verá reflejado en la cita, mientras que si no, aparecerá el nombre de la versión en el paréntesis, en primer lugar (es decir, anteriormente al nombre del artista o grupo musical).

2. Qué es el videoclip.

2.1. Estado de la cuestión.

Lo primero que llama la atención al abordar el inmenso campo de estudio que supone el videoclip o vídeo musical es una precariedad conceptual, fruto de la complejidad del propio fenómeno en cuestión. Dicha complejidad ha provocado que, aun siendo uno de los discursos más consumidos a finales del siglo XX y principios del presente siglo, no ha terminado de recibir toda la atención que pudiera merecerse. Si bien es cierto que en las dos últimas décadas han florecido trabajos muy fructíferos al respecto en nuestro país, para muchos teóricos sigue siendo un simple subgénero publicitario, siendo tan solo una amalgama y bombardeo de imágenes estridentes propio de la postmodernidad.

Este abandono teórico conlleva un cierto desconocimiento sobre cómo considerar el videoclip y dónde ubicarlo exactamente dentro del esquema de los discursos audiovisuales. Esta precariedad conceptual queda recogida por Selva Ruiz (2014), citando a su vez a Goodwin:

“La bibliografía específica del videoclip manifiesta, en demasiadas ocasiones, una cierta precariedad conceptual, que se pone de manifiesto ya en la escasez de definiciones rigurosas. La fascinación que genera este formato audiovisual ha provocado que muchos estudios hayan centrado su atención en sus grandes momentos históricos y rasgos más aparentes, dejando de lado, como señala Goodwin (1992), un aspecto fundamental: su definición (p. 24)”. (p. 87).

Sedeño Valdellós (2003) realiza en su tesis un análisis sobre la complejidad de estudio del videoclip debido a su idiosincrasia, así como una posible ventaja que esta puede aportar:

“El problema del estudio y análisis de videoclips es situarlo y clasificarlo dentro de todo el entramado massmediático actual, ubicarlo dentro de un área de

conocimiento o temática, y encontrar técnicas y aparatos metodológicos específicos para él. Esto no existe actualmente en el campo de la comunicación audiovisual y asumir esa carencia es una condición previa de esta investigación, pero también se reconoce como una posible ventaja, pues no existirán así formalidades y restricciones previas (salvo las estrictamente metodológicas) a la hora de afrontar la pregunta (para mí tan interesante) sobre la naturaleza específica, peculiar y significativa del videoclip y sobre su inserción en el universo audiovisual y mediático actual” (p. 103).

El videoclip, como manifestación del hecho filmico, puede ser estudiado desde las distintas perspectivas que este ofrece. Basándome en Metz (1973), están son (a grandes rasgos) las distintas perspectivas de estudio del fenómeno (pp 31-35):

- ❖ Los procesos tecnológicos que permiten su creación.
- ❖ El sistema económico de producción en el que se emplaza.
- ❖ Los procesos sociológicos dados (tanto en su producción, como distribución y consumo).
- ❖ El análisis de los contenidos desde la perspectiva de la sociología de la comunicación.
- ❖ Las distintas perspectivas psicológicas que pueden llegar a ponerse en marcha (psicología de la percepción, de la intelección, de las funciones afectivas, de la memoria y de la función imaginativa).
- ❖ La historia del medio en sí y sus producciones (campo relativo a la historia del arte).
- ❖ El estudio estético del fenómeno.
- ❖ El estudio semiológico.

Sin duda alguna, los estudios específicos del medio han sido más prolíficos en las perspectivas del estudio de la historia del fenómeno, el análisis de los contenidos⁴ y su impacto en la sociedad, así como el sistema económico de producción en el que se emplaza (especialmente desde el estudio de la publicidad), mientras que tradicionalmente se ha tendido a dejar más de lado los estudios relativos a la semiología del medio y las posibilidades expresivas de este.

⁴ Véase el análisis desde la perspectiva marxista que realiza Illescas Martínez (2015) en *La dictadura del videoclip*.

2.2. Principales definiciones.

Antes de entrar en las definiciones propias de los estudios teóricos (teoría del cine y teoría de la publicidad fundamentalmente), resulta conveniente examinar la definición aportada por el Diccionario de la Lengua Española (DLE), que introduce una serie de valoraciones interesantes. La definición que ofrece de videoclip es “cortometraje en que se registra, generalmente con fines promocionales, una única canción o pieza musical”⁵. De esta pequeña definición resultan de interés el análisis de dos ideas planteadas. En primer lugar, el DLE limita el carácter promocional o publicitario: entiende que es lo habitual, pero da la opción a que pueda no existir dicha motivación en algunos casos.

En segundo lugar, esta definición confina la duración del videoclip a una única canción o pieza musical. Esto dejaría fuera del término a largometrajes como *Pink Floyd - The Wall* (Pink Floyd, Alan Parker, 1982) o medimetrajes como *Axiom* (Archive, NYSU, 2014). Dichos trabajos constituyen filmes en los que se aúna (en lo que podríamos considerar un solo videoclip) todos los temas musicales de sus respectivos álbumes (como ocurre con *Axiom*), o recoge multitud de ellos, a la par que los reinterpreta (ya sea re-mezclando, re-grabando, acortando) e incluye nuevos temas (como ocurre con *Pink Floyd - The Wall*). Por ello, dicha condición de adscribir el videoclip a una sola canción, puede ser puesta en duda, ya que esta aseveración sólo se cumpliría en uno de los significados que veremos más adelante, que es el de formato publicitario con una duración concreta.

Una vez examinada la definición del diccionario, podemos proceder a analizar las distintas definiciones aportadas por los estudios teóricos sobre el campo. Como ya se apuntaba, la complejidad del videoclip aparece desde el mismo momento en el que se busca una definición para este. Debido a su idiosincrasia (y como veremos más adelante, polisemia), este puede ser referido, como observa Sedeño Valdellós (2003), como un producto, un texto, un formato y como un género-modo audiovisual (p. 105-109).

⁵ Real Academia Española. (2017). Videoclip. En Diccionario de la lengua española (Versión electrónica 23.1, actualización de 2017.). Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=Q9MHl5m> el 14/07/2018.

Sin embargo, las definiciones analizadas para este trabajo (hayan sido propuestas de un modo más directo o transversal) pueden ser clasificadas en cada una de las tres tendencias generales siguientes (que serán analizadas en sus pertinentes apartados):

- ❖ Las definiciones basadas en rasgos puntuales y corrientes estéticas predominantes en un momento dado.
- ❖ Las definiciones como formato basadas en definir el videoclip como un formato audiovisual con una duración determinada que sirve como instrumento de promoción de la industria musical.
- ❖ Las definiciones como texto, basadas en su concepción como objeto estético.

2.2.1. Definiciones basadas en rasgos puntuales.

Las definiciones basadas en rasgos puntuales y corrientes estéticas predominantes en un momento dado corresponden a un nivel de observación puntual, es decir, a la descripción de las producciones que se están dando en una cultura y momento concreto. Selva Ruiz (2014) señala el error que supone incurrir en este tipo de definiciones:

“[...] debería evitarse el error más frecuente en la definición de videoclip, que radica en la designación de rasgos más o menos frecuentes o meramente accidentales como características definitorias. Esta imprecisión conceptual suele estar causada por la atribución de un excesivo peso a los elementos visuales del videoclip, en detrimento del papel original de la música y la industria que la ampara” (p. 88).

El fallo que cometen estas definiciones es que no definen el concepto de videoclip en sí, sino la apariencia que poseen los videoclips en una tendencia imperante concreta (o quizás el error está en creer definiciones las observaciones que realicen autores sin ese afán o ánimo).

2.2.2. Definiciones como formato.

Como ya se avanzaba, esta categoría de definiciones se basan en delimitar el videoclip como formato audiovisual que sirve de herramienta promocional de la industria musical. Estas definiciones se ubican por tanto en un nivel de observación más desde la perspectiva de la teoría de la publicidad.

Como ejemplo de definición del videoclip como formato publicitario de la industria discográfica podemos leer a Selva Ruiz (2014): “el videoclip es un formato audiovisual empleado por el sector fonográfico como herramienta de comunicación comercial, que se basa en la adición de imágenes a una canción preexistente” (p. 101).

El término formato audiovisual le adscribe al videoclip una serie de condiciones: tanto de duración⁶, como de publicación. No obstante, puede haber excepciones a ambas o variantes del formato. Así podemos encontrar por un lado los medimetrajes y largometrajes de varias canciones que pueden ser considerados videoclips, y por otro lado se puede señalar el considerable cambio en la publicación y recepción del formato la revolución que supuso el paso del medio televisivo a internet⁷.

Además, resulta interesante analizar el sistema actual publicitario en el que se inscribe el videoclip. Y es que este responde a un sistema más complejo que el de simple herramienta de promoción de discos o entradas de concierto (fin último de la discográfica). Podría considerarse que las funciones del videoclip son las siguientes:

- ❖ Descubrir el grupo al público que lo desconoce: el objetivo es que el público descubra el videoclip mientras navega por plataformas de vídeo (fundamentalmente Youtube) gracias a las sugerencias que se van realizando según los vídeos que está viendo uno;

⁶ La duración del formato de videoclip como formato estándar, sería de entre tres y cinco minutos (duración media de las canciones de la cultura popular), sin embargo existe la posibilidad de añadir más tiempo, e incluso incluir pasajes en los que no haya canción, ya sea al principio, en medio o al final. Podemos ver dicho fenómeno en *Thriller* (Michael Jackson, John Landis, 1982) o *Havana* (Camila Cabello feat. Young Thug, Dave Meyers, 2017).

⁷ Lo que Caro Oca (2014) llama en el título de su tesis la *era YouTube*.

o bien que resulte tan llamativo que los que lo visualicen (ya sea porque sean seguidores del grupo o no), recomienden su visionado a conocidos⁸.

- ❖ Crear una imagen de marca concreta (con una estética concreta también) de un artista o grupo musical. Como ejemplo, el grupo británico Muse comenzó a partir de su tercer álbum *Absolution* a especializarse en una estética visual vinculada a la ciencia ficción, apuesta que mantuvo no solo en sus siguientes discos (tanto en las letras de las canciones como en los videoclips), sino también en los diseños de puesta en escena de los conciertos en directo. Lo mismo sucede con estrellas pop, véase como ejemplo Sia y como la puesta en escena del videoclip *Chandelier* (Sia, Sia y Daniel Askill, 2014), que trasciende a este y se adapta para los directos. Otro género aparte del pop y del rock alternativo donde se da esta situación de creación de estéticas visuales en videoclips que trascienden a estos y marcan toda la puesta en escena visual del grupo es el metal y todos sus diversos y complejos subgéneros. Es más, muchos grupos de metal, crean una estética personal aún antes de los videoclips, y usando estos para desarrollarlas (véase Slipknot, Ghost, y toda la corriente de grupos enmascarados y con complicados maquillajes). En España existe por ejemplo el grupo de metal Megara, con una marcada estética en sus videoclips. En el caso de la canción *Bienvenido al desastre*, se escenifica cuestiones del videoclip en la puesta en escena de los directos de dicha canción⁹. También, en ocasiones la estética del videoclip o elementos icónicos de este son reproducidos en presentaciones de los temas en programas de televisión. Véase los casos de *Typical* (Mutemath, Israel Anthem, 2007), que es reproducido en el programa de televisión americana *Jimmy Kimmel Live!*¹⁰ y *Fluorescent Adolescent* (Arctic Monkeys, Richard Ayoade, 2007), que es

⁸ En el sistema actual de producción, en el anterior del videoclip, que estaba regido por el consumo televisivo, era bien distinto. O crear un videoclip sencillo para que simplemente el tema musical pudiera estar presente en las cadenas de videoclips, o bien intentar producir un vídeo musical nuevo y rompedor que pudiera despertar el interés por el tema o el artista o grupo musical en cuestión.

⁹ Véase el videoclip en <https://www.youtube.com/watch?v=rG3epedZ66Q> y una grabación de la representación en directo en <https://www.youtube.com/watch?v=U7wBAYmTOkk>.

¹⁰ Véase el videoclip en <https://www.youtube.com/watch?v=bilKL3qh0L4>, y la representación en directo (es emitido ligeramente en diferido ya que el videoclip consiste en una grabación en reverso que luego se reproduce hacia delante) en <https://www.youtube.com/watch?v=HcfQhqNmQWY>.

interpretada en la televisión con los miembros del grupo vestidos de payaso (el componente más icónico del videoclip)¹¹.

- ❖ En último lugar, los videoclips pueden considerarse como instrumentos de reafirmación: no solo sirven para atraer nuevos oyentes, sino también para ofrecer un servicio añadido a los fieles consumidores, fans que van a escuchar y comprar igualmente los productos del grupo, pero que se les recompensa con contenido añadido (existen diversos productos audiovisuales y no audiovisuales que realizan dicha función). Dicha condición deriva de que existe un público que la mayoría de los vídeos musicales que consume en su tiempo de ocio es de artistas o grupos que ya sigue, por lo que más que descubrirle un producto (función del anuncio), les supone un producto añadido de disfrute.

Estas tres funciones redundarían todas en el fin último, que es el ingreso de beneficios con respecto a los distintos productos ofertados asociados a ese artista o grupo musical: venta de discos, de entradas de conciertos, de productos licenciados (conocidos popularmente como “merchandising”), así como cualquier fuente de ingreso que pueda proporcionar el grupo o artista.

2.2.3. Definiciones como texto.

Estas definiciones se basan en el análisis del videoclip según la segunda acepción anteriormente apuntada, es decir, como texto audiovisual. Se trata por tanto de un nivel observación desde las ciencias de la comunicación audiovisual, o incluso, desde una perspectiva más amplia y abstracta, desde la semiótica, la teoría del arte, o incluso la estética.

Siguiendo esta línea, Jon E. Illescas (2015) sintetiza la definición de vídeo musical que él considera más democrática: “un videoclip es un cortometraje basado en el desarrollo de una composición musical previa que fundamenta el despliegue de un conjunto de imágenes, las cuales, unidas, dan lugar a un nuevo discurso estético” (p. 41).

¹¹ Véase el videoclip en <https://www.youtube.com/watch?v=ma9I9VBKPiw> y la representación en televisión en <https://www.youtube.com/watch?v=ikNsOFE8AP4>.

Por otro lado, Sedeño Valdellós (2009) recoge la definición de videoclip propuesta por la Music Visual Alliance:

“Una forma de arte dinámico en la que lo visual y lo musical se combinan, a través de lo que se produce una interacción entre dos partes. Con eso se logra un efecto único que sería imposible sin la interacción de ambas partes. La forma ideal es la música visual, es una fascinante combinación de disciplinas que se complementan mutuamente, esa combinación de formas, colores y música crea ilimitadas posibilidades de expresión artística” (Body, V. y Weibel, P.: *Clip, Klapp, bum: von der visuellen Musik zum Musikvideo*, Dumont Taschenbücher, Köln, 1987; traducido por Sedeño Valdellós, 2009, p.21-22)

También podemos leer a Roncallo y Uribe-Jongbloed (2017), que inician su aproximación al término con las siguientes palabras: “música e imagen constituyen dos textos diversos que se yuxtaponen y forman uno tercero”. Además, siguiendo las teorías de intertextualidad del teórico literario Gérard Genette, estos autores catalogan al texto musical como hipotexto y al texto visual como hipertexto (puesto que el segundo no puede existir sin el primero). Así, proponen una definición que, abordando los demás aspectos, ahonda especialmente en la presente tendencia:

“[...] (el videoclip) es una sinestesia entre imagen y sonido que da como resultado una muy particular forma breve de comunicación audiovisual que nace, inicialmente, con la finalidad de promover un bien de consumo inmaterial como la música, pero que, a la vez, se proyecta como un ámbito de experimentación y expresividad que lo lleva a convertirse en una de las formas más interesantes de arte contemporáneo” Roncallo y Uribe-Jongbloed (2017).

Todas estas definiciones mantienen una constante: todas consideran que de la unión del discurso musical y visual nace un tercer discurso, fruto de las interacciones entre estos. Viñuela Suárez (2009) ejemplifica esta situación comparándola con estudios sobre la comunicación humana. Citando estudios de comunicación interpersonal, que consideran como el comportamiento del orador (expresión facial, movimientos corporales) puede

“ampliar, modificar, ratificar o subvertir la comunicación verbal” (Thomas, 1992, p. 3), Viñuela Suárez ejerce una comparación con el videoclip, apuntando como el texto visual confiere o puede conferir un nuevo significado al discurso musical (p. 83).

De estas definiciones basadas en el texto, surgen dos consideraciones importantes. En primer lugar, el tratamiento del videoclip como obra artística, puesto que constituye una elaboración de una disciplina artística. Metz (1973) distingue entre los sistemas especializados (señales de tráfico por ejemplo) y los lenguajes ricos, que se encuentran abiertos a simbolismos, una mayor interpretación, así como infinitos juegos con respecto a plasmaciones ideológicas o de influencias estéticas (p. 59-60). Estos lenguajes ricos, son disciplinas artísticas, por lo que, aunque un videoclip en concreto no quiera ser considerado como obra de arte (el intento de establecer una definición para el concepto “*obra de arte*” resulta un laberíntico rompecabezas más cercano a la ideología estética de cada uno), sí cabe decir que se trata de una disciplina artística.

En segundo lugar, la definición del videoclip como texto conlleva obviamente la consideración de este como una modalidad de discurso, una sustancia de la expresión en términos hjelmslevianos. Y es que como bien recoge Metz (1973), de la definición de cuadro pictórico, se extrae el concepto de pintura, y de la definición de pieza musical nace el concepto música; en definitiva: el estudio de enunciados concretos nos lleva al concepto de el conjunto ideal de los enunciados, y de ahí a la reflexión sobre la lengua empleada (y asuntos como si esta debe ser considerada lengua o lenguaje)(p. 43-45). En consecuencia, en el apartado siguiente se dedicará a analizar el videoclip como sustancia de la expresión.

Además, la conceptualización del videoclip como resultado de la unión de dos discursos puede observarse desde un plano más centrado en la disciplina de la estética sobre la naturaleza de la sustancia de la expresión de los mismos. Entre ellos se encuentra por ejemplo la propuesta de Radigales (2005), que retomando el concepto creado por el compositor Richard Wagner de *Gesamtkunstwerk* (obra de arte total literalmente, la creación de una obra de arte que engloba a todas las artes), lo aplica sobre el videoclip, pues este consigue integrar el lenguaje representativo-icónico (imágenes) y el lenguaje simbólico (música), creando un fenómeno completamente nuevo.

2.2.4. Síntesis

Como se ha visto, tres son las posibles perspectivas para realizar una definición del vídeo musical. A modo de síntesis, se presenta en la siguiente tabla los distintos niveles de definición:

| Definiciones | Perspectiva |
|-----------------------------|---------------------------------------|
| Definición Rasgos puntuales | Análisis empírico |
| Como formato | Teoría de la publicidad |
| Como texto | Teoría de la comunicación audiovisual |

La primera categoría trata de analizar según características concretas, ya sean visuales (estética imperante) o repercusiones de su construcción en la sociología o el arte.

Es en la segunda y tercera categoría donde se se aprecia la polisemia del término videoclip, que puede ser entendido como formato y como sustancia de la expresión (género-modo audiovisual según Valdellós). En ambas categorías se recoge la circunstancia del videoclip de ser un discurso fruto de la unión de dos anteriores; sin embargo en la categoría como formato se ahonda en el texto como herramienta (centrándose en el por qué y para qué se crea), y en la categoría como texto las definiciones se centran en cómo se produce esa fusión o en qué consiste exactamente.

2.3. El aspecto lingüístico del videoclip.

La defensa de un análisis lingüístico del film (y de las producciones artísticas como objetos lingüísticos en general) es una batalla de largo recorrido, que tiene seguramente uno de sus máximos exponentes (en cuanto al film se refiere) en Metz (1973).

Dicho análisis debe comenzar por identificar la composición de los textos: si se analiza todo discurso, aparecen una serie de elementos internos que ayudan a desglosar su composición. Para analizar dichos elementos, tomaremos a Chatman (2013), que desarrolla un esquema en su *Historia y discurso* basado a su vez en la terminología proporcionada por los lingüistas Ferdinand de Saussure y Louis Hjelmslev (p. 29-34).

| | |
|---------------------------|-------------------------|
| Sustancia de la expresión | Sustancia del contenido |
| Forma de la expresión | Forma del contenido |

Entendemos como sustancia de la expresión el tipo de manifestación o discurso, es decir, el tipo de lenguaje: verbal, cinematográfico, pantomima o ballet; mientras que por forma de la expresión entendemos la estructura (o forma de estructurar) la transmisión narrativa. Por otro lado, Chatman define la sustancia del contenido como “las representaciones de objetos y acciones en mundos reales e imaginarios que pueden ser imitados en un medio narrativo, tamizados por los códigos de la sociedad del autor”; y la forma del contenido como “los componentes de la historia narrativa: sucesos, existentes y sus conexiones”. Además, Chatman engloba estos cuatro elementos dentro de otros dos: la sustancia de la expresión y la forma de la expresión forman el concepto de discurso (expresión), mientras que la sustancia del contenido y la forma del contenido forman la historia (contenido). De ahí Chatman extrae la cuestión que desarrolla a lo largo de toda su obra: el objeto de estudio no deber ser “qué significa” una historia determinada, sino “qué significa una narración determinada”; pues tanto la sustancia de la expresión y la forma de esta (en definitiva, el discurso) también comunican significados (en definitiva, la comunicación de significados no solo se realiza en la historia, también en el discurso).

Una vez analizado los distintos términos, debemos centrarnos en la sustancia de la expresión, que es al fin y al cabo, la modalidad de discurso. Toda sustancia de la expresión está obviamente constituida de materias de expresión, de las que Metz (1973), que toma el término de Hjelmslev, apunta las pertinentes al hecho cinematográfico:

“No se concibe lo que podría ser una semiología del filme indiferente a los caracteres esenciales de la materia de la expresión (en sentido hjelmsleviano); el discurso cinematográfico inscribe sus configuraciones significantes sobre soportes sensoriales de cinco órdenes: la imagen, el sonido musical, el sonido fonético del diálogo, el ruido y el trazado gráfico de las menciones escritas” (p. 35).

Más adelante, Casetti y di Chio (1990/ 2014), retomando a Metz, renombran estos cinco tipos de significantes como imágenes, signos escritos, voces, ruidos y música, agrupándolos en dos categorías distintas: significantes visuales y significantes sonoros (pp. 60-61).

Sin embargo, existió un debate sobre la especificidad del cine, es decir, sobre si había materias de expresión que eran inherentes al cine, mientras que otras eran posibles añadidos (no solo porque provengan de discursos anteriores, sino porque además puede existir discurso cinematográfico sin ellas). Como tal observación hace, puede existir discurso cinematográfico sin signos escritos, voces, ruidos ni música, siendo la imagen como tal la única materia de la expresión sin la que no puede existir el cine.

En cualquier caso, es cierto que tanto el videoclip como el cine musical (y quizás también algunos movimientos del complejo entramado del videoarte), tienen la peculiar idiosincrasia dentro de los modos cinematográficos de que no pueden existir sin discurso musical. Y el videoclip no es que no solo no pueda existir sin discurso musical, es que este es motivo de su existencia, y (en la mayoría de los casos) discurso vertebrador (la imagen se acopla a la música, y no a la inversa), por lo que se puede considerar que existe una significativa diferencia con respecto a otros modos cinematográficos.¹²

¹² Sin embargo, dicha diferencia puede existir únicamente en el campo de la ideología o estudio de la estética: nos encontramos ante la paradoja de que pasajes de una película pueden ser prácticamente

Y de hecho, retomando la definición como texto aportada por Illescas Martínez (2015) de que “un videoclip es un cortometraje basado en el desarrollo de una composición musical previa que fundamenta el despliegue de un conjunto de imágenes, las cuales, unidas, dan lugar a un nuevo discurso estético”, se puede decir que el vídeo musical, entendido como texto, es una sustancia de la expresión determinada, una modalidad de discurso, que se basa a su vez en la fusión de dos discursos distintos: uno musical y otro cinematográfico, siendo un requisito indispensable la prevalencia del discurso musical, es decir, el discurso musical es el que se crea previamente, y sobre el que posteriormente se diseña y confecciona un discurso cinematográfico.

Por ello, se considera pertinente realizar un análisis por separado de los dos discursos que integran al videoclip.

2.3.1. El discurso musical.

El discurso musical es una sucesión de “melodía, ritmo y armonía, combinados”, según el diccionario de lengua española (DLE) de la RAE¹³¹⁴. Esta definición, aunque no explicita la variable que supone en esta modalidad de discurso el concepto de silencio, sí puede resultar bastante satisfactoria de un modo general para nuestro estudio. Lo que sí quizás habría que añadir, es que dicha sucesión de melodía, ritmo y armonía (con la posibilidad de incluir silencios) se crea de un modo no casual ni involuntario, sino con una intencionalidad, sonando dichos sonidos (y ausencia de sonidos) del modo en el que se desea que suenen.

indistinguibles de un videoclip (fenómeno que se ha tratado bastante, la influencia del videoclip sobre el cine). Así, en la escena del film *Submarine* (Richard Ayoade, 2010) en la que suena el tema *Hiding Tonight* (Alex Turner), aunque el texto musical haya sido creado específicamente para acompañar al texto visual (y no a la inversa), podría parecer que es completamente a la inversa (resulta interesante además que el director de la película sea un director que comenzó dirigiendo videoclips). Es decir, en la praxis, no tienen por qué existir diferencias en los textos ante la premisa de qué texto es creado para acompañar a qué otro texto.

¹³ Real Academia Española. (2017). Músico, ca. En <nario de la lengua española (Versión electrónica 23.1, actualización de 2017.). Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=Q9MHI5m> el 14/07/2018.

¹⁴ La RAE también posee dos definiciones mucho más concretas y restrictivas a la vez: “arte de combinar los sonidos de la voz humana o de los instrumentos, o de unos y otros a la vez, de suerte que produzcan deleite, conmoviendo la sensibilidad, ya sea alegre, ya tristemente”; y “sucesión de sonidos modulados para recrear el oído”. *Ibid.*

La semiótica musical es un campo tremendamente complejo y lleno de discusiones: que la música es un discurso está claro, pero se ha cuestionado desde la semiología que pueda ser considerado un lenguaje. Sobre este problema, interviene Román (2008), que apunta las siguientes consideraciones:

“Si hay intención, hay voluntad comunicativa, hay, por tanto, comunicación, y, si hay comunicación es porque tanto emisor (compositor) como receptor (auditor), conocen los códigos necesarios para la interpretación del correspondiente mensaje. Así, si hay comunicación, es que hay lenguaje musical, más o menos elaborado, o más o menos concretado en códigos o signos, pero es indudable que se establece un lenguaje” (p. 25).

La defensa de Román (2008) de denominar lenguaje al fenómeno de la música queda amparada también bajo la siguiente reflexión:

“El semiólogo, cuando emprende la tarea de estudiar un determinado sistema de signos se enfrenta con la dificultad que plantea el previo conocimiento del sistema de signos más elaborado y estudiado, la lingüística. El considerar que todo sistema de signos, para ser denominado lenguaje, ha de cumplir todos y cada uno de los parámetros de la lingüística, es un error de base que, posiblemente es achacable a la denominación misma de “lenguaje”, emparentada etimológicamente con “lingüística”. Así, deberíamos sustituir la palabra “lenguaje” por otra para denominar a todo sistema de comunicación estructurado en códigos, y, de este modo, no caer en errores de interpretación” (p. 24).

Sintetizando, para Román, queda más que demostrado que la música es un lenguaje, que aunque no sea universal (pues hay diferentes estilos o “idiomas”), todos tienen en común la misma o parecida naturaleza sintáctica (p. 25). Problema mayor es ya reflexionar sobre cuál es el significado de ese lenguaje, saber qué es lo que comunica. Román recoge en el apartado 1.2 de su ensayo distintas reflexiones de teóricos sobre este tema que, resumidamente, se pueden sintetizar en que el significado de la música oscila entre encontrarse en sí misma (sin referente extramusical) o en referentes extramusicales (siendo la

alusión a sentimientos o emociones los referentes extramusicales más aludidos). La postura más lógica y común sería una posición intermedia entre ambas opciones, aunque, de hecho se puede realizar una escala en la que se pueden colocar los distintos tipos musicales más a un lado o al otro, como esboza Román en su clasificación (p. 46-53).

Sin embargo, en el tipo de música que nos ocupa, el significado es más complejo todavía, pues la mayoría de los enunciados musicales para los que se realizan videoclips corresponde a “*música narrativa-representativa de una diégesis, con música vocal-textual*” según la clasificación de Román (p. 49). Por lo tanto, estos discursos que provocaron el nacimiento del videoclip y los siguen sustentando, son discursos musicales que se componen de la fusión de un discurso musical y otro verbal acoplado al primero, considerándose la conjunción de ambos como un “todo sonoro-musical” (p. 49). Entra por tanto aquí una nueva variable: términos como la poesía (la búsqueda de la belleza en la forma o el lenguaje) o la lírica (expresión de sentimientos o emociones), aunque bien es cierto que también puede haber letras de canciones que sean puramente narrativas.

Con respecto a la expresión de sentimientos o emociones a través de las letras, cabe decir que los más expresados sin lugar a duda en las letras de canciones son los sentimientos de tristeza (melancolía, generalmente relacionada con el amor) y el deseo. Si se observan, ambos sentimientos pasionales representan bastante acerca de la naturaleza humana. Con respecto a esta propiedad, cabe destacar la aportación del filósofo alemán Nietzsche a través de su obra *El nacimiento de la tragedia (El nacimiento de la tragedia en el espíritu de la música)*, Friedrich W. Nietzsche, 1872). En esta obra, el filósofo propone lo apolíneo (racional, objetivo e individual) y lo dionisiaco (irracional, subjetivo y colectivo) como dos conceptos que se dan en el arte. La música, aunque pueda ser construida de modo apolíneo (como apunta Nietzsche que comenzó a suceder ya en la misma Grecia Clásica), posee un carácter dionisiaco:

“El elemento que constituye el carácter de la música dionisiaca, y, por tanto, de la música como tal, la violencia estremecedora del sonido, la corriente unitaria de la melodía y el mundo completamente incomparable de la armonía. En el dítirambo dionisiaco el hombre es estimulado hasta la intensificación máxima de todas sus

capacidades simbólicas; algo jamás sentido aspira a exteriorizarse, la aniquilación del velo de Maya, la unidad como genio de la especie, más aún, de la naturaleza” (Nietzsche, 1872/ 2004, p.).

El elemento dionisiaco de la música se observará especialmente en determinados géneros musicales y corrientes estéticas. Podemos simplemente recrear cualquier videoclip basado en la grabación de un concierto, en el que vemos actuar al público como una masa unida (lo colectivo), realizando lo que podría hasta considerarse un ejercicio de catarsis ante los nuevos dioses: estrellas del pop y del rock. En este punto, cabe recordar lo propuesto por Radigales (2005) sobre cómo el videoclip consigue integrar el lenguaje representativo-icónico (imágenes) y el lenguaje simbólico (música). Román (2008) apunta esta unión entre dionisiaco (música) y apolíneo (imagen) con la siguiente tabla:

Características de la imagen y la música según la visión apolíneo/dionisiaco.

| Imagen | Música |
|--|------------------------------|
| Apolínea | Dionisiaca |
| Lo plástico, pictórico, escultórico, fotográfico | Lo sonoro |
| Lo individual | Lo colectivo |
| Mediata | Inmediata |
| Lo concreto | Lo inconcreto |
| Lo objetivo | Lo subjetivo |
| Lo racional | Lo irracional |
| Lo consciente | Lo inconsciente |
| La apariencia, la representación | La voluntad, “la cosa en sí” |

Nota: recuperado de Román, Alejandro (2008), *El lenguaje Musivisual: semiótica y estética de la música cinematográfica*, Madrid, España: Visión Libros. Tabla en página 80.

2.3.2. El discurso cinematográfico.

El discurso cinematográfico es, según la RAE, la “captación y proyección sobre una pantalla de imágenes fotográficas en movimiento”¹⁵. La definición de qué es el cine, la cinematografía o el hecho filmico resulta un trabajo titánico que no es competencia del presente estudio, por lo que simplemente se procederá a apuntar una serie de claves.

El cine, como lenguaje narrativo que es (a excepción de las corrientes anti-narrativas), se rige por una serie de principios con una profunda carga para el medio. El primero de ellos es, por ejemplo, el de convención (todos los lenguajes son convenciones, al fin y al cabo). El cine no es realidad, y por tanto, es imposible que la muestre. Por ello, lo que sí hace es recrear la realidad para parecer que la muestra, o dicho en palabras de Fernández y Martínez (1999):

“Finalmente, los creadores tomaron conciencia de que la cámara no actuaba como el ojo humano, y por lo tanto no podía reproducir de la misma forma la vida, ni siquiera en su apariencia visual. A partir de esta constatación comenzaron a intentar representar la realidad y la vida, empezaron a relatarla y para ello fueron creando y construyendo el lenguaje cinematográfico, las formas de representación que han convertido el cine en el arte narrativo más popular de nuestro tiempo. La técnica, al fracasar en la intención de presentar la realidad, obligó al uso de la convención para poder representarla mediante su recreación ” (p. 21).

En resumen, ante la imposibilidad de presentar la realidad, se crea un lenguaje que pueda transmitirla, y ejemplo de ello son códigos como el zoom, los primeros planos o la secuencia de montaje.

Al concepto de convención, se le añaden otros relacionados como son el pacto de veracidad (el espectador debe aceptar la cámara como su propio ojo, y asumir que siempre

¹⁵ Real Academia Española. (2017). Cinematografía. En Diccionario de la lengua española (Versión electrónica 23.1, actualización de 2017.). Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=9GEVVQS> el 14/07/2018.

mira hacia donde debe mirara), así como el proceso de invisibilización del medio, o lo que es lo mismo, que toda acción del lenguaje cinematográfico esté encaminada a la finalidad informativa o expresiva, sin las cuales se rompe el artificio. Fernández y Martínez (1999) añaden a propósito de este concepto:

“Con los medios audiovisuales se construyen relatos que se pretenden sean vividos por el espectador como si fuese él mismo quien, dotado del mágico don de la ubicuidad, observara o participara de los hechos sin que se haga consciente la mediación de la cámara” (p. 93).

Una vez señalado estos conceptos fundamentales para el concepto lenguaje cinematográfico, es necesario señalar que este se articula mediante tres niveles de construcción: puesta en escena, puesta en cuadro y puesta en serie (Casetti y di Chio, 1990/2014, pp. 110-120). Dichos tres niveles de construcción serán desglosados pertinentemente más adelante, en el apartado de análisis del videoclip.

2.3.3. Síntesis.

A modo de síntesis sobre los conceptos previamente abordados, podemos construir el siguiente esquema. Téngase en cuenta además que entre el discurso musical y el visual-cinematográfico pueden crearse interferencias: es lo que se denomina audiovisión, concepto creado por Michel Chion.

| | | |
|-----------|---------------------------------|-----------------------|
| Videoclip | Discurso musical | Discurso musical puro |
| | | Discurso verbal |
| | Discurso visual-cinematográfico | Puesta en escena |
| | | Puesta en cuadro |
| | | Puesta en serie |

2.4. La narración en el videoclip.

Recapitulando la síntesis principal del capítulo, el videoclip es una sustancia de la expresión fruto de la fusión de dos discursos, uno musical y otro visual-cinematográfico. Pero, ¿qué es lo narrado en dicha sustancia de la expresión? ¿ Pueden serlo una historia, un sentimiento o una sensación o estado de ánimo? En parte sí, pero retomando a Chatman (2013), la narración es lo narrado en sí, es decir, no solo la historia aporta el significado, sino que también el modo de construir dicha historia (discurso); aunque también puedan realizarse distintas consideraciones acerca de si tiene un mayor peso el discurso musical o el visual, o si estos están igualados (dependiendo esto de cada unidad de discurso concreta).

2.5. Modalidades de videoclips.

El videoclip, como formato, posee una serie de variaciones y posibilidades peculiares de creación. Algunas pueden llegar a estar en la frontera de lo que podría considerarse videoclips, siendo solo videoclips como texto pero no como formato, en el caso de que se opte por una visión más restrictiva del videoclip como formato.

Además del videoclip estándar, conocido en inglés como music video (que es la traducción frecuente que se realiza al término videoclip), existen las siguientes tipologías:

- ❖ Lyric video: son aquellos videoclips de un tema musical en el que el texto visual se centra mayormente en reproducir gráficamente (a través de textos) la letra de la canción. Pueden verse como ejemplos *Diamonds (Lyric video)* (Rihanna, 2012) o el más complejo *The Cure (Lyric Video)* (Lady Gaga, 2017). Existen dos posibilidades:
 - Aquellos en los que se reproduce la letra íntegramente, como *Dead Inside* (Lyric video, Muse, Tom Kirk, 2015)
 - Aquellos en los que no se reproduce la letra íntegramente, como puede ser el caso de *Psycho* (Muse, Tom Kirk y Simon Bennet, 2015).

- ❖ Mediometrajés/largometrajés videoclips: consiste en realizar un largometraje o mediometraje englobando más de una canción. Tenemos el ejemplo ya referido anteriormente de *Axiom* (Archive, NYSU, 2014).
- ❖ Videoclip doble: en una sola pieza audiovisual se incluyen dos videoclips, como podemos ver en el grupo indie pop español Detergente Líquido en su *Camión + Al barrer tu casa* (Detergente Líquido, Félix García y Ronda Madera, 2018).
- ❖ Videoclips gemelos: consiste en realizar distintos pero parecidos videoclips para un mismo tema, habiendo generalmente un motivo o pretexto (distintas versiones de un videoclip). La banda inglesa alt-J realizó dos videoclips para el tema *Every Other Freckle*, denominadas como “boy version” y “girl version” (*Every Other Freckle*, alt-J, Olivier Groulx, 2014). Los videoclips son muy parecidos excepto por que en cada versión el personaje respectivo que aparece es un chico (boy) o chica (girl). Al hablar la canción sobre la atracción hacia otra persona, lo que se buscaba era que todo el mundo pudiera sentirse identificado o tener su videoclip para el sexo que prefiera.
- ❖ Videoclips interconectados: consiste en la realización de una serie de videoclips (generalmente de temas de un mismo álbum) que se encuentran relacionados entre sí narrativamente, ya sea de un modo más explícito o no. Un caso peculiar es el de El Canto del Loco, que creó tres videoclips distintos para su tema *Eres Tonto: La Historia Fría: Cosas, La Historia Color Tierra: Dinero, y La Historia de Luz Verde: Piel*. Cada videoclip cuenta una historia distinta, pero los protagonistas de cada una están interconectados entre sí.
- ❖ Videoclips 24 horas: tal fue el caso de *Happy* (Pharrel Williams, We Are From L.A., 2013), videoclip publicado en internet. Además de verlo por en la hora en la que entre uno (si entra a las 15:13 por ejemplo, el videoclip comenzará reproduciéndose justo en ese momento), uno puede navegar sobre las distintas horas, pudiendo situarse en el punto exacto del día que uno quiera.

- ❖ Videoclips de aficionados: no se comportan como formato publicitario estrictamente (aunque sí puede repercutir positivamente en el grupo). Son videoclips realizados por aficionados (conocidos actualmente también bajo el anglicismo *fans*), que van desde simples vídeos en los que leer la letra de la canción, a montajes elaborados con fotografías, así como recopilación de imágenes de películas o series. Así podemos encontrar videoclips no oficiales del tema *Where Is My Mind?* (Pixies, 1988) desde basados en recopilación de imágenes del film del que forma parte como banda sonora, *El club de la lucha* (David Fincher, 1999), hasta basados en grabaciones a un perro por parte de su dueño. El reciclaje de imágenes puede llegar al extremo del canal *KM Music*, que recrea un videoclip del tema *Blue (Da Ba Dee)* (Eiffel 65, 1999) basado en el montaje de distintos vídeos de gente bailando al estilo “*Shuffle*” subidos a la red.

- ❖ Videoclips experimentales e interactivos. El mundo de los videoclips interactivos alberga muchas posibilidades y aún se encuentra en una fase de experimentación y prueba, sin embargo, la industria cada vez se lanza más a la innovación. En este punto, prácticamente cada videoclip puede ser una posibilidad de exploración nueva.
 - Interactividad basada en la manipulación del lenguaje audiovisual:
 - *Just a Reflektor* (Arcade Fire, Vincent Morisset y Aaron Koblin, 2013). En este film interactivo, puedes controlar con tu ratón distintas cuestiones según el pasaje que sea: reflejos y sus direcciones, distintos efectos ópticos, la forma en la que se hacen transiciones de un plano a otro y la aparición de un texto gráfico.
 - *An deiner Seite* (Krontra K, Maximilian Niemann, 2016). El videoclip consiste en el montaje paralelo entre un hombre que encuentra la escena de una matanza y la realización de dicha matanza en sí. A través de la tecla de barra espaciadora, el espectador puede pasar de una a otra secuencia, controlando en todo momento cuál ve. Además, debe ir recogiendo pistas (un total de cinco).
 - En el caso del videoclip *Cuarteles de invierno* (Vetusta Morla, Enrique Torralbo, 2015), cuya versión interactiva ya no está disponible, uno

podía elegir el punto de vista desde el que veía el videoclip, pudiendo elegir cada uno de los músicos o verlo desde afuera.

- *Stained Glass* (Real Estate, Craig Allen, 2017) es una animación que se encuentra lista para colorear. El usuario tiene la capacidad de ir clicando en cada parte decidiendo su color, habiendo también una opción de ir añadiendo colores aleatorios.
- *Like a Rolling Stone* (Bob Dylan, Vania Heymann). El videoclip simula ser una televisión, en la que uno empieza por defecto en un canal donde hay un videoclip expresamente para el tema musical. Mediante dos botones, puedes ir moviendote canales arriba y abajo, encontrándote de todo: concursos, noticias, actualidad económica, canal de anuncios, un partido de tenis, y hasta otro canal donde aparecen imágenes de Bob Dylan interpretando la canción.

- Interactividad narrativa: el usuario puede tomar decisiones con respecto a qué es lo próximo que hace el protagonista, por lo que el abanico de interactividad es limitado (uno debe elegir entre las opciones que se le ofrecen). Tal es el caso de *Ink* (Coldplay; Matthew Encina 2014) que tiene más de trescientos recorridos posibles, o *Run Away With Me* (Carly Rae Jepsen, David Kalani Larkins, 2015).
- Interactividad publicitaria: se basa en que contenidos que aparecen en el videoclip pueden ser comprados en el mismo videoclip. Tal fue el caso de *I Think She Ready* (FKI feat. Iggy Azalea y Diplo, Alex 2Tone, 2012), donde uno podía comprar la ropa y complementos que tenían en cada momento los personajes pinchando sobre el propio vídeo; y *La filosofía pipa* (Nancys Rubias, 2017), que dispuso de un vídeo interactivo en la plataforma Vibbo para poder comprar los diversos objetos que iban apareciendo (el objetivo de la recaudación era de carácter benéfico).

➤ Interactividad y experimentación:

- Arcade Fire creó para su canción *We Used to Wait* el videoclip interactivo *The Wilderness Downtown* (Arcade Fire, Chris Milk, 2010), que pide antes de ser reproducido que introduzcas la dirección del sitio en el que creciste. El film interactivo se compone de un sistema de ventanas emergentes que van apareciendo, desapareciendo y moviéndose, y no solo consiste en las imágenes grabadas expresamente, sino que también introduce imágenes de *Google Maps* y de *Google Street View* de la dirección que has introducido. Además, te invita escribir una postal para ti mismo de joven, que el grupo usaría para la gira de promoción del año de estreno en América del Norte para entregárselas a otros, que tendrían la oportunidad de responder (mediante un código que había en esta) al escritor original a través de la web del film interactivo. Esta innovadora pieza ganó el prestigioso premio de publicidad Clio.

❖ Ilusión de interactividad:

- *Golden Touch* (Namie Amuro, PARTY NY, 2015). Al inicio del vídeo, se invita a colocar el dedo justo en el centro de la pantalla. Así, da la sensación de que tu dedo va interactuando con las imágenes, se posa un pájaro sobre él, pulsas un botón, explotas globos,...
- Interactividad más allá de los videoclips: no son propiamente videoclips, sino formatos contenedores en los que se puede alojar videoclips o jugar con la interactividad de estos. Dos ejemplos recientes de la industria son los siguientes:
 - Videojuego contenedor: tal fue el caso de alt-J con su promoción del álbum *Relaxer*. Crearon para su página web un videojuego de estética retro en el que uno puede ir desplazándose y buscando elementos, entre los que encuentran videoclips.
 - El grupo británico Gorillaz (que puede considerarse como el primer grupo virtual, y por ende, uno de los grupos que más cuida la estética y

presentación de sus videoclips) publicó en 2017, a raíz de la inminente publicación de su álbum *Humanz*, una aplicación para móviles denominada *Gorillaz*. En ella, uno podía usar herramientas de realidad aumentada para interactuar con el medio, así como diversos motivos de sus propios videoclips.

3. El análisis del videoclip.

3.1. Hacia un modelo de análisis.

Antes de empezar a desarrollar el análisis, se hace necesario en primer lugar, recalcar lo ya esbozado durante la introducción del presente trabajo: existe una imperfección inherente a toda tentativa de analizar un fenómeno tan complejo como es el hecho filmico.

El análisis de un texto puede tener dos tendencias principales: el análisis que se desprende de todo factor externo al filme en sí a analizar (por lo que simplemente se examinan las formas de este), y el que sí considera lo exterior al filme, tanto desde un plano más amplio (propio de la hermenéutica), como el simplemente entender el uso de recursos del texto, observando los usos de otros recursos, ya sea en obras del mismo autor, ya sea en textos de la misma corriente artística.

El modelo de análisis que se propone a continuación se basa en examinar los distintos códigos presentes en los tres niveles de construcción (puesta en escena, en cuadro y en serie), así como en la narración, y relacionando el uso de todos estos recursos con el discurso musical. Este a su vez se basa en recoger los distintos avances aportados por los distintos investigadores del medio. Cada elemento o código no será analizado de un modo exhaustivo (debido a evidentes limitaciones), pero sí se procurará realizar un esbozo general de los principales códigos y las implicaciones que estos pueden tener para el videoclip.

El índice de cuestiones analizar será entonces el siguiente:

- 1.- Narración
- 2.- Puesta en escena
- 3.- Puesta en cuadro.
- 4.- Puesta en serie.
- 4.- Puesta en común de todo lo anterior, relacionándolo con el discurso musical.

Las unidades temporales

Tradicionalmente, se suelen emplear en los análisis la llamada descomposición de la linealidad o segmentación (Caseti y di Chio, 1990/2010, p.35). En este modo de segmentación, el film puede ser descompuesto en unidades más pequeñas sucesivamente, que son las conocidas: episodios, secuencias, encuadres e imágenes. Sin embargo, del visionado de vídeos musicales, surge la inquietud de qué figura usar de descomposición temporal para los mismos.

Existen una serie de videoclips en los que se presenta el montaje paralelo de lo que a veces pueden ser dos secuencias distintas, y en ocasiones dos historias distintas. En aras de una mayor economía a la hora del análisis, y de contemplar y examinar al videoclip desde un punto de vista más propio que este mismo requiere, surge la idea de crear una nueva unidad de descomposición (específica para el formato), que bien podría llamarse secuencia estético-narrativa. La secuencia estético-narrativa, a diferencia de la secuencia, no tiene por qué poseer continuidad espacial ni temporal, sino, como su propio nombre indica, posee una continuidad estética¹⁶ y narrativa.

Como ejemplo de estas secuencias estético-narrativas, podemos tomar el videoclip de *Enjoy the Silence* (Depeche Mode, Anton Corbijn, 1990). En este existen dos secuencias estético narrativas: una en blanco y negro que presenta a los miembros de un modo muy estático, y otra en color en la que el cantante (David Gahan) pasea por la naturaleza vestido de rey, sentándose en una silla que lleva. Además, aparecen fugazmente fotogramas (con un resultado equivalente a flashes) en los que se ve la portada del álbum en distintos tonos de color.

Esta unidad de las secuencias estético-narrativas, será obviamente empleada únicamente cuando proceda, es decir cuando exista. Si el videoclip se compone de una misma historia y estética, el análisis se efectuará con las unidades de segmentación apropiadas (secuencias y encuadres).

¹⁶ Entendiendo estética como “conjunto de recursos expresivos utilizados” (DLE).

3.2. El análisis narrativo.

Antes de entrar a efectuar el análisis narrativo, resulta interesante identificar una serie de cuestiones que se dan en el videoclip, que serán claves para el posterior análisis. Estas son las siguientes:

- ❖ Narración verbal de la canción: identificar la historia que cuenta la canción (si la cuenta) y/o las sensaciones, emociones o sentimientos que desea transmitir
- ❖ Emociones o sensaciones transmitida por la canción: entendiéndose no como la letra, sino lo que sugiere la melodía de la canción. Este análisis parte de la base de una gran subjetividad, sin embargo, es cierto que las sensaciones más generales resultan ser universales.
- ❖ Narración visual o textual: identificar la historia o sentimientos transmitidos por el texto visual. En este apartado se deben incluir los títulos de crédito y cualquier texto gráfico, así como los diálogos y voces de los personajes que no pertenezcan a la canción.

3.2.1. Tipologías narrativas generales.

Una vez identificadas las distintas narraciones, se puede proceder a catalogar la narrativa del videoclip. La clasificación más básica y fundamental, empleada por la mayoría de los autores, es la de videoclips de interpretación, narrativos y no narrativos o conceptuales, así como las distintas posibilidades de mezcla de dichas categorías.

Videoclips de interpretación

Los videoclips de interpretación, generalmente llamados descriptivos, pero también musical, performance o según Roncallo y Uribe-Jongbloed (2017) videorregistros o live performance, consisten en la visualización del grupo o artista interpretando la pieza musical. La elección del nombre genérico conlleva una serie de problemas (la polisemia de descriptivo se enfrenta a otras categorías de análisis que se verán más adelante), por lo que para este

trabajo se opta el término de interpretación, ya que los músicos realizan la labor de interpretar la canción¹⁷. Existen a su vez varias categorías de análisis según distintas variables:

❖ Según el público, estos pueden ser:

- De interpretación sin público: el grupo o artista interpreta la canción a solas, sin que haya un público escuchándolos. Esto sucede por ejemplo en *Speed of Sound* (Coldplay, Mark Romanek, 2005).
- De interpretación con público o concierto: existe un público que escucha al grupo o artista interpretando. Ya puede ser únicamente dos personas al fondo de una habitación, como sucede en *In My place* (Coldplay, Sophie Muller, 2002) o con un público con formato de concierto como en *Creep* (Radiohead, Brett Turnbull, 1993). Cuando se trata de un concierto, es habitual incluir diversos planos en los que se ve al público cantando y saltando, como sucede en *Niño soldado* (Ska-p, 2009).

❖ Según la sincronía del texto visual y musical

- Sincronía del texto visual y musical: la interpretación es fidedigna: ya sea concierto o falso concierto, en todo momento la imagen visual se corresponde a cómo se interpreta la pieza musical, como sucede en *I Bet You Look Good on the Dancefloor* (Arctic Monkeys, Huse Monfaradi, 2005).
- Asincronismo entre el texto visual y el musical: la imagen no se corresponde con la interpretación de la pieza musical. Aquí existe una pequeña fractura en lo que entendemos por videoclip de interpretación. Sin embargo, cuando sucede esto, suele ser pequeños momentos de ruptura tras los que se vuelve a la sincronía. Puede aparecer mucho ligada a momentos de ralentí. En el videoclip *Everybody's Changing* (Keane, la versión para Estados Unidos, 2005), existen dos secuencias estético narrativas distintas. En una (con un fondo de colores) el grupo interpreta sin público y con sincronía, y la otra está constituida por imágenes en directo (y algunos momentos previos a

¹⁷ Interpretar: “ejecutar una pieza musical mediante canto o instrumentos”. Real Academia Española. (2017). Interpretar. En Diccionario de la lengua española (Versión electrónica 23.1, actualización de 2017.). Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=Q9MHI5m> el 1/07/2018.

conciertos), en los que aparece en ocasiones asincronismo (el más común y reconocible es ver como en el texto musical el cantante está cantando, mientras que en el texto visual el cantante se haya alejado del micrófono).

Lo cierto es que existe toda una tipología consistente en realizar videoclips que recopilan imágenes sincrónicas (ya sea de estudio, ya de concierto) con imágenes de conciertos y giras en las que aparecen asincronismos, como pueden ser los casos de *Wish You Were Here* (Avenged Sevenfold, Rafa Alcantara, 2017) o *Let Her Go* (Passenger, Dave Jensen, 2012). En estos videoclips, cabrían etiquetarse como mixtos, pues en realidad se componen de la fusión de pasajes de interpretación y pasajes conceptuales o no narrativos.

❖ Según los intérpretes puede:

- Interpretar solo el cantante: no ocurre solo con estrellas del pop que hacen carrera en solitario, sino también con grupos de varios componentes, como sucede en el caso de *Cornerstone* (Arctic Monkeys, Richard Ayoade, 2009). En ocasiones puede aparecer todo el grupo, aunque el cantante sea el único que interprete, como sucede al final de *Bitter Sweet Symphony* (The Verve, Walter Stern, 1997).
- Interpretar todo el grupo: suele ser lo más común en los videoclips puramente de interpretación, como puede ser el caso de *Thunderstruck* (AC/DC, David Mallet, 1990).

❖ Según la grabación musical, esta puede ser:

- La grabación de estudio: ya sea imitando un concierto o no, la pieza musical que suena es la que ha sido grabada en estudio. La mayoría de los videoclips pertenecen a esta categoría, como puede ser *In My place* (Coldplay, Sophie Muller, 2002).
- Grabación en directo: la pieza musical que suena ha sido grabada en directo junto con el videoclip. Tal es el caso de *Last Nite* (The Strokes, Roman Coppola, 2001) o el ya citado *I Bet You Look Good on the Dancefloor* (Arctic Monkeys, Huse Monfaradi, 2005). Aquí surge el problema de las fronteras del videoclip: por ejemplo, el cantante Coti tiene publicado en su perfil oficial

como videoclip *Nada Fue Un Error* (Coti, 2010) que consiste simplemente en la grabación de una interpretación suya durante un concierto (por lo que la realización de conciertos también sería considerado como lenguaje del videoclip).

Todas estas distintas categorías pueden ser combinadas en un solo videoclip en cuántas combinaciones posibles haya, como se comentó en referencia a *Everybody's Changing* (Keane, la versión para Estados Unidos, 2005), donde se combinan imágenes del grupo interpretando sin público, y luego se mezclan con imágenes grabadas de directos.

Videoclips narrativos

Obviando la observación de que todos los videoclips son narrativos (pues como discurso, narran algo), se catalogan como videoclips narrativos aquellos que cuentan una historia tal y como se entiende, es decir, una sucesión de eventos que acontece a unos personajes en un tiempo y espacio determinado, siendo la estructura clásica (que puede ser alterada) la de presentación, nudo y desenlace. Como ejemplo podemos visionar *Titanium* (David Guetta ft. Sia, David Wilson, 2011) o *Stargazing* (Kygo feat. Justin Jesso, Phillip R. Lopez, 2017).

Muchas veces podemos encontrarnos con un problema en la barrera entre lo narrativo y lo no narrativo o conceptual en el videoclip, pues los videoclips no narrativos pueden rodearse de toda una serie de imágenes (generalmente de impacto) que pueden intentar ser reconstruidas en una historia. Habiendo posibilidad de duda, se debe primar a intentar justificar la inclusión en una u otra categoría (o considerarlos como mixtos). Por ejemplo, en el caso de *Fluorescent Adolescent* (Arctic Monkeys, Richard Ayoade, 2007), el texto visual presenta la pelea entre un grupo de payasos y otro grupo de hombres de aspecto adulto (que ha sido interpretado como mafiosos); pero, aunque se pueda intentar inducir una historia (o justificar la existencia de una historia), puede resultar más conveniente catalogarlo como conceptual, debido a que su afán es más recrear una iconografía más que contar una historia.

Por otro lado, Sedeño Valdellós (2009) apunta a que cuando hay algo de narratividad, esta suele ser una historia abierta, con un aura de misterio (p. 36). Este aspecto no solo está intrínsecamente relacionado con la restricción temporal que supone el formato, sino que además es una tendencia bastante generalizada.

Videoclips conceptuales

También denominados no narrativos (Roncallo y Uribe-Jongbloed, 2017) o “clip catarata de imágenes” (Fandos Igado, 1993), es definido por Sedeño Valdellós (2009) como aquel que “apoyándose sobre formas poéticas o metafóricas, crea un cierto ambiente o estética que trata de expresar el sentir de la música” (p. 40). Dicho de otro modo, son aquellos que priman el mostrar sobre el narrar y donde “prevalece la imagen sobre el sentido”, pudiendo llegar a mostrar “imágenes aparentemente desconectadas” (Roncallo y Uribe-Jongbloed, 2017).

Lo cierto es que no es tan fácil encontrar videoclips que encajen puramente en esta categoría, ya que la mayoría de los videoclips conceptuales suelen ser mixtos de descriptivos y conceptuales. Una de los ejemplos más populares de videoclips conceptuales puro es el caso de *Chandelier* (Sia, Sia y Daniel Askill, 2014). De hecho, muchos de los vídeos musicales de esta categoría, suelen estar vinculados con coreografías, como son los casos de *Valtari* (Sigur Rós, Christian Larson, 2012) y *Weapon of Choice* (Fatboy Slim, Spike Jonze, 2000). Por otro lado, como ejemplos de videoclips conceptuales que no se sustenten en la coreografía, podemos ver *Every Other Freckle* (alt-J, Olivier Groulx) o *The last Day* (Moby y Skylar Grey, Erik Lang, 2014). También encontramos ejemplos de animación como *Do I Wanna Know* (Arctic Monkeys, David Wilson, 2013).

Como se había comentado con respecto a los videoclips narrativos, la frontera entre estos y los conceptuales puede quedar difusa en ocasiones. Es el caso por ejemplo de *Hunger of the Pine* (alt-J, Nabil Elderkin, 2014), que consiste en un hombre que huye corriendo por el bosque mientras distintas flechas lo van alcanzando. La estructura narrativa que existe (mínima, pero existe, hombre corriendo perseguido por flechas, y con un final resolutivo) se

combina con el interés de simplemente crear imágenes de impacto, por lo que puede ser considerado más conceptual que narrativo.

Videoclips mixtos

Los videoclips mixtos son aquellos en los que se produce cualquier combinación de las anteriores posibilidades (de interpretación, narrativos y conceptuales). A continuación se comentan las distintas posibilidades:

❖ Narrativo y de interpretación.

Jeremy (Pearl Jam, Mark Pellington, 1992), uno de los videoclips más conocidos de la historia, corresponde a esta categoría, que además puede subclasificarse según dos parámetros distintos. En primer lugar, existe la clasificación según el modo en el que se produce la mezcla entre lo narrativo y lo interpretativo, que puede ser de dos modos: por montaje paralelo y por integración.

- La mezcla por montaje paralelo se basa, como su propio nombre indica, en que existen dos secuencias estético narrativas (al menos, una de narración y otra de interpretación), y ambas están montadas a través de la técnica de montaje paralelo. Como ejemplo podemos ver el caso de *Mercy* (Muse, Sing. J. Lee, 2015).
- Por el contrario, la mezcla por integración se basa en la convivencia en el mismo plano o escenas de la narración y la interpretación. Como ejemplo podemos ver *The Scientist* (Coldplay, Jamie Thraves, 2002), en el que el protagonista (Chris Martin, el cantante del grupo) interpreta la canción a la vez que interpreta la historia.

En segundo lugar, se puede analizar según quién protagoniza la acción narrativa:

- El cantante protagoniza la acción: el cantante, ya sea un artista en solitario, ya sea miembro de un grupo musical, protagoniza la acción narrativa. Roncallo y Uribe-Jongbloed (2017) denominan a esta forma como “intérprete absoluto”, y podemos ver como ejemplo el videoclip *Call Me Maybe* (Carl Rae Jepsen, Ben Knetchtel, 2012).
- El cantante no protagoniza la acción. Roncallo y Uribe-Jongbloed (2017) crean para esta categoría la etiqueta de intérprete parcial (en contraposición a intérprete absoluto). La forma más común de mezcla en este caso suele ser por montaje paralelo, como es el caso del ya mencionado *Mercy* (Muse, Sing. J. Lee, 2015). Sin embargo, también existe la mezcla por integración: el cantante o grupo musical aparece en la secuencia narrativa, pero sin protagonizarla. Esta permanencia en ella puede ser invisible para los personajes o interferir con ellos (o solo algunos), como es el caso de *Sunburn* (Muse, Nick Gordon, 2000).

A su vez, se pueden realizar cuantas mezclas se quieran. En *November Rain* (Guns N’ Roses, Andy Morahan, 1992) tenemos un videoclip mixto de interpretación y narración en el que la mezcla es por montaje paralelo, hasta que en un momento dado un solo de guitarra aparece también integrado en la historia.

❖ Narrativo y conceptual.

Se componen generalmente de narraciones intercaladas con pasajes conceptuales, como sucede en *The Less I Know The Better* (Tame Impala, Canada, 2015). Lo conceptual puede ser añadido sin justificación por parte de la historia (añadido per se), o con una justificación de esta, como es el caso de *Hurts Like Heaven* (Coldplay, Mark Osborne, 2012). También existen videoclips conceptuales basados puramente en recreación icónica en los que se puede percibir una historia, como podemos intuir en *Feel* (Robbie Williams, Vaughan Arnell, 2002).

❖ De interpretación y conceptual.

Como puede ser el caso de *Rolling in the Deep* (Adele, Sam Brown, 2010) o *Sledgehammer* (Peter Gabriel, Stephen R. Johnson, 1986). También se aplica el análisis de la mezcla por montaje paralelo o por integración:

- Por un lado tenemos el caso *Diamonds* (Rihanna, Anthony Mandler, 2012), en el que la mezcla entre interpretación e imágenes conceptuales es por montaje paralelo.
- Por otro lado, en los casos de *Somebody That I Used to Know* (Gotye feat. Kimbra, Natasha Pincus, 2011) o *Shiny Happy People* (R.E.M., Katherine Dieckmann, 1991), el componente conceptual es empleado simultáneamente a la interpretación, por lo que es una mezcla por integración.

En el caso de *Wrecking Ball* (Miley Cyrus, Terry Richardson, 2013), podemos ver cómo se mezclan las dos posibilidades anteriores. El videoclip consta de dos secuencias estético-narrativas: una primera caracterizada por un primer plano interpretando, y una segunda donde se pone en marcha las imágenes y acciones de la protagonista de carácter conceptual. La interpretación inicialmente parece solo darse en la primera (montaje paralelo entre interpretación y conceptual), pero luego empieza a saltarse dicha división y la protagonista interpreta en algunos momentos durante la secuencia conceptual.

❖ Narrativo, de interpretación y conceptual.

Es decir, la mezcla de las tres posibilidades. El modo de realizar esta mezcla también puede ser por montaje paralelo o por integración, pero es bastante habitual que sea una combinación de ambas (como pasaba ya en las anteriores categorías). Podemos ver por ejemplo *Losing My Religion* (R.E.M., Tarsem Singh, 1991). En este videoclip encontramos por un lado al cantante interpretando cuando aparece (aunque hay momentos puntuales en los que no), siendo acompañado intermitentemente por el resto de la banda (de hecho, el guitarrista interpreta algunos pasajes con su mandolina). A este se le van intercalando en

montaje paralelo de imágenes de distintas iconografías: hinduistas, de la pintura barroca, del cristianismo (a un modo extravagante e influido por los colores de la hinduista), así como imágenes que emulan la iconografía soviética anterior al realismo estalinista. Dentro de esta amalgama conceptual existe la historia de un ángel caído que comienza en la iconografía cristiana influida por los colores de la hindú, y prosigue sobre la iconografía pictórica barroca (estando además enlazada con la soviética, pues en esta se lleva a cabo la construcción de unas alas).

3.2.2. Tipologías narrativas específicas.

También existen una serie de tipologías narrativas que resultan más específicas. A este respecto, resulta interesante la aportación de Goodwin (1992), que establece una serie de categorías de los videoclips según las referencias externas visuales que estos realizan (p. 160-1666):

- ❖ Crítica social: como ejemplo pone *Sun City* (Artists United Against Apartheid) o *War* (Bruce Springsteen, Arthur Rosato, 1986).
- ❖ Parodia autorreflexiva: se tratan de aquellas parodias en las que el propio vídeo musical es el objeto a parodiar. Pone ejemplos como *Eat It* (Weird Al Yankovic, Jay Levey, 1984), parodia de *Beat It* (Michael Jackson, Bob Giraldi, 1982) o *This Note's For You* (Neil Young, Julien Temple, 1988), que critica y parodia a la MTV y sus anunciantes.
- ❖ Parodia: en la cultura actual, se apunta a que las mayorías de las parodias se centrarán en el cine o la televisión. Como ejemplo tenemos a *Life In One Day* (Howard Jones, Terence Donovan, 1985), que realiza una parodia de los anuncios de televisión.
- ❖ Pastiche: esa categoría siempre ha sido una de las más estudiadas, como el videoclip reutiliza y recicla diversas iconografías distintas. Pone como ejemplo *Thriller* (Michael Jackson, John Landis, 1982) o *Radio Ga Ga* (Queen, David Mallet, 1984).
- ❖ Promocional: son videoclips que promocionan las películas para las que han sido compuestas su tema musical. Podemos ver *Batdance* (Prince, Albert Magnoli, 1989) o *Danger Zone* (Kenny Loggins, Tony Scott, 1986).

- ❖ Homenaje: la referencialidad a otras obras se distancia de la parodia, pues la intención es rendirles homenaje, como *Tell Her About It* (Billy Joel, Jay Dubin, 1983), homenaje a Ed Sullivan, o *E=MC2* (Bid Audio Dynamite, 1986), que rinde homenaje al director Nicolas Roeg incluyendo fragmentos de sus películas.

Por otro lado, Illescas Martínez (2015), en base a su análisis del top 500 de Youtube, realiza una clasificación según el tipo de narración. Estas categorías las engloba a su vez en dos superiores: los mayoritarios (más del 70% de los casos) y minoritarios (p. 221-230).

- ❖ Videoclips mayoritarios:

- Dionisiaco: se centran en realizar una apología de la fiesta, y por ende, del disfrute, entendido generalmente como alcohol, drogas, música a todo volumen y relaciones sexuales.
- Romántico: a su vez hay dos posibilidades, el romántico con ilusión por el amor, y el que se basa en la pérdida y la ruptura. Illescas Martínez apunta a que está en franco retroceso (comparándolo con las grandes baladas de los años ochenta y noventa del pasado siglo).
- Coreográficos: suelen ser muy comunes en las bandas de adolescentes y géneros concretos como el K-pop y el J-pop¹⁸.
- Afrodisiaco: centrados en la exhibición del cuerpo con fines eróticos y de excitación, ya sea del cuerpo femenino (el más común) o masculino.
- Extravagante: el autor apunta a que es propio de grandes estrellas, y suele centrarse en grandes espectáculos con aires de megalomanía. Pone como ejemplo *Bad Romance* (Lady Gaga, Francis Lawrence, 2009).
- Gánster: versión peculiar del sueño americano, consiste en demostrar que el protagonista ha conseguido un enorme éxito, a pesar de venir desde abajo. A parte de la ostentación de la riqueza y posesiones, puede estar relacionado con la droga y el narcotráfico. Tradicionalmente está asociado al rap.

¹⁸ Pop coreano y japonés, respectivamente. Estos son géneros y fenómenos musicales especialmente vinculados al público adolescente.

- Trágico: suele presentar ambientes bajos, la imposibilidad del éxito, de alcanzar la infelicidad, así como una búsqueda de esta en drogas (que acaban en abusos) o en relaciones sentimentales (que suelen ser tóxicas).
- Elitista: se basan únicamente en la ostentación de las riquezas.
- Autobiográfico: retratan la vida del artista (o más bien la que estos quieren retratar).
- Narcisista: Illescas Martínez lo diferencia del afrodisíaco en que no se centra en el aspecto sexual del artista, sino más bien en su rostro.
- Simbólico: aquel que usa el lenguaje poético y se esmera por crear un producto simbólico.
- Cinematográfico: son aquellos narrativos que se constituyen como un cortometraje con su planteamiento, nudo y desenlace.

❖ Videoclips minoritarios:

- Crítico/social: Illescas Martínez apunta a que dicha crítica puede provenir desde un discurso hegemónico, o contra este.
- Paródico/humorístico.
- Adolescente: al dirigirse a un público adolescente, el autor apunta que su nivel de sexualización es menor.
- Directo planificado: señala que suelen centrarse generalmente en recoger el disfrute de los fans, pues su fin último es la venta de entradas de conciertos.
- Fílmico: son aquellos que se realizan para un tema musical que ha sido publicado específicamente para una película.
- Gamberro: orientado a un público adolescente, Illescas Martínez apunta a que esta “rebeldía sin causa” suele ser uno de los métodos de las industrias culturales para contener la revolución, pues estas la desactivan simplemente presentando la pataleta nihilista sin una verdadera causa como la única posible
- Ciencia ficción.
- Infantil: suelen ser videoclips de animación ajenos a las grandes discográficas.
- Vanguardista: lo entiende como el más experimental y abstracto.
- Propagandístico: no considera como tal a aquellas que realizan algún tipo de propaganda de algún país, sino aquellos que han sido producido con el

exclusivo fin propagandístico. Pone como ejemplo *Part of Me* (Katy Perry, Ben Mor, 2012), que fue cofinanciado por el Pentágono.

Como se ha visto, la clasificación de Illescas Martínez se encuentra vinculada al análisis de los contenidos desde una perspectiva sociológica, pues de hecho su estudio es un análisis de los videoclips desde el marxismo y la crítica a las industrias culturales y cómo éstas crean y modelan la cosmovisión que se inculca a la juventud.

3.2.3. Fragmentación y reiteración.

De los hechos más señalados con respecto al videoclip, es la característica de la fragmentación. Esta no es, obviamente, una característica inherente al videoclip, pero sí se trata de un recurso expresivo empleado con frecuencia en los vídeos musicales. Roncallo y Uribe-Jongbloed (2017) plantean a este respecto dos tendencias posibles:

- ❖ Videoclips fragmentarios: la fragmentación puede entenderse desde la variedad de motivos icónicos en un mismo videoclip, como puede suceder en *Without Me* (Eminem, Joseph Kahn, 2002) y *Losing My Religion* (R.E.M., Tarsem Singh, 1991); o como hiper-fragmentación del espacio: a la hora del montaje, hay continuos cambios de planos que no están justificados por la acción, como sucede en el caso de *Roxanne* (The Police, Derek Burbidge, 1978). Esta fragmentación no justificada por la acción, corresponde (como se verá más adelante) en una fragmentación justificada por el ritmo musical.
- ❖ Videoclips reiterativos: son aquellos que se basan “en explotar insistentemente una idea o secuencia”. Podemos encontrar ejemplos como *You're Beautiful* (James Blunt, Sam Brown, 2005) o *Bitter Sweet Symphony* (The Verve, Walter Stern, 1997), que consisten únicamente en el desarrollo de una idea simple (el cantante quitándose la ropa bajo una nevada, mostrando sus pertenencias y preparándose para saltar al vacío en el primer caso; y el cantante caminando por una ciudad haciendo caso omiso del resto de transeúntes mientras choca con ellos), o *We are Young* (fun feat. Janelle

Monáe, Marc Klasfeld, 2011), que desarrolla un motivo icónico más complejo y variado (la destrucción a cámara lenta del bar donde está tocando el grupo, a manos de los asistentes).

Un caso bastante curioso a comentar en este punto se trata del videoclip *Imitation of Life* (R.E.M., Garth Jennings, 2001). Este se realizó grabando únicamente veinte segundos de metraje de un plano general de una fiesta en la que suceden multitud de acciones, y montándolo de manera que se reproducían hacia delante, luego hacia atrás y así sucesivamente esos veinte segundos durante todo el videoclip. Por otro lado, con un método parecido al de *pan and scan*, se iba ampliando la imagen en ciertas partes de la escena, de modo que poco a poco se iba centrando en las distintas acciones que acontecían en esos veinte segundos. Por ello, se puede considerar que este videoclip es reiterativo (se basan en contemplar continuamente extractos de un plano general que ya se ha visto), así como fragmentario, pues se realiza una fragmentación para que uno pueda contemplar las distintas partes de cerca.

Esta forma de construir el vídeo musical puede relacionarse con la observación que realiza Sedeño Valdellós (2009), que habla de las posibilidades de crear complejas estructuras temporales, relacionadas con palíndromos, espejos temporales o temporalidad anormal (p.37).

3.2.4. Continuidad y discontinuidad.

A su vez Roncallo y Uribe-Jongbloed (2017) también contemplan las dos posibilidades del videoclip con respecto a la continuidad.

- ❖ Videoclips con continuidad: son aquellos que respetan el *raccord* (todos sus diversos tipos), que es lo que se había entendido hasta ahora como requisito indispensable del lenguaje cinematográfico.

❖ Videoclips con discontinuidad: son aquellos en los que se decide romper esta continuidad o *raccord*. El videoclip tiene por tanto la singularidad de ser la primera modalidad audiovisual en la que los saltos descarados de este no chocan al espectador. Esta ruptura de la continuidad puede ir desde la continuidad de la narrativa a cualquiera de la puesta en escena. La ruptura de la narrativa, que implica una ruptura de la lógica lineal, puede observarse en el ejemplo propuesto por Roncallo y Uribe-Jongbloed (2017), el videoclip *Don't Cry* (Guns N' Roses, Andy Morahan, 1991), en el que tras precipitarse con el coche por un precipicio, el guitarrista vuelve a aparecer en lo alto del mismo. Con respecto a la puesta en escena, en *Everybody's Changing* (Keane, Matt Kirkby, versión internacional, 2004) podemos ver cómo se rompe la continuidad de los personajes (el grupo interpretando), que van cambiando continuamente; mientras que para ejemplificar la ruptura de continuidad de vestuario (y fondos), podemos ver el caso de *Tenía tanto que darte* (Nena Daconte, Marc Lozano, 2008). La ruptura de la continuidad también se puede aplicar a la iluminación, como es el caso del videoclip *Umbrella* (Rihanna feat Jay Z, Chris Applebaum, 2007). En este vídeo musical, existen planos en los que la cantante, mientras baila con un paraguas, está iluminada en la parte superior del cuadro por una luz naranja (mientras que en la parte inferior permanece una luz blanca). Pero, sin transición previa, se invierten en un momento dado las luces con un cambio de plano, pasando la parte superior a estar iluminada con luz blanca y la inferior con luz naranja (cambio que se volverá a efectuar más adelante). Roncallo y Uribe-Jongbloed (2017) también apuntan que este recurso puede ser incluido para la creación de lógicas oníricas, como sucede en *November Rain* (Guns N' Roses, Andy Morahan, 1992): durante la boda, el guitarrista decide abandonar la iglesia (de aspecto grande e imponente), y cuando este sale al exterior, la iglesia es vista como un pequeño edificio de madera.

3.2.5. Velocidad o ritmo de la narración.

Otro fenómeno del videoclip que también ha sido extensamente señalado es su peculiaridad acerca del ritmo de la narración. Durante las dos primeras décadas de vida del videoclip (años ochenta y noventa), fue profusamente señalada la tendencia a la rapidez que

imperaba en este nuevo formato, que además era señalada como máximo exponente de la cultura de la velocidad hacia la que ha girado la postmodernidad:

“El videoclip musical no hace sino encarnar el punto extremo de esa cultura express. No se trata de evocar un universo irreal o de ilustrar un texto musical, se trata de sobreexcitar el desfile de imágenes y cambiar por cambiar, cada vez más rápido y cada vez con más imprevisibilidad y combinaciones arbitrarias y extravagantes: nos hallamos ante los índices de I.P.M. (ideas por minuto) y ante la seducción-segundo. En el clip las imágenes sólo son válidas en el momento, solo cuentan el estímulo y la sorpresa que provocan, no hay más que una acumulación disparatada y precipitada de impactos sensoriales que dan lugar a un surrealismo in tecnicolor. El clip representa la expresión última de la creación publicitaria y de su culto a lo superficial: la forma moda ha conquistado la imagen y el tiempo mediático, la fuerza de la percusión rítmica pone fin al universo de la profundidad y de la ensoñación diurna, no nos queda más que una estimulación pura, sin memoria, una recepción moda” (Lipovetsky, 1987/1996, p.240-241).

Este frenetismo que el filósofo y sociólogo francés Gilles Lipovetsky señalaba era sin duda la principal tendencia en la estética de los videoclips, y no solo con respecto a la velocidad de la narración, sino también a la fragmentación. De hecho, esta estética perdura a día de hoy: videoclips como *Despacito* (Luis Fonsi feat. Daddy Yankee, Carlos Pérez, 2017) o *Gangnam Style* (Psy, Cho Soo-hyun, 2012), que son de los más reproducidos de la historia (primer y quinto puesto respectivamente según el propio ránking de Youtube), siguen siendo claros exponentes. Sin embargo, también existen corrientes que han abogado por la pausa y lo sosegado en los videoclips.

Por tanto, en su análisis de los videoclips, Roncallo y Uribe-Jongbloed (2017), crean las categorías de veloz y sosegado (enlazándolo a su vez si es narrativo o iconográfico). La consideración del ritmo de un videoclip (si es lento o frenético) debe entenderse por tanto no desde la velocidad del montaje, sino desde la velocidad de lo mostrado: ya sea una historia, ya sea una coreografía o simplemente imágenes conceptuales.

Como ejemplo de videoclips lentos o sosegados podemos ver desde *Yellow* (Coldplay, James & Alex, 2000), pasando por *Dreams* (The Cranberries, Version 1, 1993) o *Amorfoda* (Bad Bunny, Fernando Lugo, 2018). Por el contrario, con un ritmo más veloz o frenético podemos encontrar videoclips como *Galway Girl* (Ed Sheeran, Jason Koenig, 2017), *Bad Romance* (Lady Gaga, Francis Lawrence, 2009) o *New Rules* (Dua Lipa, Henry Scholfield, 2017).

3.2.6. El tiempo.

Para el análisis del tiempo en un discurso, el procedimiento más habitual consiste en emplear el análisis de Gérard Genette sobre el orden, la duración y la frecuencia (Genette, 1972/1989). A continuación se aplicarán dichas consideraciones al videoclip.

Orden

Como apunta Genette (1972/1989, p. 89), “el relato es una secuencia dos veces temporal”; y es que por un lado tenemos el tiempo transcurrido de la historia, y por otro lado tenemos cómo aparece temporalmente esa historia en el relato.

En el relato, el tiempo puede estar ordenado de un modo cronológico o, como llama Genette, de anacronías narrativas. El orden acronológico es aquel donde se producen desórdenes en el relato sobre la línea temporal de la historia: se trata por tanto de un orden dishomogéneo y discontinuo (Casetti y di Chio, 1990/ 2014, p. 136). Estos desórdenes pueden ser: flashback (denominado analepsis en narrativa), consiste en un salto hacia atrás, y flashforward (denominado prolepsis en narrativa), consiste en un salto hacia delante. En *November Rain* (Guns N’ Roses, Andy Morahan, 1992) podemos encontrar diversos ejemplos de ambas figuras.

Por otro lado, Casetti y di Chio (1990/ 2014) conciben tres categorías de orden con respecto al principio y fin (p. 135):

- ❖ Tiempo circular: es aquel en el que el punto de partida del relato resulta ser el mismo punto al que llega al final. Podemos ver como ejemplo *Madness* (Muse, Anthony Mandler, 2012) o *She Wolf (Falling to Pieces)* (David Guetta feat. Sia, Hiro Muari, 2012). La referencia al tiempo circular puede ser muy expresa (como el caso de los ejemplos anteriores), o quedar más velada y disimulada, como es el caso de *Carry On* (fun, Anthony Mandler, 2012).
- ❖ Tiempo cíclico: este puede explicarse como un falso tiempo circular, es decir, el relato acaba de un modo parecido a cómo había empezado (repetir la misma situación narrativa o icónica), como en *Weapon of Choice* (Fatboy Slim, Spike Jonze, 2000). En *Don't Cry* (Guns N' Roses, Andy Morahan, 1991) se adopta un tiempo cíclico desde la iconografía: si el primer plano es de un bebé con ojos azules, el último es de otro con ojos verdes.
- ❖ Tiempo lineal: la historia es narrada linealmente, lo que Casetti y di Chio (1990/ 2014) definen como “el punto de llegada es siempre distinto del de partida”, como vemos en *Stargazing* (Kygo feat. Justin Jesso, Phillip R. Lopez, 2017).

También, Casetti y di Chio (1990/ 2014) dibujan las diferencias (que se dan especialmente en el lenguaje cinematográfico) del relato progresivo y regresivo:

- ❖ Vectorialidad progresiva: el relato narra la historia hacia adelante. Sucede en la mayoría de los videoclips, como puede ser *Baby One More Time* (Britney Spears, Nigel Dick, 1998).
- ❖ Vectorialidad inversa: el relato narra la historia hacia atrás, es decir, el tiempo es regresivo. Puede darse en momentos puntuales o durante todo el videoclip. Podemos encontrar ejemplos en videoclips de interpretación o conceptuales, como el caso de *Typical* (Mutemath, Israel Anthem, 2007) o narrativos, como *Breezeblocks* (Alt-J, Ellis Bahl, 2012), y *The Scientist* (Coldplay, Jamie Thraves, 2002).

Duración

Obviado las consideraciones acerca de la duración aparente (Casetti y di Chio, 1990/2014, p. 137), que consiste en fenómenos como que los planos cortos o cerrados se perciben como mucho más largos que si son abiertos; se puede analizar la duración de una pieza audiovisual según las categorías propuestas por Genette (1972/1989, p. 152): pausa, escena, sumario y elipsis.

- ❖ El tiempo pausa en narrativa cinematográfica tendría su equivalente tanto en la pausa absoluta (pausa en un solo fotograma), véase *Roxanne* (The Police, Derek Burbidge, 1978), como la dilatación temporal basada en la cámara lenta o ralenti. Casetti y di Chio (1990/2014, p. 142) denominan este concepto como *extensión*. Uno de los videoclips que más fama y atención ha acaparado usando la técnica de la cámara lenta es *The One Moment* (OK GO, Damian Kulash Jr., 2016). El videoclip de este peculiar grupo que ha tomado como marca propia la realización de vídeos de impacto buscando la espectacularidad, consiste casi en su mayoría en la reproducción a cámara lenta de 4,2 segundos de grabación completamente preparados.
- ❖ Tiempo escena: también denominado como isocronía, en este, el tiempo transcurrido en la historia es el mismo transcurrido en el relato. Exige por tanto que no haya ninguna elipsis temporal. Suelen darse especialmente en los videoclips de interpretación, como *Creep* (Radiohead, Brett Turnbull, 1993), aunque también puede darse en no interpretativos, como *Chandelier* (Sia, Sia y Daniel Askill, 2014). También están aquellos videoclips constituidos por un plano secuencia en el que no existe ni sumario, ni cámara rápida ni cámara lenta, como puede ser *Lonely Boy* (The Black Keys, Jesse Dylan, 2011).
- ❖ Tiempo sumario: es aquel tiempo en el que se realiza la tarea de resumir, por lo que, sin mostrar elipsis ni cortes, muestra un paso del tiempo muy mayor del que se emplea en mostrarlo. Este tiempo basado en la condensación es denominado por Casetti y di Chio (1990/2014, p. 140) como recapitulación. En *We Are Never Ever Getting Back Together* (Taylor Swift, Declan Whitebloom, 2012) encontramos por

ejemplo en un solo plano secuencia el resumen de la ruptura con una pareja, y como la rechaza cada vez que esta intenta volver a ella.

- ❖ La elipsis, supondría por el contrario, “un corte limpio cuando, sin solución de continuidad alguna, el relato pasa de una determinada situación espaciotemporal a otra, omitiendo completamente la porción de tiempo comprendida entre las dos” (Casetti y di Chio, 1990/ 2014, p. 141), como sucede por ejemplo en *Solo pienso en ti* (Denom, Alex Caballero y Carlos Quesada, 2018).

Sin embargo, esta clasificación deja aparentemente fuera el uso de la cámara rápida. Como contracción temporal, podría intentar considerarse como tiempo sumario, sin embargo, debería constituirse como una categoría propia e independiente: tiempo acelerado, que es empleado por ejemplo en algunos momentos de *Our House* (Madness, Dave Robinson, 1982).

Frecuencia.

Con respecto al número de veces que puede aparecer un hecho sucedido, existen tres grandes posibilidades. En primer lugar, la frecuencia simple (lo que sucede una sola vez, aparece una sola vez) se dará especialmente en los videoclips narrativos y de interpretación. La frecuencia repetitiva (mostrar más de una vez lo que solo ha sucedido una vez) pudiendo darse también en los videoclips de narración e interpretación, se puede considerar que es más propia de los videoclips conceptuales. El ejemplo extremo de frecuencia repetitiva es sin duda alguna el ya comentado *Imitation of Life* (R.E.M., Garth Jennings, 2001). La frecuencia iterativa (mostrar una sola vez algo explicando que sucede más de una vez) podemos encontrarla en pequeñas imágenes, como el inicio de *Paradise* (Coldplay, Mat Whitecross, 2001).

3.3. La puesta en escena.

Un análisis exhaustivo de la puesta en escena requiere una consideración de esta desde su significado más amplio: no como simple diseño de producción, sino como el análisis de los “contenidos representados en la imagen” (Caseti y di Chio, 1990/2010, p. 110). Se trata por tanto del análisis de todo lo referente a las imágenes en sí, obviando los otros elementos del lenguaje cinematográfico (puesta en cuadro y puesta en serie).

La elaboración de una lista de elementos a analizar de la puesta en escena puede considerarse una tarea con un cierto grado de subjetividad, pero para el presente trabajo se proponen los siguientes aspectos a analizar:

- ❖ Tipo de imagen.
- ❖ Iluminación.
- ❖ Colores existentes.
- ❖ Escenarios y fondos.
- ❖ Personajes.
- ❖ Textos gráficos.
- ❖ Composición de la imagen.

3.3.1. Tipo de imagen.

Este aspecto se trata sin duda de un término confuso, así como discutible. El tipo de imagen, como modalidad de imagen, se refiere a la constitución o configuración de la imagen, entendida no como el formato (relación de aspecto), sino como el aspecto y la modalidad de color¹⁹ presente en esta. El aspecto que presenta la imagen, aunque es una tarea que atañe a la realización (y no a la puesta en escena), sí resulta ser una elección a criterio artístico sobre el aspecto que se desea que tenga el contenido, por lo que en última instancia,

¹⁹ No confundir modalidad de color, que es la forma de representar los colores, con la elección de los colores a representar.

puede considerarse que atañe a la puesta en escena (entendida, como se veía más arriba, desde el punto de vista más amplio).

A rasgos generales, podemos considerar que la imagen puede ser fotográfica o de animación, de las que podemos desglosar distintas submodalidades a su vez: de la fotográfica estas submodalidades se corresponden a las diferentes modalidades de color posible, mientras que en la imagen animada se corresponden a las distintas técnicas de animación. A continuación se desarrolla las posibilidades:

- ❖ Imagen fotográfica: es decir, se trata de una imagen obtenida a través de la captación de la realidad (por oposición a animación). Sin embargo, existe la paradoja de que el uso de recreaciones digitales y animaciones, cuando da el resultado de aparente realidad fotográfica, también se debería considerar en este apartado (a un nivel de análisis de la imagen). A su vez, se puede tratar de clasificar las distintas posibilidades de aspecto de la imagen según el modo de representar el color en las siguientes submodalidades:
 - Realismo cinematográfico: se trata de la representación de los colores según el modo en que se ha decidido por convención en el cine a color que son los colores en la pantalla, como sucede en *Chandelier* (Sia, Sia y Daniel Askill, 2014) y *Thriller* (Michael Jackson, John Landis, 1982). Obviamente, la convención de cómo representar el color en el lenguaje cinematográfico puede ir cambiando a lo largo del tiempo, pero sí podemos establecer que un videoclip tiene una modalidad de imagen de realismo cinematográfico cuando la modalidad de color es alguna que ha sido propia del cine.
 - Realismo videográfico: se trata de la representación de los colores del modo propio a las grabaciones videográficas, como en *Video Games* (Lana del rey, Lana del Rey, 2011). Su uso actualmente es una tendencia estética generalmente vinculada con una estética casera, en la que se suelen representar las deficiencias técnicas de la imagen, como el caso de *Still Rapping* (C. Tangana, Roger González, 2018).

- Blanco y negro: proveniente de los inicios de la tecnología del cine, se sigue usando como recurso estilístico o expresivo, como en los casos de *Someone Like You* (Adele, Jake Nava, 2011) o *Feel* (Robbie Williams, Vaughan Arnell, 2002).
- Representación cromática no realista: consiste en la manipulación de alguno de los valores de la gama cromática, que se encuentra alterados con respecto a lo que entendemos como representación fidedigna. Podemos ver casos como *Losing My Religion* (R.E.M., Tarsem Singh, 1991), *Basket Case* (Green Day, Mark Kohr, 1994), o el caso extremo de *Stockholm Syndrome* (Muse, Thomas Kirk, 2003).
- ❖ Animación: la imagen por animación puede realizarse según las diversas técnicas existentes, por lo que podemos encontrar casos tan variados como *Clint Eastwood* (Gorillaz, Jamie Hewlett y Pete Candeland, 2001), *Lone Digger* (Caravan Palace, Double Ninja, 2015), *Do I Wanna Know* (Arctic Monkeys, David Wilson, 2013), *Little Talks* (Of Monster and Men, WeWereMonkeys, 2012) o el interactivo *Stained Glass* (Real Estate, Craig Allen, 2017).

Existen también multitud de videoclips que realizan todo tipo de mezclas entre distintos tipos de imagen. Mientras que *Money for nothing* (Dire Straits, Steve Barron, 1985) mezcla imagen fotográfica y de animación, en *Solo pienso en ti* (Denom, Alex Caballero y Carlos Quesada, 2018) podemos encontrar distintas submodalidades de imagen fotográfica.

En este punto, merecen un especial comentario dos videoclips que emulan a otros medios. En primer lugar tenemos *Californication* (Red Hot Chili Peppers; Jonathan Dayton, Valerie Faris, 2000) que, intercalado con imágenes fotográficas de interpretación, desarrolla la mayor parte de su videoclip con una imagen de animación imitando a los videojuegos. Por otro lado tenemos el caso de *Hurts Like Heaven* (Coldplay, Mark Osborne, 2012), en el que se realiza el ejercicio de intentar realizar un videoclip que transmita la apariencia de un cómic.

3.3.2. Iluminación.

Caseti y di Chio (1990/2010) contemplan con respecto a la iluminación dos grandes posibilidades: “por una parte, una luz que haga ver sin dejarse ver, y por otra, una luz que no se limite a iluminar, sino que también se muestre en cuanto a luz” (p. 80). En la iluminación encontramos tres principales variables de análisis: qué se ilumina y (y por tanto, qué no), y cómo se ilumina (intensidad, procedencia de la iluminación y color de esta).

La observación sobre qué se ilumina y cómo resulta más llamativa especialmente en los vídeos conceptuales y de interpretación. El uso del claroscuro en *Losing My Religion* (R.E.M., Tarsem Singh, 1991), o de focos intensos en *Smells Like Teen Spirit* (Nirvana; Samuel Bayer, 1991) resultan por ejemplo elementos completamente determinantes de la estética de dichos videoclips.

Respecto al color de la iluminación, podemos encontrar desde elementos como las luces de colores propias de conciertos, como sucede en *Creep* (Radiohead, Brett Turnbull, 1993), a la superposición de iluminación de color, como en el ya comentado *Umbrella* (Rihanna feat Jay Z, Chris Applebaum, 2007). Tradicionalmente, en los videoclips se ha experimentado mucho con el color de la iluminación, existe por ejemplo una moda de mezclar iluminaciones de color rosa y azul (especialmente en videoclips de temas latinos), como podemos ver en los vídeos de *Mayores* (Becky G y Bad Bunny, Daniel Duran, 2017) o *Lo Malo* (Aitana y Ana Guerra, Gus Carballo, 2018).

3.3.3. Colores existentes.

A diferencia de las categorías de tipo de imagen, no se refiere ya a las características del color en la imagen ni de la luz, sino al color existente en sí en los objetos presentes. En este apartado podemos observar especialmente las variedades cromáticas de la puesta en escena: si estas están basadas en la monocromía (arco restringido de colores) o en la policromía (una mayor variedad).

Tenemos así por un lado videoclips monocromáticos, como *Sex On Fire* (Kings Of Leon, Sophie Muller, 2008) o *Africa* (Toto, Steve Barron, 1992). Existen por el contrario videoclips ampliamente basados en la variedad cromática y su impacto, como puede ser *The Less I Know The Better* (Tame Impala, Canada, 2015), que destaca también por la viveza de su colorido, *Feels Like We Only Go Backwards* (Tame Impala, Joe Pelling y Becky Sloan, 2012) o *Girls and Boys* (Blur, Kevin Godley, 1994). Como se puede ver en estos tres casos, la variedad cromática suele llevar consigo pareja una mayor viveza de los colores, ya que lo que se pretende es impactar a través de estos.

Esto no quiere decir que lo monocromático no pueda impactar, de hecho, este suele ser especialmente elegido para canciones que hablen de temas serios o profundos, mientras que para temas más alegres se opta por una mayor variedad de color, como en *Hymn For The Weekend* (Coldplay, Ben Mor, 2016), así como más alegres, como en *All Star* (Smash Mouth, McG, 1999), *Alright* (Supergrass, Dom & Nic, 1995) o el videoclip en gravedad cero *Down & Inside Out* (Ok Go, Damian Kulash Jr. y Trish Sie, 2016).

También se puede jugar a la ruptura de las monocromías con colores llamativos. Esto sucede por ejemplo en *Wonderwall* (Oasis, Nigel Dick, 1995), un videoclip en blanco y negro (por lo tanto monocromático) que es interrumpido en momentos puntuales por determinados objetos que aparecen de colores llamativos (azul, amarillo, verde,...).

3.3.4. Escenarios y fondos.

Realizando un análisis sobre los escenarios o fondos, podemos encontrar las siguientes categorías generales:

- ❖ **Realistas:** consisten en la representación fidedigna de la realidad, como puede ser en *The Reason* (Hoobastank, Brett Simon, 2003). Existe además una subcategoría que se trata de los escenarios reales reconocibles: el público consumidor reconoce los sitios que se muestran en el videoclip gracias a su fama. Es decir, no basta con ser una ubicación que exista en la realidad, sino que además debe ser una ubicación

especialmente conocida (que es por lo que es elegida). Tenemos ejemplos como *Sevilla* (Mediana Azahara, 2012) o *Space Oddity* (Chris Hadfield, 2013), grabada en la Estación Espacial Internacional.

- ❖ Ficción: consiste en la creación de escenarios que corresponden a mundos ficticios. Podemos ver ejemplos relacionados con la ciencia ficción, como *Break Free* (Ariana Grande ft. Zedd, Chris Marrs Piliero, 2014) o *In The End* (Linkin Park, Nathan Cox y Joe Hahn, 2001); o ejemplos relacionados con la creación de escenarios no realistas, como en *M.I.L.F. \$* (Fergie, Colin Tilley, 2016).
- ❖ Escenarios simbolistas: esta categoría puede provocar una cierta controversia, pues obviamente, cualquier escenario puede entrañar un cierto simbolismo. Sin embargo, existen una serie de escenarios que son creados única y exclusivamente como elemento simbólico, como puede ser el caso de *Elastic Heart* (Sia, Sia y Daniel Askill, 2015) o *Chandelier* (Sia, Sia y Daniel Askill, 2014).
- ❖ No escenarios: consiste en la creación de fondos que tengan un efecto de no-escenario. Estos pueden ir desde un fondo blanco absoluto, como en *Cornerstone* (Arctic Monkeys, Richard Ayoade, 2009) y *Everybody's Changing* (Versión alternativa internacional, Keane, Matt Kirkby, 2004); no-escenarios con fondos de colores, como *Blurred Lines* (Robin Thicke feat. T.I. y Pharrel Williams, Diane Martel, 2013) y *That's What I Like* (Bruno Mars, Bruno Mars y Jonathan Lia, 2017); compuestos simplemente por el contraluz de un foco, como *Heroes* (David Bowie, Stanley Dorfman, 1977); o fondos con arquitecturas mínimas, tratándose de no-escenarios efectistas, como *Hotline Bling* (Drake, Director X, 2015) y *X (equis)* (Nicky Jam y J. Balvin, Jessy Terrero, 2018). En *Somebody That I Used to Know* (Gotye feat. Kimbra, Natasha Pincus, 2011) podemos encontrar también un no-escenario basado en la recreación a través de la pintura donde el fondo tiene un importante protagonismo. Y es que, paradójicamente, en este tipo de fondos tienen una importante carga de significado, pues lo vacío y desnudo muestra mucho más que lo lleno, y lo minimalista destaca sobre el uso normal del espacio.

Por otro lado, para el análisis de los espacios está ampliamente extendida la clasificación que realizan Casetti y di Chio (1990/ 2014) sobre la existencia de espacios orgánicos e inorgánicos, basadas en tres variables (p. 130-133), que serán desarrolladas a continuación. Debe tenerse en cuenta que este análisis de los espacios cinematográficos trasciende a la puesta en escena, siendo un análisis de los espacios creados a través de todo el lenguaje cinematográfico (añadiendo así la puesta en cuadro y la puesta en serie).

- ❖ Espacio plano versus espacio profundo: como espacio plano podemos encontrar ejemplos como *X (equis)* (Nicky Jam y J. Balvin, Jessy Terrero, 2018) o *Cornerstone* (Arctic Monkeys, Richard Ayoade, 2009); mientras que como espacio profundo tenemos los casos de *Come Into My World* (Kylie Minogue, Michel Gondry, 2002) o *Fatlip* (Sum 41, Marc Klasfeld, 2001).
- ❖ Espacio unitario versus espacio fragmentado: es decir, si el espacio se compone de un solo lugar dentro del mismo cuadro, o podemos distinguir distintos lugares. Como ejemplos de unitario podemos ver *El Préstamo* (Maluma, Jessy Terrero, 2018) o *Heroes* (David Bowie, Stanley Dorfman, 1977); mientras que espacios fragmentados podemos encontrarlos en *Need You Tonight* (INXS, Richard Lowenstein, 1987) y *Every Breath You Take* (The Police, Godley & Creme, 1983), o con la clásica fragmentación del cuadro para mostrar dos planos, ya sea para solucionar una conversación telefónica, como en *Girls Just Want to Have Fun* (Cyndi Lauper, Ed Griles, 1983), o para mostrar simplemente dos planos distintos.
- ❖ Espacio centrado versus espacio excéntrico y espacio cerrado versus espacio abierto: estas categorías atañen específicamente a la puesta en cuadro y la puesta en serie, y se refieren a si estas son realizadas según las normas de realización del lenguaje cinematográfico o no. El espacio excéntrico (por oposición al centrado) se da cuando la puesta en cuadro se hace de dicho modo, mientras que el espacio cerrado (por oposición al abierto) se da cuando la puesta en cuadro resulta irregular vista desde la puesta en serie (concatenación de dos planos que visionados uno detrás del otro resultan

chocantes al espectador debido a que se le rompe la espacialidad). Bien es cierto que estas normas tradicionales no las tienen por qué cumplir estrictamente el videoclip, pero en el fondo, las rupturas que se dan tienden a ser muy rápida y frenética, impidiendo el impacto, como sucede en *Misery Business* (Paramore, Shane Drake, 2007).

3.3.5. Personajes.

El análisis de los personajes desde la puesta en escena se centra en el aspecto que tienen, es decir, en el vestuario, maquillaje y peluquería. El principal recurso expresivo que se suele emplear es el uso de caracterizaciones excéntricas, así como caracterizaciones basadas en los personajes creados desde el ámbito musical (llamado en inglés *personae*).

Con respecto a caracterizaciones excéntricas, podemos ver los casos de *Mr. Brightside* (Versión 1, The Killers, Sophie Muller, 2004), *I Write Sins Not Tragedies* (Panic! at the Disco, Shane Drake, 2006) o *Mein Teil* (Rammstein, Zoran Bihac, 2004).

Con respecto al mundo de la creación de personajes, podemos comenzar por el que se considera uno de los mayores creadores de personajes en el ámbito de la música, David Bowie. Así, Bowie reflejó en los videoclips su personaje de Ziggy Stardust: *Space Oddity* (versión 2, David Bowie, Mick Rock, 1973) y *Ziggy Stardust* (David Bowie, D.A. Pennebaker, 1973)²⁰. Por otro lado, muchos grupos de rock se han distinguido por la creación de caracterizaciones basadas en el maquillaje y melenas largas, como podemos ver en *We're Not Gonna Take it* (Twisted Sister, Marty Callner, 1984), *I Love It Loud* (Kiss, Philip Davey, 1982) o *Scissors* (Slipknot, 1999).

También se puede señalar el tipo de actuación, que en los cantantes tiende a ser más exagerada en los momentos más álgidos o cumbres de la canción.

²⁰ En el primer videoclip que realizó de su tema *Space Oddity* (David Bowie, Malcom Thomson, 1969), David Bowie aún no había creado los rasgos estéticos de personaje. En el segundo videoclip si muestra ya su estética, aunque el protagonista de *Space Oddity* es Major Tom y no Ziggy Stardust.

3.3.6. Textos gráficos.

A lo largo del videoclip pueden aparecer distintos textos gráficos, que pueden tener distinta naturaleza según si son:

- ❖ Créditos: nombres del grupo, actores, director, etc. Existe una tendencia progresiva a reconocer el trabajo de los distintos integrantes, especialmente del director.
- ❖ Transcripción de la letra de la canción (ya sea íntegramente o no), véase los lyric video anteriormente comentados.
- ❖ Textos desconectados del texto musical pero sí conectados al texto visual: podemos ver los ejemplos de *El cantante de boleros* (Detergente Líquido, Félix García, 2017) o en *Fluorescent Adolescent* (Arctic Monkeys, Richard Ayoade, 2007): los subtítulos se corresponden a diálogos de la historia del texto visual.
- ❖ Textos completamente desconectados: podemos ver el caso de *Dopamina* (Veintiuno, Gorka Hopkins, 2018), que consiste en un videoclip de interpretación intercalado con frases que les han dicho al grupo durante su carrera, tanto de rechazo como de apoyo.

3.3.7. Composición de la imagen.

El análisis de la composición de la imagen es de por sí ya una disciplina especialmente extensa que no puede ser resumida aquí: elementos morfológicos y compositivos, así como la búsqueda de estabilidad o inestabilidad en el plano, o la búsqueda de sobrecarga visual o claridad y concisión son elementos especialmente interesantes a analizar en cada videoclip.

3.4. La puesta en cuadro.

Por la puesta en cuadro entendemos que es la decisión sobre qué se capta o muestra en el cuadro y cómo se realiza. Es decir, no incluye solo la escala de planos, sino también otros elementos que se irán desglosando a continuación:

- ❖ Escala de planos.
- ❖ Grados de angulación.
- ❖ Grados de inclinación.
- ❖ Movimientos de cámara.

3.4.1. Escala de planos.

La escala de planos corresponde al análisis de qué tipo de encuadre es con respecto a la distancia de los objetos filmados o el tamaño que estos presentan. Generalmente, a pesar de una serie de variaciones, existe un consenso generalizado sobre los nombres de los distintos tipos. Casetti y di Chio (1990/2010) establecen la siguiente clasificación: Campo larguísimo, campo largo, campo medio, total, figura entera, plano americano, media figura, primer plano, primerísimo plano, plano detalle (p.78-79).

Sin embargo, resulta más conveniente la siguiente recogida por Fernández y Martínez (1999) (p. 32-36), que recogen la terminología más extendida actualmente:

- ❖ Plano panorámico, gran plano general o plano general largo: se distingue por que el escenario prevalece sobre cualquier sujeto.
- ❖ Plano general: aquel que presenta al sujeto entero en el escenario. Apuntan la diferencia entre el plano entero cuando es un solo sujeto y plano conjunto cuando son varios sujetos.
- ❖ Plano americano: aquel que presenta al sujeto por la rodilla o debajo de esta.
- ❖ Plano medio: aquellos que presentan al sujeto más de cerca. Puede ser largo, si el corte se realiza más cerca de la rodilla, o corto, si resulta más cerca del pecho.

- ❖ Primer plano: aquel que muestra al sujeto de cerca, cortando a la altura de los hombros.
- ❖ Gran primer plano: en este tipo de plano, la disección del rostro del sujeto se centra en los ojos y la boca (la zona más expresiva de la cara).
- ❖ Primerísimo primer plano: esta versión extrema solo muestra un detalle concreto de la cara.
- ❖ Plano detalle: equivale a un primer plano, pero de cualquier objeto o parte del sujeto que no sea el rostro.

De esta categoría resulta especialmente significativo el uso expresivo que se puede dar en consonancia con la música, por lo que la tarea a analizar consistiría en examinar qué tipo de planos se usan y para qué, buscando además su correspondencia con la música.

Como ejemplos, se pueden examinar algunas tendencias generales acerca del uso de los planos según el género musical. Por ejemplo, muchos videoclips de estrellas del pop son, en cuanto a su análisis temático, videoclips mixtos en los que se conjuga videoclip de interpretación y narrativo. En las secciones narrativas (que también suelen incluir coreografías), los planos más usados son más abiertos (generales y medios), mientras que en las secciones de interpretación se prefieren los primeros planos en los que el cantante interpreta, vemos la púa rasgar la guitarra o las baquetas golpear los platos de la batería. Dicho tipo de construcción se da por ejemplo en *Break Free* (Ariana Grande ft. Zedd, Chris Marrs Piliero, 2014) y *Firework* (Katy Perry, David Meyers, 2010).

De hecho, dicha característica del uso de primeros planos durante la interpretación es seguramente una de las tendencias dominantes del videoclip que perdura desde sus orígenes hasta hoy: véase los videoclips de *Bohemian Rhapsody* (Queen, Bruce Gowers, 1975), el recurrente plano de las manos de Mick Jagger sobre el teclado en *Fool To Cry* (The Rolling Stones, Bruce Gowers, 1976), *Roxanne* (The Police, Derek Burbidge, 1978) o *Black in Black* (AC/DC, Eric Dionysius y Eric Mistler, 1980). Este gusto por los planos cortos ilustrativos de cantante e instrumentos suelen ser combinados con planos generales o americanos de conjunto que ubiquen a todo el grupo. El ejemplo más extremo de esta tendencia de emplear primeros planos para la interpretación vocal del tema puede ser *Nothing Compares 2U*

(Sinéad O'Connor, John Maybury, 1990), videoclip en el que siempre que hay interpretación vocal en la música, la cantante aparece en un primer plano descriptivo; por lo que solo en los momentos en los que no existen letra interpretada es cuando se introducen otro tipo de planos (resultando estos muy escasos).

Sedeño Valdellós (2009) menciona algunas de las tendencias realizadas en el videoclip, considerando que “el encuadre del videoclip va a un paso más allá, con su gusto por la disección de la figura humana en lugares que serían inaceptables en la escritura clásica e incluso barroca” (p. 27). En definitiva, el videoclip es capaz de saltarse todas las reglas de composición clásicas de las que se había dotado el lenguaje cinematográfico clásico, de las que el barroco solo se había saltado algunas, y en momentos concretos con una intencionalidad concreta.

Surge en este punto un debate sobre la intencionalidad de dichas rupturas transgresoras en la composición. ¿Existe una verdadera motivación? Lo cierto es que dicha respuesta variará según cada caso, pues habiendo casos en los que se pueda considerar que se realice de un modo injustificado, existen otros en los que se puede entender que responder a un efectismo que intenta reflejar una expresión hiperactiva o frenética de una canción.

Un recurso también interesante resulta el uso de planos subjetivos, como se realiza al inicio de *Thunderstruck* (AC/DC, David Mallet, 1990), colocando la cámara tanto en las baquetas como en el mástil de la guitarra.

3.4.2. Grados de angulación.

Siguiendo la terminología de Casetti y di Chio (1990/2010), los grados de angulación en sentido vertical de la cámara con respecto al sujeto son los siguientes (p. 79):

- ❖ Encuadre frontal: consiste en la colocación de la cámara en la misma altura que el objeto filmado.

- ❖ Encuadre picado o desde arriba: aquel obtenido de la colocación de la cámara por encima del objeto filmado.
- ❖ Encuadre contrapicado o desde abajo: aquel donde la cámara se coloca por debajo del objeto filmado.

Los significados aportados por los planos picados y contrapicados se pueden considerar prácticamente universales, aportando el plano picado empequeñecimiento del sujeto (debilidad) y el contrapicado engrandecimiento o majestuosidad (Casetti y di Chio, 1990/2010 p.80; Fernández y Martínez, 1999, p. 50). Sin embargo, Sedeño Valdellós (2009) apuesta por que el repetido uso del contrapicado desactiva su valor connotativo tradicional (el conferir superioridad), evolucionando hacia un nuevo valor que se encuentra íntimamente relacionado con la reproducción de las relaciones entre el público y el escenario, así como de otorgarles carga sexual (p. 30). Efectivamente, en los videoclips de interpretación la reproducción de la relación entre público y escenario a través del contrapicado es un motivo usado hasta la saciedad, como en *I Was Made for Lovin' You* (Kiss, John Goodhue, 1979), llegando al punto de hasta la creación descarada de planos subjetivos en los que el espectador queda ubicado en el público, como puede verse en *Living on a Prayer* (Bon Jovi, Wayne Isham, 1986).

También existen las figuras de plano nadir (angulación desde el suelo), como podemos ver en el videoclip *Thunderstruck* (AC/DC, David Mallet, 1990), especialmente del 1:50 al 1:58.

3.4.3. Grados de inclinación.

Los tres grados de inclinación en sentido horizontal quedan recogidos por Casetti y di Chio (1990/2010, p.79): inclinación normal (“la base de la imagen es paralela al horizonte”), inclinación oblicua (la base de la imagen y del horizonte diverge) y vertical (base de la imagen y horizonte forman un ángulo de noventa grados). La inclinación normal, siendo el modo natural de construcción del lenguaje cinematográfico, será más preponderante en los videoclips de tipo narrativo, mientras que la oblicua queda mucho más asociada a los

videoclips de interpretación. Esto se debe a que desde la creación del videoclip, existe la tendencia generalizada de incluir diversos recursos efectistas en los videoclips de interpretación de temas musicales de ritmos acelerados. Así, podemos encontrar inclinaciones oblicuas durante los pasajes interpretativos: los teclados de *Video Killed The Radio Star* (The Buggles, Russell Mulcahy, 1979), *Enola Gay* (Orchestral Manoeuvres In The Dark, 1980) o *Sweet Dreams (Are Made Of This)* (Versión alternativa, Marilyn Manson, Dean Karr, 1996).

3.4.4. Movimientos de cámara.

Fernández y Martínez (1999, p. 56) recogen los tipos de movimientos que existen de cámara: panorámica o giro (la cámara se mueve su propio eje), barrido (panorámica tan rápida que el ojo humano no capta con claridad las imágenes que han pasado) y travelling (desplazamiento de la cámara con total libertad)²¹. Además, según la clasificación de Marcel Martin (1955/2002), estos movimientos pueden ser de índole descriptiva (su valor es mostrar) o dramática (su valor es expresar).

Sedeño Valdellós (2009) apunta que los movimientos de cámara no tienen una justificación clara, ni mucho menos los valores que persiguen en la escritura cinematográfica clásica (realismo, amenidad, dinamismo), por lo que apunta como posibles valores “el cambio de punto de vista de la visión del espectador”, así como “un flujo de experimentación no estática de la canción” (p. 29).

Lo cierto es que los movimientos de cámara si pueden llegar a estar más cerca de responder a sus valores cinematográficos tradicionales en los videoclips puramente narrativos, como *Titanium* (David Guetta ft. Sia, David Wilson, 2011), aunque pueden llegar a existir más movimientos de lo que sería necesario. El texto visual del videoclip intenta acoplarse al texto musical, y como tal tiene la necesidad de introducir dinamismo, ya sea con movimientos de cámara, ya sea con cualquier efectismo relacionado con continuos cambios de angulación o inclinación. El máximo exponente de este modo de construcción suelen ser

²¹ Téngase en cuenta que también existe el zoom, también llamado travelling óptico, que permite el alejamiento o acercamiento de objetos sin mover la cámara.

los videoclips de tipo interpretativo. Así, en *What's Up?* (4 Non Blondes, Morgan Lawley, 1993) prácticamente no existe plano interpretativo en el que no haya movimiento de cámara.

Sin embargo, videoclips de interpretación con muchos movimientos de cámara, como *Misery Business* (Paramore, Shane Drake, 2007) pueden contrastar con otros que prefieren una dinámica más estática, como *Basket Case* (Green Day, Mark Kohr, 1994). El análisis por tanto debe centrarse en intentar comprender por qué se ha optado por cada tendencia: así, en el primer caso podemos comprender que es para transmitir el frenetismo del tema musical; mientras que en el segundo caso podemos aducir que se trata del modo de reflejar el clima de enclaustramiento y encarcelamiento que muestra el videoclip, ya que la interpretación se lleva a cabo en un psiquiátrico donde los protagonistas parecen estar encerrados (dándose además los dos grandes movimientos de cámara en momentos concretos de la canción más relevantes).

Lo cierto es que muchos videoclips intentan crear grandes movimientos de cámara en los momentos más culminantes o intensos de la canción, especialmente por su significación melódica. Así, podemos encontrar en *November Rain* (Guns N' Roses, Andy Morahan, 1992) unos espectaculares movimientos de cámara durante el solo de guitarra, que se pueden considerar que han pasado a la historia por ser uno de los hitos icónicos más conocidos del videoclip. Estos movimientos acompañando al momento más cumbre y expresivo de la canción también pueden consistir simplemente en un temblor acelerado que añade gran dinamismo y que mezclado con frases melódicas cúlmenes puede provocar un gran efecto, como podemos ver del 4:09 al 5:19 del videoclip *Madness* (Muse, Anthony Mandler, 2012).

3.5. La puesta en serie.

En el campo de la puesta en serie, existen dos parámetros principales a analizar: cómo se realiza el montaje, y qué tipo de transiciones se emplean en este.

En primer lugar, resulta conveniente señalar que el tipo de montaje que se emplee en un videoclip será en gran medida decisivo de cómo será este, pues el ritmo puede ser uno de los elementos más determinantes del videoclip. Al fin y al cabo, el film es solo “una sucesión de trozos de tiempo y de trozos de espacio” (Burch, 1969/2008, p. 13). Elementos de la puesta en serie que resultan de interés pueden ser qué se enseña primero (primeros planos o planos generales), o la duración media de los planos, hecho que marca contundentemente el ritmo visual.

Con respecto a esta duración de los planos, gran marcadora del ritmo, Sedeño Valdellós, Rodríguez López y Roger Acuña (2016), proponen introducir el uso del *Average Shot Length* (duración media de los planos), conocido por sus siglas ASL, método creado por Salt en 1974 en su *The Statistical Style Analysis of Motion Pictures*. El uso de este sistema permite saber qué cantidad aproximada de cambios de planos hay según la duración de la propia pieza audiovisual.

Por otro lado, recordemos que el montaje puede realizarse de un modo invisible o transparente (invisibilización del medio, hecho al que tendía el lenguaje cinematográfico tradicional) o evidente (en el que por ejemplo se saltan las reglas de continuidad). Sedeño Valdellós (2009) apunta que mientras que la mayoría de los videoclips de carácter narrativo prefieren el montaje invisible (prosiguiendo con la tradición cinematográfica), es en los vídeos descriptivos donde se apuesta más por un montaje evidente con continuos saltos de las reglas tradicionales de edición cinematográfica, como sucede en *Thunderstruck* (AC/DC, David Mallet, 1990) o *With or Without You* (U2, Meiert Avis y Matt Mahurin, 1987).

Con respecto al ritmo del montaje, podemos considerar que existen dos posibilidades con respecto a la música, que no tienen por que ser absolutas, es decir, pueden darse ambas

(alternativamente) dentro de un mismo videoclip: por un lado podemos tener un montaje más independiente de la música, que se centre puramente en la realización, y un llamado montaje musical, como en *Stressed Out* (Twenty one pilots, Reel Bear Media, 2015). La versión más extrema de este requiere que la imagen no se encuentre previamente atada a una acción dramática, para que así pueda desarrollar un ritmo propio, dándose por tanto cambios de planos no justificados por la acción (Sedeño Valdellós, 2009, p. 29 y 32). La música y su ritmo marcaría entonces la duración de los planos y sus cambios. Podemos ver ejemplos interesantes de creación de ritmos visuales parejos a la música, como en *Starlight* (Muse, 2006), especialmente en su puente, de 2:13 a 2:23; *Roxanne* (The Police, Derek Burbidge, 1978), o *All Star* (Smash Mouth, McG, 1999).

Por otro lado, los tipos de transiciones entre planos pueden ir desde el clásico y estándar corte, o los numerosos recursos efectistas como pueden ser el encadenado, fundido, desenfoco o barrido. Podemos ver usos de transiciones efectistas en *We Made You* (Eminem, Joseph Kahn, 2009). Sin embargo, estos recursos pueden considerarse que están en franco retroceso.

3.6. Puesta en común.

Una vez analizado todos los elementos del texto visual y como estos interfieren con el discurso musical, debemos realizar una recomposición y síntesis sobre como se ha compuesto dicho vídeo musical.

Tenemos por un lado la clasificación de Simeon (1992), recogida a su vez por Sedeño et al. (2016), que propone tres tipos de correspondencias:

- ❖ Kinética: en este tipo de correspondencia, la velocidad de la acción o lo profilmico se adapta al ritmo o velocidad del tema musical. Como apuntan Sedeño et al. (2016), se da especialmente a través de coreografías, como en *Single Ladies (Put A Ring On It)* (Beyoncé, Jake Nava, 2008), y los códigos cinematográficos (movimientos de cámara, montaje), como en *The Kids Aren't Alright* (The Offspring, Yariv Gaber, 1999).
- ❖ Sintagmática: consiste en la correspondencia de distintos pasajes de la narración visual según los distintos pasajes del tema musical. Así, en *Firework* (Katy Perry, Dave Meyers, 2010), videoclip que muestra distintos personajes con dudas y miedos, vemos como los actos de valentía y coraje de estos siempre se desarrollan durante el pre-estribillo y el estribillo.
- ❖ De contenido: lo mencionado en la letra del discurso musical aparece en la imagen del discurso visual, como puede suceder en *We Are Never Ever Getting Back Together* (Taylor Swift, Declan Whitebloom, 2012). También podemos encontrar referencias solo puntuales, como en *Every Other Freckle* (alt-J, Olivier Groulx).

Con respecto a la relación entre el texto visual y la letra del texto musical, Goodwin (1992) establece las categorías de ilustración, amplificación y disyunción (p. 86), que pueden ser comprendidas con los siguientes ejemplos:

- ❖ En *Piano Man* (Billy Joel, 1985) encontramos como se lleva a cabo el ejercicio de ilustración, mostrando con el texto visual en todo momento aquello que dice la letra de la canción.

- ❖ Para ejemplificar la ampliación podemos ver *Girls Just Want to Have Fun* (Cyndi Lauper, Ed Griles, 1983), videoclip que inicia con una ilustración pura, pero que acaba desembocando en una narrativa nueva introduciendo una fiesta en su cuarto (parafraseando al camarote de los hermanos Marx), y el consiguiente agobio de sus padres.

- ❖ En *November Rain* (Guns N' Roses, Andy Morahan, 1992), la letra de la canción es un monólogo hacia un amante, diciéndole que él esperará a que ella se encuentre mejor y así poder seguir juntos, pues todo el mundo necesita a alguien. Por el contrario, en el texto visual, lo que vemos es la narración de una boda entre dos novios, así como el posterior entierro de la novia, que ha fallecido. Nos encontramos por tanto ante una disyunción: la letra no es amplificada añadiendo contenido a la historia, sino que directamente pueden considerarse como dos historias distintas.

En síntesis y definitiva, debe observarse cuántos elementos del discurso visual obedecen a la adaptación al texto musical, y cuántos a la adaptación a la historia del mismo discurso visual.

4. Análisis de un caso concreto: *Zombie* (The Cranberries, Samuel Bayern, 1994).

El tema *Zombie*, a pesar de haberse convertido todo un icono pop, surge como canción de protesta social. Escrita en 1993, mismo año de los atentados de Warrington (atentados en Inglaterra enmarcados dentro del conflicto de Irlanda del Norte en los que murieron dos niños), la letra del tema es un llamamiento a la conciencia de todos los que contemplan impasiblemente el conflicto armado de Irlanda del Norte, expresando la rabia ante la impasibilidad y el silencio ante tanta violencia, tratándose especialmente de la muerte de niños inocentes.

El videoclip por su parte, muestra tanto imágenes de la banda como imágenes de niños jugando y soldados patrullando, por lo que la narración visual se centra especialmente en la repercusión que supone a los niños crecer en medio de conflictos armados (siendo el juego a la guerra natural en ellos). Por tanto, el videoclip se compone de diferentes secuencias estético narrativas:

- ❖ En primer lugar tenemos una que podríamos denominar como “vida en guerra”, secuencia conceptual que muestra a niños jugando en barrios marginales y ruinas, así como soldados patrullando. Está desarrollada en blanco y negro, a excepción de ciertas imágenes que muestran pintadas en las paredes de distintos movimientos dentro del conflicto de Irlanda del Norte.
- ❖ Conceptual de interpretación de la cantante: seguramente las imágenes más icónicas y representativas de este videoclip pertenecen a esta secuencia, en la que vemos a la cantante vestida y maquillada de dorado en una cruz, rodeada por una pira sin prender y unos niños caracterizados también icónicamente. Por el contenido de la canción, podríamos considerar que aquí la cantante se erige como una especie de alegoría de la conciencia o la inocencia, que parece estar condenada o atrapada, por lo que la llamaremos a modo de convención “la conciencia secuestrada”.

- ❖ Interpretación del grupo: esta secuencia a su vez se divide en dos. Hay una que sigue la estética de la primera (“vida en guerra”), mientras que la otra sigue la estética de la segunda (“la conciencia secuestrada”). Resulta peculiar este desdoblamiento de estéticas con respecto a las otras dos secuencias, más aún teniendo en cuenta que parece estar grabado en el mismo emplazamiento.

Nos encontramos por tanto ante un videoclip mixto de interpretación y conceptual, en el que la mezcla se da tanto por montaje paralelo como por integración. En la secuencia “la conciencia secuestrada (donde la mezcla es por integración), la interpretación es con público e interpreta solo la cantante: mientras que en las otras dos de interpretación (por montaje paralelo), interpreta el grupo entero. Además, en ambos pasajes de interpretación, la sincronía del texto visual y musical son perfectas, usando la grabación de estudio.

Con respecto a las categorías de Goodwin (1992) según las referencias externas visuales, podemos afirmar que nos encontramos ante un videoclip de crítica social, al igual que en la clasificación de Illescas Martínez (2015), que entraría como de crítica social y simbólico.

Por lo demás, es un videoclip basado en la fragmentación, con pequeñas rupturas de la continuidad y con poca velocidad o ritmo de narración (la actitud de lo profílmico es tranquila, para nada frenética). Con respecto al tiempo, el orden es un tiempo cíclico icónicamente hablando, con vectorialidad progresiva, la duración es de tiempo escena, mientras que con la frecuencia existe posiblemente una frecuencia iterativa implícita no sugerida: aunque no se pongan en marcha códigos cinematográficos para explicar que la secuencia “la vida en guerra” sucede cada día, debemos inferir que sí se espera que creamos que así es.

En la secuencia estético narrativa que hemos llamado “la vida en guerra”, nos encontramos con un tipo de imagen fotográfica en blanco y negro (a excepción de ciertas imágenes que serán comentadas al final). Podría considerarse que el objetivo de esta secuencia es el de mostrarse como ilustradora de realidad, es decir, aspira a tener una apariencia de documental. La iluminación por tanto se realiza de un modo fuerte, y creando

sombras con naturalidad. Debido a su tipo de imagen, podemos decir que con respecto al color es monocromático. Los escenarios son reales, al igual que la caracterización realista de los personajes: los soldados siempre muestran un aspecto serio, mientras que los niños se muestran sucios. Como ya se había adelantado, existe una serie de imágenes que se encuentran con una imagen fotográfica a color. Estas son imágenes de pintadas en las paredes de distintos movimientos dentro del conflicto de Irlanda del Norte (tanto independentistas como unionistas), así como algunos transeúntes; son además las únicas imágenes en las que podemos encontrar textos gráficos claros (en las demás, los grafitis son prácticamente ilegibles).

Por otra parte, con respecto a la secuencia estético-narrativa conceptual con interpretación de la cantante (la llamada “la conciencia secuestrada”), nos encontramos ante una imagen de tipo fotográfico de realismo cinematográfico. La iluminación en este caso también se realiza de un modo fuerte, creando sus pertinentes sombras, mientras que los colores existentes predominantes son el dorado, el rojo y el marrón. Nos encontramos ante un escenario simbolista (secuestro de la conciencia), creado con una cruz (sobre la que está la cantante), rodeada de una pira (que no está prendida) donde están colocados todos los niños. El fondo es negro, estando solo interrumpido por árboles siniestros iluminados con una luz de color rojizo. Como ya se ha dicho al principio, la caracterización de ella es excéntrica (seguramente el elemento más recordado del videoclip), pues se encuentra completamente pintada y vestida de dorado; mientras que los niños aparecen pintados de dorado también, con coronas realizadas con flores y hierbas trenzadas. Es en la última parte de la canción donde los niños tienen más presencia, pues los vemos pegados a la cruz y dándose la mano, gritando, y posteriormente realizando una peculiar coreografía mientras prosigue su grito mudo.

Finalmente, en cuanto a la interpretación de la banda, ya se ha explicado que existen dos secuencias distintas, adaptándose cada una a las dos anteriores. En la adaptada a la secuencia “vida en guerra” nos encontramos con una imagen de tipo fotográfico en blanco y negro, con una luz fuerte creando sombras, una obvia monocromía y un escenario real compuesto por el interior de un edificio en ruinas. Por el contrario, en la de interpretación adaptada a la estética de “la conciencia secuestrada”, no vemos a la cantante, solo al resto del

grupo (precisamente porque se trata de la secuencia complementaria a “la conciencia secuestrada”, donde ya aparece la cantante). Esta posee una imagen fotográfica de tipo realismo cinematográfico, con una iluminación sobre los personajes de color rojo, que contrasta con el fondo de color azul. Al ser mucho más cerrados y rápidos los planos, pueden pasar como no-escenarios, pues no se puede ubicar muy bien dónde se encuentran.

En cuanto a la puesta en cuadro, destaca el uso de los primeros planos de niños (tanto al inicio como al final). Por otro lado, en la mayoría de los planos de los soldados no se les puede ver la cara. Con respecto a la secuencia conceptual “la conciencia secuestrada”, se combinan tanto planos generales de conjunto, como planos cortos de interpretación de la cantante y de expresividad de los niños, así como el uso de movimientos panorámicos. Con respecto a la interpretación de la banda, ambas secuencias son realizadas con el uso constante de muy marcados contrapicados (hecho que es frecuente en la interpretación de bandas, no solo para otorgar fuerza y poder al intérprete, sino también para emular las relaciones espaciales de un concierto entre público y escenario), siendo la escala de planos de la secuencia basadas en la estética a color (“la conciencia secuestrada”) mucho más cerrada. Como ya se ha comentado, el videoclip en general posee muy pocos movimientos de cámara fuertes, siendo los predominantes los simplemente ligeros movimientos de cámara, simulando grabaciones reales de tipo documental, que es lo que pretende una de las secuencias estético narrativas, así como ligeras panorámicas.

Finalmente, desde la puesta en serie, resulta interesante añadir que tanto el inicio como el final del videoclip están constituidos por primeros planos de un niño (en el primero está de pie, en el último tumbado). Su análisis de ASL, nos muestra, que aunque no haya muchos movimientos de cámara ni de lo profilmico (como ya se ha visto), nos encontramos ante un videoclip muy dinámico y frenético: en tan solo 306 segundos (duración total, 5 minutos y 3 segundos) desfilan un total de 236 planos, dándose una media de 1,30 planos por segundo (existen momentos con más cambios y otros con menos). Estamos por tanto ante un montaje no basado en la narrativa, sino en la creación de efectismo, acercándose en muchos momentos al montaje musical. Aprovechando este frenetismo, se dan una serie de rupturas de las reglas del montaje cinematográfico (*jump cuts*, saltos ópticos chocantes para el

espectador), que pasan desapercibidas gracias a la velocidad y a que la transición entre dichos planos se lleva a cabo con fogonazos imitando el efecto de un flash.

Realizando una síntesis y puesta en común, encontramos por tanto las siguientes circunstancias: se elabora una relación kinética en tanto que la velocidad del montaje aspira a reflejar la velocidad de la canción, así como sintagmática y de contenido. Sintagmática debido a la composición del final: siendo el final un pasaje melódico sin voz, se opta por mostrar a los niños del pasaje conceptual a color (“la conciencia secuestrada”) en una nueva narrativa, realizando estos una nueva y peculiar coreografía, así como un grito mudo (el grito mudo desesperado de los niños inocentes). La relación por el contenido sin embargo no es estricta, lo que no quiere decir que el texto visual no haga referencia a lo que desea expresar la canción.

5. Bibliografía.

Caro Oca, A. M., (2014), *Elementos narrativos en el videoclip: desde el nacimiento de la MTV a la era Youtube (1981-2011)*, (tesis doctoral dirigida por Inmaculada Gordillo Álvarez), Universidad de Sevilla, Sevilla, España.

Burch, N. (1969/2008), *Praxis del cine*, Madrid, España: Fundamentos.

Fandos Igado, M. (1993), El vídeo-clip musical. En *Comunicar: Revista científica de comunicación y educación*. Nº1, 1993 (p.96-99).

Fernández, F. y Martínez, J. (1999): *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*, Barcelona, España: Paidós.

Genette, G. (1972/1989), *Figuras III*, Barcelona, España: Lumen.

Goodwin, A. (1992), *Dancing in the Distraction Factory: Music Television and Popular Culture*, Mineápolis, EE.UU.: University of Minnesota Press.

Illescas Martínez, Jon E., (2015), *La dictadura del videoclip: industria musical y sueños prefabricados*, Vilassar de Dalt, España: Ediciones de Intervención Cultural.

Lipovetsky, G. (1987/1996), *El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas*, Barcelona, España: Editorial Anagrama.

Metz, Christian (1973), *Lenguaje y Cine* [introducción y traducción de Jorge Urrutia], Barcelona, España: Editorial Planeta.

Martin, M. (1955/2002), *El lenguaje del cine*, Barcelona, España: Gedisa.

Nietzsche, F. (1872/2004). *El nacimiento de la tragedia*, Santa Fe, Argentina: El Cid Editor.

Radigales, Jaume (2005), *El videoclip com a obra d'art total. Sobre "Africa Shox" (Letfield), de Chris Cunningham*, Trípodos, n.17, pp. 191-200.

Román, Alejandro (2008), *El lenguaje Musivisual: semiótica y estética de la música cinematográfica*, Madrid, España: Visión Libros.

Roncillo Dow, S., & Uribe-Jongbloed, E. (2017), "La estética de los videoclips: propuesta metodológica para la caracterización de los productos audiovisuales musicales". Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas, 12(1), 'xx' 2017.

Sánchez López, J. A. y García Gómez, F. (coords), (2009) *Historia, estética e iconografía del videoclip musical*, Málaga, España: Universidad de Málaga.

Sedeño Valdellós, A. M. (2003), *Realización audiovisual y creación de sentido en la música: el caso del videoclip musical de Nuevo Flamenco* (tesis doctoral dirigida por Sebastián Mañas Valle), Málaga, España: Universidad de Málaga.

Sedeño Valdellós, A. M. (2009), El videoclip musical en el contexto del lenguaje audiovisual. En Sánchez López, J. A. y García Gómez, F. (coord.), *Historia, estética e iconografía del videoclip musical*, Málaga, España: Universidad de Málaga.

Sedeño Valdellós, A. M., Rodríguez López, J. y Roger Acuña, S. (2016): "El videoclip postelevisivo actual. Propuesta metodológica y análisis estético". *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 332 a 348.

Thomas, Keith (1992), *Gesture is not a universal language, but is the product of social and cultural differences*. En Bremmer, J., Roodenburg, H. (eds), *A Cultural History of Gesture*, Ithaca, Estados Unidos de América: Cornell University Press.

Viñuela Suárez (2009), *El videoclip en España (1980-1995): gesto audiovisual, discurso y mercado*, Madrid, España: Instituto Complutense de Ciencias.

6. Videografía.

Debido a la ausencia de modo de citar videoclips, se ha procedido a recogerlos en la videografía mediante la siguiente estructura: nombre artista o grupo musical; nombre director videoclip (año de publicación). *Nombre del videoclip* (nombre versión, si procede).

4 Non Blondes; Morgan Lawley (1993). *What's Up?*.

AC/DC; Eric Dionysius y Eric Mistler (1980). *Black in Black*.

AC/DC; David Mallet (1990). *Thunderstruck*.

Adele; Sam Brown (2010). *Rolling in the Deep*.

Adele; Jake Nava (2011). *Someone Like You*.

Aitana y Ana Guerra; Gus Carballo (2018). *Lo Malo*.

Alt-J; Ellis Bahl (2012). *Breezeblocks*.

Alt-J; Olivier Groulx (2014). *Every Other Freckle* (Girl version y Boy version).

Alt-J; Nabil Elderkin (2014). *Hunger of the Pine*.

Arcade Fire; Chris Milk (2010). *The Wilderness Downtown*. Videoclip interactivo disponible en <http://www.thewildernessdowntown.com/>.

Arcade Fire; Vincent Morisset y Aaron Koblin (2013). *Just a Reflektor*. Videoclip interactivo disponible en <https://www.justareflektor.com/?lng=es>.

Archive; NYSU (2014). *Axiom*.

Arctic Monkeys; Huse Monfaradi (2005). *I Bet You Look Good on the Dancefloor*.

Arctic Monkeys; Richard Ayoade (2007). *Fluorescent Adolescent*.

Arctic Monkeys; Richard Ayoade (2009). *Cornerstone*.

Arctic Monkeys; David Wilson (2013). *Do I Wanna Know*.

Ariana Grande ft. Zedd; Chris Marrs Piliero (2014). *Break Free*.

Artists United Against Apartheid. *Sun City*.

Avenged Sevenfold; Rafa Alcantara (2017). *Wish You Were Here*.

Bad Bunny; Fernando Lugo (2018). *Amorfoda*.

Becky G, Bad Bunny; Daniel Duran (2017). *Mayores*.

Beyoncé; Jake Nava (2008). *Single Ladies (Put A Ring On It)*.

Bid Audio Dynamite (1986). *E=MC²*.

Billy Joel; Jay Dubin (1983). *Tell Her About It*.

Billy Joel (1985). *Piano Man*.

Blur; Kevin Godley (1994). *Girls and Boys*.

Bob Dylan; Vania Heymann. *Like a Rolling Stone*. Videoclip interactivo disponible en <http://video.bobdylan.com/>.

Bon Jovi; Wayne Isham (1986). *Livin' On A Prayer*.

Britney Spears; Nigel Dick (1998). *Baby One More Time*.

Bruce Springsteen; Arthur Rosato (1986). *War*.

Bruno Mars; Bruno Mars y Jonathan Lia (2017). *That's What I Like*.

C. Tangana; Roger González (2018). *Still Rapping*.

Camila Cabello feat. Young Thug; Dave Meyers, 2017). *Havana*.

Caravan Palace; Double Ninja (2015). *Lone Digger*.

Carly Rae Jepsen; Ben Ketchtel (2012). *Call Me Maybe*.

Carly Rae Jepsen; David Kalani Larkins (2015). Run Away With Me. Videoclip interactivo en <https://www.carlyraemusic.com/runawaywithme>.

Chris Hadfield (2015). *Space Odity*.

Coldplay; James & Alex (2000). *Yellow*.

Coldplay; Sophie Muller (2002). *In My Place*.

Coldplay; Jamie Thraves (2002). *The Scientist*.

Coldplay; Mark Romanek (2005). *Speed of Sound*.

Coldplay; Mark Osborne (2012). *Hurts Like Heaven*.

Coldplay; Mat Whitecross (2001). *Paradise*.

Coldplay; Matthew Encina (2014). *Ink*. Videoclip interactivo disponible en <http://www.coldplay.com/ink/>.

Coldplay; Ben Mor (2016). *Hymn For The Weekend*.

Coti (2010). *Nada Fue un Error*.

Cyndi Lauper; Ed Griles (1983). *Girls Just Want to Have Fun*.

David Bowie; Malcom Thomson (1969). *Space Oddity* (versión 1).

David Bowie; Mick Rock (1973). *Space Oddity* (versión 2).

David Bowie; D.A. Pennebaker (1973). *Ziggy Stardust*.

David Bowie; Stanley Dorfman (1977). *Heroes*.

David Guetta ft. Sia; David Wilson (2011). *Titanium*.

David Guetta feat. Sia; Hiro Muari (2012). *She Wolf (Falling to Pieces)*.

Denom; Alex Caballero y Carlos Quesada (2018). *Solo pienso en ti*.

Depeche Mode; Anton Corbijn (1990). *Enjoy the Silence*.

Detergente Líquido; Félix García (2017). *El cantante de boleros*.

Detergente Líquido; Félix García y Ronda Madera (2018). *Camión + Al barrer tu casa*
(videoclip doble).

Dire Straits; Steve Barron (1985). *Money for nothing*.

Drake; Director X (2015). *Hotline Bling*.

Dua Lipa; Henry Scholfield (2017). *New Rules*.

Ed Sheeran; Jason Koenig (2017). *Galway Girl*.

El canto del loco (2008/2009). *Eres Tonto : La Historia Fría: Cosas*.

El canto del loco (2008/2009). *Eres Tonto : La Historia color tierra: Dinero*.

El canto del loco (2008/2009). *Eres Tonto : La Historia de Luz Verde: Piel*.

Eminem; Joseph Kahn (2002). *Without Me*.

Eminem; Joseph Kahn (2009). *We Made You*.

Fatboy Slim; Spike Jonze (2000). *Weapon of Choice*.

Fergie; Colin Tilley (2016). *M.I.L.F. \$*.

FKI feat. Iggy Azalea, Diplo; Alex 2Tone (2012). *I Think She Ready*.

Fun feat. Janelle Monáe; Marc Klasfeld (2011). *We are Young*.

Fun; Anthony Mandler (2012). *Carry On*.

Gorillaz; Jamie Hewlett y Pete Candeland (2001). *Clint Eastwood*.

Gotye feat. Kimbra; Natasha Pincus (2011). *Somebody That I Used to Know*.

Green Day; Mark Kohr (1994). *Basket Case*.

Guns N' Roses; Andy Morahan (1991). *Don't Cry*.

Guns N' Roses; Andy Morahan (1992). *November Rain*.

Hoobastank; Brett Simon (2003). *The Reason*.

Howard Jones; Terence Donovan (1985). *Life In One Day*.

INXS; Richard Lowenstein (1987). *Need You Tonight*.

James Blunt; Sam Brown (2005). *You're Beautiful*.

Katy Perry; David Meyers (2010). *Firework*.

Katy Perry; Ben Mor (2012). *Part of Me*.

Keane; Matt Kirkby (2004). *Everybody's Changing*. Versión internacional.

Keane (2005). *Everybody's Changing*. Versión para Estados Unidos.

Kenny Loggins; Tony Scott (1986). *Danger Zone*.

Kings of Leon; Sophie Muller (2008). *Sex on Fire*.

Kiss; John Goodhue (1979). *I Was Made for Lovin' You*.

Kiss; Philip Davey (1982). *I Love It Loud*.

Kontra K; Maximilian Niemann (2016). *An deiner Seite*. Videoclip interactivo disponible en <http://andeinenseite.video/>.

Kygo feat. Justin Jesso; Phillip R. Lopez (2017). *Stargazing*.

Kylie Minogue; Michel Gondry (2002). *Come Into My World*.

Lady Gaga; Francis Lawrence (2009). *Bad Romance*.

Lady Gaga (2017). *The Cure* (Lyric video).

Lana del Rey; Lana del Rey (2011). *Videogames*.

Linkin Park; Nathan Cox y Joe Hahn (2001). *In the End*.

Luis Fonsi feat. Daddy Yankee; Carlos Pérez (2017). *Despacito*.

Madness; Dave Robinson (1982). *Our House*.

Maluma; Jessy Terrero (2018). *El Préstamo*.

Marilyn Manson; Dean Karr (1996). *Sweet Dreams (Are Made Of This)* (versión alternativa).

Medina Azahara (2012). *Sevilla*.

Michael Jackson; Bob Giraldi (1982). *Beat It*.

Michael Jackson; John Landis (1982). *Thriller*.

Miley Cyrus; Terry Richardson (2013). *Wrecking Ball*.

Moby, Skylar Grey; Erik Lang (2014). *The Last Day*.

Muse; Nick Gordon (2000). *Sunburn*.

Muse; Thomas Kirk (2003). *Stockholm Syndrome*.

Muse (2006). *Starlight*.

Muse; Anthony Mandler (2012). *Madness*.

Muse; Tom Kirk (2015). *Dead Inside* (Lyric video).

Muse; Sing. J. Lee (2015). *Mercy*.

Muse; Tom Kirk y Simon Bennet (2015). *Psycho* (Lyric video).

Mutemath, Israel Anthem (2007). *Typical*.

Namie Amuro; PARTY NY (2015). *Golden Touch*.

Nancys Rubias (2017). *La filosofía pipa*.

Neil Young; Julien Temple (1988). *This Note's For You*.

Nena Daconte; Marc Lozano (2008). *Tenia tanto que darte*.

Nicky Jam y J. Balvin; Jessy Terrero (2018). *X (equis)*.

Nirvana; Samuel Bayer (1991). *Smells Like Teen Spirit*.

Oasis; Nigel Dick (1995). *Wonderwall*.

Of Monster and Men; WeWereMonkeys (2012). *Little Talks*.

Ok GO; Damian Kulash Jr. y Trish Sie (2016). *Down & Inside Out*.

Ok GO; Damian Kulash Jr. (2016). *The One Moment*.

Orchestral Manoeuvres In The Dark (1980). *Enola Gay*.

Panic! at the Disco; Shane Drake (2006). *I Write Sins Not Tragedies*.

Paramore; Shane Drake (2017). *Misery Business*.

Passenger; Dave Jensen (2012). *Let Her Go*.

Pearl Jam; Mark Pellington (1992). *Jeremy*.

Peter Gabriel; Stephen R. Johnson (1986). *Sledgehammer*.

Pharrel Williams; We Are From L.A. (2013). *Happy* (Videoclip 24 horas). Disponible en <http://24hoursofhappy.com/>.

Pink Floyd; Alan Parker (1982). *Pink Floyd - The Wall*.

Prince; Albert Magnoli (1989). *Batdance*.

PSY; Cho Soo-hyun (2012). *Gangnam Style*.

Queen; Bruce Gowers (1975). *Bohemian Rhapsody*.

Queen; David Mallet (1984). *Radio Ga Ga*.

Radiohead; Brett Turnbull (1993). *Creep*.

Rammstein; Zoran Bihać (2004). *Mein Teil*.

Real Estate; Craig Allen (2017). *Stained Glass*. Videoclip interactivo disponible en <https://stainedglassvideo.com/video/create>.

Red Hot Chili Peppers; Jonathan Dayton y Valerie Faris (2000). *Californication*.

R.E.M.; Tarsem Singh (1991). *Losing My Religion*.

R.E.M.; Katherine Dieckmann (1991). *Shiny Happy People*.

R.E.M.; Garth Jennings (2001). *Imitation of Life*.

Rihanna feat Jay Z; Chris Applebaum (2007). *Umbrella*.

Rihanna; Anthony Mandler (2012). *Diamonds* .

Rihanna (2012). *Diamonds* (Lyric video).

Robbie Williams; Vaughan Arnell (2002). *Feel*.

Robin Thicke feat. T.I. y Pharrel Williams; Diane Martel (2013). *Blurred Lines*.

Sia; Sia y Daniel Askill (2014). *Chandelier*.

Sia; Sia y Daniel Askill (2015). *Elastic Heart*.

Sinéad O'Connor; John Maybury (1990). *Nothing Compares 2U*.

Ska-p (2009). *Niño soldado*.

Slipknot (1999). *Scissors*.

Smash Mouth; McG (1999). *All Star*.

Sum41; Marc Klasfeld (2001). *Fatlip*.

Supergrass; Dom & Nic (1995). *Alright*.

Tame Impala; Joe Pelling y Becky Sloan (2012). *Feels Like We Only Go Backwards*.

Tame Impala; Canada (2015). *The Less I Know The Better*.

Taylor Swift; Declan Whitebloom (2012). *We Are Never Ever Getting Back Together*.

The Black Keys; Jesse Dylan (2011). *Lonely Boy*.

The Buggles; Russell Mulcahy (1979). *Video Killed The Radio Star*.

The Cranberries; Samuel Bayern (1994). *Zombie*.

The Cranberries (1993). *Dreams*. Versión 1.

The Killers; Sophie Muller (2004). *Mr. Brightside* (versión 1).

The Offspring; Yariv Gaber (1999). *The Kids Aren't Alright*.

The Police; Derek Burbidge (1978). *Roxanne*.

The Police; Godley & Creme (1983). *Every Breath You Take*.

The Rolling Stones; Bruce Gowers (1976). *Fool to Cry*.

The Strokes; Roman Coppola (2001). *Last Nite*.

The Verve; Walter Stern (1997). *Bitter Sweet Symphony*.

Toto; Steve Barron (1992). *Africa*.

Twisted Sister; Marty Callner (1984). *We're Not Gonna Take it*.

Twenty one pilots; Reel Bear Media (2015). *Stressed Out*.

U2; Meiert Avis y Matt Mahurin (1987). *With or Without You*.

Veintiuno; Gorka Hopkins (2018). *Dopamina*.

Vetusta Morla; Enrique Torralbo (2015). *Cuarteles de invierno*.

Weird Al Yankovic; JayLevey (1984). *Eat It*.

Ylvis, Ole Martin Hafsmo (2013). *The Fox*.