

Imaggen

Artes Letras Espectáculos. CONAC. CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA.

N° 100-23. Caracas, octubre de 1986. P.V.P. Bs. 5

AÑO INTERNACIONAL DE LA PAZ



Emilio Boggio. Llega la Tempestad, 1910

BOGGIO VISTO POR VICENTE GERBASI

ANTOLOGIA DE POESIA PERUANA
RELATOS DE GUILLERMO MORON
AUITA DE ALFREDO ANZOLA

EL VIDEOCLIP EN LA INDUSTRIA DEL DISCO

¿UN NUEVO INTENTO DE CARGAR LOS DADOS?

Para algunos comunicadores sociales los antecedentes más remotos del videoclip estarían ubicados en los años treinta y cuarenta, específicamente, en las películas musicales de Hollywood, en donde las grandes orquestas significaban el atractivo fundamental. El cine musical surge en el año 1927 y ya en 1942 el 40% de los films norteamericanos correspondían a este género. En su trama contenían momentos claves, centrados en la interpretación "ilustrada" de una canción y se pueden señalar ejemplos como los nombres de Bing Crosby, Frank Sinatra, y las películas "Calle 42", "Cantando bajo la lluvia", entre otras. En este mismo orden de ideas, en América Latina se podrían mencionar a las películas de Gardel y a una parte de la filmografía mexicana. En los años cincuenta convendría citar películas en las que tomaron parte Bill Haley, Dion, Fabian, Anette Funicello, Elvis, Jerry Lee Lewis, Little Richard, etc.

Para otros actores sociales, participantes de algún rol dentro del entramado industrial vinculado al fenómeno, el origen del videoclip musical debe indagarse en la década de los sesenta. En los Estados Unidos, los musicales de T.V. adquirieron importancia progresiva porque presentaban a los artistas que la radio y los discos hacían atractivos a través de sus canciones de moda. En un primer momento, se llevaba a los grupos o solistas a los estudios, pero luego, en la segunda mitad de la década, serían proyectados en cine y televisión los llamados "films-clip", a pesar de que la primera modalidad todavía prevalecía. En esta época surgieron varias películas con el concepto de "música para los ojos", en donde aparecieron o se consolidaron grandes figuras del mundo discográfico: "Elvis", Los Beatles, Rolling Stones, Los Bee Gees, Doors, Paul Revere and The Raiders, Cream, entre otros. *

...Los ejemplos de Los Beatles ya formaban parte de la historia musical contemporánea porque quién no recuerda "A hard days night", "Help", o quizás la más significativa, a mi juicio como ejemplo patente de un video-clip, me refiero a "Yellow Submarine". Allí fueron explotadas al máximo las figuras

o caracteres del video-clip, en este caso animado y acompañado de imágenes acompañadas, de colorido y movimiento. (1)

En los albores de los setenta, las grandes casas discográficas realizaron sencillos trabajos en material filmico que servían para ser utilizados como respaldo en conciertos, en los programas musicales de T.V. y en el cine. En la mitad de esa misma década las compañías del sector comenzaron a darle una importancia sin igual a los comerciales de T.V. para la venta de sus productos. Concomitantemente, empezaron a enviar video-clips de ciertos temas como apoyo a su promoción radial y escrita. Algunos artistas hoy día consagrados, vieron nacer sus carreras en esta etapa embrionaria.

En la década actual, el videoclip se difundió profusamente, con inusitada intensidad. Al exitoso MTV ("Music Television"-U.S.A.), el primer Canal de T.V. exclusivamente dedicado a este tipo de videos, le seguirán otros como VH-1 y Black Entertainment. MTV alcanza una cifra de veinte y seis millones de hogares, en donde sus respectivos usuarios tienen derecho a cincuenta y siete canales **. Desde el año 1983, en Europa existen canales de "T.V. por cable" dedicados al video musical. Las grandes cadenas de T.V. de los Estados Unidos y los canales locales de Europa, gradualmente dedican más espacios de sus horarios estelares a la transmisión de estos videos.

Ahora bien, sería un craso error inquirir la significación del videoclip sin relacionarlo con otras industrias culturales y/o comunicacionales, y particularmente, con la industria discográfica. Las industrias señaladas se han convertido en parte de un sistema mundial oligopólico y por tal proceso histórico han tendido a la concentración, a través de la integración horizontal y vertical, y la diversificación de sus actividades (2). Se conforman así distintos conglomerados multimedia. Todas estas manifestaciones tienen sus expresiones en los países de asiento de las multinacionales del disco y también, a nivel local.

En el año 1980 las compañías discográficas que "dominaban" el escenario comercial venezolano eran: La Discoteca, Velvet de Venezuela, Palacio

de la Música, Polydor S.A. y Discomoda (3). Cinco años más tarde, Sonográfica y Sonorodven ocupaban el 58% del mercado local (4). Para ello, recurrieron a voraces prácticas monopolísticas, liquidando y absorbiendo a las empresas más débiles del ramo. Estas dos grandes disqueras forman parte de verdaderos conglomerados, y su asociación directa con canales comerciales de T.V. les ha permitido emprender campañas millonarias de publicidad. A las demás disqueras les resulta oneroso la compra de espacios publicitarios en la T.V., inclusive a la única que funge, estrictamente, de filial de una multinacional como la CBS/COLUMBIA C.A. de Venezuela. Debido a la relación que mantienen con las industrias televisivas y del video, Sonográfica y Sonorodven poseen muchísimas facilidades para la producción de los videoclips***, los cuales son utilizados, a posteriori, para la elaboración de cuñas publicitarias de los discos en cuestión. El videoclip ha coadyuvado a la penetración de estas empresas en el mercado latinoamericano. En Venezuela, estos productos culturales son transmitidos, fundamentalmente, por los programas especializados en el género ("Busque la Música" y "VideoHit") y por ciertas secciones de algunos programas de variedades ****. También se han adosado al final de las telenovelas, lugar donde han cumplido cabalmente su papel en la promoción de nuevos títulos y el lanzamiento de cantantes. Esta última idea fue rodaba de la televisión brasileña y mexicana.

La industria discográfica posee características sui generis, entre ellas, resulta pertinente apuntar aquí que como producto cultural editado o mercancía cultural (5), la valorización económica del disco en un mercado tiene un carácter marcadamente aleatorio. No obstante, los fabricantes han logrado limitar los riesgos de la producción con diversos mecanismos. El videoclip constituiría una de las armas, en este caso, un mecanismo de promoción, tendente a reducirlo azarístico del negocio, un nuevo intento de cargar los dados. De allí su auge y dinamismo.

Otro aspecto de la industria del disco que gravita sobre el fenómeno novísimo del videoclip es el cumplimiento dentro de la misma, de una de las leyes de la producción cultural; para demos-

trar la unicidad del producto es necesario atribuirlo a un creador singular. En el seno de esta empresa la creación es colectiva, pero, para el público, la vedette aparece siempre como el o la única creadora. La comercialización de un disco de variedades se apoya en la transformación del cantante en un gran artista. De allí la acogida recibida, localmente, por los cantautores, cantantes, de cantantes que son simultáneamente músicos. El ídolo (solista o grupo) pasa a ser el soporte de la proyección-identificación del público.

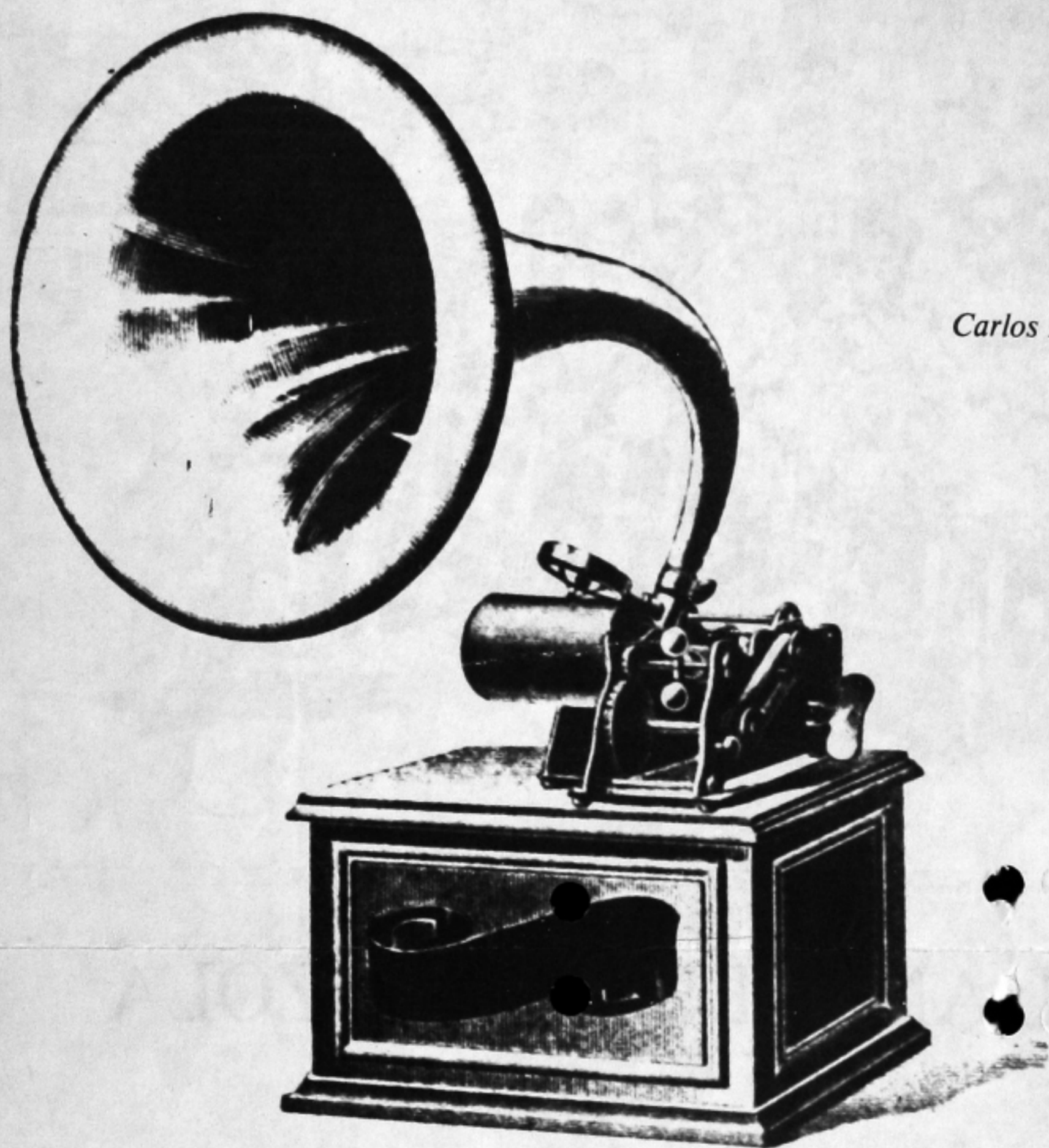
... El director artístico es el encargado de modelar en gran parte el ídolo sobre el que se proyecta una parte de los deseos del público... en función de su propia anticipación de los gustos de la clientela, interviene en la fabricación de la canción y crea la imagen de la vedette... (6)

El videoclip ha sido impulsado por la necesidad de promover a los artistas y su música, por parte de las disqueras. Esta ligado a la actual estrategia de promoción multicanal y al peso adquirido en este juego por la T.V. ... "La radio lanza el disco hacia el posible hit pero después el cine y la T.V. acaban imponiendo la imagen y el modelo de vida". (7). En Estados Unidos y en algunos casos, en Europa, el lanzamiento de un nuevo título disquero se realiza paralelamente con el videoclip correspondiente, fichas, ropas, y la respectiva campaña publicitaria. Este novedoso instrumento se convirtió ya en el requisito necesario del éxito comercial de un tema musical. Además, se ha presentado una situación insólita; nuevos artistas consiguen cifras de ventas altísimas en su primer esfuerzo.

El videoclip es la expresión visual, sobre un soporte específico de producción y/o difusión —el video—, de un elemento preconcebido, el tema musical.

Los videoclips no son necesariamente realizados con técnicas específicas del video, ya que una gran cantidad de estos utilizan para su producción, y como soporte básico, las emulsiones o películas cinematográficas; en otras palabras, son filmados y no grabados.

Podríamos hablar entonces, de cine-clips, en lugar de video-clips, pero el



Carlos Eduardo Colina

segundo término es el más válido, debido a que si estos son filmados, a la hora de la posproducción o edición, la película es transferida a una cinta de registro magnético y su posterior tratamiento y técnicas a utilizar son las propias de la tecnología del video.

Esto no es excluyente, puesto que algunos clips son totalmente realizados en cine, tanto su producción como su posproducción, pero sus medios de difusión primordiales son el video, la televisión, por lo que siempre culminan siendo transferidos al soporte magnético. (8).

El videoclip es un modelo de expresión que utiliza un lenguaje informal y técnico, que puede incluir dramatización y relatarnos una historia parecida a la que nos cuentan nuestros sueños nocturnos. Imágenes en movimiento, condensación, desplazamiento, prevalencia del todo sobre las partes. Se trata muchas veces de otra lógica temporal y espacial; ¿surrealismo?, ¿daísmo?, ¿futurismo? Los videoclips no responden a modelos narrativos propios de ningún género o corriente audiovisual. En este sentido parecerían estar en deuda con planteamientos conceptuales provenientes de tendencias pertenecientes a otros géneros artísticos. Con los videoclips se ha producido una modificación radical de los tiem-

pos de lectura audiovisual. En su producción u posproducción resulta notoria la utilización constante de diversos efectos visuales, la presencia predominante de tomas cortas, flashes, luces intermitentes, humo, movimientos bruscos ópticos y de cámara, saltos de eje, y el empleo de disolvencias para el tratamiento de cualquier aspecto, menos para la transición de tiempo y lugar. El movimiento y los efectos pasaron a formar parte del lenguaje de estos videos.

En la pre-producción y producción de un video musical entran en juego los mismos componentes de cualquier producción cinematográfica o televisiva: la iluminación, la escenografía, vestuario y maquillaje, coreografía, entre otros. Pero su proceso de elaboración se distingue de esas otras producciones audiovisuales, en la singular relevancia que adquiere la fase de post-producción. Es la etapa más importante. Además, la edición o montaje se realiza sobre la base los minues o acordes musicales y no de los cortes escénicos o de actuación.

La posibilidad de realización de estos videos se genera con la aparición de ciertos avances tecnológicos de la televisión, el video y la computación, verbigracia, el Cromo Key, el Squeeze Zoom, Quantel, Ado, computadores gráficos, generadores de caracteres,

editores informatizados, etc. La mayoría de estos equipos conforman un departamento de Postproducción complejo y moderno.

Como ejemplos típicos de los videoclips producidos por la infraestructura de la nueva industria cultural tendríamos:

... THRILLER de Michael Jackson, bajo la dirección artística y cinematográfica de John Landis y YOU MIGHT THINK del grupo Cars, ganador del mejor video en 1984... Ambas son grabaciones complicadas con efectos especiales, horas de edición, ambientaciones, decorados y trucos cinematográficos. ...lo que hoy en día se hace en esta materia se ha influenciado por estos dos videos". (9)

Otros videos musicales que han adquirido popularidad por su finalidad, han sido "USA POR AFRICA", "CANTARE CANTARAS", y "SUN CITY".

Huelga decir que el estilo o algunos elementos del lenguaje de los videoclips están incorporándose a otros ámbitos de la comunicación de masas como la publicidad y ciertos programas como "Miami Vice".

Ultimamente, se han cuestionado por ser virtuales estimuladores de violencia, sexo, androginia... "lo perverso". Sin embargo, el punto de partida de la

crítica es moralmente tradicional, y por tanto débil, vulnerable. No se trata de establecer relaciones entre esos factores y el control social, el poder. En el caso de la androginia podríamos preguntarnos si algunos inquisidores de la misma, no estarán en el fondo identificados con el mantenimiento de su opuesto, es decir, la estereotipia sexual masculino-femenino, y si otros, no desearán sostener a como dé lugar valores y esquemas de relación humana vinculados a sus paradigmas de interpretación psico-social.

NOTAS.

- (1) Marco Antonio Lacavallerie: La Historia del Videoclip, Caracas, Fundación Nacional de Ciencias y Artes del Cine y la T.V., mimeo, agosto 1981, p. 1. Primer Seminario Festival Latinoamericano del Videoclip.
- (2) P. Flichy: Las multinacionales del audiovisual, Barcelona, Editorial Gustavo Gili S.A., 1982, p. 137.
- (3) Cees J. Hamelink: La aldea transnacional, Barcelona, Editorial Gustavo Gili S.A., 1981.
- (4) Jesús M. Aguirre: "Notas sobre la industria de la música en Venezuela", Boletín Comunicación N° 32: Música e Industria Cultural, Caracas, mayo/junio 1981, p. 15.
- (5) Carlos Colina: El caso del disco en Venezuela, Lima, I.P.A.L. Centro de Estudios sobre Cultura Transnacional, mimeo, 1986, p.p. 32, 34.
- (6) P. Flichy: Op. Cit.
- (7) Ibid., p. 43.
- (8) Jesús M. Aguirre: Op. Cit., p. 22.
- (9) Adolfo Ardizzi y Mónica Maldonado: "El videoclip: lenguaje y técnica" —Capítulo V de la Tesis de Grado—, Caracas, Fundación Nacional de Ciencias y Artes del Cine y la T.V., mimeo, agosto 1981, p. 1. Primer Seminario Festival Latinoamericano del videoclip.
- (9) M.A. Lacavallerie: Op. Cit., p. 2.

(*) De ningún modo pretendimos efectuar un recuento historiográfico más o menos completo. Otras películas musicales de los últimos lustros que podrían mencionarse serían: Heavy Metal, Saturday Night Fever, Vaseline, Gracias a Dios que es Viernes.

(**) MTV es un "canal básico de servicio". Compra los videos que difunde por lo que tiene que introducir comerciales en su programación regular. En la T.V. pagada eso no ocurre.

(***) Para algunos, en Venezuela, el primer videoclip lo realizó Mateo Manaure en 1984 con el tema "Vida Nocturna" del grupo PP'S. Para otros fue Sonográfica con el tema "Puro Deseo de Amar" del grupo Daiquiri. (1983). En el país se han producido videoclips de alta calidad técnica y artística.

(****) Por ejemplo, los programas matutinos "Magazine" y "Complicidades". En los musicales de T.V. se han venido introduciendo y combinándose —así— con las presentaciones en vivo.