

THRILLER Y EL ORIGEN DE LOS VÍDEOS MUSICALES DRAMATIZADOS.

Autor: Gonzalo Martín Sánchez

En 1983 se emitió por primera vez *Thriller*, el famoso vídeo musical de *Michael Jackson* que, aparte de convertirse en un enorme éxito comercial, supuso toda una revolución dentro del mundo de los vídeos musicales, pues marcó el origen de los vídeos musicales dramatizados, aquellos vídeos que, aprovechando la cobertura que les ofrece la canción, cuentan una historia siguiendo la narrativa audiovisual clásica. Entender la importancia de la revolución que supuso *Thriller* para la narración de los vídeos musicales sólo puede comprenderse conociendo el origen y desarrollo de los mismos.

1. Los vídeos musicales

Los vídeos musicales son narraciones audiovisuales realizadas para la promoción de canciones, las cuales les otorgan unidad e independencia. En el vídeo musical, la imagen y la música tienen la misma importancia, y eso obliga a buscar fórmulas para conseguir su mejor combinación y así establecer una relación de armonía entre ellas. Es una búsqueda que ya comenzó el director ruso Eisenstein en sus teorías sobre el Cinematismo: "Trato yo –decía- de hallar los medios indispensables para relacionar al trozo visual (imagen visual) con el fragmento musical" (Eisenstein, 1982, pág. 222).

1.1. Origen del vídeo musical

La historia de los vídeos musicales no se desarrolla de una forma que pudiera considerarse lineal, sino que parte de tres raíces diferentes que, en un momento dado –la aparición de la cadena televisiva MTV-, se unen para formar un tronco único que es el vídeo musical, un tronco que a su vez se dividirá en distintas ramas, los distintos tipos de vídeos musicales que existen, dependiendo de su género. Esas tres raíces son la evolución del género musical cinematográfico, la música en televisión y los *scopitones* y los *sundies*.

1.1.1. Evolución del género musical cinematográfico

La evolución del género musical es, como acabo de decir, una de las raíces del vídeo musical, pero hablar de cine musical lleva inevitablemente a hablar del cine musical de Hollywood, el más importante y el más conocido. Su importancia para la aparición de los vídeos musicales viene dada tanto por las características que le son propias como por determinados acontecimientos que se vinieron produciendo dentro de este género en la segunda mitad del siglo pasado.

El cine musical logra la transformación del mundo en un espectáculo de imaginación en el que la fantasía impone su ley gracias a la música y a la danza, influenciadas por el ballet, la ópera, el circo, la pintura... y, en Hollywood, por Broadway. Esas influencias hacen que se caracterice por tener como hilo conductor un argumento por lo general cómico o dramático en el que la música y la danza se convierten en los centros en torno a los que gira todo. Por su parte, la influencia de la pintura se percibe en la expresión plástica del color, de la luz, del decorado y del vestuario, proporcionando un sentido dinámico a la película, donde danzan la cámara y el espacio, el cual se varía con la finalidad de transmitir el ritmo al espectador que observa la película inmóvil en la butaca (Munsó Cabús, 1997, pág. 3-5).

Un primer cambio interesante del género musical se produjo a finales de la década de los cuarenta con *Un día en Nueva York* (1949), película que marcaría una diferencia sustancial para la concepción del cine musical, pues, a partir de ella, las películas pasarían de ser un simple relato con números musicales a convertirse en un relato complicado a través de la música, la danza, la pintura,... elementos que desde ese momento se convirtieron en esenciales para la puesta en escena y para contar la historia (Munsó Cabús, 1997, pág. 287).

La posterior década de los cincuenta destaca por la aparición de una de las figuras más importantes de la historia de la música, la aparición de Elvis Presley, El Rey, quien supone, para el género musical, el punto de inflexión que llevaría inevitablemente a la aparición de los vídeos musicales.

Elvis no apareció de forma gratuita, sino que representaba el máximo exponente de un nuevo género musical, el Rock, y como tal exponente sirvió de representación de este nuevo estilo, iniciando una revolución socio cultural de múltiples consecuencias, en la que, por otra parte, mucho tenía que ver la aparición del mercado del Lp. La música se convertía en un producto de consumo y, como tal, necesitaría promocionarse. La figura de Elvis se convirtió en un importante reclamo y por eso se entiende su rápida incursión en el cine

forma de tema musical en *The Wild One* (¡Salvaje!), película protagonizada por Marlon Brando en 1953, siendo el verdadero pistoletazo de salida el año 1956, cuando Hill Haley y sus "Comets" aparecieron en el cine y con ellos las primeras imágenes genuinamente roqueras en las películas *Rock around the clock* (1956) y *Don't Knock the Rock* (1956).

Terminaba así la Edad de Oro del musical Americano. Es el un momento en el que el Rock comienza a proveer de grupos y estrellas musicales al cine, en películas cuyos argumentos quedaron reducidos a conciertos, cuya duración, en algunos casos, es superior al de la propia historia que se cuenta (es el caso de *Rock, Rock, Rock* (1956), excusa para números musicales bajo una trama amorosa), y a simples argumentos en los que se tuvieron que representar los números musicales que sonaban con más fuerza en el momento. Hollywood veía en el Rock una forma fácil de ganar dinero que amenazaba con llevar al musical clásico hacia su extinción (Munsó Cabús, 1997, pág. 107). Gracias a su carácter escénico y a su capacidad de inscribirse en el molde clásico de la canción., el Rock se impuso como subgénero, dentro del musical,

A finales de esta década surgieron Los Beatles, grupo que volvió a suponer una nueva revolución (Munsó Cabús, 1997, pág. 259) en el género musical y que tiene gran importancia para el nacimiento del vídeo musical. A partir de este momento, en los 70, el género musical pierde prácticamente su razón de ser para convertirse en un simple medio de vender la música Pop, Rock y discotequera en películas que terminaron abandonando la sintaxis clásica, donde la narrativa no era una excusa para la música, sino que estaba estructurada en relación con ella. El cine musical quedaba ligado a las fiestas en las playas, los bikinis, el surf y los placeres californianos, elementos fundamentales para dirigirse a un público joven.

El tan deseado equilibrio entre la música y la historia se abandonaba en beneficio de la fácil ilustración de la música (Munsó Cabús, 1997, pág. 341). Es lógico que los compositores de música cinematográfica, como es el caso de Mark Evans, se mostraran contrarios a esta moda: "Deploro -dice- la tendencia que hace un simple escaparate de música pop. No veo justificación artística alguna al hecho de que los filmes serios se utilicen para divulgar canciones" (Valls Gorina, 1990, pág. 145).

En las décadas de los ochenta y de los noventa, el género musical vino a menos, quedando reservado prácticamente para los largometrajes de animación. Eran las décadas del auge y expansión de los vídeos musicales.

El género musical terminó ligado a las exigencias y a las modas de la industria musical, alejándose de su propia razón de ser por el hecho de convertirse en el medio de promover canciones y estrellas musicales. Pasó a desempeñar la misma función que realizan los vídeos musicales: servir de medio de promoción para las canciones. Ciertamente es, como ha quedado comprobado, que Hollywood realizó este cambio en la concepción del género musical como una forma de ganar dinero gracias a la seguridad que aportaba la presencia de las estrellas musicales en las películas en una época, los años cincuenta, marcada por el miedo a la televisión y al descenso de espectadores cinematográficos que ésta produjo. Recurrir a las estrellas musicales desvarió hacia la total subordinación de la película a la canción, convirtiéndose la primera en la vía más fácil y segura de promocionar la segunda. Hollywood necesitaba éxitos porque temía a la televisión y la televisión se convirtió en otro potente medio de promoción de la música. Es ésta otra de las vías que llevarían hacia el surgimiento de los vídeos musicales.

1.1.2. La música comercial y la televisión

Otra de las raíces de los vídeos musicales se encuentra dentro de la relación entre música y televisión, la cual se produce porque, al igual que ocurre con su fuente de inspiración que es la radio, la televisión se limita a servir como instrumento de comunicación y de exhibición de la música, en beneficio de una popularidad más rentable. Al igual que ocurriera con el cine, la incorporación de la música a la televisión resultaba una fórmula de éxito, por la presencia de figuras conocidas del mundo musical. El desarrollo de la música en la televisión viene marcado por el paso de las simples representaciones en directo, las cuales se limitan únicamente a mostrar a los intérpretes, a los elaborados vídeos musicales (Creeber, 2001, pág. 89). El espectro entre estos dos polos está compuesto por actuaciones amenizadas con luces, efectos de cámara y efectos de edición que permiten el uso de sobreimpresiones que muestran a los músicos de frente y de perfil, técnica que ha quedado como un elemento rutinario e inamovible, cuya única función es impedir la monotonía de los cuadros fijos, quedando muy lejos de ser una expresión de las posibilidades de la TV (Baget, 1965, pág.101). La proliferación de música en televisión inauguró la nueva forma audiovisual que suponen los vídeos musicales.

La música, las interpretaciones musicales, en televisión siempre ha tenido su espacio reservado en la parrilla de programación en forma de programas musicales que son aquellos en los que intervienen actuaciones de solistas cantantes y grupos musicales. En esos programas, inicialmente, el sonido se registraba

en directo, con las dificultades técnicas que ello suponía, lo que hacía imprescindible la figura del asesor musical, cuya labor consistía en localizar, por los diversos canales, los diferentes instrumentos y voces, facilitando y orientando la labor del técnico de sonido encargado de la mezcla. (Beltrán Moner, 1984, pág. 35).

El éxito de la representación de números musicales, los cuales se llevaban a cabo en el plató o en los estudios de la cadena, residía en que ofrecía la posibilidad a las audiencias de poder ver las actuaciones de sus estrellas favoritas con la magia del directo. Con la llegada del Rock, la música popular no sólo se volvió más estridente, sino que dio más importancia al aspecto visual -los famosos movimientos de pelvis de Elvis, sin ir más lejos- encaminado hacia una imagen estilizada con la que los músicos influenciaban a los jóvenes para estandarizar su gusto hacia el mercado musical. La imagen de los músicos comenzó a cobrar gran importancia como elemento promocional y qué mejor método para conseguirlo que apareciendo en televisión. La peculiar forma de ser de los músicos, su comportamiento y sus innovadores vestuarios constituyen, junto a su música, la forma de atraer al público joven. Eso que antes se buscaba conseguir con las representaciones televisivas, hoy se consigue con mucho más éxito en los vídeos musicales (Creeber, 2001, pág. 89).

El formato de los programas musicales que consisten en la presencia de los músicos en el estudio interpretando su canción más famosa del momento viene dado por el programa *American Bandstand*, que se emitió desde 1957 hasta 1989 en la cadena americana ABC. Dicho programa estableció el formato que se ha venido siguiendo desde entonces y que ha ido evolucionando hasta el formato de los programas musicales de la actualidad, en los cuales se cuenta con la presencia de público en el plató, con las representaciones en directo y con la emisión de actuaciones ya grabadas. Los vídeos musicales heredan la puesta en escena de estos programas para mostrar a los cantantes interpretando la canción mediante un primer plano frontal mirando a cámara, apelando al espectador.

La importancia de la presencia de las estrellas musicales en televisión venía dada, para ellos, por la publicidad que proporcionaba, beneficiando el aumento de las ventas de discos, mientras que para la cadena de televisión suponía una forma rentable de ganar audiencia. Con la aparición de los vídeos musicales se facilitó la posibilidad de que los músicos pudieran realizar múltiples apariciones en televisión, lo que a su vez suponía un ahorro en el coste y en el esfuerzo de las actuaciones en los estudios de televisión. La música en televisión terminó por convertirse en puras promociones musicales.

Esta promoción que realizaban los vídeos musicales derivó en la fórmula para que cada vez más y más grupos quisieran venderse a través de la televisión, convirtiendo a la música en un elemento casi de primera necesidad, especialmente para el público joven, lo que permitía afianzar su audiencia. Sin embargo, las cadenas generalistas no podían dedicar excesivo tiempo a los vídeos musicales por el limitado espectro social al que éstos llegaban. La solución llegó con la aparición de la MTV en 1981 (Creeber, 2001, pág. 89), cuyo éxito se refleja en la proliferación de cadenas exclusivamente dedicadas a este producto audiovisual.

El paso de las representaciones en directo a los vídeos musicales no se produjo de forma brusca, sino que se debió a la cada vez mayor pasividad de los cantantes por cantar, suena algo extraño, pero se empezó a dar más importancia a la imagen que a la música, que pasó a ser un producto de laboratorio, encaminado a convertirse en un producto de éxito de consumo, en vez de preocuparse por el aspecto puramente musical. Ello trajo consigo una estandarización del esquema musical. La creatividad se tradujo en una intensa labor de postproducción de las canciones, lo que propició que no llegara a ser realizable al cien por cien en las actuaciones en directo que se realizaban en los programas de televisión. La solución venía en forma de *play back*.

1.1.2.1. Play back

El *play back* es el recurso que terminó con las actuaciones en directo en televisión y que lleva a la exaltación de la música pregrabada ya editada, hasta tal punto que se puede considerar como un suicidio del cantante y de los miembros del grupo musical, debido a su renuncia a toda forma de improvisación y de sinceridad artística para ampararse bajo la seguridad del disco que, sincronizado con mayor o menor fortuna con los movimientos de su boca, les evitan los peligros de un fallo ante las cámaras (Bagef, 1965, pág. 109).

Si se deja de cantar en directo en beneficio de la música grabada, parece mucho más interesante la realización de un montaje de imágenes que una falsa interpretación. Mientras los cantantes se amparen bajo el escudo del *play back* para no caer en errores, las interpretaciones televisivas carecen de todo sentido, y eso beneficia el desarrollo del vídeo musical.

De esta forma queda clara la evolución de la representación de las actuaciones musicales en la televisión. Sin embargo, el formato del vídeo musical no vendría por este camino, sino que vendría dado por lo que se puede considerar como los antecesores más directos de los vídeos musicales: los *soundies* y *scopitones*.

1.1.3. *Soundies* y *Scopitones*

Estos aparatos eléctricos fueron concebidos expresamente para poder visualizar representaciones musicales de forma independiente, al igual que ocurría con el tocadiscos y, primeramente, con el gramófono, diseñados para permitir escuchar la música en el momento deseado. En cierto modo representaban una libertad para poder disfrutar de la música acompañada de imágenes cuando uno quisiera, lo que ocurre es que, dadas sus características técnicas, esa libertad quedaba reservada sólo para los lugares en que estos aparatos se encontraran.

1.1.3.1. *Soundies*

En los años cuarenta apareció el *Jukebox* o *Panorama Soundie*, que consistía en un proyector con altavoces en el que se podía ver la representación de una canción seleccionada de un variado repertorio en el que se podían encontrar extractos de números musicales fílmicos o representaciones de números musicales registradas expresamente para ello (Durá Grimalt, 1988, pág. 25). Podían considerarse como una nueva versión de los nickelodeones de Edison de principios del siglo XX.

El contexto en que funcionan los *Soundies* fueron los bares norteamericanos desde 1946 hasta finales de los años cincuenta. Los *Soundies* generalmente se centraban en la gesticulación del cantante, pero permitían la edición de las imágenes y la incorporación de efectos visuales que amplificaran la sensación rítmica, convirtiendo a este ingenio en un claro precedente del vídeo musical, pues el número musical era una unidad comunicativa cerrada e independiente, a diferencia de lo que ocurría con la justificación dramática que debía producirse en el género musical.

La desaparición de este artefacto se debió principalmente a la expansión de la televisión durante los años cincuenta porque el televisor se convirtió en uno de los principales reclamos de los bares, provocando que los *Soundies* dejaran de tener utilidad (Durá Grimalt, 1988, pág. 26-27).

1.1.3.2. *Scopitones*

Puede considerarse a los *Scopitones* como la versión mejorada y evolucionada, ya en los años sesenta, de los *Soundies*, sólo que su desarrollo no se produjo en los Estados Unidos, sino en Francia, donde se aprovechó para la difusión de la música que no tenía salida en la televisión, la música alternativa. Los *Scopitones* se convirtieron en un verdadero campo de experimentación de las representaciones audiovisuales de la música que lo constituyen como un verdadero precursor de los vídeos musicales, pues "no pretendían ser un mero registro de la actuación de un grupo. Reclamaba una entidad propia a través de un relato breve, condensado y discontinuo, que mantenía un desarrollo autónomo respecto a la canción y al mismo tiempo imbricado en ella" (Durá Grimalt, 1988, pág. 29). Queda patente la herencia que dejaron al vídeo musical estos productos creados para los *scopitones*, una herencia que se enriquece por el interés que los realizadores franceses pusieron en ellos. Su influencia se materializa en la ruptura del espacio y del tiempo que se traduce en la discontinuidad que permite presentar, sin ninguna aparente justificación, la figura del cantante o de los componentes del grupo musical dentro de una narración que se construye siguiendo el ritmo de la música. No es ningún error confundir los *Scopitones* con los vídeos musicales, su única diferencia radica en el medio de difusión

2. El nacimiento del vídeo musical

Llegados a este punto puede entenderse la aparición del vídeo musical como la síntesis de los factores descritos: el género musical aportó la forma de incluir la música dentro de la narración, lo que es fundamental para los vídeos musicales dramatizados, y su propia evolución propició la justificación para la existencia de los vídeos musicales debido a la función promocional que adquirió este género cinematográfico, que olvidó su forma de ser acercándose a su casi extinción. Los vídeos musicales sustituyen la función del cine musical gracias a que son piezas exclusivas para cada canción, permitiendo buscar distintas estrategias para lo que es la venta de un álbum entero, y poseen unos canales de difusión que aseguran una audiencia más numerosa, gracias al gran número de veces que se repiten en la televisión porque el vídeo musical permite a la televisión emitir las canciones de más éxito del momento sin tener que contratar a los cantantes o grupos para que las representen. Se produce una relación simbiótica entre los grupos de música y la televisión que

permite a ésta beneficiarse de la audiencia que atraen las canciones y los grupos musicales de moda, quienes a su vez ven una forma rápida, fácil y potente de promocionarse.

La televisión quedó consagrada como un importante medio de promocionar la música, utilizando la fórmula que aportaban los *soundies* y los *scopitones*. Fueron estos inventos los que aportaron los pasos para poder amenizar la audición sonora mediante el uso de narraciones visuales, apoyadas en el lenguaje del cine musical, constituyendo de esta forma la base de lo que son los vídeos musicales. En el paso de las realizaciones dirigidas a los *scopitones* a la televisión tuvo que ver mucho un grupo musical que ya he mencionado al tratar sobre la evolución del género musical. Ese grupo son Los Beatles (The Beatles).

Los Beatles se convirtieron, en 1964, en el primer grupo de música que recurrió a las posibilidades de la imagen para la promoción de su música sin buscar justificaciones narrativas con *A Hard Day's Night* (Qué noche la de aquel día), película dirigida por Richard Lester, en la que se encuentra la semilla que alejará a estas producciones promocionales de la música del género musical cinematográfico, para aproximarlas a lo que será el vídeo musical mediante el recurso de los efectos especiales, los juegos espacio-temporales proporcionados por los saltos de *raccord* y la utilización de distintos formatos dentro de la pantalla (Pérez Jiménez, 1995, pág. 167). El éxito de Los Beatles se convirtió en un impresionante fenómeno social, por lo que no resulta extraña su inmediata incorporación al terreno cinematográfico y televisivo. Tal es así que pasaron, junto con Elvis, de ser simples precursores de las películas promocionales de sus canciones a realizar uno de los primeros vídeos musicales, *Strawberry Fields Forever*, realizado en 1967 expresamente para televisión y en formato vídeo, lo que constituía una completa rareza e innovación para la época, pero que anticipaba lo que serían después los vídeos musicales. Con Los Beatles quedaba marcado el inicio y desarrollo de una clara y definida cultura adolescente caracterizada por unas particulares ideas culturales que han durado desde entonces y para la que la música se convierte en una vía de escape (Ann Kaplan, 1987, pág. 2).

Tras *Strawberry Fields Forever* comenzaría el desarrollo de los vídeos musicales tal y como son en la actualidad, gracias a su difusión por televisión. En ese desarrollo tuvo mucho que ver el grupo británico Queen, que terminaría por dar el espaldarazo a esta fórmula cuando su canción *Bohemian Rhapsody* alcanzó el número uno de ventas en Gran Bretaña en 1975, al ser apoyada desde la BBC con un vídeo musical realizado por Bruce Gowers.

La carrera de los vídeos musicales ya sería imparable y se vería impulsada en 1981 por la aparición de la primera cadena dedicada exclusivamente a la difusión de vídeos musicales las 24 horas del día: la MTV (Music Televisión), perteneciente a Warner Communications y que se inauguró con la emisión del significativo vídeo musical *Video Killed the Radio Star* (El vídeo mató a la estrella de la radio, 1979) de *The Buggles*, realizado por Russel Mulcahy. Desde ese momento, los vídeos musicales comenzaron a ser objeto de atención masiva por parte del público, propiciando el surgimiento de cada vez más cadenas dedicadas exclusivamente a la emisión de vídeos musicales, llegando el caso de que incluso las de carácter generalista les dedican un espacio semanal o incluso diario (Pérez Jiménez, 1995, pág. 167).

El camino hacia el vídeo musical era, pues, inevitable desde el momento en que la música se convirtió en un importante producto de consumo. La búsqueda de espectadores dio lugar a nuevos tipos de realización audiovisual que rompían con la norma establecida. En este sentido el vídeo musical supuso un punto de inflexión en la narrativa lineal para entregarse a la elaboración y manipulación intensiva de la imagen, haciendo dueño de su estética al *scratch* (repetición de un suceso) y al *collage*, que demuestra la importante fuente de inspiración que supuso el videoarte, que no sólo se traduce en la parte estética, sino que también afecta a su construcción, donde se tiene más en cuenta el *zapping* que el *raccord*, debido a las propias características de los espectadores del vídeo musical, quienes poseen una gran experiencia frente al televisor.

"Al apropiarse de la estética del *scrach* y al reflejar el estilo fragmentado de *zapping*, los vídeos musicales son perfectos para el gusto de los sectores de la audiencia más ilustrados audiovisualmente, pues, para alguien que no está acostumbrado a la televisión, es difícil entender el baile de imágenes, los saltos de espacios, la ubicuidad de los intérpretes y el montaje que ofrecen los vídeos musicales" (Pérez Jiménez, 1995, pág. 171). La nueva estructura audiovisual que supone el vídeo musical lo convierten en un microrrelato repleto de *sensaciones* generalmente tratado desde una perspectiva apocalíptica y "su preocupación por el marketing promocional lo distancia de la grandeza de su biografía heroica, por la fuerza de la seducción retórica" (García Jiménez, 1995, pág. 247). El vídeo musical rechaza la narración clásica y se zambulle de lleno en la narración experimental, en el videoarte.

El sonido y la imagen se convierten en la esencia de la experiencia cinematográfica, como decía Einsestein, pues el sonido intensifica el movimiento de la imagen. En el caso de los vídeos musicales, la relación entre los dos elementos afecta también a la estructura y, no sólo por el hecho de que la música afecta al tiempo de la

enunciación al delimitarlo con su duración, sino que afecta al orden, duración y frecuencia del discurso narrativo (García Jiménez, 1995, pág. 256), disponiendo el ritmo que lo convierte en lo que se podría considerar como un musical urbano de ideales consumistas y representativo de la unión entre dos mundos expresivos como son la música y la imagen. Su unión supone una nueva forma narrativa que no busca la disolución de los viejos códigos de la linealidad narrativa, sino que trata de conseguir otros totalmente nuevos y acordes con lo que supone el discurso en el vídeo musical. El vídeo musical promociona los dos elementos más importantes de los músicos o de los grupos musicales: su música y su imagen.

La indisoluble unión entre la imagen y la música consigue que ésta libere a la imagen de constricciones narrativas que quedan superadas por la evolución del lenguaje audiovisual que el vídeo musical produce a partir de su constante búsqueda de nuevos recursos y formas en todas las producciones audiovisuales. Ya a comienzos de los 60 se podía atisbar este panorama en el cine, lo que Christian Metz, aproximándose a las teorías de Vertov y su cine-ojo, considera como una *desdramatización* del relato producida por un intento de aproximarse de forma más directa a la realidad: "Un cine del cineasta y no del guionista (...) un cine del *plano* que vendría a desterrar al viejo cine que galopaba plano en plano, el cine directamente narrativo. O un cine de la libertad, abierto a múltiples lecturas, un cine de la *contemplación* y de la *objetividad*, que rechaza los encadenamientos autoritarios y unívocos del filme clásico, que rechaza al teatro, sustituyendo la *puesta en escena* por la *puesta en presencia*" (Metz, 2002, pág. 208).

Los vídeos musicales también muestran una enorme fragmentación temporal y espacial que es heredada del *collage* electrónico del videoarte y que se justifica gracias a la fragmentación que impone la propia estructura de la canción, con lo que se consigue visualizar la música y sentir la imagen (Rae Huffman, 1987, pág. 74). En los vídeos musicales, las convenciones del cine clásico de Hollywood son superadas constantemente con el propósito de mostrar cómo en un vídeo, que inicialmente pretende recordar esas convenciones, no se cumplen precisamente por la relación entre música e imagen que llevan a ello, pues el sonido de la canción es prioritario a las imágenes que acompañan a la música (Ann Kaplan, 1987, pág. 123). La ruptura frente a las convenciones clásicas se convierte en norma instaurada para los vídeos musicales, pero que, como norma que es, no se tiene porqué cumplir, pues la narración basada en las relaciones de música e imagen también pueden realizarse respetando las bases de las convenciones de la narrativa clásica de Hollywood, sólo que de una forma evolucionada y estilizada por las influencias ya mencionadas. Estos vídeos que guardan mayor relación con la narrativa clásica son los dramatizados.

3. El vídeo musical dramatizado

Los vídeos musicales muestran una narración y para ello se sirven de una u otra forma de las variedades narrativas existentes: retórica, abstracta, categórica y clásica (Bordwell, 1996, pág. 149), las cuales son elegidas por el realizador dependiendo de la estética que se quiera dar y de la historia que se quiera contar. Los vídeos que buscan una concienciación del público, los que tratan de difundir un mensaje y no simplemente contar la historia, suelen recurrir a la narrativa retórica y a la asociativa. La narrativa abstracta y la categórica suelen ir de la mano en los vídeos musicales que se limitan a ser una representación de la canción por parte del grupo musical, pues éstos se limitan a mostrar los detalles más llamativos mediante juegos visuales que evitan la monotonía de ver una simple representación. Y, por último, queda la clásica, la narrativa más ligada a normas y convenciones. Los vídeos musicales dramatizados que emplean la narrativa clásica son aquellos que cuentan historias presentando "una cadena de relaciones causa-efecto que transcurre en el tiempo y en el espacio" (Bordwell, 1995, pág. 65).

La narrativa clásica consiste en una configuración específica de opciones normalizadas para representar la historia y para manipular las posibilidades que ofrecen el argumento y el estilo. En virtud de manejar el espacio y el tiempo, la narrativa clásica convierte el mundo de la historia en una construcción internamente coherente y consistente para la acción. Se caracteriza por presentar un personaje con unas características bien definidas que tiene que lograr un objetivo. Este personaje, con quien el público se identifica, es el protagonista y se convierte en el agente principal de los acontecimientos que se sucederán a lo largo de la historia (Bordwell, 1996, pág. 49), la cual se desarrolla en los tres actos bien conocidos (planteamiento, nudo y desenlace).

Los vídeos musicales dramatizados que emplean la narrativa clásica son aquellos donde ésta se adapta a la estructura de la canción, tarea difícil por las diferencias estructurales existentes entre la narración musical y la audiovisual, aunque no imposible. El vídeo musical impulsor de la búsqueda de la narración clásica dentro de los vídeos musicales dramatizados fue *Thriller*.

4. *Thriller* de Michael Jackson

El éxito de este tipo de vídeos musicales radica en el hecho de que el discurso audiovisual dramatizado es lo que más demanda la audiencia porque no tiene que realizar grandes esfuerzos intelectuales para poder comprender, al menos en la parte más superficial, una historia. El espectador participa en el proceso artístico siendo consciente de su manipulación, aceptando el juego del proceso comunicativo audiovisual (Handhart, 1986, pág. 226). De esta forma el vídeo musical dramatizado se convierte en el medio más seguro de atraer y retener a esa audiencia que se busca y que está predispuesta a aceptar lo que se le muestra, con el riesgo de que sus elecciones musicales pasen a ser, de forma inconsciente, las que le dicte la televisión.

El momento en que comienza a apreciarse la importancia de los vídeos musicales dramatizados, que siguen la narrativa clásica, se produjo con la aparición de *Thriller*, vídeo concebido para la promoción del homónimo tema musical de Michael Jackson. No hay duda alguna a la hora de conceder a este cantante el título de ser la figura más importante de la industria del vídeo musical, como lo fue Fred Astaire para el musical cinematográfico (Cohan, 2002, pág. 165), pues fue quien se dio cuenta de la importancia que se debía dar a la elaboración cuidada de los vídeos musicales, sabiendo que el resultado final es lo que más convence al público.

El éxito de *Thriller* demostró a las productoras discográficas lo que podían conseguir gracias a un buen vídeo musical y de esta forma se abrió la vía para los vídeos musicales dramatizados, que desde ese momento el público asociaría con el significado de mayor calidad, sin tener en cuenta para nada el aspecto puramente musical. Surgiría la creencia de que un vídeo musical con una buena factura debería producir la idea de que la música que promociona es buena, que sin un buen vídeo no se puede lograr el éxito de una mala canción. La clave del éxito definitivo se encuentra en la *historia*, que resulta necesaria para cualquier discurso que soporte un argumento. Los vídeos musicales se sirven de la historia para transmitir unos determinados valores y unas determinadas ideas que generalmente van encaminadas a incrementar el deseo consumista de sus espectadores (Ann Kaplan, 1987, pág. 27).

Por eso, realizar un vídeo musical dramatizado conlleva seguir la narrativa audiovisual clásica, teniendo en cuenta sus normas y convenciones, ya que este tipo de narración es la que todo el mundo entiende y por ello resulta necesaria para su promoción, que busca el mayor mercado posible. El riesgo de caer en un cierto clasicismo en la narración se supera gracias a que los vídeos musicales se apoyan en la generación artística de cada momento y está en contacto con las manifestaciones juveniles más innovadoras, salvándolo así de ligarse a ciertas ataduras culturales, característica que convierte a los vídeos musicales en los máximos representantes del espíritu de la época en que aparecen. Su carácter innovador conlleva que al vídeo musical se le reprochen múltiples aspectos desde el punto de vista sociológico, por toda la influencia que puedan producir en su audiencia juvenil, pero lo que no se le puede cuestionar es la aportación estética que para la narrativa audiovisual supone su nueva concepción del espacio, del tiempo, de la edición, del color y de las formas. El vídeo musical posee un lenguaje en el que se mezclan todos los lenguajes audiovisuales porque, en él, todo vale (Pérez Jiménez, 1995, pág. 169).

Cabe señalar de él que, aunque marque el inicio de los vídeos musicales dramatizados presenta muchas diferencias con lo que éstos son en la actualidad. El mejor ejemplo de todo ello es que *Thriller* parodia un género cinematográfico, el de terror, y es que muchos vídeos musicales dramatizados se inspiran en géneros clásicos, especialmente en suspense, terror y ciencia ficción (Ann Kaplan, 1987, pág. 62). *Thriller* nos cuenta una historia que comienza con una pareja que asiste a una película de terror en la que un joven, interpretado por Michael Jackson, se transforma en un hombre lobo que intenta comer a su novia. A la chica, Ola Ray (quien, a su vez interpreta a la chica de la pantalla), la película le parece desagradable y se marcha del cine. El novio, también interpretado por Michael Jackson, sale para acompañarla y ambos pasean por la oscuridad de la noche junto a un cementerio, sin darse cuenta de que las tumbas están comenzando a abrirse. De pronto, la chica descubre horrorizada que se encuentran rodeados por *zombis*, pero su asombro aumenta cuando observa que su novio también es uno de los espectros. Los *zombis*, liderados por su novio, realizan un fantasmagórico baile antes de lanzarse a por ella, quien, en vano, trata de refugiarse en una vieja casa abandonada. En el momento en que va a ser atrapada, en una escena de auténtico cine de terror, la chica se despierta chillando en su casa, por fortuna para ella todo ha sido un sueño, su novio entra a buscarla y se marchan. Sin que ella lo aprecie, él mira sonriente a la cámara y sus ojos se vuelven fantasmales.

4.1. Thriller como cortometraje

La idea de realizar *Thriller* como un vídeo musical dramatizado determinó que en su momento se concibiera como un discurso que lo aproxima a lo que hoy en día conocemos como un cortometraje al modo del cine musical, pues uno de los principales reclamos de Michael Jackson es su forma de bailar. Esta especial concepción del vídeo musical, determinada por ser el primero en considerar la importancia de la

historia, provoca en *Thriller* que la duración del discurso supere a la duración de la canción debido a que ésta sólo interviene en determinados momentos de la historia.

Considerar *Thriller* como un cortometraje, más que como un vídeo musical, se justifica si se atiende al texto con el que comienza: "Due my strong personal convictions, I wish to stress that this film in no way endorses a belief in the occult". Lo que traducido significa "Debido a mis fuertes convicciones personales, quiero señalar que, de ninguna manera, esta película aprueba una creencia en lo oculto"

Desde el principio, Michael Jackson sabía el enorme éxito que *Thriller* iba a tener en el mercado, por eso quiere dejar claro que no realiza ninguna apología de lo oculto y así cubrirse las espaldas en el caso de que se le acusara de ello. Estaba convencido de la calidad de su vídeo musical, pero lo más importante de este texto de presentación no reside en esta visión comercial de Michael, sino que se encuentra en la forma en que define el vídeo musical de *Thriller*. Lo define como *film*, película, en inglés, y no lo define como *video*, *video clip* o *music video* (las formas más comunes de definir a los vídeos musicales en inglés). Hablar de *Thriller* como un *film* tiene una connotación especial y es que, al ser una narración dramatizada, choca con la mayoría de los vídeos musicales que se habían realizado hasta entonces, más próxima a la experimentación narrativa del videoarte o a la simple visualización de los músicos interpretando la música.

4.2. La justificación de la música en la historia

A pesar de que *Thriller* se aproxima más a la forma de un cortometraje musical que a la de un vídeo musical, marca el punto de partida para la realización de los vídeos musicales dramatizados tal y como los conocemos hoy en día. Lo que ocurre es que, al tratarse del primero en aventurarse en este tipo de narración, lo que busca es la mayor justificación de la música en la historia, pues el espectador aún no estaba entrenado para la visualización de este tipo de vídeos musicales.

Como se busca justificar la presencia de la canción, lo que se hace es recurrir a su contextualización, de este modo, al tratar la letra de la canción sobre el tema del miedo y del suspense, *Thriller* recurre a la estética de las películas de terror, a todos sus estereotipos: chico con beisbolera que lleva a la chica en coche y al lugar más alejado de la ciudad, que coincide que es un lugar un poco siniestro y, encima, van de noche. En cualquier película se ha visto que cuando se llega a una escena de estas características, uno o los dos van a morir. Este caso no es distinto y vemos como Michael se convierte en un hombre lobo y ataca a su novia, a la que advierte que se vaya antes de terminar de transformarse.

Sin embargo, y a pesar de tratarse de una escena bastante estereotipada de forma intencionada, se puede apreciar ya cómo se busca un juego con la narración al realizar *Thriller*. Se utiliza una narración audiovisual clásica, pero juega con ella y es que el protagonista de la escena que estamos viendo se llama Michael, igual que el intérprete de la canción. Es más, el intérprete de la canción es el actor que representa a ese personaje. Se pretende, de esta forma, informar al espectador de que lo que va a ver no es una película, un cortometraje, sobre una historia de un a pareja de jóvenes, sino que se trata de un vídeo musical. Están viendo a Michael Jackson dentro de una historia, no a Michael Jackson interpretando al protagonista de esa historia.

El juego continúa porque Michael no sólo no canta, sino que encima se convierte en un hombre lobo que se va a comer a su novia. La narración todavía no nos presenta un vídeo musical, nos está presentando una película de terror en toda regla. El espectador ya no está pendiente de que Michael cante, está pendiente de lo que ocurre en la historia, pues ya se ha conseguido acaparar toda su atención. Pero cuando Michael se va a comer a su novia nos damos cuenta de que es una película que está viendo una pareja en un cine. Pareja interpretada por los mismos que aparecen en la película que están viendo, pero que en el vídeo musical se trata de personajes distintos. Se trata de una puesta en abismo bastante interesante y peculiar por esta característica, que nos lleva a la escena en que la pareja abandona el cine porque a ella no le gusta la película. Todavía no ha habido ninguna pista que diga que estamos ante un vídeo musical, no han cantado ni han bailado, lo que ocurre es que todo este planteamiento obedece a una lógica narrativa, a la búsqueda de una justificación, para que en la historia entre la canción.

En efecto, todo lo que ha ocurrido hasta ese momento tiene como finalidad mostrar que ella tiene miedo, lo que dará paso a que Michael se ponga a cantar, a que comience la parte musical, gracias a que la canción trata sobre el miedo. De esta forma se consigue justificar perfectamente el uso de la canción dentro de la historia que, hasta ese momento, ha sido una excusa para conseguir presentar a dos personajes en la noche y donde él le canta una canción a ella para levantarle el ánimo. Es en ese momento en el que comienza la canción de *Thriller*, la cual se modifica para su interpretación en el vídeo musical y es que, al estar realizado siguiendo los cánones de la narración clásica dramatizada, tiene que adaptarse a ellos, pues obligan a que el ritmo de la imagen y de la historia se encuentren en armonía con la música.

4.3. Transformación de la estructura musical para el discurso audiovisual

La canción de *Thriller* sigue una estructura que responde al esquema musical simple de estrofa-estribillo, estrofa-estribillo, estrofa-estribillo, a lo que se añade, al final, un texto al que pone la voz Vincent Price. Sin embargo, para su adaptación al vídeo musical, se interpretan de forma seguida todas las estrofas al principio y dos estribillos al final. Entre el bloque de estrofas y los estribillos se inserta el texto de Vincent Price. El segundo estribillo se utiliza para los títulos de crédito.

Esta transformación de la canción original se produce porque, para realizar un vídeo musical dramatizado en el que se interprete una canción, la narración clásica tiene que valerse de las herramientas que posee (flash back, flash forward, elipsis, montaje paralelo, etc...), para conseguir adaptarse dentro de esa estructura que le impone la canción y no adaptarse la canción a la narración. Este problema que se plantea a la hora de realizar un vídeo musical está superado en la actualidad, pero *Thriller* es el pionero y se enfrenta por primera vez a un reto de estas características, para el que poseían los mismos recursos narrativos de hoy, pero para el que el espectador aún no estaba familiarizado debido a los altos niveles de condensación retórica audiovisual que supone.

En el caso de *Thriller*, para solucionar este problema de la adaptación de la estructura de la historia a la canción, se recurre a la adaptación de la canción a la historia. De esta forma se distribuyen las estrofas en los momentos más pausados y los estribillos en los más intensos, ya que éstos son la base de su poder expresivo, siguiendo la estructura clásica de los tres actos.

La reestructuración de la canción original se realiza uniendo todas las estrofas, para que sean interpretadas de forma seguida, por Michael Jackson, desde que salen del cine hasta que empiezan a despertar los zombies. De esta forma consiguen que el espectador atienda a las estrofas, pues al ser interpretadas mientras caminan tranquilamente, no se desvía en ningún momento su atención. No ocurre nada en especial en la imagen, el peso de la narración recae en el sonido: en las estrofas de la canción.

Pero *Thriller* posee un texto, el que es leído por Vincent Price, que en la canción se escucha al final, pero que en el vídeo musical es aprovechado para aumentar el dramatismo del despertar de los *zombis* a modo de voz en OFF, contribuyendo a crear el clima de terror que se busca. Su uso evita la utilización de una banda sonora musical diferente de la canción original y que remarcará el dramatismo de la siniestra escena. Pero, además, el uso de la voz y la música que la acompaña (ambas originales de la canción) significa una característica clave dentro de los vídeos musicales dramatizados, y es que dentro de un vídeo la misma canción hace las veces de música diegética, cuando Michael le canta a su chica, y extradiegética, la voz (en OFF) de Vincent Price y la música que le acompaña aumentando el dramatismo en la escena del despertar de los *zombis*.

Ese uso de la canción como música extradiegética da paso a una banda sonora musical que no tiene nada que ver con la canción original y que se emplea para acentuar el momento en que los *zombis* rodean a la pareja y, en especial, para el momento en que ella descubre que Michael es uno, si no el más importante, de ellos. Este uso de una banda sonora "extra" se justifica porque la canción original no presenta ningún momento que pueda servir para acentuar esta anagnórisis. Sin embargo, la música de *Thriller* vuelve a desempeñar la función diegética, para que comience la fantasmal coreografía realizada por Michael y sus *zombis* secuaces. Está tan lograda que imaginas que, si existieran los *zombis*, seguro que bailarían de esa forma.

4.4. La coreografía

Esta siniestra y original coreografía se divide en dos partes bien diferenciadas. En la primera vemos a Michael Jackson caracterizado como un *zombi* y rodeado de otros *zombis* que juntos bailan sobre un fondo musical compuesto por la repetición de un ritmo que mantiene la melodía de la canción. Este interludio realiza la función de dirigir la atención del espectador hacia aquello que Michael Jackson sabe hacer muy bien: bailar. La monotonía de la parte sonora consigue centrarnos en la parte visual y así observar detenidamente el baile de los *zombis*. Es lo contrario que ocurría en la parte de las estrofas musicales, donde la monotonía de la historia, el paseo de la pareja, centraba la atención del espectador en la canción. Esta planificación evidencia un gran interés por buscar y conseguir la armonía de la parte visual y sonora-musical dentro de *Thriller*, lo que demuestra que está bien claro el concepto de lo que debe ser la realización de un vídeo musical: la ya mencionada promoción de la música y de la imagen del músico o grupo musical.

La división de la coreografía en dos partes se explica porque en la segunda Michael canta el estribillo de la canción, por tanto es el momento de mayor expresión, de mayor intensidad, conseguir plasmarlo en

forma de imagen hace necesario ver el rostro de Michael Jackson interpretando la canción, ya que trae consigo que aparezca sin maquillaje, acentuando esa división coreográfica y la necesidad de que el vídeo musical muestre a los intérpretes de la canción en su forma más natural en los momentos más álgidos. La razón por la que se muestra a Michael sin maquillaje reside en el hecho de que de lo que se acuerda la gente de una canción es del estribillo y no conviene que éste les evoque el rostro de un Michael Jackson fantasmagórico. Por eso se realiza la división coreográfica; en la primera parte no canta porque está maquillado, para ofrecer la información de que es el líder de los zombis. Esta división de la coreografía en dos partes vuelve a indicar que se ha realizado un ejercicio intelectual e inteligente para la realización de este vídeo musical, lo que demuestra que es equivocada la generalización de la creencia de que un vídeo musical se limita a ser un montaje de imágenes que sigue los impulsos de la música.

Un último aspecto que merece la pena señalar sobre esta genial coreografía es que, a pesar de seguir los cánones del género musical y de estar inspirado en él, marca respecto a ellos una característica diferencial que es señal inequívoca de los vídeos musicales: la mirada a cámara que proviene de la influencia de la televisión.

Termina el estribillo y termina la canción, pero no la historia porque vuelve la acción, junto con la banda sonora dramatizada. Desde que termina la coreografía, *Thriller* vuelve a adoptar el aspecto de un cortometraje, que se acentúa por la presencia de los títulos de crédito, algo prácticamente impensable hoy en día para un vídeo musical. Lo que ocurre es que los títulos de crédito sirven de excusa para volver a mostrar la segunda parte de la coreografía, sirven para que el espectador vuelva a disfrutar del estribillo, de la parte más dramática de la canción, de la más intensa. De esta forma se consigue que el vídeo musical termine con la canción, dejando un buen sabor de boca al que lo ve y con ganas de volver a verlo y a escuchar la canción.

Como último aspecto que destacar sobre la búsqueda de la ruptura de las convenciones y ataduras del lenguaje que supone el empleo de la narrativa clásica en los vídeos musicales, cabe comentar que al terminar la historia, Michael mira a cámara, pero esta vez no es como característica del vídeo musical recibida de la televisión, sino que realiza un guiño al espectador porque sabe que le hemos visto bailar con los zombis, nos ha mirado mientras lo hacía. Ella cree que todo ha sido un sueño, si ha sido así, no ha tenido un pesadilla, ha soñado un vídeo musical, del que Michael Jackson nos ha hecho cómplices.

5. Conclusiones

Queda claro que en *Thriller* se busca una contextualización para que la música encaje perfectamente en la narración y no para que ésta se limite a realizar una simple ilustración de la música, sino que sea una historia en la que la música es el elemento esencial. Hay que justificar que Michael Jackson cante y baile, por eso, aparte de la música de la canción, tiene que existir otra música que sirva para acompañar esos momentos dramáticos para los que la canción original no tiene cabida.

El uso de una banda sonora musical, aparte de la propia canción de *Thriller*, muestra que el resultado de la herencia del cine musical y que se inspira en esas historias acompañadas de números musicales que hacen avanzar la historia al estilo de la ya mencionada *Un día en Nueva York* (1949).

Thriller abrió el camino para la realización de los vídeos musicales dramatizados que siguen la narración audiovisual clásica y, por tanto, se encuentra con un mundo que por entonces estaba prácticamente por explorar, de ahí que busque su inspiración en el cine musical. De esta forma *Thriller* busca en todo momento la justificación narrativa del tema musical, a pesar de que la canción en el cine es un género totalmente específico y diferente de cualquier otra música porque tiene letra, lo que permite insertarla en la acción o en los diálogos y prácticamente no necesita ninguna justificación para hacer acto de presencia (Valls Gorina, 1990, pág. 140). Esta búsqueda de la justificación narrativa promueve una colaboración armónica entre la música y la imagen, para contar la historia. Esa colaboración produce la defragmentación de la canción original, haciendo que en este caso la estructura de la música se adapta a la estructura narrativa.

Las estrofas se unen entre sí sin que exista ningún estribillo en medio para acompañar el paseo de la pareja. El despertar de los zombis se viene acompañado por la narración que realiza Vincent Price, y que en la canción original se escucha al final. Los estribillos, las partes más intensas de la canción, se reservan para el baile de los zombis y para los títulos de crédito.

Thriller hace pensar que el vídeo musical dramatizado se convierte en una nueva forma de hacer cine musical. En vez de tratarse de un vídeo musical en el que la música delimita el desarrollo y las características del discurso, se trata de un vídeo musical en el que la música pasa a formar parte de la historia, se adapta a

ella, que es la que establece cómo será el discurso. Han pasado muchos años desde entonces y hasta ahora la evolución ha sido rápida. El problema que se planteaba con *Thriller* de la diferencia de la duración del discurso y de la canción se ha solucionado, en aras de la economía narrativa, por el uso de la elipsis. El espectador ha ido aprendiendo el lenguaje audiovisual y se hacen innecesarias ciertas informaciones que son de sobra conocidas (Carrière, 1997, pág 81).

BIBLIOGRAFÍA

ANN KAPLAN, E.: *Rocking Around the Clock. Music Television, postmodernism and consumer culture*, Methuen & Co. Ltd. Suffolk, 1987.

BAGET, José María: *Televisión, un arte nuevo*, Rialp, Madrid, 1965.

BELTRÁN MONER, Rafael: *La ambientación musical*, I.O.R.T. España, Madrid, 1984.

BORDWELL, David y THOMPSON, Kristin: *El arte cinematográfico*, Paidós, Barcelona, 1995.

BORDWELL, David: *La narración en el cine de ficción*, Paidós, Barcelona, 1996.

CARRIÈRE, Jean Claude: *La película que no se ve*, Paidós, Barcelona, 1997.

COHAN, Steven: *Hollywood Musicals, the film reader*, Routledge, London, 2002.

CREEBER, Glen: *The tv genre book*, British Film Institute, London, 2001.

DURÁ GRIMALT, Raúl: *Los Vídeo-Clips, precedentes, orígenes y características*, Servicio de Publicaciones de la Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, 1988.

EINSESTEIN, Serguei: *Cinematismo*, Quetzal, Buenos Aires, 1982.

GARCÍA JIMÉNEZ, Jesús: *Teoría de los contenidos de Televisión*, Servicio de Publicaciones del Ministerio de Información y Turismo, Madrid, 1965.

GARCÍA JIMÉNEZ, Jesús: *La imagen narrativa*, Paraninfo, Madrid, 1995.

HANDHART, John G: *vides Culture, a critical investigation*, Peregrine Smith Books, N.Y., 1986.

METZ, Christian: *Ensayos sobre la significación en el cine (1964-1968)*, Vol. 1, Paidós Comunicación, Barcelona, 2002.

MUNSÓ CABÚS, Joan: *El cine musical de Hollywood*, 2 vols., Film Ideal, Barcelona, 1997.

PÉREZ JIMÉNEZ, Juan Carlos: *La imagen múltiple. De la televisión a la realidad virtual*, Julio Otero Editor, Madrid, 1995.

RAE HUFFMAN, Kathy & MIGNOT, Dorine: *The Arts for Television*, The Museum of Contemporary Art, Los Ángeles, 1987.

VALLS GORINA, Manuel y PADROL, Joan: *Música y cine*, Ultramar, Barcelona, 1990