

INTEGRANDO LOS FORMATOS AUDIOVISUALES EN EL AULA: EL CASO DEL VIDEOCLIP MUSICAL

INTEGRATING AUDIO-VISUAL FORMATS IN CLASSROOM: THE CASE OF MUSIC VIDEO

Ana Sedeño Valdellós

Facultad de Ciencias de la Comunicación Campus de teatinos s/ Málaga 29071

España. Universidad de Málaga

valdellos@uma.es

Resumen

El videoclip musical es un formato audiovisual auspiciado por la industria de la música que puede considerarse mensaje publicitario por su intención de relanzar novedades musicales (disco, single...). Como formato proveniente de la música popular confluyen en él numerosas influencias de tipo artístico, comunicativo y cultural que pueden y deben ser aprovechadas desde un punto de vista pedagógico. La comunicación describe, en primer lugar, al videoclip en su materialidad audiovisual como un concreto de tres partes: música, imagen y textos escritos. En segundo lugar, se exponen sus posibilidades como herramienta pedagógica transversal pues puede convertirse en un buen medio para reflexionar críticamente sobre los procesos culturales relacionados con la venta de productos intangibles (como la música), para tratar ejemplos de referencia artísticas y técnicas retóricas (efectos visuales, tableau vivant, collages visuales...) así como la aplicación de técnicas de trabajo colaborativo.

Palabras clave: audiovisual en el aula, videoclip musical, educación mediática.

Abstract

Music video is a visual format sponsored by music industry. It may be considered advertising message for its intention to relaunch new albums or new music singles. As a form of popular music, it has many influences from artistic, cultural and communicative kinds of masterpiece and this influences should be exploited for a pedagogical intention. First of all, the paper describes music video as a audio-visual format with three specific materials: music, image and written text. Secondly, it presents its potential as a cross teaching tool because it can become a good means to reflect critically on the cultural processes related to the sale of intangible products (music), to discuss artistic reference examples and rhetorical devices (visual effects, tableau vivant, visual collages ...) as well as the application of techniques of collaborative work.

Keywords: audio-visual in classes, music video, media literacy.

INTRODUCCIÓN: EL VIDEOCLIP COMO FORMATO AUDIOVISUAL

Los vídeos musicales o videoclips son producciones audiovisuales desarrolladas por el mercado de la música, una industria cultural dirigida fundamentalmente a los jóvenes. Se erige como producto relativamente reciente pues nació en los años setenta que se utiliza para reforzar el lanzamiento de novedades discográficas con un creciente interés por la renovación formal de su materialidad audiovisual.

Su lenguaje personal, cercano al publicitario, le permite mayor innovación y lo convierte en modelo de la vanguardia audiovisual contemporánea. Fruto de esta constante investigación en la materialidad electrónica, viene desarrollando una variedad formal y narrativa que sirve de referente a todas las prácticas audiovisuales. El videoclip, mensaje o formato audiovisual más definidor de la cultura posmoderna nació para promocionar el estilo de música imperante en la segunda mitad de siglo: el pop-rock (y sus sucesivas variantes y/o mezclas: punk, tecno, jungle, grunge, heavy...). Más tarde se extendió a otros tipos de prácticas musicales comerciales y sus fórmulas de representación habitan otros formatos audiovisuales cercanos. Se cumple su voluntad de “formato periférico”, participante y miembro del grupo de las artes “de garage”, de investigación tecnológica y estética (Leguizamón, 2001).

Se trata, así, de un texto específicamente audiovisual en su materialidad, por lo que los componentes del videoclip son básicamente tres:

1. Un tema musical o canción: formada por una letra (vocalizada en tanto lengua natural) y una música instrumental. Se consideran en conjunto por su profunda imbricación, superposición e interactividad mutua. Sin embargo, hay que tener en cuenta que este caso, aunque el más generalizado, no es ni muchos menos único: no todos los temas musicales que sirven de base a un videoclip contienen el primero de ellos. Es decir, pueden hallarse temas instrumentales.
2. Repertorio o discurso visual: el conjunto de figuras y motivos visuales cinéticos y móviles, puestos en escena y en serie mediante las diferentes formas de lenguaje audiovisual.
3. Textos escritos como parte de la banda visual: palabras, frases, letras, trazos que se corresponden con algún idioma.

Excepto en el ámbito anglosajón, ha existido una falta de tradición en el archivo y catalogación del videoclip; una repetida ausencia de conciencia de la necesidad de la conservación de este tipo de formato se ha producido debido a su conceptualización como formato de intermedio con una escasa vida útil más allá de su objetualización comercial y promocional de un single musical. En general, ha sido tratado de manera evidente como género de menor relevancia desde un punto de vista de su estudio académico. Con Internet esta carencia ha finalizado pero por el contrario lo ha colocado en una posición de extrema, ubicuidad, convirtiéndolo en un formato de referencia cultural, multimodal y cuyas características como formato (duración, extensión, relación entre materias expresivas –imagen, sonido, texto escrito-...) han sido tomadas para realizar híbridos audiovisuales y se han convertido en referencia en sites como youtube. De todo ello, también se ha producido una auténtica confusión en la definición del formato.

EL VIDEOCLIP MUSICAL COMO HERRAMIENTA TRANSVERSAL PEDAGÓGICA

Pueden encontrarse en la red publicaciones que describen algunas experiencias de aplicación de métodos que integran intentos de emplear este formato de creación musicovisual. Nikki Blackborrow ha desarrollado experiencias concretas de enseñanza con grupos prácticos de alumnos en The Latymer School, dependiente de la BBC School. Su método se basa en que los estudiantes entiendan que el clip es una forma distintiva, única y de producción y realización diferenciadora. En primer lugar, habla de la necesidad de compararla con otras fórmulas como el cine, los comerciales publicitarios... y de ahondar en la especificidad de un formato como el del videoclip. Por otro lado, la Digital Media Academy a través de Seamus Harte, ofrece un curso de preproducción de vídeos musicales en un proyecto educativo nómada a través del The John Lennon Educational Tour Bus (www.lennonbus.org) que ha estado en la UCLA, la Universidad de George Washington, la Universidad de British Columbia, la Universidad de Stanford y en Harvard, durante todo el año 2010¹.

Existen dos interesantes textos sobre las particularidades de la educación en la producción de videoclips musicales. Los objetivos anteriormente enunciados son la base de la monografía *Teaching music video* (Fraser, 2010), resulta una importante referencia en tanto cuenta con múltiple material de apoyo descargable desde la red, como corresponde a un texto editado por el British Film Institute. En clave esquemática y sencilla, repasa los antecedentes, las definiciones y los parámetros de producción de este formato, para más tarde realizar una propuesta de organización de un proyecto estudiantil de vídeo musical, no sin tratar otros tópicos básicos como los sellos discográficos, los géneros del videoclip y ofrecer numerosos ejemplos para el análisis textual. Por su parte, en su libro, *Making music videos* (2007) Lara Schwartz, profesora de la asignatura Music Video Production en la Universidad de California, Los Ángeles, ofrece una gran cantidad de información útil y detallada sobre el vídeo musical como una modalidad dentro de la industria audiovisual y como forma de producción.

“La utilidad de los formatos de interacción musico-visual en la enseñanza” de los profesores Manuel Gertrudix y Felipe Gertrudix (2010) pretende evaluar, siguiendo las propuestas de aprendizaje por competencias del proyecto DESECO de la OCDE, cómo los formatos de interacción musicovisual, entre los que está el videoclip, se ofrecen como medios didácticos para lograr una extensión de la alfabetización digital.

Con el vídeo musical pueden abordarse metas formativas, como ya describíamos en “Música e imagen en el aula”, texto en el que se pretendían aplicar propuestas que deriven en fórmulas que permitan conseguir integrar la música y la imagen en este ámbito (Sedeño, 2002, 138):

-El análisis de la influencia de la imagen audiovisual en nuestro entorno y la necesidad de distinguir entre la imagen y la realidad.

¹ <http://www.digitalmediaacademy.org/tag/film-camp-teaching-music-video-creation/> (Fecha de consulta:10-01-2012)

- La descripción exhaustiva de las características del lenguaje de las imágenes y los sonidos, y de las connotaciones significativas de la interacción de sus diferentes parámetros.
- La discriminación entre las funciones descriptiva y expresiva de las imágenes y su relación mutua.
- La comprensión de las fórmulas narrativas que articulan distintos espacios (la representación, la labor de la cámara, las variaciones de punto de vista) y diversos tiempos (el montaje y la sincronización sonora).
- La explicación y el estudio de los rasgos objetivos de los signos básicos de la imagen.
- La reflexión crítica acerca de la relación existente entre las fórmulas visuales o icónicas contemporáneas con su finalidad comercial y/o publicitaria, y el engarce de todo ello con los grupos de poder económico, político y social de nuestra sociedad globalizada.

Al contrario que el cine o ciertos géneros televisivos, el videoclip ha consolidado pocas reglas fijas como formato. Esto dificulta en gran medida su pedagogía como género audiovisual propiamente dicho pero también su uso como formato que sirva de instrumento en otras áreas o como herramienta pedagógica transversal.

“Cuando se introduce el videoclip en el aula facilita y permite recuperar un elemento que forma parte de la cotidianidad y de la experiencia vital del estudiante, y en ese sentido favorece su atención, interés, identificación de grupo, ámbito social, etc. Pero, por otro lado, permite reflexionar y articular una mirada crítica tanto sobre el videoclip como texto como sobre los significados connotados y la ideología subyacente que hay siempre en cualquier expresión cultural.” (Gertrudix-Barrio y Gertrudix-Barrio, 2010, 104).

Su empleo puede ayudar a analizar el peso y el poder de la imagen audiovisual en nuestro entorno, si se tiene en cuenta que el clip es un mensaje auspiciado por tres de las industrias culturales más pujantes, la discográfica, la publicitaria y la audiovisual. El videoclip, su producción, distribución y difusión, delimita un sector industrial económicamente no secundario y que es parte integrante del conglomerado de lo que se denomina la industria audiovisual. En definitiva, el videoclip se convierte en un formato que permite tratar pedagógicamente ciertos aspectos sociales de los usos de la imagen en nuestra cultura contemporánea como la presencia de la imagen en los espacios públicos (tiendas, discotecas, centros comerciales; relación e influencias mutuas entre textos audiovisuales (spots, *trailers* cinematográficos...), entre otros. Resulta crucial que los alumnos vean en el clip, como género audiovisual completo, un tipo de mensaje que les permite conocer las diferencias y posibilidades expresivas y comunicativas de variadas clases de formatos. La estrategia pedagógica debe basarse en internalizar en los alumnos la especificidad del formato clip enfocando sus particularidades: poniendo atención en la planificación visual, haciendo comprender la estructura del clip en secciones e introduciendo prácticas de *lip sync* (grabación en sincronía con la letra, playback), todas ellas técnicas exclusivas de la producción de formatos clip para música popular.

Puede servir como referencia de cantidad de actividades en asignaturas como educación artística o historia del arte, pues es un excelente medio para el estudio y el análisis de los procedimientos retóricos, simbólicos y persuasivos de la imagen audiovisual, ya sea a través de la separación de

sus componentes imagen-sonido (canción) y elementos gráficos, como por sus referencias alegóricas y connotativas (códigos del color, del encuadre, de la iluminación...). Los videoclips de tipo conceptual, herederos de las prácticas videoartísticas que comenzaron en los años sesenta, son una herramienta inmejorable para encontrar ejemplos de todo tipo de asociaciones y efectos visuales, juegos cromáticos, lumínicos y simbólicos que remiten a todas las experimentaciones pictóricas de las dos olas de vanguardias. Hay en ellos numerosos casos de utilización de tableau vivant pictóricos, *collages*, relación libre entre imágenes y licencias espacio-temporales.

Las dinámicas de grupo, el role playing, los estudios de caso, los simulacros en clase y otros tipos de trabajo colaborativo pueden ser técnicas adecuadas para llevar a cabo otro tipo de actividades en torno a la producción real de un videoclip, lo que introduce el uso pedagógico de este formato en otro nivel más complejo.

REFERENCIAS

- Fraser, P. (2010). *Teaching music video*. Londres: BFI.
- Gértrudix-Barrio, M. & Gértrudix-Barrio, F. (2010). La utilidad de los formatos de interacción músico-visual en la enseñanza. *Comunicar* 34; 99-107.
- Leguizamón, J. A. (2001). El videoclip como formato o género h. Disponible en <http://www.fortunecity.co/victorian/bacon/1244/Leguiz.html> (Fecha de consulta: 2 de junio 2001).
- Regelski, T. A., & Gates, J. T. (Eds.) (2009). *Music Education for Changing Times: Guiding Visions for Practice*. Dordrecht, The Netherlands: Springer.
- Schartz, L. (2007). *Making music video: Everything you need to know from the best in the business*. Random House.
- Sedeño Valdellós, A. M. (2002). Música e imagen en el aula. *Comunicar* 18; 163-168.
- Vernallis, C. (1997). Teaching music video: Aesthetics, Politics and Pedagogy. *Journal of Popular Music Studies*, Vol. 9, Issue 1; 93-99.
- Vernallis, C. (2004). *Experiencing music video: aesthetics and cultural context*. New York: Columbia University Press.