

“VIDEOCLIP MUSICAL: MATERIALIDAD ELECTRÓNICA E INFLUENCIA DEL VIDEOARTE”

Autora: **Dra. Ana María Sedeño Valdellós** - Universidad de Málaga

---

# “VIDEOCLIP MUSICAL: MATERIALIDAD ELECTRÓNICA E INFLUENCIA DEL VIDEOARTE”

## Resumen

El videoclip musical es un formato audiovisual plenamente entroncado con toda una tradición de experimentación audiovisual desde el cine abstracto de los años veinte y treinta y pasa por las primeras prácticas videográficas hasta la más innovadora creación videoartística. Por ello, recoge de estas modalidades audiovisuales sus parámetros de modificación audiovisual que le permiten cierta libertad en el montaje y, en general, en la configuración de su banda icónica.

**Palabras clave:** Videoclip musical, medio videográfico, videoarte, televisión.

## Abstract

Music video is an audio-visual format totally connected with all a tradition of audio-visual experimentation from the abstract cinema in the twenties and thirties to the first practices with the most innovating creation in videoart. For that reason, it gathers the parameters of audio-visual modification from these audio-visual modalities that allow certain freedom in editing and, in general, in the configuration of its iconic band.

**Keywords:** Musical videoclip, videographic media, videoart, television.

## 1. El videoclip musical: vídeo y televisión.

Es de sobra reconocida al videoclip cierta aura artística, consecuencia de uno de sus más prestigiosos predecesores, el videoarte, una manifestación artística surgida de la televisión, que nació y se desarrolló gracias a la comercialización de los versátiles, manejables y económicamente asequibles primeros magnetoscopios y de las ligeras cámaras portátiles.

Sin embargo, en primer lugar, es pertinente tener claros los elementos componentes de los dos medios que hacen posible su materialidad electrónica: el medio videográfico (en cuanto a que ofrece a sus imágenes una estructura para sus parámetros temporales y espaciales, unos recursos electrónicos y una tradición en la que nacer y desarrollarse –por ejemplo, el videoarte-) y el modelo televisivo que es el medio emisor; el videoclip se ve inmerso en un flujo programático del que es complejo no absorber ningún elemento.

El estilo del lenguaje de la imagen electrónica y las técnicas y recursos de realización movilizadas para la construcción de su discurso (criterios de elaboración narrativa; tratamiento del tiempo y el espacio; puesta en escena; montaje de las imágenes, elaboración de la banda sonora...) están actualmente muy influenciados y subordinados por las corrientes plásticas multimedia, la enorme influencia de los modelos del telefilm norteamericano (melodrama; maniqueísmo, complejidad superficial...), la información de actualidad televisiva (aparición de objetividad; uso del directo...), el modelo de los clips musicales y, sobre todo, la evolución de la tecnología audiovisual (que puede abrir un nuevo panorama a las imágenes gracias a que ofrecen la posibilidad de generar imágenes abstractas o no representativas). Ellos no sólo han modificado los gustos y hábitos sociales y culturales del público, sino que han sentado las bases de la nueva estética audiovisual (cine-vídeo-televisión) de las últimas dos décadas.

### 1.1. El medio videográfico

La aparición del video-tape recording supuso la alteración del sistema televisivo vigente. Frente a los elementos de grabación y emisión de la televisión, permitió una serie de manipulaciones interceptando la señal antes o después de su registro magnético. Gracias al uso del magnetoscopio, se registran, desde entonces, imágenes y sonidos sincrónicos sobre banda magnética. Esta tecnología permite el control inmediato de los resultados, simultáneamente con la filmación y con la posibilidad de borrado y nueva utilización de la cinta soporte.

La incorporación del sistema vídeo a la televisión, que permitirá la concepción de una programación en diferido, supuso una revolución en los mecanismos de producción y realización, una gran convulsión estilística y una reconsideración de los estilemas expresivos de la realización: posibilidad de grabar cortos fragmentos e incluso plano a plano –como en el cine- trasladando el momento de la elaboración narrativa a una fase posterior; posibilidad de alterar la estructura narrativa durante la edición, la incorporación de un gran repertorio de efectos visuales y sonoros y la grabación previa a la emisión que potenció el desarrollo de nuevos modos de articulación temporal de la narración.

El tiempo es la dimensión rey de los medios electrónicos. La naturaleza del tiempo en la imagen electrónica es singular, como dice Santos Zunzunegui:

“en el mundo del vídeo –de la imagen electrónica- la temporalidad no se representa, sino que forma parte indisociable de su misma base tecnológica. Si constatamos que la imagen vídeo se obtiene mediante el barrido en trama de seiscientos veinticinco líneas horizontales veinticinco veces por segundo y que cada punto constitutivo de esas líneas se ilumina tras el precedente e inmediatamente antes del que la sigue, caeremos en la cuenta de que el hecho de que sólo exista un punto iluminado cada vez, trae consigo el que la imagen vídeo no exista en el espacio sino solamente en el tiempo”<sup>1</sup>.

Igualmente Bill Viola considera que “el tiempo es la materia básica del vídeo”<sup>2</sup>. La dimensión espacial en el medio videográfico está muy influenciada por la temporal, incluso subordinada a esta:

“el hecho de que sólo exista un punto iluminado cada vez, trae consigo el que la imagen vídeo no exista en el espacio sino solamente en el tiempo. La imagen, así obtenida, no es sino una síntesis temporal asentada sobre la permanente discontinuidad. (...) tiempo sobre tiempo, espacio hecho de tiempo, espacio que sólo surge como creación del desenvolvimiento temporal.

Por tanto, ausencia de espacio real y muerte de la referencialidad que inclina al vídeo hacia la no figuratividad y lo abre en dirección a determinadas experiencias que tendrán en su centro la actuación sobre el tiempo”<sup>3</sup>.

Así, hay una serie de elementos diferenciadores en cuanto al tratamiento espacial en el lenguaje de la imagen electrónica y que establecen un “modelo de representación” específico.

La primera observación es que, en el medio cinematográfico, la pantalla como soporte de la imagen se propone como “ventana” sobre el mundo. En el mundo de las imágenes electrónicas y el de su lenguaje, el monitor de vídeo se presenta como “objeto”, y esto o demuestran las numerosas experiencias llevadas a cabo por el vídeo de creación en sus propuestas más arriesgadas, en las que se pone de manifiesto el carácter escultural y material del monitor. A ello, se une el que el monitor es un objeto accesible, cotidiano. Esto conlleva una disolución del mecanismo de fascinación (aunque no de la capacidad de hipnosis de la imagen en movimiento), que es implícita y casi inevitable en el cine, sustituyéndolas por una percepción de la imagen más “realista, menos ilusoria”. La dimensión de la pantalla del monitor y el grado de definición de la imagen videográfica no permiten una explotación de los recursos espaciales como el que ha hecho el cine. Así, se ha ido estableciendo un sentido espacial determinado que podrá concretarse en los siguientes puntos:

- Pérdida de la eficacia expresiva de la perspectiva espacial en su profundidad, lo que provoca un creciente aplastamiento del espacio de la imagen una tendencia a la reducción de la profundidad de campo.

- Estratificación del espacio. Se sustituye la continuidad sistemática y jerarquizada de la perspectiva por una yuxtaposición de imágenes que produce un nuevo sentido de la profanidad, del “grosor”. Es una operación similar a la del cubismo en el sentido de construir un espacio plano, no ilusionista, a través de capas. Junto con el espacio tradicional se destruye como elemento determinante del lenguaje audiovisual ya que no es posible establecer los límites de los fragmentos que constituían el montaje cinematográfico.

Si en el cine, el plano como unidad espacio-temporal, como elemento central de la escritura cinematográfica era la base de la estructura del sentido, la inseguridad de la imagen electrónica, en su permanente fluctuación e inestabilidad, nos coloca ante la dificultad de determinar dónde empieza y termina tal imagen o plano e incluso hace dudar de la utilidad de mantener tal concepto como base única para el análisis del texto videográfico.

- Disolución definitiva de la sistematización visual de la perspectiva clásica y todo lo que ello lleva consigo: espacio convergente, gradiente de distancias y jerarquía de los elementos situados en él, según suposición respecto de la cámara, etc. El nuevo espacio formalizado no tiene una estructura definida sino totalmente abierta, en la que caben todo tipo de relaciones y conexiones entre los distintos fragmentos que lo integran. Al no existir una jerarquía, como la que impone el espacio perceptual, se pierde la coherencia que este tenía.

Se produce, así, una desestructuración de la imagen perceptiva debido a una construcción diferente del producto audiovisual que no termina, como en el cine, en el montaje. En la imagen electrónica, esta construcción del espacio continúa más libremente en el proceso de posproducción en el que la imagen captada por la cámara es sólo una más, que es transformada, manipulada a través de múltiples procesos que reconstituyen una estructura espacial nueva (muy diferente a la de la simple imagen registrada por la cámara), y siempre potencialmente variable.

Desaparece así la “tiranía” de la percepción naturalista heredada del teatro a la italiana, donde la condición básica es la de encontrar un lugar que ancle el espectador sobre un efecto perspectivo heredado de la pintura clásica.

Hoy es una realidad que las transformaciones espaciales apuntadas pertenecen a la práctica habitual de lo que reconsidera un nuevo lenguaje de la imagen audiovisual. La ficción-video que replantea debe abandonar como estructura espacial exclusiva la derivada de la caja escénica observada desde el punto de vista ubicuo, móvil pero único del cine, y apoyarse en un espacio abierto, sin definiciones apriorísticas donde todo quepa. Abandonar el engañoso "realismo" de la imagen perceptual permitirá profundizar, con mayor capacidad expresiva, en la realidad, más compleja y rica.

El lenguaje del vídeo está dotado de herramientas expresivas diferentes a las del cine y puede crear un nuevo modelo narrativo gracias a la enorme libertad en la utilización de sus estructuras: *spots*, vídeo de creación, videoclips y cabeceras de programas lo hacen con no poco éxito.

Dos condiciones del relato tradicional, referencialidad y temporalidad, son puestas en evidencia por algunas prácticas de vídeo, sobre todo, por el videoarte. En el vídeo de creación suele predominar un discurso autorreferencial que obliga al consumidor de imágenes a confrontarse con nuevas áreas de experiencia, en las que son necesarias nuevas reglas para orientarse (no trata de crear un mundo realista u homologable al real). Esto se va desarrollando cada vez más con la ayuda de la tecnología infográfica.

Además, como ya he explicado antes, en el mundo de la imagen electrónica la temporalidad no se representa sino que es parte indisoluble de su base tecnológica, la imagen vídeo sólo existe en el tiempo; el espacio sólo existe en relación a él, surgiendo sólo del desenvolvimiento temporal. Así, la imagen de vídeo es imagen en cambio, más que imagen en movimiento.

El lugar del espectador tampoco es estable: no lo solicita una sola imagen, y no existe en un único lugar desde el que mirarla. El espectador de vídeo busca una posición transitoria que permita la constitución de un sentido: se adentra en un dispositivo, en un simulacro, en una representación permanente. Esto tiene que ver con su tamaño. Al contrario que en el cine, que permite que nos adentremos en la imagen, el vídeo no nos ofrece un territorio a explorar (en el cine la imagen se prolonga más allá de los límites del cuadro). La imagen vídeo se limita a formar parte de un ambiente a través del que se filtra la realidad; no quieren negar su carácter de simples imágenes, sin más pretensiones que autoexhibirse y autodesignarse caducas y permanentemente en cambio. Esto provoca la dificultad de creer en ellas.

Si existe una ficción vídeo se asienta, así, sobre la idea resimulacro. En el vídeo se produce, a través de los más variados dispositivos, no una narración sino su fingimiento, no un relato sino un efecto de tal. Algunas obras videoartísticas se limitan al registro de una serie de acontecimientos aislados, que por su contigüidad funcionan como apariencia de relato.

Además, si la ficción-cine se presenta como una aventura de los personajes, la ficción-video revela, por su dispositivo, que nos encontramos ante una aventura de las imágenes. Se cumple con una de las condiciones básicas para hablar de relato, la presencia de una transformación, pero aplicada sobre imágenes. Si la imagen cinematográfica reclama la presencia de otra imagen (que la siga o de un fuera de campo activo), la imagen videográfica busca su prolongación en su interiora través de una serie de efectos tecnológicos. La narración no surge de un desenvolvimiento temporal, sino espacial. Pero como el espacio es el tiempo en la imagen electrónica, retornamos al origen y al encuentro espacio-temporal.

El vídeo de creación se muestra más novedoso en su apertura hacia un nuevo territorio ficcional poco explorado. Las prácticas más audaces del audiovisual, el cine experimental o de vanguardia y el videoarte, poseen en común el querer huir de la ficción tal y como entendida en el cine tradicional narrativo-representativo, negando:

- el realismo de la representación.
- la analogía fotográfica.
- el régimen de credibilidad del relato.
- los géneros tradicionales del cine narrativo-representativo hollywoodiense, incluyendo las leyes de la narratividad.

-el proceso de proyección-identificación psicológica del espectador con los personajes de la ficción.

Y todo esto mediante unas técnicas como las aceleraciones, ralentizados, excesos, ausencias y perturbaciones de la imagen...para intentar romper el "contrato" que imagen y sonido mantienen las ficciones más tradicionales, y formar un tiempo y un espacio distintos, con una relación de otra naturaleza.

El videoclip tomó buena nota de todo esto pues son claramente minoritarios los videoclips que incluyen en su discurso un componente narrativo, lo que llevará al clip al territorio de la descripción, útil para sus fines publicitarios.

## 1.2. El medio televisivo

La televisión podría ser definida técnicamente como "la transmisión sincrónica y recepción simultánea de sonido e imagen a distancia"<sup>4</sup>

Pero, aunque esta definición esté clara, es imprescindible profundizar algo más para encontrar lo específico de la televisión, que influirá sin duda, en la forma de recepción del videoclip contemporáneo.

Al contrario de lo que muchos autores han señalado, Humberto Eco, por ejemplo, discute la idea de que lo específico de la televisión sea la toma indirecta, negando que sea reflejo fiel de la "realidad", y elige un punto de vista extra semiótico para realizar su análisis sobre la identidad del medio televisivo. Roman Gubern está de acuerdo con él y lo cita en *La mirada opulenta* cuando escribe:

"la televisión no es un género artístico sino un servicio que puede vehicular muchos géneros distintos, narrativos y no narrativos (telediario, deportes, teatro, etc.), por lo que considera absurdo estudiar la estética y el lenguaje televisivos, definidos por su gran heterogeneidad (...). La televisión es simplemente un servicio monodireccional de telecomunicaciones audiovisual de recepción doméstica"<sup>5</sup>

La televisión vehicula diversas formas de expresión (mimo, publicidad, teatro, ópera, concursos) teniendo como elemento unificador a la publicidad, que iguala todos los contenidos. Pero la televisión impone condiciones nuevas a cada género y a cada espacio formando, así, una estructura televisiva superior, la programática que según Cebrián Herreros, unifica las distintas estructuras autónomas, los distintos programas y neutraliza lo específico de cada uno.

"El fenómeno de la conversión en televisión es el de la transformación, vía la anulación de algunas de sus peculiaridades, de cada espectáculo particular para pasar a convertirse en un mero programa susceptible de ser incorporado en función de las disponibilidades horarias y de la interpretación (...) de los gustos del público"<sup>6</sup>

Esta estructura programática, la parrilla de programación, es un flujo o fluido estructurado según segmentos temporales (minutos, horas, días, meses, temporadas), que organizan a su vez hábitos y costumbres familiares y, en general, de la sociedad.

Al concepto de fluido o flujo puede contraponerse el de segmentación y de continuidad, ya que la evolución temporal de la televisión es segmentada, fragmentada en distintas partes que forman los programas y las partes dentro de los programas.

En el lenguaje televisivo, la noción espacial se somete a la temporal. Cuando se habla de un espacio en la programación se hace referencia a la duración temporal y a su secuencialidad en la programación, no a un lugar o geografía concreta. El espacio nos informa de cuándo y por cuánto tiempo tiene lugar un programa.

La naturaleza temporal del espacio audiovisual trasciende la ubicación en la parrilla, ya que la variable temporal determina también la esencia del programa, su formato, su ritmo, su homogeneidad.

El ritmo es el elemento sin el cual el flujo televisivo quedaría informe. Los programadores y realizadores recurren al dinamismo rítmico para conformar y adaptar las estaciones televisivas a los gustos o características del público, y para evitar las llamadas caídas de tensión (bajadas en el nivel de atención) en la audiencia y mantener despierto de interés. El flujo televisivo (y en general icónico) contemporáneo se caracteriza por su alta frecuencia de planos, secuencias y espacios, interseccionados por interrupciones y pausas preprogramadas.

El resultado de todo esto es un alto grado de heterogeneidad y de fragmentación en los contenidos.

El videoclip se presenta inserto en este flujo. Las influencias mutuas son inevitables:

- El videoclip es el formato más condensado y elaborado de la programación (es el resumen de toda la parrilla).
- La televisión está empezando a copiar las fórmulas del clip musical y aplicarlas en programas concretos: en la mayoría de los dedicados a la juventud.

## 2. El videoarte

El videoarte se convirtió, desde su nacimiento, en el soporte más adecuado para la creación y experimentación en todo un campo multidisciplinar formado por artistas procedentes de la pintura, la música, la escultura, el teatro y el performance...

Esta modalidad audiovisual comprende todas las prácticas experimentales que utilizan el video como material plástico, un extenso conjunto de acciones y tipos de obras artísticas entre las que se encuentran las videoinstalaciones, las videoperformances, los videoambientes, las videoesculturas (en general, cualquier tipo de dispositivo video en combinación con cualquier práctica artística), así como también se podría incluir el video musical. El videoarte es una disciplina artística que participa de toda una trayectoria artística anterior pero que incorpora el mundo de la televisión y con ella todas las artes del espectáculo: teatro, cine, música y fotografía.

Si bien es verdad que las denominaciones de videoarte y vídeo de creación se apuntan como los términos casi exclusivos en nuestro idioma, el concepto parece más rico y diversificado en el idioma inglés, en el que pueden encontrarse muchas más designaciones: *experimental video*, *independent video*, *avant-garde video*, *post video-art video/television (PVAV-TV)* o *alternative TV (ATV)*, *artists' video*,...

Desde sus inicios, la principal preocupación del videoarte se centró en una intensa innovación del lenguaje, la experimentación formal y de contenido y en la profundización en las características creativas del medio electrónico, como el manejo creativo del espacio y el tiempo y su percepción por el espectador. A los videoartistas les interesa sobre todo la idea más que la obra, una herencia del arte conceptual. La obra de arte es una acción o una idea y adquiere incluso vida propia, la realidad se nos impone: "El mensaje se convierte en imagen y la representación en transmisión directa de los acontecimientos"<sup>7</sup>.

"De ahí nacerá una nueva y pujante realidad videográfica y cultural que, luego, pasado algún tiempo, será asimilado por la industria televisiva a través de los comerciales videoclips, que tiene un excelente manantial en este hermano y que se desarrollan en muchos aspectos en paralelo".<sup>8</sup>

Esta nueva manifestación artística surgió en una época, los años sesenta, de grandes transformaciones sociales, políticas y culturales, en la que el arte pop revive todo el repertorio iconográfico prestando especial atención a los productos de la sociedad de consumo, el mundo publicitario y los medios de comunicación de masas. Todo un espíritu de ruptura e innovación animaba estas prácticas que abogaban por la transfiguración de la pasividad televisiva en una "creación activa", en palabras del fundador de estas prácticas, el músico Nam June Paik.

“El punto de partida del vídeo de creación es elevar a condición artística uno de los mayores símbolos del desarrollo tecnológico y de la sociedad de consumo, el televisor”<sup>9</sup>

El vídeo fue, desde entonces, el soporte más adecuado para la creación y la experimentación artística, como ya ocurrió en los años veinte con el cine (surrealismo, expresionismo...). Así, en el vídeo de creación pueden encontrarse las mismas características de las primeras vanguardias y el cine experimental. La llegada de artistas desde la música, la pintura, el teatro (Vostell, Baldessari, Cunningham, Nauman, Acconci...) favoreció la creación de territorios multidisciplinares y la cooperación entre artes; las artes plásticas fueron el origen y el ideal de muchas prácticas del videoarte.

Por otro lado, las vanguardias que no renunciaron nunca a la libertad de creación, aportaron al videoarte una postura de subversión de códigos, de innovación y de cambio de los sistemas dominantes. Así, el cine experimental combatió el dominio de un lenguaje centrado en una concepción de la narración y la representación muy cerradas y en la idea comercial del *star system* y el vídeo de creación tomó esta idea y la aplicó a la lucha contra la banalidad de la televisión como medio de masas. Tanto en el cine experimental como en el videoarte se infringen los planteamientos comerciales de los medios y se aboga por su utilización artística.

Estas particularidades se confirman con su búsqueda de soportes más accesibles y baratos (el 16 y el 8 milímetros en cine, la ½ y la ¾ de pulgada en vídeo), su posicionamiento cultural y social cercano a la marginalidad y su voluntad de rechazo de la estandarización y la serialización del modo de producción industrial propias de su opuesto, el cine clásico. El territorio artístico del vídeo definió desde un principio las reglas de su juego<sup>10</sup>, algunas de las cuales aún se mantienen, especialmente en los dominios del videoclip:

a) Se aboga por un uso alternativo de la televisión convencional cuyos medios básicos de producción y reproducción son los mismos: el monitor de televisión, el magnetoscopio y la cinta de grabación.

b) Desde el principio, se produce un estrecho vínculo con las vanguardias artísticas y las artes visuales, que reconocen el potencial creativo de la nueva tecnología de la imagen. Toma de ellas su espíritu experimental, su inquietud creativa y su actitud de innovación y de ruptura. De hecho, la creatividad del medio videográfico participa de las experiencias artísticas de los medios que le precedieron históricamente: una encrucijada de lenguajes y de tecnologías, de cultura popular y de vanguardia artística.

c) Las primeras obras de videoarte se producen gracias al mecenazgo de grandes fundaciones, museos y organismos televisivos.

## 2.1. La influencia secreta.

Los dos campos donde el videoarte más influyó y cuya herencia aún se demuestra en numerosos videoclips de música, son las experimentaciones en la interrelación imagen/música y las investigaciones en la temporalidad audiovisual.

El vídeo de creación ha recorrido, a lo largo de su historia, todos los caminos y formas posibles de tratar la imagen y la música. Durante los primeros años del vídeo se produjo una frecuente y fructífera colaboración entre los artistas de la música y los artistas de la imagen. Paik procedía de la música electrónica; música y televisión son inseparables en su obra artística. John Cage era, a través de Paik, el músico de vanguardia que más cerca estuvo de la creación videográfica.

Gary Hill investigó las relaciones entre sonido e imagen hasta conseguir visualizar sus vibraciones y reproducir la estructura de la materia sonora en la gama de grises de la imagen en blanco y negro, como sucede en *Elements* (1978), *Sums & Differences* (1978) y *Soundings* (1979). Consigue, en esta última cinta, convertir el sonido en movimientos y sensaciones táctiles, a través de las imágenes del altavoz que modifica los materiales con los que entra en contacto.

La investigación de las relaciones entre música e imagen, la traducción de un lenguaje a otro, fue afrontada con éxito en una serie de trabajos que tiene como objeto de estudio las telecomunicaciones: *In the Beginning was the S* (1983), de Peter d'Agostino que trata sobre la primera emisión transoceánica de Marconi (1901); *The End of Televisión* (1988), de John Goff, otra cinta sobre esa misteriosa migración de las ondas, donde el ruido se visualiza en tramas y el sonido de la radio se vuelca en la imagen de la televisión.

Woody Vasulka, uno de los más importantes videorealizadores desde los inicios de este movimiento, creó una ópera totalmente electrónica en *The Comission* (1983) con una manipulación integral de la imagen y del sonido por medio de efectos videográficos e infográficos.

La primitiva tecnología de los videosintetizadores que, como el Stephen Beck, producía música de tonos y formas psicodélicas (*Illuminated Music*, 1973) desemboca, ya en los ochenta en la música y las imágenes totalmente sintetizadas y artificiales, en las producciones realizadas por medio de ordenador o editadas con los recursos de la posproducción digital de la imagen y del sonido, como *Act III* (1983), de John Sanborn y Dean Winkler o *Continuum: Invitatio* (1989), de Dean Winkler y Maureen Nappi.

Zbigniew Rybczynski, que realizó en su juventud cine experimental en la escuela polaca de Lodz, es el ejemplo más elocuente en los dominios de la imagen y de la música. Utiliza indistintamente cine y vídeo –en alta definición– para realizar obrar de música pop y de música clásica. En 1983 recibió el Oscar a la mejor película de animación por su obra *Tango*. En 1987 realizó una de sus mejores puestas en escena, *Imagine* sobre la canción de Lennon, en un interminable travelling, gracias a la técnica *ultimatte*, repetidamente plagiado en publicidad. Su obra *La orquesta* (1989) tiene la estructura de un videoclip de larga duración, sobre conocidas piezas de música clásica de Mozart, Chopin, Albinoni, Rossini, Schubert y Ravel.

De esta forma, el vídeo de creación le dio a la televisión la calidad, la riqueza y variedad del sonido de la música, mal reproducida, mal retransmitida y mal recibida en los televisores durante tantos años –hasta finales de los ochenta– debido a las deficiencias técnicas de la tecnología televisiva en el tratamiento de las señales de audio.

A partir de aquí, la estética de la imagen videográfica adoptó toda una serie de técnicas de acumulación y cita de lenguajes de procedencia heterogénea (cómic, publicidad, consumo y medios masivos de comunicación), así como la repetición y seriación, la investigación formal de la materialidad del medio electrónico y la mezcla de estilos.

En la actualidad y globalmente, esta corriente artística ha desaparecido como movimiento o tendencia unitaria, sin que eso signifique la inexistencia de obras en calidad y cantidad. El videoarte brindó al medio televisivo una mayor calidad, variedad de efectos visuales y cierta aura de experimentalidad y artisticidad, sin olvidar los profundos efectos en los modos de comunicación icónica, y en la concepción y representación de los parámetros espaciotemporales. En este sentido, el vídeo de creación se vislumbra como el precursor de muchas de las innovaciones posteriores del medio videográfico o electrónico, entre ellas el formato del videoclip musical.

Debido a la fragmentación y la discontinuidad predominante en los videoclips, frecuentemente sus imágenes no están temporalmente caracterizadas, es decir, no están insertas en un espacio-tiempo predeterminado o reconocible:

“Pasado, presente y futuro son en el clip reversibles y fluctuantes. Y si los tiempos son comunicantes, lo espacios también lo son; tanto los reales como los míticos”<sup>11</sup>.

Al videoclip todas las velocidades le están permitidas y cuando define un determinado momento temporal es para modificar su naturaleza segundos después. Sin embargo, de alguna manera, tiene unas temporalidades preferidas: una celeridad general (una intensificación de los estímulos audiovisuales que es la base de un extremo cambio visual) y una ralentización de la acción, con la función de intensificarla y condensarla.



Este ritmo frenético rompe continuamente la coherencia interna del videoclip, con lo que se convierte en un todo heterogéneo, condensado y fragmentado gracias a la música. Las imágenes o banda icónica recogen de la música esa libertad para dejar de ceñirse a los cánones académicos de continuidad espacio-temporal (tal como los siguen los modos representativos y narrativos del cine de Hollywood): sirve para contraer el espacio-tiempo y para dilatarlo. La música es la que nos hace aceptar una duración eternizada a través del montaje, sin "replantear por ello la realidad diegética o llenarla de irrealidad", y "comunicando con todos los tiempos y todos los espacios"<sup>12</sup>.

"Se habrá reconocido aquí la fórmula del clip, que sirviéndose de una base musical que reina sobre el conjunto, y con la única limitación de sembrar aquí y allá unos puntos de sincronización con la intención de casar la imagen y la música de manera flexible, permite a la imagen pasearse a su gusto por el tiempo y el espacio. En este caso límite ya no hay, por decirlo así, escena audiovisual anclada en un tiempo y un espacio reales y coherentes".<sup>13</sup>

### 3. Actualidad y conclusiones.

El testigo de vanguardia representativa y de inquietud en la experimentación de los fenómenos de comunicación audiovisuales lo ha recibido el vídeo musical. No por casualidad este género cobró existencia independiente después de que los mecanismos electrónicos y los efectos de vídeo entraran y se apropiaran plenamente de los estudios de edición televisivos y de buen número de artistas de creación.

El videoclip tomó del vídeo de creación su interés por las posibilidades del medio, por el ruido y heredó todo el arsenal de recursos electrónicos como creadores de sentido y como batería para crear asociaciones libres de imágenes, que actualmente se encuentran en la base del discurso polimórfico y neobarroco del videoclip musical. Esto no ha tenido poca influencia en los modelos generales de recepción de la audiencia y ha sido la fuente de nuevas modalidades audiovisuales:

"El vídeo ha tenido un impacto tremendo, ha incrementado la velocidad con la que una nueva generación puede leer y asimilar imágenes. Es una generación mucho más sofisticada, visualmente, que las anteriores. Creo que los vídeos musicales han acentuado la importancia de la información, la ironía visual, y han influido en la publicidad."<sup>14</sup>

#### 4. Bibliografía

- BLOCH, Ernst (1983): *Sujeto objeto. El pensamiento de Hegel*. Editorial Fondo de Cultura Económica, México.
- CHIÓN, Michel (1993): *La audiovisión: Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Paidós Comunicación, Barcelona.
- DURÁ, Raúl (1988): *Los videoclips: Precedentes, orígenes y características*. Universidad Politécnica de Valencia. Valencia.
- GUBERN, Roman (1987): *La mirada opulenta*, Gustavo Gili, Barcelona.
- ECO, Humberto (1968): *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*, Lumen, Barcelona.
- PÉREZ JIMÉNEZ, Juan Carlos (1993): *Los nuevos formatos de la imagen electrónica*. Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- PÉREZ ORNIA, José Ramón (1991): *El arte del vídeo*, Ediciones Serbal/RTVE, Madrid.
- PÉREZ ORNIA, José Ramón (1992): *Televisión y vídeo de creación en la Comunidad Europea*, Consorcio Madrid Capital Europea de la Cultura, Madrid.
- VILLAFAÑE, Justo y MÍNGUEZ, Norberto (1996): *Principios de Teoría General de la Imagen*. Pirámide, Madrid. Col. Medios.
- VIOLA, Bill: "Paisajes y tiempo", *Telos* nº 9, marzo-mayo, pp. 135-138, Madrid, 1987.
- ZUNZUNEGUI, Santos (1985): *Mirar la imagen*, Universidad del País Vasco, Bilbao.
- ZUNZUNEGUI, Santos (1991): *Pensar la imagen*, Cátedra, Madrid.

---

<sup>1</sup> ZUNZUNEGUI, Santos (1991): *Pensar la imagen*, Cátedra, Madrid, p. 232.

<sup>2</sup> VIOLA, Bill: "Paisajes y tiempo", *Telos* nº 9, marzo-mayo, pp. 135-138, Madrid, 1997, p. 137.

<sup>3</sup> ZUNZUNEGUI, Op. Cit., p. 232.

<sup>4</sup> DURÁ, Raúl (1988): *Los videoclips: Precedentes, orígenes y características*. Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, p. 141.

<sup>5</sup> GUBERN, Román (1987): *La mirada opulenta*, Gustavo Gili, Barcelona, p. 351. citando a Umberto Eco en su libro *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*, Lumen, Barcelona, 1968, p. 341-343 y 344-348.

<sup>6</sup> ZUNZUNEGUI, Santos (1985): *Mirar la imagen*, Universidad del País Vasco, Bilbao, p. 373.

<sup>7</sup> BLOCH, Ernst (1983): *Sujeto objeto. El pensamiento de Hegel*, Editorial Fondo de Cultura Económica, México, p. 7.

<sup>8</sup> PÉREZ ORNIA, José Ramón (1991): *El arte del vídeo*, Ediciones Serbal/RTVE, Madrid, p. 37.

<sup>9</sup> PÉREZ ORNIA, Op. Cit., p. 23.

<sup>10</sup> PÉREZ ORNIA, José Ramón (1992): *Televisión y vídeo de creación en la Comunidad Europea*, Consorcio Madrid Capital Europea de la Cultura, Madrid, p. 17.

<sup>11</sup> DURÁ, Op. Cit., p. 128.

<sup>12</sup> CHIÓN, Michel (1993): *La audiovisión: Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Paidós Comunicación, Barcelona, p. 83.

<sup>13</sup> CHIÓN, Op. Cit., p. 84.

<sup>14</sup> Julian Temple en PÉREZ ORNIA, Op. Cit., 1991, p. 132.