

# EL VIDEOCLIP NARRATIVO Y LAS DIFERENTES FORMAS DE CONFIGURAR SU ESTRUCTURA

**Claudia Marhuenda Navarro**

**Trabajo Fin de Grado**

Investigación bibliográfica

Tutor: Fernando Fernández Torres

**Universidad Miguel Hernández**

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche

Grado en Comunicación audiovisual



## Índice

1. Resumen	3
2. Palabras clave	4
3. Introducción	6
4. Objetivos, Hipótesis y Metodología	7
5. Estado de la cuestión y Marco teórico	
- Historia del videoclip	
o Precedentes	9
o MTV	13
o YouTube	14
- Tipología	17
- Narratividad en el videoclip	
o Narración	18
o Narratividad en el videoclip	22
o Modelos de análisis de narrativa audiovisual	23
o Tipología y evolución del videoclip narrativo	24
o Diálogos y efectos sonoros en el videoclip	29
o La canción en el esquema narrativo	31
o Formas de adaptar lo narrativo a lo musical	31
6. Resultados y Conclusión	36
7. Bibliografía	40

## Resumen

Desde *Thriller*, el cual puede considerarse como el primer videoclip narrativo, hasta la actualidad han pasado casi cuarenta años y los videoclips narrativos han sufrido una evolución acorde con los cambios que han surgido. Este tipo de videoclip que cuenta una historia siguiendo el esquema narrativo clásico se denominaba videoclip dramatizado. Éstos tenían una estructura doble, por una parte, había un prólogo con diálogos y sin música al igual que un cortometraje, por otra parte estaba el videoclip en sí, es decir, la puesta en escena. Así, el videoclip se divide en dos partes, una cinematográfica y otra musical.

Hoy en día, esta división se ha desvanecido gracias a una fusión de las dos partes. Aparece una especie de hibridación entre la estructura fílmica y el videoclip, creando un videoclip fílmico a modo de cortometraje acompañado de música y en varias ocasiones de otros sonidos diegéticos.

Por otra parte, con el paso de la televisión a YouTube la narración en el videoclip ha cambiado. Ahora, el espectador es el que decide qué contenido ver, lo cual facilita que los videos musicales creen tramas más complejas.

Gracias a Internet la forma de visionar productos audiovisuales ha cambiado lo cual ha provocado una hibridación entre diferentes formatos. Por una parte, el cine ha adoptado la estética del videoclip, es decir, la seducción coge protagonismo dejando en un segundo plano el discurso. Por otra parte, el video musical ha adoptado también la estética y narrativa del cine contemporáneo. Éste busca la imagen en exceso, y crear un impacto mostrando la realidad de forma espectacular.

En la década de los 90, aparecen en el cine independiente personajes que se alejan del sujeto clásico. Este tipo de personajes se caracterizan por rasgos como la inestabilidad o la inseguridad y su propósito es encontrar su propia identidad. Estos sujetos tratan de vivir en una sociedad que no está hecha para ellos. Estos personajes se encargaron de protagonizar la mayoría de historias en los videoclips. De esta forma, a partir de los 90 se desarrolla una representación de la violencia y la densidad psicológica de los personajes en los videoclips fílmicos y que con el tiempo irá consolidándose.

Este tipo de videoclip narrativo con gran anclaje dramático y con imaginarios que el cine representa, utiliza constantes recursos expresivos cinematográficos como es el caso de los diálogos y sonidos diegéticos, además de un montaje más pausado, y una duración de planos más larga en comparación al ritmo rápido que suele usarse en los videoclips. Puede decirse que es una especie de videoclip cortometraje, pues existe una mayor representación de aspectos fílmicos y no de las características habituales del videoclip como son la exaltación de la imagen y el culto al cuerpo.

El videoclip narrativo fílmico es una tipología que se aleja bastante de las características que definen al formato videoclip, ya que durante años ha ido evolucionando de tal forma que se ha mezclado con las narraciones fílmicas del cine contemporáneo, con sus imaginarios y con sus historias.

#### Palabras clave

Videoclip narrativo; videoclip fílmico; relato; diálogos; MTV; YouTube

#### Abstract

Since *Thriller*, which can be considered as the first narrative music video, to the present almost forty years have passed and narrative music videos have undergone an evolution in accordance with the changes that have emerged. This type of music video that tells a story following the classic narrative scheme was called a dramatized music video. These had a double structure, on the one hand, there was a prologue with dialogue and without music like a short film, on the other there was the music video itself, that is, the staging. Thus, the music video is divided into two parts, a cinematographic and a musical one.

Today, this division has vanished thanks to a merger of the two parties. A kind of hybridization appears between the filmic structure and the music video, creating a filmic music video as a short film accompanied by music and on several occasions by other diegetic sounds.

On the other hand, with the passage from television to YouTube, the narration in the music video has changed. Now, the viewer is the one who decides what content to watch, which makes it easier for music videos to create more complex plots.

Thanks to the internet, the way of viewing audiovisual products has changed, which has caused a hybridization between different formats. On the one hand, the cinema has adopted the aesthetics of the music video, that is, seduction takes center stage, leaving discourse in the background. On the other hand, the music video has also adopted the aesthetics and narrative of contemporary cinema. This one looks for the image in excess, and to create an impact showing reality in a spectacular way.

In the 90s, characters who distance themselves from the classical character appear in independent cinema. These types of characters are characterized by traits such as instability or insecurity and their purpose is to find their own identity. These subjects try to live in a society that is not made for them.

These are the characters that will star in the majority of stories in the music videos. In this way, from the 90s on, a representation of violence and the psychological density of the characters in the filmic music videos was developed and that with time it will be consolidated.

This type of narrative music videos with great dramatic anchorage and with imageries that the cinema represents, uses constant cinematographic expressive resources such as dialogues and diegetic sounds, in addition to a slower editing, and a longer duration of shots in comparison at the fast pace generally used in music videos. It can be said that it is a kind of short music video, since there is a greater representation of filmic aspects and not of the usual characteristics of the music video such as the exaltation of the image and the cult of the body.

The narrative filmic music video is a typology that is far removed from the characteristics that define the music video format, since for years it has evolved in such a way that it has been mixed with the filmic narratives of contemporary cinema, with its imaginary and its stories.

## Keywords

Narrative music video; film music video; story; dialogues; MTV; YouTube

## Introducción

La gran variedad de medios y las múltiples plataformas han cambiado la estructura clásica de los formatos audiovisuales. Por esta razón, las narraciones han ido fragmentándose para su fácil recepción en las diferentes plataformas. Gracias a la difusión de los videoclips en Internet el espectador es capaz de visionar el video las veces que quiera y cómo quiera, lo cual hace resurgir a la narratividad en el videoclip pues está garantizada la atención del receptor y su comprensión del relato.

Puede decirse que el videoclip narrativo crea historias más complejas y toma como referencia aspectos característicos del cine como los temas, los recursos expresivos y los personajes. Asimismo, el cine también toma como referencia al videoclip respecto a una estructura fragmentada, imágenes más espectaculares y un ritmo más rápido. Ambos formatos se han ido hibridando, haciendo que el videoclip narrativo sea percibido más como un cortometraje que como un producto publicitario. Antes de adentrarnos en el videoclip narrativo hay que empezar por definir que es un videoclip.

En primer lugar hay que considerar que el videoclip es un producto audiovisual creado con la finalidad de promocionar una canción o artista. Éste nace de la necesidad de los artistas de encontrar otra forma de promocionar su música, “sin que la presencia del artista sea necesaria en un escenario o un plató de televisión” (Viñuela, 2013, p.168).

Este formato posee algunas dificultades a la hora de ser definido, ya que es un formato donde se unen imagen y música consiguiendo un efecto único que sería imposible sin alguna de las dos partes. Para empezar puede servir esta definición sobre este formato audiovisual:

Una creación audiovisual de vocación cinematográfica surgida al calor del mundo contemporáneo y del vendaval massmediático, un testigo excepcional de las expectativas e inquietudes de las subculturas y tribus urbanas, un reclamo consumista para la juventud en su calidad de soporte publicitario de los productos de la industria discográfica y un vehículo para la autoafirmación y/o difusión y/o propaganda de los respectivos grupos y movimientos que alientan e inspiran su génesis al identificarse con una declaración de intenciones, un código ético y una forma determinada de vivir, comportarse y pensar, siendo también consecuentemente un documento antropológico polivalente, contradictorio y versátil. (Sánchez, 1996, p. 566).

### Objetivos, Hipótesis y Metodología

El objetivo de este trabajo es abordar un aspecto muy cuestionado en los videoclips musicales; la narratividad. El propósito de este trabajo es analizar las diferentes posibilidades del videoclip narrativo, ya que esta tipología abarca infinitas formas de creación. Nuestros objetivos son:

1. Estudiar de qué forma los videoclips cuentan historias.
2. Cómo se construye la diégesis, las secuencias narrativas y que características poseen.
3. De qué forma la música se relaciona con la narración.
4. Qué características tienen los videoclips que contienen prólogos y epílogos que aparecen fuera del marco de la canción, analizar por qué optan por estas opciones y cómo afectan a la estructura del videoclip.
5. Estudiar de qué forma los diálogos y los sonidos diegéticos se introducen en los videoclips y cómo se produce una fusión entre lo fílmico y lo videoclíptico.
6. Plantear la investigación del videoclip desde el punto de vista de la narratología.
7. Recopilar distintos textos que hablen de las diferentes visiones sobre la narratividad en estudios ya publicados. Ya que es una cuestión en la que no se ha profundizado mucho, pero varios autores sí la han tratado.

En definitiva, los objetivos serían mostrar que el videoclip narrativo se ha convertido en un formato que ha ido evolucionando hacia la hibridación de formas fílmicas de manera que se han alterado las características que lo identificaban como un producto de promoción. Asimismo, analizar la integración de esos aspectos fílmicos en el videoclip narrativo.

Partimos de varias hipótesis para realizar esta investigación y son:

1. El videoclip narrativo ha evolucionado de forma progresiva a una hibridación de formas fílmicas y videoclípticas, que se funden de manera orgánica creando un producto audiovisual mutado.
2. Los videoclips narrativos pueden funcionar como cortometrajes y perder algunos aspectos fundamentales que lo identifican como formato publicitario.
3. El videoclip narrativo parte de dos condiciones; la construcción de un relato y la presencia de la canción de forma continua o discontinua.
4. Los videoclips narrativos se centran en la historia narrada más que en su función publicitaria. También e
5. El paso del videoclip a Internet ha ayudado a su difusión y a su perdurabilidad como obra audiovisual, además de producir cambios en la configuración del contenido narrativo.

Para ahondar en los aspectos narrativos, debemos antes repasar la historia del videoclip y la presencia de elementos narrativos, es decir, cuáles fueron los precedentes que dieron paso a lo que hoy en día se conoce como videoclip y cómo éste ha ido cambiando durante los años. De esta forma podremos entender las diferentes características y tipologías que existen dentro de un formato tan amplio y cambiante como el videoclip.

Para ello, en primer lugar se ha hecho una revisión bibliográfica sobre el videoclip, en sitios como Dialnet y Google académico. En estos sitios web, se han buscado trabajos y artículos afines al objeto de estudio, es decir, aquellos que analizaran los elementos narrativos para establecer un marco teórico.



Con esta búsqueda se pretende obtener una visión amplia de cómo diferentes autores han determinado la narratividad en el videoclip. Con la recopilación de esta información se establecerán las hipótesis de este trabajo. Por otra parte, para realizar esta búsqueda y conseguir resultados se han usado las palabras; videoclip narrativo y narración en el videoclip.

En segundo lugar, de todos los resultados se han escogido los trabajos que se acercaran más al objeto de investigación. Una de las características para aceptar el trabajo es el idioma, solo se seleccionaron trabajos en español, a partir de aquí, después de leer el título y el resumen, se eligieron los que eran acordes con el objetivo del trabajo, y de estos, después del análisis de los textos se eligieron los que hablan sobre la historia del videoclip y sobre la narratividad y sus posibilidades.

## Estado de la cuestión y Marco teórico

- Historia del videoclip

### Precedentes

Alrededor de 1870 en los salones de baile la música iba acompañada por imágenes para mostrar visualmente la canción. Pero no es hasta mediados de esta época que aparece el invento del fonógrafo de Edison. Con este aparato grababan la música y hacían conciertos de fonógrafos, pero como quedaba muy pobre decidieron proyectar imágenes de fondo. Gracias a este aparato, que permitía la grabación de música, se logra uno de los primeros pasos en la industria discográfica.

Años después, con el nacimiento del cine la música e imagen empiezan a unirse y de esta forma el cine se ha convertido en una de las mayores fuentes de inspiración en los videoclips, principalmente el cine experimental. Las vanguardias, como el surrealismo y el dadaísmo, han aportado una multitud de recursos formales y expresivos al video musical. Podemos destacar al autor Oskar Fischinger, éste puede considerarse el primer autor que combinó imagen y música en sus películas abstractas experimentando con la fusión de elementos visuales y sonidos, lo que él llamaba música visual, como es el ejemplo de su secuencia más conocida, *An American March* de la película *Fantasia* (1940).

Otro precedente fue la película *El cantante de Jazz* de Alan Crosland (1927), primera película sonora, es decir, con sincronización de imagen y sonido y con números musicales que incorporaban formas y colores con una carga más expresiva, además de decorativa.

Por otra parte, también podemos hablar de la popularización de los *Panoram Soundies* en los años cuarenta en Estados Unidos.

Consistían en máquinas retroproyectoras en blanco y negro, con pantallas de 12 pulgadas y altavoces. En estos aparatos, por una moneda se podía oír el disco elegido y al tiempo ver historias simples o imágenes del cantante. (Leguizamón, 1998).

Sin embargo, estos desaparecieron dando lugar a los *Scopitones* que aparecieron en Francia, a principios de los sesenta, por la demanda de acercarse a los gustos musicales de los jóvenes los cuales no estaban cubiertos por la televisión en ese momento. Por esta razón, en Europa el *Scopitone* tuvo mucho éxito ya que muchos grupos sociales y géneros musicales como el rock, marginados por la televisión, tuvieron la oportunidad de tener un lugar donde expresarse. La diferencia entre los *soundies* y *scopitones* es que los primeros consistían en la proyección de imágenes del grupo o cantante mientras que los segundos buscaban una relación entre las imágenes, además tenían más libertad creativa y el relato podía ser independiente de la canción.

En los años 50, con el auge de la televisión las discográficas ven una nueva forma para promocionar a sus artistas. También surgió el rock and roll popularizándose entre los jóvenes, mientras el sistema de producción en masa iba cambiando la forma de consumir de la sociedad.

Más tarde, con la llegada del disco de vinilo y del casete la música rock entró en los hogares donde ofrece funciones como las de diversión, distracción, relajación, esparcimiento, disfrute sensorial, alivio de la soledad. (...) Pronto la industria discográfica idea un mecanismo específico con un formato novedoso y fruto de la mejora de los sistemas de tratamiento y digitalización de la imagen electrónica. Era el videoclip (Viñuela, 2008, p.139).

El éxito fue tan evidente que la gente empezó a consumir este tipo de producto, y por esta razón, comenzaron a producir películas protagonizadas por estrellas de este género musical, como es el caso de Elvis Presley en *Jailhouse Rock* (1957) que incluía a un artista popular de la época realizando el papel de actor. Con el nacimiento de esta escenificación del rock and roll, y el resultado de estos productos otros artistas empiezan a interesarse por este formato. De esta forma apareció la película *A Hard Day's Night* (1964) dirigida por Richard Lester y protagonizada por The Beatles que fue la máxima expresión de ello y un claro antecedente del videoclip, ya que es una especie de falso documental que les permitía tomar ciertos riesgos. El filme consigue un equilibrio entre la ficción y el documental. Éste trata una puesta en escena y una narrativa diferente y más avanzada que la que puede encontrarse en otras películas del estilo anteriores.

En *A Hard Day's night* es el ritmo musical quien definirá y determinará a los personajes y sus canciones, inaugurando un mirar audiovisual que se materializará en el clip y transgredirá toda una concepción cultural acerca del sonido (Del Villar, 1997, p. 95 citado en Grifreu, 2010, p. 3).

Es tan importante la aportación de esta película que como menciona Leguizamón (1998): Se utilizan en este filme muchos recursos que lo transforman en un firme antecedente del videoclip, entre ellos: efecto cortina, cuadro dentro de cuadro, filmación fotograma por fotograma, foto collage, inversión de valores tonales, mezcla de materia ficcional y documental, imprevisibilidad, fragmentación y dinamismo.

El video musical todavía estaba lejos de ser considerado un formato audiovisual establecido, pues este formato estaba muy ligado al cine y a su influencia de las vanguardias europeas, sin embargo se produce un cambio que ayuda al videoclip a desligarse del cine como formato.

Sería precisamente el magnetoscopio- que permite la grabación, almacenamiento y reproducción de imágenes y sonidos sobre un banda magnética.- El elemento que se iba a convertir en decisivo en la práctica videografía, sobre todo a partir del momento en que la disminución de su tamaño posibilitó la flexibilización de su uso en grabaciones rápidas, ligeras y realizadas con un equipo mínimo (Zunzunegui, 1998, p.181).

Durante los sesenta se comercializa el portapack, un sistema de video ligero, que dio paso al videoarte, ya que este empieza cuando salen las cámaras de video portátiles. Los video-artistas, de esta forma, podían grabar sus acciones a priori efímeras. “Trabajaron mucho con la manipulación y los efectos aleatorios de la imagen electrónica, huyendo de todo convencionalismo narrativo” (Sánchez, 2009, p.165 citado en Puig, 2019, p. 7).

En esta misma década Nam June Paik aparece siendo uno de los primeros en grabar las calles de Nueva York en un taxi, y de esta forma abriendo paso a lo que conocemos como videoarte combinado técnicas del documental con la ficción y fusionándolas con expresiones del pop art, abriendo campo al desarrollo del videoclip e innovando no solo en lo tecnológico sino también en lo artístico. Con todos estos sucesos los años 70 se convierten en los más importantes para el nacimiento del videoclip. Sedeño menciona:

El nacimiento del videoclip tiene como antecedente un importante suceso histórico, el surgimiento de la música denominada rock and roll y el incremento de su difusión a través de diferentes canales como la radio, la recepción individual por disco de vinilo y la llegada posterior de la televisión. (2002, p.4)

El objetivo del videoclip fue promocionar el *single* de algún cantante o grupo. Esta forma de promoción era una forma de llegar a la gente, sobre todo al público joven. Pérez, Gómez y Navarrete señalan que:

A priori podríamos definir el videoclip como una producción audiovisual condicionada por sus objetivos, generalmente comerciales, y común en muchos aspectos a la publicidad televisiva, colindante formalmente con elecciones estéticas cercanas a la vanguardia y la experimentación, pero sometida a criterios de mercado muy estrictos que delimitan el acabado formal del producto. (2014, p.38)

Este producto audiovisual era consumido y distribuido por televisión, ya que fue el principal medio de difusión del videoclip, y por tanto, desde su nacimiento el videoclip ha estado unido a la televisión.

Aunque fueron muchos los precedentes del videoclip, la manera de consumir rock and roll y el uso de la televisión por cable fue lo que marcó el inicio de lo que hoy en día conocemos como videoclip.

## MTV

Desde los inicios hasta los años ochenta el video musical ha pasado por infinidad de formatos pero siempre ha mantenido una característica esencial: las imágenes siempre se añadían a una canción previamente existente, normalmente adaptándose a la duración y estructura de ésta.

En 1981, en Estados Unidos, la televisión por cable empezaba a expandirse. De esta forma la cadena *Warner Entertainment* junto con *American Express* se encargó de organizar una televisión por cable dedicada exclusivamente al videoclip. Así, el 1 de agosto de 1981 salió el canal *Music Television* (MTV). Su objetivo era emitir videoclips durante todo el día, además de reunir delante de la pantalla al público joven que no conseguían atraer por otros medios. El lema del canal era: "Nunca volverás a ver la música de la misma manera". Con todo esto, la forma de escuchar música cambió. El primer video musical que se vio en el canal fue *Video Killed The Radio Star* del grupo The Buggles y dirigido por Russell Mulcahy. Un tema que fue idóneo para representar el cambio que significó este canal, pues como dice el título de la canción el video dejaba en un segundo plano a la radio.

Las discográficas pensaron que realizar un producto promocional que fuera tan caro no podría dar beneficios, simplemente porque pensaban que la televisión musical sería una moda pasajera. Sin embargo, este medio se consolidó y todas las dudas desaparecieron cuando las cintas como el *Making of de Thriller*, el videoclip de Michael Jackson, se convirtió en un producto rentable por sí mismo. "El espectro de audiencia cambió, así como la forma de difundir, promocionar y disfrutar de la música" (Sedeño, 2002, p.9). A partir de MTV, las ventas de discos crecieron y muchos artistas como Duran Duran, Michael Jackson y David Bowie, entre otros, eligieron este canal para la difusión de sus productos. También hay que destacar que los videos musicales estaban subordinados por las dinámicas de la televisión, es decir, los videoclips debían durar un tiempo exacto para adaptarse a la programación. La mayoría de ellos tenían una duración de cuatro minutos y medio, aunque hay algunas excepciones como es el caso de *Thriller* que tiene una duración más larga.

En 1985, MTV pasa a ser parte del conglomerado mediático Viacom, y en este proceso, la cadena pierde lo que podía considerarse sus dos pilares básicos: la emisión en flujo, no dividido en programas y la difusión de contenidos dirigidos hacia segmentos concretos de público. Por esta razón, a partir de 1986 la cadena MTV amplía su oferta musical y va estableciendo una programación por bloques más tradicional. Se incluyen secciones centradas en géneros musicales no generalistas, principalmente rap, además del dance o música alternativa. También se incorporan diversos programas y series que en un principio iban a estar relacionados con la música, pero más tarde fueron enfocados al público juvenil en general. Los cambios fueron efectivos para la cadena ya que en el año 1988 se posicionó como el segundo servicio básico de cable de Estados Unidos con mayor audiencia.

Con el tiempo, MTV ha ido trasladando los videoclips a un segundo plano dentro de una programación que ha ido centrándose cada vez más en productos dirigidos a los adolescentes. El contenido musical se ha trasladado a canales secundarios como MTV2. En los 2000 la cadena MTV deja de identificarse con lo musical como fue en los años ochenta, y esto se confirma cuando en 2010 se elimina la leyenda "music television" de su logotipo y de esta forma cierran una etapa que había durado 30 años.

Esto ocurre al mismo tiempo que aparecen cambios en la industria musical, en los medios de comunicación y con la consolidación del uso de Internet. Actualmente se producen más videoclips que nunca ya que con Internet ha habido un abaratamiento de los costes de producción y sobre todo de los de promoción. Internet se ha convertido en el mejor medio de difusión para los videoclips porque el usuario puede acceder a ellos cómo, cuándo y dónde quiera.

## **Youtube**

Youtube es un sitio web donde se puede subir y ver videos. Se fundó en 2005 y en 2006 *Google* lo compró. A día de hoy, este sitio web se ha convertido en el más utilizado para subir videos y para visualizarlos. Con la llegada de Internet, YouTube se convirtió en el medio habitual para la distribución y consumo del videoclip dejando atrás a la televisión.

Con el nacimiento de Internet y su popularización los productos audiovisuales sufren algunos cambios; se modifican sus características y su presentación, además de su distribución y comercialización. En cuanto a los videoclips consiguen una mejor calidad y una mayor importancia, además, pueden encontrarse de forma más sencilla y rápida en Internet pues “Internet ha sido para el videoclip lo que el VCR para las películas” (Austerlitz, 2007, p. 222 citado en Sedeño, 2009, p.50)

Con este nuevo panorama, donde YouTube es un sitio de referencia para los productos audiovisuales, el vídeo adquiere unas estrategias de promoción musical muy importantes. Viñuela (2013) confirma que “cualquier canción es susceptible de contar con un videoclip para su difusión a través de internet” (p. 170), pues la abundancia de pantallas ha hecho que la sociedad actual sea consumidora diaria de productos audiovisuales. Otro dato a destacar es:

Este proceso da lugar a transformaciones formales en la configuración de los videoclips, no sólo generando nuevas tipologías (*mash-up*, *lipdup*, etc.) (...), sino también en cuanto a la inclusión de contenidos que pueden resultar polémicos y censurables en la televisión (muerte, sexo, religión, etc.); un aspecto que se deriva del tránsito del videoclip desde un medio de broadcasting con audiencias masivas (la televisión) hacia otro de narrowcasting o difusión selectiva, en el que la audiencia potencial está segmentada en función de edad, gustos, creencias, etc. (p. 171).

Esto quiere decir que los videos musicales pueden entenderse si analizamos el medio en el que se difunde.

En la Web 2.0 el videoclip no ha perdido su estatus como formato creado para la promoción y consumo de un producto cultural, pero sí ha prestado a nuevas funciones para las cuales sus productores no tienen por qué contemplar una finalidad comercial (Pérez, 2011, p. 4).

Para Sedeño la característica más interesante de la relación Internet y videoclip:

Se centra en que la tradicional división entre emisores y receptores se difumina, con la facilidad para integrar contenidos de videos en las webs y blogs personales (...) Se calcula que circulan 20 millones de videoclips musicales solo en YouTube, número creciente cada día por su accesibilidad y su capacidad ilimitada. En Internet, el videoclip ha encontrado el medio de distribución más eficaz, con un acceso aleatorio a cualquier título en unos segundos. (2009, p. 51)

En España se hizo un estudio que confirmó que de los diez videos más vistos siete eran videoclips. “Estos datos confirman el relevo de la televisión en favor de internet como principal medio de difusión de los videoclips, así como el papel de YouTube como la nueva MTV del siglo XXI” (Viñuela, 2013, p. 170).

Sedeño Valdellós, en *El videoclip posttelevisivo: ámbito de experimentación en el audiovisual digital* (2015) apunta:

El videoclip es uno de los formatos centrales de la renovación audiovisual en su etapa digital; en primer lugar, por su capacidad de adaptación a los diferentes canales de distribución, múltiples ventanas y pantallas y por su facilidad de hibridación con otros formatos (p. 753).

De igual forma, Sedeño (2016) nombra el análisis comparativo de Vernallis (2013) entre los videoclips de los ochenta y los actuales, para aclarar la nueva estética adoptada por el videoclip, cambios que se pueden apreciar en “el color, la materialidad y los microrritmos musicales, la realización y la edición, la narrativa y la estructura del vídeo, el tipo de performance, la intertextualidad y las posibilidades de remediación de material” (citado en Sedeño, Rodríguez y Roger, p. 336).

Podemos decir que el videoclip es un producto en constante cambio y evolución, ya que existe una función interactiva con los usuarios que lo convierte en un formato abierto a la experimentación.



## - Tipología del videoclip

Según Sedeño (2007) en *Narración y Descripción en el Videoclip Musical*, los videoclips pueden clasificarse en tres tipos, dependiendo del grado de interés por el desarrollo de programas narrativos:

- 1- Narrativo: son en los que puede verse un programa narrativo. Muchos de ellos tienen desarrollos muy convencionales: a veces el cantante es el protagonista de la historia mientras baila o canta. Como es el caso de uno de los claros precedentes del videoclip *A Hard Day's Night* de The Beatles. Este tipo de relatos recogen características típicas de un film: marcadas elipsis, flujo continuo y transición transparente entre imágenes, raccord, fundido a negro como elemento de puntuación espacio-temporal o separador de bloques. Y todo esto sin olvidar la influencia de las vanguardias artísticas: junto a estos elementos se produce la ruptura de los parámetros tradicionales espacio-temporales, para intentar así negar la convencionalidad de la narración.
- 2- Descriptivo: son los que no contienen ningún programa narrativo, sino que su discurso visual se basa en una serie de códigos de realización y de reiteración musicovisual bajo una forma de seducción. Esto se materializa con una actuación o performance del artista fijando su mirada hacia la cámara para mantener una relación dual fática propia de este tipo de videoclip.
- 3- Descriptivo narrativo: son los que contienen una mezcla de los dos anteriores. En estos videoclips suele haber un nivel diegético de la historia, y otro nivel donde se representa al artista en una situación de actuación en diferentes escenarios. Este es el tipo de videoclip que suele usarse cuando se pretende representar algún tipo de argumento temporal con un desarrollo narrativo reducido.

Esta clasificación general en tres tipos diferentes de videoclips puede completarse con la siguiente, más usada en la terminología y tradición crítica, no únicamente semiótica, del videoclip:

- 1- Dramático o narrativo: son los que presentan una secuencia de sucesos que narran una historia siguiendo la estructura dramática clásica. En este tipo la relación de la imagen con la música puede ser: lineal (la imagen repite punto por punto la letra de la canción), de adaptación (se estructura una trama paralela a partir de la canción) y de superposición (se cuenta una historia que puede funcionar independientemente de la canción aunque en conjunto exista un significado cerrado).
- 2- Musical o performance: son aquellos que contienen el hecho musical en sí, ya sea en un concierto en directo o en un estudio. Lo que se consigue es un carácter escenográfico, sin referencia a nada más. El objetivo es crear una especie de experiencia en directo. Los videos musicales tipo performance sugieren al espectador que la grabación de la música es el elemento más significativo.
- 3- Conceptual: son aquellos que se apoyan sobre una forma poética, especialmente en la metáfora. No narran una historia de manera lineal, lo que crean es un ambiente o estética abstracta. Puede tratarse de una secuencia de imágenes con un concepto en común, como por ejemplo, en colores que al unirse con la música se crea un cuadro semiótico que expresa el sentir de la música, aunque no tiene por qué ser la letra de la canción. Tanto este tipo de videos como los performances pueden considerarse una subclasificación de los descriptivos.
- 4- Mixto: es una combinación de alguno de los anteriores.

- Narratividad en el videoclip

### **Narración**

Narrativa audiovisual es “la facultad o capacidad de que disponen las imágenes visuales y acústicas para contar historias” (García Jiménez, 1996, p. 13 citado en Tarín, 2016, p. 22). La construcción de textos a través de la articulación de imágenes.

Desde un punto antropológico-social, la narrativa puede relacionarse con la necesidad que ha tenido el hombre de hacer ficciones como una forma de “representar el mundo e interactuar con él” (García García, 2006, p.7 citado en Tarín, 2016, p. 22).

De esta manera, la narración ha sido una vía de expresión de la ficción que ha ido evolucionando durante la historia, hasta que llegó la ficción digital cuyo tipo de narración se basa en la no "linealidad, hipertextualidad, interactividad y una nueva relación entre autor, texto y lector" (Ibíd, p.8 citado en Tarín, 2016, p. 22). Según el medio donde se desenvuelva, se ve afectada la vía de expresión de la ficción. El receptor no percibirá la historia del mismo modo dependiendo del soporte en el que sea contada, como por ejemplo, bibliográfico, celuloide o vídeo. Las limitaciones del medio pueden reducir la funcionalidad, la moldean y delimitan adquiriendo diferentes formas a través del tipo de narración.

En toda obra narrativa existen dos planos de significación: el plano del contenido (la historia) y el plano de la expresión (discurso). Chatman (1990)

Jesús García Jiménez en *Narrativa audiovisual* (1996, p. 16 citado en Tarín, 2016, p. 26), divide la estructura narrativa en dos partes:

- Contenido: la forma del contenido es la historia y sus elementos compositivos son; los personajes, la acción, el espacio y el tiempo, que son las cuatro variables fundamentales en la estructura de un relato. También, distingue la sustancia del contenido como el modo determinado en el que esos elementos son conceptualizados y tratados siguiendo el código particular del autor.
- Expresión: Atendiendo a su forma, se trata del sistema semiótico particular al que pertenece el relato (cine, radio, televisión, etc.). Y atendiendo a su sustancia es la naturaleza material de los significantes (la voz, la música, los sonidos musicales, fotogramática, videografía, etc.)

Una definición cercana a lo narrativo puede ser; el relato es un conjunto de acontecimientos ordenados secuencialmente, protagonizados por sujetos, caracterizados por sus tareas y sus objetos de deseo y narrados por un sujeto-narrador con procedimientos de articulación narrativa.

Tras esta pequeña definición, podemos ver la dificultad que existe para analizar un videoclip narrativo. En primer lugar, porque dentro de esta tipología existen variantes y, en segundo lugar, por la singularidad de ser una narración comprimida y apoyada en un tema musical.

Pueden encontrarse videoclips donde se narra una historia con continuidad como un cortometraje y en los que la música es un componente fijo y que funciona en muchas ocasiones como acompañamiento para intensificar la acción que se desarrolla. Esta es una característica propia del relato fílmico, de hecho, si elimináramos el sonido el espectador podría entender perfectamente la estructura narrativa que se está contando.

Entonces para que exista narración en el videoclip debe aparecer, principalmente, un relato, es decir, una serie de acontecimientos temporales protagonizados por sujetos que llevan a cabo una tarea para seguir sus deseos. Esto quiere decir que debe producirse un cambio de estado a través de la acción. La consecución de una acción por parte del sujeto garantiza la obtención del objeto de deseo.

Otra dificultad que afecta al videoclip narrativo es la identificación por parte del espectador. En muchas ocasiones el relato que contiene carece de lazos fuertes en cuanto a las relaciones que se producen entre los acontecimientos narrados, y esto sucede porque se trata de un formato publicitario que busca la persuasión o seducción y no la identificación.

Por esta razón, es difícil encontrar videoclips que no utilicen efectos visuales que sean impactantes y con colores poco realistas, además de sucesiones de planos a gran velocidad, lo cual suele provocar un aspecto artificial a la composición, y por tanto, un distanciamiento en el receptor por la poca indicación como real del mundo que se muestra, y especialmente por una falta de representación realista que no consigue el efecto diegético.

Las imágenes artificiosas, las interrupciones en el relato y la forma de consumir el videoclip, suelen provocar que los procesos de identificación se debiliten. Sin embargo, existe un tipo de videoclip al que se puede llamar videoclip-cortometraje que parece que produce el efecto contrario gracias a la impresión diegética. Lo narrativo parece así asimilarse perfectamente con la “ilusión de realidad” (González Requena, 2012, p. 493 citado en Tarín, 2016, p. 60).

Podemos ver que los videoclips narrativos dejan una impresión de la realidad parecida a la de una película muda acompañada de música. La inmersión en la escena puede ser casi completa, a pesar de ser un formato, en esencia, llamativo y artificioso.

Hay que tener en cuenta que la mayoría de videoclips no son narrativos y poseen un montaje discontinuo. Por tanto, no existe coherencia en el mundo diegético, no hay historia, lo cual provoca que no se genere una impresión de realidad aunque puede experimentarse placer o displacer.

Los videoclips narrativos suelen tener una estructura clásica, es decir, introducción, desarrollo y desenlace, y por tanto pueden provocar una impresión de realidad. Esto consigue que el espectador desconecte del mundo real y se adentre en la ficción.

Como se ha mencionado anteriormente, la música en el videoclip es la característica fundamental, la música “fortifica la vida real, la verdad convincente, objetiva de las imágenes del filme” (Ibíd, p. 120 citado en Tarín, 2016, p. 64). Por tanto la música es parte fundamental de la impresión de realidad. Música e imagen van juntos, de hecho el videoclip “trata de reflejar las sensaciones orgánicas que la música crea en el receptor” (Selva Ruiz, 2012, p. 104).

Otro aspecto a destacar es la seducción, propia del cine o la publicidad, a la que alude el videoclip. Este recurso sirve para recurrir al espectador a través de la estética del asombro. En otras palabras, buscar la atención del espectador a través de una estética atractiva visualmente que conecte con los deseos del público.

El videoclip es un género posmoderno pero de una manera genérica. Ya que estructuralmente es un formato variable, basado en la mezcla de estilos, y por supuesto, con el fin publicitario de vender una canción.

No obstante, su estructura narrativa adopta una forma puramente creativa poniendo en crisis todos los géneros. El videoclip se caracteriza por presentar un conjunto de irregularidades de todo tipo, que parte de todos los géneros y los pone en crisis (Leguizamón, 2002 citado en Tarín, 2016, p. 73).

En resumen, el videoclip combina diversos recursos formales y técnicos. No se construye para crear una aparente realidad basada en la espectacularidad, como es el caso de la televisión, sino que recrea mundos ficticios e irreales a través de la creatividad para seducir, para expresar la música visualmente y para incitar al consumo.

## La narratividad en el videoclip

Cómo Sedeño (2007) afirma, en *El videoclip como mercanarrativa*, algunas corrientes semióticas, como Grupo de Entrevernes, afirman que el análisis del componente narrativo es el estudio de la sucesión de estados y cambios que caracterizan a sujeto y objeto en el discurso y los papeles que asumen en las actuaciones de cambio.

Existe narratividad cuando existe un programa narrativo, es decir, una sucesión de estados y cambios que se encadenan en la relación de un sujeto y un objeto, es la serie de cambios de un estado a otro.

La secuencia narrativa se compone de cuatro fases vinculadas. Una o varias secuencias narrativas forman el programa narrativo aunque no es necesaria la existencia de todas ellas para construir un programa narrativo:

- Fase de influjo: se trata de la fase donde otro sujeto (calificante) inicia una actividad para que el sujeto principal realice un programa dado. En esta acción cognitiva de persuasión un sujeto intenta influir sobre otro. Ésta es la fase inicial que da comienzo a un programa narrativo, ya que se establece un sujeto para las realizaciones que se han de efectuar o se presentan realizaciones (objeto) y se persuade a alguien para que las efectúe.
- Fase de capacidad: el sujeto consigue un objeto que presupone que éste es capaz de ejecutar dicha realización. Es en esta fase, el sujeto debe obtener las condiciones necesarias para hacer el cambio en la relación sujeto-objeto, como también las capacidades para conseguir el objeto.
- Fase de realización: el sujeto realiza un cambio en la relación con el objeto, de esta forma esta fase se convierte en la principal en la consecución de un programa narrativo. En la fase inicial existe un estado de unión o desunión entre el objeto y el sujeto. En cambio, en la fase final la relación se invierte: cuando se pasa de un estado de desunión a otro de unión el sujeto consigue el objeto y cuando se pasa de un estado de unión a otro de desunión el sujeto pierde el objeto.
- Fase de valoración: en esta fase el estado final de la realización se evalúa o interpreta, es decir, se reconoce que ha habido un cambio y se valora la actuación del sujeto.

En todo programa narrativo existe un antiprograma narrativo con un antisujeto con un elemento opuesto.

La narración en el videoclip no suele usarse como elemento para provocar atención e interés en el espectador, no parece el mejor mecanismo para ello. En cambio, el videoclip prefiere la descripción para sus objetivos. En cuanto a la narración, se prefiere en la fase de realización y en algunos casos también puede verse la fase de capacidad, lo que es normal dada la materialidad icónica del vídeo. Sin embargo, las fases cognitivas del programa narrativo, influjo y valoración, son pocas o nulas.

### **Modelos de análisis de narrativa audiovisual**

Aunque muchos estudios son recientes algunos teóricos han propuesto modelos de análisis del videoclip. Estos modelos tienen en cuenta su heterogeneidad, su estructura híbrida y la fusión de otros formatos como es el cine y la publicidad. Goodwin (citado en Tarín, 2016, p. 89) establece unas características propias del videoclip para posteriormente establecer un modelo de análisis, el cual Sedeño analizará:

1- Las características del género musical se representan en el videoclip; un ejemplo podría ser los videoclips de grupos heavies que tienden a representarse sobre el escenario, otro ejemplo sería el hip hop con una pretensión más social. Por otra parte, el pop y R&B se inclinan por el exhibicionismo, el culto al cuerpo y la potenciación de la imagen del artista. Sin embargo, la música *indie* prefiere una narración de tipo fílmico, con una escasa presencia del artista, razón por la cual este estilo suele ser el más elegido para analizar en investigaciones de este tipo. Hay que aclarar que con música *indie* hablamos de artistas que se alejan del mainstream o grupos muy comerciales, no hablamos de grupos con poco presupuesto.

Este término *indie* tiene rasgos en común con el cine:

- Tendencia por el ámbito artístico y la libertad creativa
- Rechazo “a las denominadas normas industriales o comerciales de los grandes grupos multinacionales” (García Guardia y Menéndez Hevia, 2006 citado en Tarín, 2016, p. 90), que generan productos comerciales para obtener el mayor de los beneficios además de todas las ventas posibles.

- Suelen mostrar temas de ámbito social, profundizar en los estados de ánimo y en la psicología de los personajes.
- 2- Hay relación entre las imágenes y la letra. La atmósfera de la canción se refleja visualmente.
  - 3- Como el propósito del videoclip es promocionar una canción o un artista, existe una gran presencia de primeros planos, a veces no se cumple la norma, pero cuando se cumple normalmente es en videoclips narrativos.
  - 4- Hay una noción de mirada, es decir, los personajes miran a cámara, esto suele pasar en videoclip descriptivos o mixtos. Además aparecen escenarios y culto al cuerpo de la mujer.
  - 5- Existen referencias intertextuales como películas, anuncios, y programas de televisión.

Después de establecer los rasgos propios del videoclip, Sedeño afirma la dificultad que existe para aplicar un solo modelo para analizar videoclips teniendo en cuenta “la variedad de géneros y estilos” (citado en Tarín, 2016, p. 90). De esta forma dependiendo de la tipología del videoclip existe la necesidad de un análisis específico. Como en este trabajo nos centramos en los videoclips narrativos, abordaremos esta tipología en concreto.

### **Tipología y evolución del videoclip narrativo**

Existen numerosos estudios sobre esta tipología, aunque en muchos de ellos no hay una profundización en la tipología del videoclip narrativo, o lo que es lo mismo, de los videos musicales que tiene una estructura fílmica que afecta al cuerpo del videoclip modificando algunas características esenciales, y convirtiéndose en un formato híbrido en constante mutación y con aspectos que son propios del cortometraje más que del videoclip. A pesar de esto, Ana María Sedeño (2007) sí que se centra en esta tipología en algunos de sus estudios, como se ha expuesto en un apartado anterior.

En estos numerosos estudios existe una idea general en cuanto a esta tipología, esta idea es el intento de alejarse de la narratividad creando un discurso fragmentado y discontinuo. Según Vernallis (citado en Tarín, 2016, p.183) esta tendencia por la anarratividad se debe a:



En primer lugar, el carácter multimedia del formato que afecta a la temporalidad. Esto significa que a nivel cognitivo es difícil que el receptor pueda seguir todos los registros o niveles de significación (Pérez- Yarza, 1996) (imagen, texto sonido) en su tiempo concreto y distintivo: la velocidad o lentitud de la música, el tiempo de la historia, etc... por lo que el espectador percibe el tiempo del videoclip de manera fragmentada.

A pesar de este estudio cognitivo, los videoclips narrativos, a lo que podemos llamar fílmicos, sí que establecen una historia en continuidad y con saltos temporales que el receptor percibe sin problema. A esto se añade la canción, que encaja con las imágenes y las refuerza para entender de mejor manera el relato.

Vernallis (citado en Tarín, 2016, p.185) expone en segundo lugar que en este formato “faltan informaciones esenciales que restan la capacidad narrativa a la imagen”, cosa propia del cine. “En una película, la narratividad se basa en la técnica de creación de puntos narrativos, encuentros después de los cuales, los personajes comienzan alguna actividad o se preparan para algo” (Vernallis, citado en Tarín, 2016, p.185).

Vernallis (citado en Tarín, 2016, p.188) plantea una tercera razón por la que el videoclip tiende a escapar de la narratividad, y ésta puede ser la más característica ya que puede invertir los valores que se han asignado de manera genérica al videoclip narrativo.

Quizá la causa más importante sea la necesidad de completar y seguir la forma de la canción que tiende a ser cíclica y episódica más que secuencial. Los videos imitan los intereses de la música, pues tienden a ser una consideración de un tema más que una representación. Si el intento de la imagen estriba en poner atención a la música- para promocionar comentarios sobre ella o simplemente para venderla- no necesita hacerlo mediante la narración. (Vernallis citado en Tarín, 2016, p.188)

Como hemos dicho anteriormente, estas características son generales y no se pueden aplicar a todo un formato. El objetivo de esta investigación es analizar esta tipología narrativa que está más cerca del cine que de la publicidad.

Empezamos con una pequeña definición de qué se considera narrativo, aunque más adelante profundizaremos en esta definición. “De manera general, se puede afirmar que la narrativa audiovisual es la capacidad para contar una historia utilizando para ello los elementos de la banda icónica y la sonora” (Martin Sánchez, 2006, p.111 citado en Tarín, 2016, p. 186).

Es indispensable, no obstante, distinguir entre “narratividad”, que es el discurso de una serie de sucesos temporalizados, del “relato” que es una “forma específica de narración” (González Requena, 2012. p. 536, citado en Tarín, 2016, p. 186).

Entonces, si el objetivo principal de un videoclip es promocionar una canción ¿por qué no optan por la narrativa? Vernallis afirma que lo que se pretende promocionar es la música y por eso, es innecesario hacerlo mediante la narrativa. Pero ¿esto quiere decir que la música no se aprecia cuando existe un relato con una fuerte diegética? Efectivamente, en algunas ocasiones los videoclips narrativos consiguen una fuerte impregnación diegética a través del relato, lo que provoca que al verlo la música quede en un segundo plano. Esta es la inversión de valores que se ha mencionado anteriormente y que se produce en los videos musicales híbridos con estructuras fílmicas propias del cine.

Un aspecto a destacar, es cómo Internet ha beneficiado al videoclip narrativo, ha conseguido que cambie la forma de consumir además del tipo de consumidor, ya que ha pasado de ser un consumidor pasivo a un prosumidor, es decir, además de consumir un producto también participa en la producción. Esto se traduce, en este caso, en que el consumidor crea su propia programación y ve el videoclip cuando quiere además de las veces que desee.

De esta manera, el espectador al ser capaz de elegir el momento de visualización estará más abierto a fórmulas narrativas que exigen una cierta atención.

Anteriormente, en este trabajo se han clasificado por tipologías los videoclips, una de esas tipologías era los videoclips dramáticos que muchos teóricos usan para denominar a los videoclips narrativos los cuales se diferencian en la forma de presentar la narración. Como se ha dicho antes, estos se basan en una estructura narrativa clásica, es decir, que muestra “una cadena de relaciones causa efecto que transcurre en el tiempo y el espacio” (Bordwell, citado en Tarín, 2016, p. 192).

En este tipo de videoclip se puede observar que contiene dos estructuras diferenciadas: una cinematográfica y una videoclíptica, es decir, un cortometraje sin música y la puesta en escena musical lo que se considera el videoclip propiamente. El ejemplo más conocido es el videoclip de *Thriller* de Michael Jackson el cual posee dos partes. La primera parte trata de una narración fílmica a modo de prólogo que dura unos 4 minutos y medio. La segunda parte trata de una puesta en escena con su coreografía musical, la cual sigue los hechos que se presentan en el cortometraje. Por último, se vuelve a la estructura cinematográfica y se resuelve la historia.

Después de ver este ejemplo podemos concluir que al existir dos estructuras se crea una interrupción del relato fílmico. Y por tanto, la estructura fílmica no tiene una presencia constante.

Parece entonces necesario destacar, además de la modalidad “dramatizada”, la existencia de un video musical narrativo específico que podríamos denominar “fílmico”, pues se estructura utilizando códigos cinematográficos y recursos expresivos más propios del campo fílmico que del videoclip y que vendría a distinguirse del “dramático” en que en el fílmico no hay dos estructuras distinguibles (cinematográfica y videográfica) sino que ambas se funden de manera orgánica constituyendo un relato lineal, sin interrupciones en la narración por la puesta en escena de una coreografía musical (Tarín Cañadas, 2016, p. 195).

Según Tarín Cañadas (2016) en *La evolución del videoclip narrativo: la simbiosis orgánica del relato cinematográfico y el video musical en el videoclip*, dentro de la tipología narrativa se encuentra la dramatizada que se ha definido antes, y otra modalidad donde se produce una fusión orgánica de la estructura fílmica en el videoclip, lo cual significa que el relato no se interrumpe en ningún momento y se desarrolla linealmente. Asimismo, la puesta en escena es cinematográfica, por tanto, se utilizan recursos fílmicos para su construcción.

Lo que se consigue es que la historia tenga sentido sin la música, pero sin embargo ésta aparece presente en el videoclip relacionándose con las imágenes. Este tipo de videoclip fílmico, parece invertir las reglas establecidas en cuanto a la subordinación de la imagen a la música, consigue equilibrar la balanza e incluso en algunos casos la banda icónica obtiene un mayor peso que la banda sonora. Obviamente, hablamos de una inversión de valores porque la opinión más generalizada es que el videoclip “intenta asociar unas imágenes a una música preexistente” (Sedeño, 2007). También hay que añadir que esta inversión de valores dependerá del tipo de estructura que se establezca.

En cuanto a esta inversión de los valores a favor de la estructura fílmica en los videoclips narrativos, Gianni Sibilla (1999, p. 34 citado en Tarín, 2016, p. 194) señala esta posibilidad: “el videoclip completamente narrativo es un pequeño cortometraje, en el que la canción se convierte en una banda de sonido a las imágenes superpuestas”.

En los videos musicales fílmicos hay ausencia de elementos de expresión propios del formato videoclip como son las interrupciones espacio-temporales, superposiciones, fragmentación de la historia, montaje acelerado entre otros. Por otra parte, en los videoclips fílmicos sí que aparecen recursos expresivos cinematográficos como son; elipsis, uso de plano-contraplano, planos secuencia, flashbacks, fuera de campo, interrupción de la música en determinados momentos, a todos estos recursos hay que añadir los efectos sonoros y diálogos de los que se hablará en este trabajo posteriormente. Otro aspecto propio del videoclip fílmico es el uso de localizaciones exteriores, ya que busca una puesta en escena con espacios verosímiles.

En resumen, este tipo de videoclip tiene características de este tipo: narraciones consistentes, recursos expresivos cinematográficos, personajes con una motivación, densidad psicológica, acontecimientos, intensidad y progresión dramática. Además, con esa estructura que da un carácter fílmico al videoclip hace que el objetivo implícito publicitario quede apartado ya que se aleja de la estética publicitaria. Ya no se vende la imagen del artista a través de una iconografía basada en la seducción.

### **Diálogos y efectos sonoros en el videoclip**

En muchos videoclips narrativos se crea una interrupción por parte de diálogos. Puede verse de diferentes formas, se puede introducir de manera que interrumpe la canción de forma abrupta, o también, puede que el videoclip empiece con un diálogo, sin música, lo cual se aproxima más al videoclip fílmico.

Podemos clasificar dependiendo de cómo se produzca la introducción del diálogo en:

- Mediante auricularización cero, pues se trata de la forma más tradicional de hacerlo.

Muchos videos musicales encuentran en esta fórmula una manera de articular la narración y hacer que sea más comprensible la historia contada. Así, se le da más relevancia al relato. En este tipo de videoclip los diálogos pueden escucharse perfectamente, pueden verse acentuados los aspectos psicológicos del personaje, además de verse su forma de ser y expresarse, todo esto da profundidad a la narración.

El diálogo es la manifestación externa de los personajes como seres vivos dentro de la ficción en el transcurso del discurso, durante el cual, además, el espectador puede asistir a su evolución manifiesta también en su modo de hablar y en su modo de callar al enfrentarse a los otros (Montes, 2009, citado en Tarín, 2016, p. 254).

- Con diálogos que se leen a través de subtítulos.  
Esta es una manera de introducir un diálogo sin interferir en la estructura de la canción y sin cortar la letra. Esta es una buena forma de seguir el relato sin impedir que la canción se corte.
- Diálogos como prólogo o epílogo, sin acompañamiento musical.  
Este sistema es el habitual en los videoclips narrativos para confirmar una continuidad una vez empieza a sonar la música.  
Este tipo de videoclips empiezan con una escena inicial a modo de cortometraje para así presentarnos unos personajes y una situación concreta con un conflicto que nos permite adentrarnos en la historia. Cuando empieza la historia, la música toma protagonismo sin interrupciones, de esta forma el espectador ya tiene nociones suficientes para entender el devenir de acontecimientos a lo largo del video musical.
- Interrupción abrupta de la música durante la representación.  
Otra forma para incluir diálogos es con la interrupción abrupta de la música durante la narración, para darle más importancia al relato.  
También hay que destacar que en muchos videoclip narrativos aparecen efectos de sonido sin acompañamiento musical. Estos son ruidos y sonido ambiente, que como dice Chion (1998, p. 138 citado en Tarín, 2016, p. 257) “son los grandes olvidados cuando se habla de los efectos directos o indirectos del sonido”.

En los videoclips, la música es un aspecto que debe aparecer de forma continua, aunque no siempre es así, por tanto si agregamos otros efectos sonoros, como voces o ruidos, se crearía un caos acústico. Esta es una de las razones por la que muchos videoclips narrativos optan por alguna de las fórmulas anteriores. De esta forma puede conseguirse un incremento de la emoción y tensión dramática además de proporcionar más realismo a una escena cotidiana.

Una de las maneras para introducir sonidos y voces es intercalarlos junto a una música de fondo. Esto puede dar la impresión de una superposición de efectos que provocaría que no se entendiera, pero no es así.

“En el videoclip se aprovecha el cambio de ritmo, las pausas y las cadencias en la música para introducir sonidos diegéticos emanados de la narración como ruidos y voces” (Tarín Cañadas, 2016, p. 258).

Otra de las formas para hacer que destaquen esas voces y ruidos es empezando el videoclip sin música, simplemente escuchándose el sonido de los objetos y personas, o también puede producirse un corte brusco en la canción para que se escuchen los efectos sonoros y reforzar la intensidad del relato.

### **La canción en el esquema narrativo**

En este apartado estudiaremos la forma en que el videoclip narrativo se adapta a la estructura de la canción. Por lo general, la música destaca sobre la imagen, esto afecta a la manera de configurar las secuencias narrativas. La canción tiene una estructura y una duración concreta que determina la forma y el contenido del video musical, ya que pone unos límites de tiempo a los que la imagen ha de ajustarse.

La limitada duración de la canción definirá el tiempo que tendrá el videoclip para extender su esquema narrativo. Éste no podrá ser muy complejo porque no habrá tiempo para desarrollar un gran número de acciones. Asimismo, si el video refleja las partes de la canción, la secuencia narrativa también deberá adecuarse al tema musical para que coincida imagen y música.

Según Vernallis, podemos agrupar estas características que se producen por la influencia de la canción en:

- Fragmentación del discurso
- Escaso desarrollo de los personajes y acciones
- Finales ambiguos

### **Formas de adaptar lo narrativo a lo musical**

Después de las características expuestas en el apartado anterior podría parecer que en los videoclips existe un intento fallido de representar una narrativa con una estructura clásica, aunque pensamos que no debería ser así.

Primeramente, uno de los principales objetivos del videoclip es la promoción, no transmitir una narración. La historia es simplemente un elemento más del video musical.

En segundo lugar, aunque por regla general se tome el esquema de narración del cine clásico, no hay necesidad de ceñirse a este modelo para transmitir una historia.

En tercer lugar, la mayoría de videoclips con un esquema diegético consigue ser fiel a la narración fílmica clásica. Para lograr esto, la secuencia narrativa puede organizarse respecto a la estructura y duración de la canción de dos maneras distintas: adaptándose totalmente a ellas o escapando completamente de su influencia.

- Secuencias narrativas que se adaptan al esquema musical
  - Adaptación a la canción de una secuencia narrativa cronológicamente lineal.

Este tipo es bastante común, suele encontrarse en videoclips de grupos pop comercial desde los años ochenta. *Take on me* del grupo *a-ha* puede considerarse el videoclip por excelencia de esta variedad. En él, una chica entra en un cómic de la mano del héroe, el cual ha cobrado vida. La camarera de la cafetería donde estaba la chica tira el cómic a la basura, al pensar que ésta se ha ido sin pagar por lo cual las páginas se mezclan y los enemigos del protagonista los persiguen, pero al final la chica consigue escapar. Ella piensa que el chico está muerto hasta que cobra vida humana y aparece en el mundo real lejos de los enemigos.

El relato posee de forma lineal las tres partes de la narración clásica. La primera acción (la chica entra en el cómic) crea la introducción y da paso a la segunda acción, que es el origen del conflicto (la camarera tira el cómic a la papelera). Esto desemboca en la tercera acción (los enemigos empiezan a perseguirlos). La cuarta acción (la chica escapa) introduce el desenlace y la quinta (los dos se reúnen) cierra la historia. La estructura coincide con la separación entre el mundo real y el mundo cómic, es decir, introducción (mundo real), nudo (mundo cómic) y desenlace (mundo real). Asimismo, se pueden diferenciar los dos mundos gracias a la animación (mundo cómic) y a la imagen filmada (mundo real).



Las acciones y, por tanto, las partes del argumento corresponden con la estructura de la canción. La introducción musical coincide con la introducción del protagonista y la introducción vocal con la de la chica. Durante el estribillo y estrofa están en el cómic. Después en el puente instrumental, el cómic cae a la basura y aparecen los enemigos. Con la siguiente estrofa la chica escapa y en el estribillo ya está en el mundo real. La repetición del estribillo corresponde con la llegada del chico al mundo real y el final de la canción con el reencuentro.

- Secuencia narrativa cronológicamente no lineal

Una de las opciones para que una secuencia narrativa tenga la misma estructura que una canción con un esquema no lineal, es hacer que la secuencia narrativa refleje una diégesis no lineal también, así encajará la estructura de la canción con la de la historia. Vernallis afirma que en muchos videoclips la introducción sería equivalente al comienzo de la canción, el nudo con el puente y el desenlace con el estribillo. Esto provocaría que una historia se cuente dos veces ya que la estructura de la canción suele repetirse. Así, que en este apartado se incluirán videoclips que varíen su historia para adaptarse mejor al esquema musical.

Un ejemplo podría ser *La tormenta de arena* de Dorian, en este videoclip la narración se adapta a la estructura de la canción para contar un mismo hecho desde diferentes puntos de vista. En la primera estrofa una pareja joven espera en la estación de autobuses. Algunas personas parecen temerosas por la presencia de la pareja e incluso una mujer sale corriendo. Cuando empieza el estribillo un hombre se acerca a separarlos cuando van a besarse y empiezan a pelearse, y enseguida llega más gente para pararlos. Otra vez empieza la estrofa y se ve la misma escena pero desde dentro de la estación donde están las personas temerosas por su presencia. Éstos nerviosos hablan con un guardia de seguridad. Estamos viendo los mismos hechos pero con diferente focalización, esto lo sabemos gracias a un reloj que aparece con la hora para situarnos en el tiempo de cada fragmento.

De nuevo vemos la pelea que coincide con el estribillo, y se prolonga hasta el puente musical. Durante la repetición final, la pareja se besa provocando una explosión con la que acaba la canción.

Se puede ver que la narración coincide con la música, y que también el cambio de ritmo de la música puede verse en una aceleración en las acciones de la historia. La repetición final del estribillo hace que el video musical termine en un crescendo que lleva a la resolución de la narración. En resumen, cada parte de la diégesis corresponde con cada parte de la canción pero al tener un esquema cíclico vemos los mismos acontecimientos desde diferentes puntos de vista.

- Escapar de las fronteras de la canción

Los métodos anteriores permiten que la secuencia narrativa se adapte perfectamente a la canción de forma que pueda desarrollarse un esquema narrativo completo dentro del videoclip. A pesar de esto, es inevitable, excepto donde hay una diégesis lineal, que haya una fragmentación en la parte visual del discurso. Una de las maneras de evitar esta fragmentación es desarrollar la historia fuera de los límites de la canción y así no hay necesidad de adaptarse a ella.

Muchos videos musicales se inclinan por extender la duración del video más allá de la duración de la canción. Esto implica que haya partes no musicales. Estas secciones sin música pueden situarse al principio o al final del videoclip, es decir, antes de que suene la canción o una vez haya acabado. Otras veces estas partes están a lo largo del videoclip, y la música puede sonar de fondo o puede cortarse por un momento para dar paso a la historia. Eso puede crear que la canción quede en un segundo plano en relación con la imagen.

Este tipo de videoclip con partes no musicales se acerca más a las características de un corto cinematográfico que a las de un video musical. Otro aspecto característico es que podemos ver títulos de crédito al final del videoclip, algo que no suele ser habitual. De esta forma el videoclip trata de alejarse del concepto tradicional de video musical, y explorar nuevas formas de crear historias que atrapen al espectador.

*Thriller* puede considerarse el videoclip que inauguró esta tendencia, y que con los años se ha hecho más popular, y una de las razones es por la aparición de Internet, y en concreto YouTube pues no hay un tiempo límite para el videoclip. Éste puede alargarse todo lo que quiera al contrario que en televisión. Por esta razón, una canción que dura tres minutos puede tener un videoclip con una duración de diez minutos.

- Videoclips como capítulos

Otro mecanismo para escapar de las fronteras de la canción trata de no cerrar la historia en un solo video musical, sino realizar varios para componer una serie. Así, la secuencia narrativa no debe encajar en la canción de un solo vídeo y puede continuar en otro videoclip, y por tanto, en otra canción. Esta tendencia ya se hacía en los ochenta y a mediados de los noventa se volvió más habitual. Un ejemplo podría ser el videoclip mencionado anteriormente *La tormenta de arena* de Dorian, pues éste es el primero de una trilogía, al cual le siguen los videoclips *Paraísos artificiales* y *La mañana herida*. En esta serie de videoclips se cuenta una historia que se parte en tres videos distintos, esto permite que la narración pueda desarrollarse sin ningún problema pues ya no está limitada a un solo video de una duración corta. Otro ejemplo sería la trilogía de los videoclips *Wild*, *Fools* y *Talk me Down* de Troye Sivan que al igual que el ejemplo anterior la estructura narrativa está dividida en tres videos y por tanto tres canciones distintas.

## Resultados y Conclusión

Tras recopilar información sobre el videoclip, y en concreto del videoclip narrativo, en este trabajo de investigación se puede concluir que:

- Los videoclips narrativos han evolucionado a una hibridación de formas fílmicas y videoclípticas las cuales se unen de manera orgánica y transforman el videoclip en un nuevo formato como producto audiovisual mutado. Con la información recopilada puede decirse que los videoclips narrativos con estructuras fílmicas sufren un cambio que da paso a una nueva estructura. Este tipo de videoclip suprime la estructura y estética que se establecía a los videoclips desde los años 80, ahora tienen una nueva estética y una forma y contenido parecido al de los cortometrajes. Esto quiere decir que las características esenciales del videoclip se invierten, como por ejemplo: la fragmentación de la narración, la artificiosidad de la imagen, el efectismo visual, la superposición de lugares, el ritmo acelerado, las interrupciones espacio-temporales, exaltación de la figura del cantante y el culto al cuerpo, entre otros.
- El cambio de la televisión a la web, hace que el videoclip pierda su actualidad promocional pero gane perdurabilidad como obra audiovisual. El paso a Internet ha favorecido la continuidad del videoclip, ya que el espectador puede verlo dónde, cómo y cuando quiera, además de las veces que desee. Gracias a esto pueden visualizarse videoclips de hace años y acceder a ellos sin problema.
- Los videoclips narrativos pueden perder algunos aspectos fundamentales que caracterizan su formato publicitario al funcionar como cortometrajes. Este tipo de videoclip tiene rasgos ligados al cortometraje, recursos cinematográficos que se distancian de la estructura tradicional del videoclip, es decir, se impone la continuidad narrativa frente a la fragmentación. Los diálogos se introducen como un elemento más para ayudar a avanzar la historia y cuando son necesarios para entender el relato.

En estos casos puede que la música pase a un segundo plano a través de la auricularización cero, que consiste en bajar el volumen de la canción para escuchar bien los diálogos, o puede suceder que la música sea interrumpida, es decir, pare momentáneamente y solo se escuche el diálogo en beneficio de la historia, para resaltar la importancia del relato además de proporcionar más verosimilitud a la acción para crear una mayor carga dramática.

- La presencia continua y discontinua de la música y la construcción de un relato son las características que definen a un videoclip narrativo. Es evidente que la música siempre está presente en el videoclip, sin embargo como se ha dicho antes puede que la música quede al servicio de la imagen. Por tanto, la presencia de la música es discontinua. También hay que añadir, la gran presencia de un relato fuerte, con intensidad dramática y psicológica para que sea considerado un videoclip narrativo.
- Los videoclips narrativos dan más valor a la historia que se cuenta que a la función promocional del videoclip. Aunque el objetivo del videoclip es promocionar un artista o una canción, los videoclips narrativos fílmicos dejan de lado el aspecto publicitario para centrarse en su capacidad creativa, al igual que el cine. Un aspecto en común que tiene con el cine es que en muchos videoclips se le concede mucho peso al relato provocando que la música en muchas ocasiones quede como un valor adicional. Este tipo de esquema narrativo hace que el lenguaje publicitario que trata de exaltar la imagen para seducir visualmente, propia de videoclips descriptivos, quede oculta.

A partir de la recopilación de información sobre la relación de los elementos narrativos y el videoclip en diversos estudios se puede concluir que muchos autores que han estudiado este formato han elaborado una categorización del videoclip, es decir, lo han dividido en diferentes tipos según sus características. Si se comparan las diferentes tipologías diferenciamos que desde que el videoclip es objeto de estudio se identifican tres tipos de videoclip diferentes.

Estas tipologías obtienen distintos nombres dependiendo del autor pero si observamos sus definiciones vemos que nos encontramos ante una misma clasificación con pequeñas variaciones. Esta clasificación se divide entre videoclips que prefieren representar la música visualmente y los que optan por narrar una historia.

Las narraciones en el videoclip suelen desarrollarse totalmente dentro del marco de la canción a pesar de disponer de poco tiempo para desarrollar la trama. Sin embargo, un atributo de los videoclip narrativos es el uso de alargar el metraje más allá de la música, pues esto sólo sucede cuando hay una secuencia narrativa. Esto confirma que en el discurso del videoclip prevalece la necesidad de adaptarse a la duración de la canción sobre la de contar una historia. De este modo, para poder completar la narración se decidirá superar la duración de la canción en muchas ocasiones y así la secuencia narrativa podrá desarrollarse fuera de la canción, sin tener que someterse a su estructura. Esto quiere decir que la duración de la canción no definirá la duración del videoclip narrativo ni de su narración, de igual forma no será necesario someter la trama a la estructura no lineal de la canción.

También se encuentra la posibilidad de modificar la música para someterse a las exigencias de la imagen y la narración, en vez de al contrario. Aunque el relato suele encontrarse en un plano secundario en comparación al tema musical hay veces que, aunque sea sólo en una parte, la canción se adapta a la narración. A pesar de ser un aspecto que ya veíamos en *Thriller*, ahora es una tendencia que vemos cada vez más desde que el videoclip ha pasado Internet. La canción puede modificarse para complementar a la imagen, además de proporcionar más importancia a un momento del relato, por ejemplo, bajando el volumen o deteniendo la canción un momento para incluir un diálogo o sonido diegético.

Por otra parte, también hay que mencionar que la narración en los videoclips es un tema que han tratado varios autores, pero no se ha profundizado en él. Los estudios en español sobre el videoclip no se han detenido a analizar la narración como aspecto en concreto, es un tema que se ha tocado en algún artículo.

Algunos autores como Raúl Durá habló de la narratividad desde diferentes perspectivas en su libro. David Selva recopiló la visión de varios autores sobre la narración. Viñuela afirma que la narratividad es uno de los aspectos más controvertidos del videoclip. Estas son algunas de las ideas que han tratado los autores que han analizado el videoclip narrativo, entre otras.

En resumen, los videoclips mixtos o descriptivos parece que han conservado las mismas características desde sus inicios, sin embargo los videoclips narrativos, y en concreto, el fílmico ha sufrido un cambio y desarrollo a causa del cambio de difusión de la televisión a Internet. Este cambio ha ayudado a que el videoclip experimente en su forma y estructura, y siga haciéndolo pues el videoclip está en constante cambio.



## Bibliografía

- Caro Oca, A.M. (2011). Cómo los videoclips musicales cuentan historias: elementos narrativos en el videoclip de los primeros diez años de la MTV: *Admira*, 3, 132-154. Recuperado el 20/10/2020 a partir de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6506140>
- Caro Oca, A.M. (2014). Elementos narrativos en el videoclip: desde el nacimiento de la MTV a la era YouTube (1981-2011). (Tesis Doctoral Inédita). Universidad de Sevilla, Sevilla. Recuperado el 20/10/2020 a partir de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=44758>
- Codina, Ll. (2018). Revisiones bibliográficas sistematizadas; Procedimientos generales y Framework para Ciencias Humanas y Sociales. Barcelona: Máster Universitario en Comunicación social. Departamento de Comunicación. Universitat Pompeu Fabra.
- Fernández Torres, F., Iglesias García, M. & García Escrivá, V. (2020). Análisis audiovisual del videoclip musical; revisión bibliográfica sistematizada en Web of Science y Scopus.
- Gaona Pisonero, C. & Sedeño Valdellós, A.M. (2018). Paisaje-cuerpo-música en el videoclip musical y el videoarte actuales. *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 7, (2), 110-138. Recuperado el 13/10/2020 a partir de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7104974>
- Gifreu, A. (2010). Seminario historia del videoclip. Recuperado el 14/10/2020 a partir de: [http://www.agifreu.com/docencia/seminario\\_videoclip.pdf](http://www.agifreu.com/docencia/seminario_videoclip.pdf)
- Leguizamón, J.A. (1998). Plano teórico- metodológico I. Recuperado el 14/10/2020 a partir de: <http://www.archivo-semiotica.com.ar/Leguiz.html>
- Londoño-Proaño, C. (2017). Producción del video musical narrativo y descriptivo-narrativo: desde MTV hasta YouTube. *Razón Y Palabra*, 21(1\_96), 783-794. Recuperado el 15/10/2020 a partir de: <http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/938>
- Martín Sánchez, G. (2005). "THRILLER" y el origen de los vídeos musicales dramatizados. *Área Abierta*, (10), 2. Recuperado el 13/10/2020 a partir de: <https://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/ARAB0505130002A>
- Pedrosa González, C. (2015). La estética y narrativa del vídeo musical como representante del discurso audiovisual hipermoderno. Recuperado el 13/11/2020 a partir de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=149541>
- Pérez Rufí, J.P., Gómez Pérez, F.J. & Navarrete Cardero, J.L. (2014). El videoclip narrativo en los tiempos de YouTube. *Sphera Publica*, 2, (14), 36-60. Recuperado el 16/10/2020 a partir de: <http://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/228>
- Pérez Rufí, J.P. (2017). El videoclip en internet: cambios del formato en su distribución online. *Razón y palabra*, 21, (98), 574-605. Recuperado el 20/10/2020 a partir de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6334787>
- Pérez Rufí, J.P. (2011). Recursos formales en el videoclip actual: La opción mainstream. *Razón y Palabra*, 75. Recuperado el 13/11/2020 a partir de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3689887>



Puig Sánchez, B. (2019). El videoclip musical como aliado de la creatividad; tendencias narrativas y formales del videoclip contemporáneo. Recuperado el 15/10/2020 a partir de: [https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/44091/Puig\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/44091/Puig_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Roncallo Dow, S. & Uribe- Jongbloed, E. (2017). La estética de los videoclips: propuesta metodológica para la caracterización de los productos audiovisuales musicales. *Cuaderno de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas*, 12, (1), 79-109. Recuperado el 16/20/2020 a partir de: <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cma/article/view/16233/Articulo>

Sánchez López, J.A. (2002). Basquiat y El Bosco. El mito de la culpa y la caída de imágenes de video-clip. *Boletín de arte*, 23, 565- 600. Recuperado el 16/10/2020 a partir de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=309066>

Sedeño Valdellós, A.M., Rodríguez López, J. & Roger Acuña, S. (2016): El videoclip postelevisivo actual. Propuesta metodológica y análisis estético. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 332 a 348. Recuperado el 14/10/2020 a partir de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5414049>

Sedeño Valdellós, A.M. (2012). Video musical y cultura: propuesta para analizar el cuerpo en el videoclip. *Vivat Academia*, 120, 91-101. Recuperado el 13/10/2020 a partir de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5100239>

Sedeño Valdellós, A.M. (2007). El videoclip como mercanarrativa. *Signa*, 16, 493-504. Recuperado el 15/10/2020 a partir de: <http://www.cervantesvirtual.com/obra/el-videoclip-como-mercanarrativa-0/>

Sedeño Valdellós, A.M. (2007). Narración y descripción en el videoclip musical. *Razón y Palabra*, 56. Recuperado el 20/10/2020 a partir de: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n56/asedeno.html>

Sedeño Valdellós, A.M. (2009). Videoclips musicales. Nuevos subgéneros y apropiaciones del formato. *Chasqui*, 108, 49-52. Recuperado el 15/10/2020 a partir de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5791195>

Sedeño Valdellós, A. M. (2002). Música e imagen: aproximación a la historia del vídeo musical. *Área Abierta*, 3, 2. Recuperado el 13/10/2020 a partir de <https://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/5111>

Sedeño Valdellós, A.M. (2015). El videoclip musical postelevisivo: ámbitos de experimentación en el audiovisual digital. *Opción*, 1, 752- 771. Recuperado el 14/10/2020 a partir de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31043005042>

Sedeño Valdellós, A.M. (2012). Producción social de videoclips: Fenómeno fandom y video musical en crisis. Universidad de Sevilla, Secretariado de Recursos Audiovisuales y Nuevas Tecnologías. Recuperado el 15/10/2020 a partir de: <https://idus.us.es/handle/11441/36470>

Selva Ruiz, D. (2012). La visualización de la música en el videoclip. *Ámbitos*, 21, 101-115. Recuperado el 16/10/2020 a partir de: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/67398/LA+VISUALIZACI%C3%BDN+DE+LA+M%C3%BDSICA+EN+EL+VIDEOCLIP.pdf?sequence=1>

Tarín Cañadas, M. (2015). La evolución del videoclip narrativo: la simbiosis orgánica del relato cinematográfico y el video musical en el videoclub. Recuperado el 15/10/2020 a partir de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=127461>

Viñuela Suárez, E. (2003). El videoclip como producto de la interacción con otros géneros y medios audiovisuales y lingüísticos. *Archivum*, 52-53, 539-550. Recuperado el 14/11/2020 a partir de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1020461>

Viñuela Suárez, E. (2013). El videoclip del siglo XXI: el consumo musical de la televisión a internet. *Musiker: cuadernos de música*, 20, 167-185. Recuperado el 15/10/2020 a partir de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4722457>

Viñuela Suárez, E. (2008). La autoría en el video musical: signo de identidad y estrategia comercial. *Garoza*, 8. Recuperado el 16/10/2020 a partir de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2784816>

