

**UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE**

**GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

---

*Facultad de Estética y Teoría de las artes*

Grado en Comunicación Audiovisual

Trabajo Fin de Grado 2020/2021

# **El género lyric video: inicios, evolución y análisis**



---

Emilio Pérez Carrasco



**UNIVERSITAS**  
*Miguel Hernández*

Resumen.....	2
Introducción.....	3
Objetivos.....	3
Estado actual de la cuestión.....	3
Metodología.....	3
El lyric video: Surgimiento y estado actual.....	4
¿Qué es un lyric video? .....	4
Antecedentes .....	6
Videoclip .....	6
Motion graphics .....	9
Acercamientos al lyric video .....	11
Tipografía cinética .....	13
La llegada de YouTube .....	14
El lyric video en la actualidad .....	16
La importancia de Katy Perry para el formato .....	17
Otros artistas .....	18
Análisis de lyric videos .....	21
La animación de tipografía cinética y los comienzos del género .....	21
Ya no sé qué hacer conmigo – El Cuarteto de Nos.....	22
CeeLo Green – FUCK YOU.....	24
Jonathan Coulton – Shop Vac.....	26
Katy Perry – Birthday: introducir al espectador en el lyric video .....	29
El color y las formas como protagonistas: la importancia de los títulos de crédito ...	32
Look What You Made Me Do – Taylor Swift.....	32
La libertad y variedad del género.....	34
La cultura pop y el lyric video .....	36
Conclusiones.....	39

Videografía.....	41
Bibliografía.....	43

## **Resumen**

Este trabajo de fin de grado tiene como objetivo servir como un manual para entender el género audiovisual del lyric video. Este formato no ha sido apenas estudiado por ser relativamente moderno. Por tanto, se buscará toda la información posible para que esta investigación sobre el origen del género, el aumento de popularidad del mismo, el estado actual del formato y su posible futuro sirva como precedente de futuros estudios. Para llevar a cabo esta tarea será necesario analizar obras concretas que serán facilitadas para su visionado en el propio trabajo.

## **Abstract**

This final degree Project is aimed to serve as a guide in order to understand the audiovisual genre of lyric video. This audiovisual format has not really been studied because is so recent. Therefore, all possible information about the origin of the genre, the raise in popularity, the format actual status and its possible future will be searched as precedent of future studies. To make this possible it will be necessary to analyze particular pieces that will be able to visit along this work.

**Palabras Clave:** lyric video, videoclip, audiovisual, animación, animación cinética, motion graphics, modelado 3D, ritmo, estética.

**Keywords:** lyric video, video clip, audiovisual, animation, kinetic animation, motion graphics, 3D modeling, rhythm, aesthetics.

## **Introducción**

### **Objetivos**

El objetivo principal de este trabajo de investigación es comprender qué es un lyric video, saber cómo surge y se desarrolla y qué esperar de este formato en el futuro.

Objetivos secundarios:

- Comprender los estilos y técnicas utilizados en el formato de forma muy básica.
- Llegar a entender el por qué se utilizan y se han vuelto tan populares estos últimos años.
- Intentar elaborar una clasificación para entender mejor las diferencias entre los distintos lyric videos.

### **Estado actual de la cuestión**

El lyric video es un formato muy popular y utilizado en la actualidad, sin embargo, debido a su breve trayectoria no ha sido prácticamente estudiado. Desde hace unos pocos años, este género empieza a tenerse más en cuenta en distintos artículos académicos. No obstante, sigue a merced del estudio de los videoclips o videos musicales en general.

### **Metodología**

Para llevar a cabo este trabajo de investigación se ha realizado un estudio de numerosos artículos académicos. Como ya se mencionaba anteriormente, en la actualidad todavía hay muy pocos estudios que se centren de lleno en el género del lyric video con la excepción de dos trabajos académicos Pérez (2018) y McLaren (2018), que han sido utilizados para la realización de este proyecto. El resto de los estudios académicos son más cercanos al videoclip o el vídeo musical como Versallis (2013).

Por otro lado, también se han tenido en cuenta artículos de varios medios digitales para tratar de aportar toda la información posible y de forma actualizada, pues no depende tanto del lanzamiento de un libro o un trabajo académico. Además, estos artículos sí llegan a tratar sobre el formato en cuestión en muchas ocasiones, ahorrando mucho trabajo a la hora de buscar la información más relevante para el caso actual.

Hay que tener en cuenta que el ámbito en el que este formato se mueve depende de creadores y consumidores, sin mediadores. Esto significa que en muchas ocasiones las conclusiones pueden estar basadas en hechos lejanos a lo académico.

Se ha de señalar también, que casi la totalidad de archivos revisados son ajenos al ámbito nacional. Por este motivo, la investigación tiene un carácter más global, premiando en muchas ocasiones, lo creado en lengua inglesa.

Lo primero a abordar para llevar a cabo el trabajo correctamente es entender qué es un lyric video. Lo más importante a la hora de hallar la respuesta es saber separarlo de formatos muy similares como son el videoclip o el karaoke.

La forma de poder distanciar estos similares géneros será a través de los antecedentes de todos estos, haciendo hincapié en el lyric video, por supuesto. Las primeras obras audiovisuales con sonido, la industria de la música, los motion graphics... Todos estos conceptos serán tenidos en cuenta para tratar estos antecedentes.

Una vez que los antecedentes sean tratados en profundidad para entender cómo surgen los lyric videos, se verá el estado actual de los mismos brevemente. Para ello se tendrá en cuenta su popularidad y la metodología que siguen los artistas al lanzarlos.

Tras todo lo anterior, se han escogido algunos lyric videos para analizarlos. El motivo para escoger unos u otros ha sido la relevancia o alguna característica a tener en cuenta. Se ha tenido en cuenta el análisis realizado por Pérez (2018) y McLaren (2018).

En esta investigación sobre los lyric videos se analizan las tipografías, la animación, la estética, el uso de o no de imagen real e incluso el imaginario a la hora de tratar la idea a representar en el lyric video.

Finalmente, recordando la situación del formato que ya se ha tratado en este punto del trabajo, se barajarán algunas posibilidades para el futuro del formato.

## **El lyric video: Surgimiento y estado actual**

### **¿Qué es un lyric video?**

Lo primero para introducir este trabajo de investigación es asegurarse del entendimiento completo del formato que se está tratando.

Como explica McLaren (2018), no existe una definición oficial del género que lo diferencie de un videoclip oficial. E incluso, según Vernallis (2013), es realmente complicado definir académicamente hablando qué es un videoclip.

Es necesario saber que, usualmente, los análisis e investigaciones en el campo del audiovisual se llevan a cabo acerca de fenómenos muy populares y extendidos como

puede ser una corriente de cine, documentales y demás clásicos. No obstante, es de vital importancia tener en cuenta los nuevos formatos que surgen para poder entender cómo avanza el sector.

Hasta hace bien poco, el término videoclip era sinónimo de algo menor, que carecía de importancia dentro del audiovisual. Algo similar a lo que ha pasado siempre entre el cine y televisión, desde siempre se ha tenido la percepción de que el primero es muy superior al segundo, y realmente, ambos aportan su importancia y objetivos igualmente válidos. Retomando lo anterior, sucedía lo mismo con formatos más modernos como el videoclip, que se tienen por algo carente de importancia.

¿Cuál es realmente el motivo de esta baja relevancia? Probablemente, tenga algo que ver el hecho de que la imagen está a merced de la música que suena. Sin embargo, ¿no es el audio parte del audiovisual? Son muchas las obras en las que la banda sonora contiene un peso muy importante. Sin ir más lejos, ¿cuántas películas o series son recordadas por su tema principal?

Precisamente, la propia Vernallis difiere consigo misma, pues en sus trabajos previos afirmaba que el videoclip surge a raíz de la música, reduciendo la importancia de lo visual. No obstante, en trabajos más recientes afirma que los videoclips son el resultado de la relación entre la música, la imagen y la letra, y los lyric videos insisten más en el protagonismo de la letra.

Una vez que tenemos eso en cuenta y buscamos una definición para el lyric video aparece esta de McLaren en su estudio: «Es un vídeo musical oficial, producido y lanzado por el cantante de la canción, que presenta visualmente y acorde a la música, toda la letra de la canción» (2018, p.4).

No es posible confirmar que esta definición sea estrictamente correcta, pues como se verá más adelante, no se pueden aislar los vídeos realizados por personales ajenos al artista autor de la canción.

Lo que parece estar claro es que el lyric video es un formato audiovisual que se basa en mostrar en pantalla la letra de la canción que está sonando de fondo para el conocimiento del oyente. Al menos, esta es la descripción de cuando surgió como movimiento. Sin embargo, a día de hoy, quedarse ahí sería apenas llegar a la superficie de lo que este formato ofrece.

Es clave destacar que, en la actualidad, los lyric videos van mucho más allá, no es solo el mostrar la letra si no cómo se muestra. Todo lo visual queda en manos de la música de fondo y, por tanto, absolutamente todo lo que aparece en pantalla nos cuenta la historia de la canción. Por ello, cada movimiento, color, efecto, transición, etc. Es de vital importancia para captar la esencia del tema.

Pérez (2018), afirma que este género puede tener un contenido funcional, a diferencia del videoclip. Es decir, toda la letra de la canción aparece en el vídeo para que el espectador se sirva de la misma y pueda cantarla o aprenderla. Además, es un formato realmente útil para crear una identidad gráfica que vaya acorde con la marca que representa el artista.

Esto es muy sencillo de entender, en la sociedad actual lo visual está a la orden del día gracias a que vivimos pegados a una pantalla e incluso cuando no estamos frente a una, nos rodean grandes carteles y pancartas. Lo que se quiere decir con esto es que en los tiempos que corren cualquier artista quiere darse a conocer lo más rápido posible para captar a su público y, ¿qué mejor que una identidad visual clara de lo que se quiere transmitir?

Volviendo a Pérez, este autor afirma que se pueden diferenciar dos posibles opciones diferentes en cuanto a la funcionalidad de los lyric videos. Los que su principal objetivo es transmitir la letra de la forma más clara posible y los que aplican las mejores técnicas posibles para realizar obras artísticas y creativas priorizando la estética.

Esto no solo se queda ahí, gracias a la evolución de los lyric videos, en muchas ocasiones, la letra, pese a mantener la mayor parte de la importancia del vídeo, comparte relevancia con otros efectos visuales y formas.

Y es que, como veremos más adelante en los antecedentes. El movimiento en pantalla de diversas formas que se posicionan y modifican por el encuadre llama mucho la atención del espectador. Por ello obras como *Rhythmus 21* u *Opus I* fueron revolucionarias en su momento, al igual que toda la obra de Saul Bass.

## **Antecedentes**

### **Videoclip**

Para poder comenzar a afrontar la historia de los lyric videos y así entender cómo surgen es necesario volver atrás en el tiempo hasta el surgimiento del videoclip. Un videoclip es

un cortometraje realizado para difundir la canción a la que representa en medios tradicionalmente audiovisuales como: la televisión, el vídeo, los portales de internet...

Ya desde el inicio del videoclip este demostró ser un rotundo éxito. Es decir, la canción podía ser retransmitida de forma sencilla y era mucho más barato que realizar actuaciones. A día de hoy es inimaginable el mundo de la música sin los videoclips y los artistas lo saben, por eso intentan realizarlos para todas las canciones posibles.

El origen del videoclip, como suele pasar con estos temas, no está claro y hay diferentes variantes de cómo surge. Como es obvio, el inicio del videoclip ha estado ligado al cine, pues este surge, posiblemente, como una variante o prueba del mismo, intentando que la música y lo visual tenga una importancia igual para el resultado de la obra.

Al principio fueron pequeños cortometrajes durante la primera mitad del siglo XX en los que artistas interpretaban canciones de jazz y swing en Estados Unidos, estos recibían el nombre de *sound-ies*. Sin embargo, estas obras eran simples interpretaciones, algo que se aleja bastante de la idea del videoclip, pues se deja de lado factores importantes como: el ritmo, el movimiento, la estética, etc.

Fue en 1927 cuando llegó la película *El cantante de jazz*, que se convertiría en el primer largometraje con sonido sincronizado gracias al sistema sonoro *Vitaphone*. Esta obra revolucionaria cambiaría para siempre el futuro del cine, convirtiendo a la imagen y sonido en inseparables y sería un precedente para el surgir del videoclip.

Posteriormente, en 1957 aparecería *Jailhouse Rock* de Elvis Presley. Un largometraje musical en el cual se podría observar el antecedente más cercano a la idea de videoclip moderno. Fue todo un éxito y demostró que el cine musical gustaba mucho a los espectadores, convirtiéndose en un género muy popular.

Unos años más tarde, en la década de los 60, el famoso grupo británico The Beatles se grabó interpretando canciones. Utilizaron esos vídeos para promocionar sus temas musicales. Esto resultó un gran acierto, pues permitió a la banda promocionar sus canciones sin necesidad de desplazarse a presentarlas. La mayoría de las canciones que fueron grabadas se trataban de simples interpretaciones, por eso no se tienen en cuenta como primeros videoclips de la historia. Sin embargo, sí demostraron la efectividad de grabar en vídeo las canciones.

Finalmente, el grupo Queen sacaría a la luz el que es considerado como el primer videoclip moderno, *Bohemian Rhapsody*. Desde entonces, tras el gran éxito que supuso este primer videoclip, los artistas musicales utilizan estos cortometrajes para promocionar sus canciones.



Figura 1. Captura de pantalla del videoclip *Bohemian Rhapsody* de Queen.

Toda esta historia de los orígenes del videoclip pone de manifiesto que estos son totalmente necesarios como medio de difusión de los temas musicales. Pero esto no queda ahí, no se trata solo de algo rutinario que hacer para el marketing, es decir, en la actualidad estos cortometrajes se toman realmente en serio como una parte importante de la canción, como si estas ya se concibiesen teniendo en cuenta su vídeo. Por este motivo, con el paso del tiempo, los videoclips se han profesionalizado en gran medida, llegando a ser grandes producciones audiovisuales y encareciéndose. Esto obliga a los artistas y grupos que lanzan numerosos temas a no poder preparar un videoclip para todas las canciones, o al menos, no desde el lanzamiento. Es ahí cuando surge un formato más barato y que requiere menos tiempo, el lyric video.

Este es uno de los orígenes del lyric video: el dinero. El mundo del audiovisual está repleto de talento, creatividad, innovación y atrevimiento, no obstante, para todo ello se necesita presupuesto y tiempo. Por ello, uno de los motivos de la popularidad del formato del lyric video es el menor presupuesto y tiempo necesarios para realizar la obra en comparación con un videoclip. Pero, como se ha nombrado anteriormente, este solo es uno de los motivos por los que surge el formato. Además, antes de entrar de lleno en el surgimiento del formato y cómo fue, hay que retroceder una vez más en el tiempo para ver el precursor más directo del lyric video.

## Motion graphics

Si algo ha caracterizado al cine durante el siglo XX ha sido la experimentación con el mismo. Ya desde su comienzo, se ponían en duda sus bases continuamente, intentando innovar y variar. Esto no solo se puede observar en el concepto más habitual de cine, la grabación de actores, también en un tipo de cine abstracto. Este era muy rudimentario en la época, teniendo que trabajar sobre el celuloide con una precisión y cuidado máximos.

Años de estudio e innovación que convergerían en un mismo año: 1921. Hans Richter y Walter Ruttmann, dos alemanes que probaban este cine abstracto sacaron sus obras, aunque por separado, casi como si fuesen rivales. Estas fueron toda una revolución.

*Rhythmus 21* de Richter se trata de un vídeo musical en el que diferentes formas geométricas se agrandan, mueven, deforman... Intentando mantenerse al ritmo de la música que suena de fondo.

Por otro lado, *Opus I* de Ruttmann fue algo más allá en cuanto a las formas y su movimiento. Todas parecían ser más orgánicas y no se anclaba en lo geométrico. Además, el movimiento por pantalla era mucho mayor y más atrevido. Todas estas características hacían que se ajustase más a la música de fondo. No obstante, esto es solo lo que parecía pues todavía estaba algo lejos de marcar el ritmo de forma notable.



Figura 2. Captura de pantalla de Opus I de Walter Ruttmann.

Estas, junto a otras obras revolucionarias de la década de los años 20 supondrían el nacimiento de lo que hoy se conoce como Motion graphics. Motion graphics se traduce al español como gráficos en movimiento. Pero este anglicismo implica mucho más que eso, como se verá posteriormente.

Según la definición que nos aporta Sandhaus (2006):

Motion Graphics is the contemporary term used to describe a broad field of design and production that embraces type and imagery for film, video, and digital media including animation, visual effects, films titles, television graphics, commercials, multi-media presentations, more recently architecture, and increasingly digital/video games. Sandhaus (2006 p. 1).

Pese a la ambigüedad que puede llegar a haber al tratar de definir este tipo de términos, se entiende como motion graphics a aquellos efectos visuales que surgen en el cine abstracto de los años 20 y se conservan y evolucionan hasta la actualidad. Esta técnica se basa en lo meramente audiovisual, dejando de lado lo narrativo. Si bien es cierto que se pueden llegar a utilizar para contar una historia, la estética es lo primordial.

Habría que esperar hasta 1938 para que Oskar Fischinger realizase *An Optical Poem* para demostrar lo que era posible hacer con las técnicas de la época. Esta obra fue toda una revolución y elevó al director alemán como cineasta hasta casi lo más alto. En esta ocasión, el vídeo contiene todo tipo de formas, movimientos y colores que combinan a la perfección con la música que le acompaña, dotando así a la obra, de un marcado ritmo que todo espectador puede disfrutar incluso en la actualidad.

Cuando se hace referencia a que Fischinger llegó casi a lo más alto con su cortometraje *An Optical Poem* es porque tan solo dos años más tarde, en 1940, aparecería la película de Disney *Fantasia*. En este largometraje el director alemán se encargó de una de las partes de la película con una técnica similar a la utilizada en la obra de 1938. Este fragmento del filme no dejó indiferente a nadie, creando una de las escenas más memorables del cine.



Figura 3. Captura de pantalla del cortometraje abstracto de *Fantasia*.

Una vez que se han tenido en cuenta todos los audiovisuales nombrados anteriormente como la semilla que germinaría dando lugar al formato a tratar en este trabajo, pasemos ya a la aparición del mismo.

Pese a la enorme evolución del séptimo arte durante el siglo XX; los rótulos, créditos, títulos, grafismos... Se limitaban de forma habitual al mero hecho de informar al espectador sin una búsqueda de lo estético más allá del encuadre a la hora de plasmarlo en pantalla.

Todo cambió cuando apareció Saul Bass, el maestro de los títulos de crédito. En 1954 diseñó el poster de la película *Carmen Jones* del director Otto Preminger. Este último quedó tan impresionado con su trabajo que le pidió también la realización de los títulos de crédito. Aunque ese fue el momento donde comenzó el gran salto a la fama de Saul Bass sería un año más tarde en *El hombre del brazo de oro* cuando saltó a la fama como un artista del ámbito.



Figura 4. Captura de pantalla a los títulos de crédito de El hombre del brazo de oro.

Tras el aclamado trabajo del artista, seguiría puliendo su habilidad con los motion graphics hasta realizar obras que todavía en la actualidad son consideradas obras maestras de esta técnica de animación como *Vértigo* (1958).

Es innegable que un formato como son los títulos de créditos animados ha influido ampliamente no solo en el lyric video, también en todo el audiovisual moderno como muestra de estética y ritmo mediante el uso de motion graphics.

### **Acercamientos al lyric video**

Está claro que el auge del lyric video es algo contemporáneo, sin embargo, ya en 1965 se prendió la mecha de lo que acabaría convirtiéndose en todo un formato audiovisual. Bob

Dylan lanzó un vídeo musical de la canción *Subterranean Homesick Blues* en el que se puede observar al músico mostrando y desechando carteles que contienen algunas de las frases más importantes de la canción a medida que estas son escuchadas. Resulta evidente que esto todavía no puede ser considerado un lyric video o, por lo menos, no como se concibe hoy día. Es decir, muestra la letra, pero solo partes de la misma y no en su totalidad. Carece de ningún tipo de ritmo o efecto, todo es una escena estática en la que los carteles van cayendo. Aun con todo lo anterior, posee una estética cuidada y representativa de lo que se quiere transmitir y, lo más importante, fue una innovación que resultó en éxito y precursor.



Figura 5. Captura de pantalla del vídeo musical de *Subterranean Homesick Blues*.

Finalmente, en 1987 se daría lugar el que se puede llegar a considerar como primer lyric video. *Sign o' the Times* de Prince tuvo un vídeo musical dirigido por Bill Konersman y producido por Flora Films. Este video lyric muestra la letra de la canción al completo y, además, esta se mueve, combina colores y marca el ritmo de la canción, por lo que podría decirse que tiene lugar el uso de tipografía cinética, que se verá más adelante. Fue todo un éxito, ya que era muy innovador: la estética cobraba gran importancia y el movimiento y los efectos convertían todo el vídeo en una obra interesante de ver para el espectador. Demostrando una vez más que en el audiovisual es realmente importante innovar y arriesgarse, dando lugar a un nuevo género.



Figura 6. Captura de pantalla del vídeo musical de Sign o' the Times.

En 1990, el cantante británico George Michael lanzó el sencillo *Praying For Time*. Este tema fue un verdadero éxito, no obstante, el motivo por el que se menciona en este trabajo es el vídeo junto al que fue lanzado para promocionar el tema. Este vídeo se trata de un audiovisual muy sencillo de fondo negro en el que va apareciendo la letra de la canción en el momento en el que es cantada. Sí, muestra la letra en su momento adecuado, pero parece un retroceso dentro del ámbito del lyric video teniendo en cuenta de lo que veníamos con el tema de Prince. ¿Por qué sucede esto?

Es en este momento en el que el videoclip no hacía más que escalar en popularidad y se dejó algo de lado lo que parecía ser el comienzo del lyric video como lo conocemos hoy día o, al menos, algo muy similar como ya se vio en la obra de 1987. Durante unos años reinó lo sencillo y necesario para karaokes y similares, es decir, solo se buscaba el conocimiento del tema por parte del espectador u oyente.

### **Tipografía cinética**

Volviendo a los motion graphics, está claro que son una de las mayores influencias del lyric video moderno, pero si concretamos más, hay un gráfico concreto que es, en gran medida, el responsable de la creación del lyric video: la tipografía cinética.

Kinetic typography refers to the creation of moving type. It is an animation technique that is used to make lettering expand, shrink, fly, move in slow motion, grow and change in numerous ways for the user. The effect can be simple and short with only small changes or quite elaborate and lengthy. (Cousins, 2015).

Como se puede observar en la definición, la tipografía cinética es la técnica de animar el texto para modificarlo de diversas formas y, así, que capte más la atención en el espectador.

Contrario a lo que se podría pensar, la tipografía cinética lleva entre nosotros mucho más tiempo que el género del lyric video. Concretamente desde los años 50 y volviendo a Saul Bass como pionero.

En esta ocasión se trata de los títulos de *North by Northwest* (Hitchcock, 1959), realizados por Saul Bass. Hasta la creación de estos créditos, los trabajos realizados por Bass solo animaban las formas mientras que el texto se mantenía. Por este motivo, se considera que su obra anterior a este filme no contiene tipografía cinética.

Tras esta película, la tipografía cinética llegó para quedarse, pues fue todo un éxito gracias a todo lo que transmite al espectador. Debido a esto, los investigadores de la época aseguraron que, una vez que las herramientas para llevarla a cabo se faciliten, la tipografía cinética será toda una realidad. Y así fue, posterior a los títulos de crédito fue la publicidad la rama que se adaptó más rápidamente a esta técnica. Además, como ya se ha mencionado a lo largo de este trabajo, la publicidad y el lyric video están más relacionados de lo que podría parecer a simple vista.

### **La llegada de YouTube**

No hay ninguna duda de que desde el surgimiento de páginas web como YouTube, el audiovisual se ha visto transformado y cambiado drásticamente. Si bien es cierto que todo lo relacionado con esta web para alojar vídeos comenzó como algo bastante amateur y, por tanto, quizás comenzó afectando al audiovisual de esta manera, con los años todo se ha profesionalizado y ha aportado puntos realmente ricos al sector. El lyric video no iba a ser menos. YouTube significó para los artistas una libertad creativa que con la televisión y canales como MTV nunca llegarían a alcanzar, tal y como afirma Vernallis (2013).

Con el comienzo de la plataforma desde 2005, muchos eran los fans que publicaban vídeos en los que se podía observar la letra de la canción de algún artista sincronizada con el propio tema. Estos vídeos eran muy simples, recordando por ejemplo, a Prayin For Time, es decir, fondos básicos y letras que aparecen sin movimiento o efectos remarcables.

Estos vídeos eran muy simples y, además, bastante mejorables. Para empezar, al ser hechos por fans la letra no coincidía o tenía faltas de ortografía. Por otro lado, en muchas ocasiones estos vídeos eran hechos por usuarios con escasos conocimientos del audiovisual y esto ocasionaba que no estuviesen bien sincronizados o fallos similares.

Además, los derechos de autor actuaban sobre estos vídeos, obligando a que se borrasen de YouTube al no tener la propiedad y obligaba a quienes subían estos vídeos a acelerar o ralentizar brevemente la música para que no fuese captado como la canción de otro artista.

Aun con todo lo anteriormente dicho, estos vídeos eran un completo éxito. La gente tenía la posibilidad de conocer la letra y poder cantar su canción favorita desde la comodidad de casa sin nada más que un dispositivo capaz de reproducir YouTube. Cuando los músicos se percataron de esto supieron que era momento de ponerse manos a la obra. La primera en hacerlo fue Katy Perry que es todo un referente en lo que se refiere al video lyric moderno. En 2010 el equipo de la cantante comenzó a colgar vídeos en los que aparecía la letra de las canciones de forma simple y con fotografías de fondo. Esto no dejaba de ser lo mismo que hacían los fans por la época, pero con el sello de la artista de por medio. De esta forma, las discográficas adoptaron los lyric videos para recuperar el control sobre la imagen de la cantante como señala McLaren (2018).

Mientras Katy Perry competía con los usuarios anónimos de la plataforma, otra corriente tenía lugar al mismo en YouTube. Esta corriente consistía en animar los diálogos de escenas famosas del cine. Destacó enormemente el vídeo realizado por Jarratt Moody sobre Pulp Fiction. Que volvió a poner a la tipografía cinética en el ojo de todos los usuarios.



Figura 7. Captura de pantalla de la animación cinética realizada por Jarratt Moody sobre el diálogo de Pulp Fiction.

Si bien el considerado primer lyric video según la definición de McLaren (2018) acerca de que ha de ser producido por el artista es Katy Perry con *California Gurls* en 2010, ya

en 2007 se pueden observar algunas obras que podrían considerarse lyric videos. Por ejemplo, en el canal oficial de Serj Tankian apareció un lyric video sencillo de fondo negro con letras blancas y tipografía quieta. Además, ese mismo año, el grupo uruguayo El Cuarteto de Nos lanzó un videoclip oficial para su canción *Ya no sé qué hacer conmigo* que se servía de animación cinética para mostrar toda la letra de la canción. Es cierto que en el título del tema subido a YouTube no aparece «lyric video», no obstante, cumple todos los posibles requisitos para tratarlo de lyric video. Además, es notoria la diferencia en cuanto a complejidad entre este vídeo musical y el de Serj Tankian o el de Katy Perry. También es fácil ver las similitudes con el estilo del vídeo de Jarrat Moody que se mencionó anteriormente. No hay un motivo claro por el cual este tema no se ha tenido en cuenta en ningún estudio revisado, quizás se deba a que está en español y no es tan conocido.

Ya en 2009, aparece otro lyric video anterior al considerado como el primero de Katy Perry: *Praise The Lord And Pass The Ammunition*. Este lyric video es muy similar al de El Cuarteto de Nos, probablemente se deba a que todos estos vídeos similares y que se subieron a la plataforma en años cercanos seguían la corriente de moda de animación cinética. Esto no queda aquí, algunos lyric videos más surgen antes de llegar a *California Gurls* de Katy Perry.

CeLoo Green lanzaría el lyric video de su tema FUCK YOU en 2010, que es considerado según los investigadores del formato, uno de los más influyentes en esta época de los inicios del género.

### **El lyric video en la actualidad**

Tras el éxito de CeeLo Green una cosa quedó clara: el video lyric había venido para quedarse. Ya desde ese momento, internet estaba en pleno auge y, ni que decir tiene, que cada año va un paso más allá. Esto modifica todo el sistema de la música y sus respectivos artistas.

Por cómo funcionan los algoritmos y la sociedad actual basada en la velocidad de internet, los artistas se ven obligados a suplir de contenido a sus fans de forma continuada diversificando las vías de difusión de las producciones discográficas como afirma Pérez (2018). Ya no sirve el desaparecer durante un tiempo y reaparecer con algo impresionante, ahora el objetivo es estar siempre en la cresta de la ola o, al menos, no caer en el olvido.

Más allá de todo lo anteriormente visto, los lyric videos son mucho menos costosos de realizar que un videoclip, al menos normalmente. Este motivo también impulsa a los artistas menos masivos a realizar estos vídeos para poder colgar sus temas en la plataforma.

Por otro lado, las visitas a contenidos en *streaming* no generan demasiados ingresos en comparación a lo que puede generar una gira con unos números similares, tal como muestra Delfino (2018). Pero, según los datos de IFPI (2020), los usuarios pasan una media de tres horas y media a la semana escuchando música a través del streaming de vídeo. En definitiva, mucha gente y mucho tiempo hace que se igualen las ganancias, pero incluso si siguen siendo superiores las de giras y *merchandising*, está claro que el streaming es una ventana muy útil para dar a conocer el producto.

### **La importancia de Katy Perry para el formato**

El primer ejemplo para demostrar la importancia del formato para los cantantes es Katy Perry. Esta artista ya se ha mencionado antes en este trabajo, pues es de las figuras más importantes en cuanto a lyric video se refiere.

Esta artista, casi siempre que saca un nuevo tema, este aparece en YouTube primero como lyric video para promocionarlo antes de sacar el vídeo oficial. Las preguntas que surgen son: ¿Funciona esta táctica? ¿No eclipsa un vídeo al otro?

En cuanto a la primera pregunta, está claro que funciona. La artista se embolsa millones de reproducciones por cada tema que saca al mercado y lleva haciéndolo desde hace años, por lo que se supone que el equipo detrás de la cantante ha tenido el tiempo y los recursos de estudiar bien el mercado y decidir que la jugada es más que beneficiosa.

En referencia a la segunda pregunta que surgía, es difícil saberlo. Tras una revisión de las publicaciones en YouTube de la cuenta de Katy Perry se puede observar una especie de patrón que, por supuesto, tiene sus excepciones. El lyric video que lanza previamente alcanza un número de reproducciones que rondan entre los 15 y 90 millones de reproducciones, mientras que el videoclip oficial que saca posteriormente alcanza siempre como mínimo 25 millones de reproducciones. Esta información nos lleva a pensar que efectivamente la jugada de la artista estadounidense está bien estudiada y llevada a cabo. Es decir, el primero vídeo que lanza como ‘aperitivo’ consigue llegar a un gran público para que se cree la expectación necesaria por su tema y, posteriormente, el

videoclip alcanza más repercusión, consiguiendo así, que el vídeo que requería más presupuesto y tiempo se coloque como el más visto.

Sencillo	Lanzamiento	Lyric video	Videoclip oficial
California Gurls	7 de mayo 2010	7 de mayo 2010	14 de junio 2010
Teenage Dream	23 de julio 2010	24 de julio 2010	10 de agosto 2010
Firework	26 de octubre 2010	14 de octubre 2010	28 de octubre 2010

Adaptación de McLaren 2018.

Pero, ¿el único motivo por el que Katy Perry es importante para el género es que decida sacar un lyric video previo al videoclip? La respuesta es un rotundo no. La artista ha llevado a cabo esta estrategia durante años y esto ha creado un vínculo entre ella y sus fans con el amor por la letra de los temas de la cantante. Es decir, a estas alturas para el público de la música estadounidense la letra de las canciones es una parte muy importante.

Siempre hay lyric video, incluso si eso significa llevar la contraria a la estrategia antes planteada. Durante los últimos años ha habido excepciones en el modo de publicar los temas que se ha mencionado antes. Por motivos variados, en algunas ocasiones ha publicado la canción con su videoclip oficial desde el principio como sucede con su tema *Never Really Over*. Por este motivo, se podría pensar que ya no hay necesidad de sacar un lyric video para promocionar el sencillo y, sin embargo, sí lo ha lanzado, a veces hasta con un intervalo de tiempo considerable entre el vídeo oficial y el video lyric.

En contadas ocasiones el ejemplo nombrado anteriormente ha sido llevado al extremo. Se está hablando de las colaboraciones de Katy Perry con otros artistas o incluso con compañías y marcas. Cuando esto ha sucedido, debido al acuerdo con la otra parte, lo primero en salir ha sido el videoclip oficial y, no solo es que haya sacado un lyric video a posteriori, sino que ha permitido que sea el otro artista o compañía quien se encargue de publicar el video lyric en su perfil, como sucede con el tema *Electric*. Por supuesto, en estos casos concretos sí se ha notado algo más en las reproducciones, no obstante, el ‘acuerdo’ que la artista norteamericana tiene con su público sigue en pie y lanza estos vídeos.

### **Otros artistas**

Ya hemos visto el ejemplo de una artista que, aunque saque videoclip para todos sus temas musicales, siempre lanza un lyric video para acompañarlo, incluso cuando este no tiene

la función de promocionar la canción. A continuación, un caso bien diferente por el que el video lyric consigue una importancia elevada, el grupo español Estopa.

Llevan muchos años en activo y, si algo los caracteriza, es que no realizan videoclips muy a menudo. Por el contrario, tras sacar los temas esperan a alguna actuación especial o importante para grabar. Por tanto, pueden pasar mucho tiempo hasta que un tema musical tiene su respectivo vídeo, si es que lo llega a tener en algún momento. Aquí es donde entra el lyric video. En 2019 el grupo español sacó un álbum entero y este fue lanzado con todas sus canciones en formato lyric video.

Al mismo tiempo que fue lanzado este álbum con todas las canciones sirviéndose del género del lyric video, hubo una que no utilizó este formato y, por el contrario, sí tuvo su propio videoclip. Es primordial destacar que no hay una diferencia apreciable entre el número de visualizaciones del videoclip y los lyric videos, demostrando que pueden llegar a alcanzar una importancia similar.



Figura 8. Captura de pantalla del álbum de Estopa lanzado al completo en formato lyric video.

Un caso mucho más generalizado es el de grupos y artistas con un bajo presupuesto. Normalmente sacan solo un videoclip por álbum o incluso ninguno. En muchas ocasiones, estos músicos cuelgan el tema musical con solo la imagen del álbum de fondo, sin embargo, es común que añadan la letra.

No obstante, en estos casos todavía se está lejos de conseguir que estos lyric videos alcancen un nivel similar al de artistas más consolidados. Los motivos son claros o, por lo menos, uno de ellos: el presupuesto. Si bien es cierto que un lyric video es más barato de realizar que un videoclip, pues requiere de menos trabajadores implicados, sigue siendo un gasto que es difícil asumir. El otro motivo es que este género audiovisual todavía está creciendo y sigue existiendo la creencia de que un video lyric no es más que

una imagen de fondo con letras que aparecen y desaparecen. Cada vez hay más conocimiento acerca de lo que se puede llegar a conseguir con este formato, pero todavía hay mucho trabajo por delante.

El último ejemplo con el que ilustrar la importancia del lyric video en la actualidad es realmente sencillo de entender. Cuando se ha empezado a tratar el tema de la actualidad se mencionaba la necesidad de crear contenido en la sociedad actual ligada a un internet que acostumbra a proporcionarnos contenido casi infinito. Bueno, eso y que la capacidad de explotar algo económicamente siempre es bastante jugosa.

Los fans son muy fieles y esto ha quedado claro desde que surgió YouTube y usuarios anónimos han hecho lyric videos de canciones y grupos que ya habían pasado a la historia. Cuando las discográficas y los portadores de los derechos vieron que estos vídeos eran muy populares no lo dudaron y realizaron los video lyrics oficiales.

De esta forma, podemos ver lyric videos oficiales de hace pocos años de grupos como Queen o The Beatles con millones de reproducciones. El grupo británico The Rolling Stones comenzó a sacar video lyrics desde el año 2015 y todavía este año 2021 sigue lanzando estos audiovisuales, ya van más de 100. Parece que la música nunca muere y que esta se adapta fácilmente a los nuevos géneros que surgen.

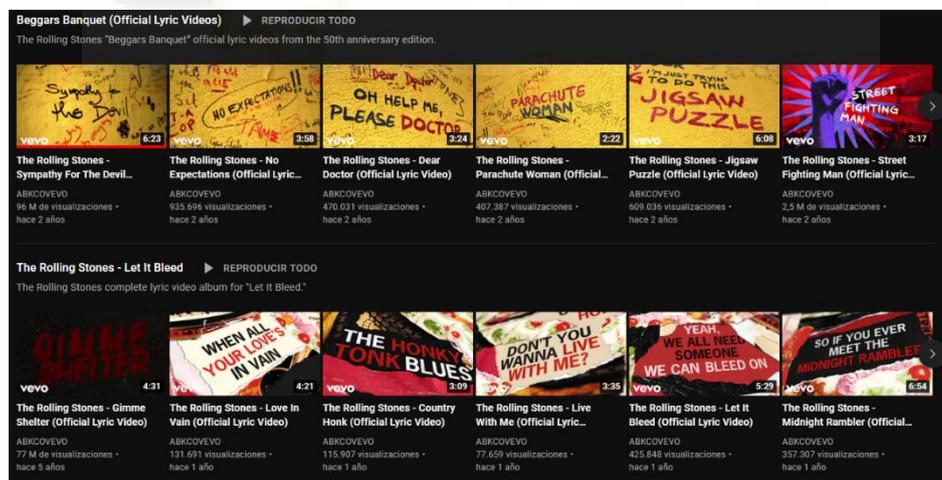


Figura 9. Captura de pantalla de algunos de los lyric videos de The Rolling Stones.

### **Análisis de lyric videos**

La tabla del análisis realizado por Pérez (2018 p. 10) es realmente útil para investigar los diferentes lyric videos de una forma técnica y objetiva. Por tanto, en este trabajo se utilizará esa tabla para analizar algunos lyric videos, no obstante, posteriormente se revisarán otros para tratar de explicar diferentes corrientes del género. Para la elección de temas se ha utilizado el buscador de YouTube, escogiendo los primeros resultados al buscar por número de visitas este mes.

Vídeo	Imagen			Texto diegético/extradiegético			Tipogr. Cinética		Tipografías cantidad			Categoría tipográfica
	Film	Graf	Mix	Dieg	Extra	Mix	Sí	No	1	2- 3	+3	
Lyodra - Pesán Terakhir		X			X		X			X		Script Decorativa
The Weeknd - Take My Breath			X		X		X		X			Sans serif
Luísa Sonza - MULHER DO ANO XD	X				X			X	X			Sans serif

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se verá un breve análisis realizado originalmente en este trabajo para tratar de entender los diferentes estilos del lyric video de forma diferente a la vista recientemente.

### **La animación de tipografía cinética y los comienzos del género**

Pese a la gran cantidad de antecedentes y de vídeos musicales que se acercaban en gran medida a lo que hoy en día conocemos como lyric video, se pone como origen del género actual a la animación cinética que se popularizó entre los años 2007 y 2011.

A continuación, se analizarán brevemente 3 ejemplos muy importantes. Primeramente, el tema de El Cuarteto de Nos nombrado anteriormente. Este vídeo musical no es tenido en

cuenta por ninguna investigación encontrada durante la búsqueda realiza para este trabajo, el objetivo es demostrar de que se trata de un lyric video.

Por otro lado, la canción de CeeLo Green. Este tema es imperativo si se trata el tema del lyric video y es gracias a este vídeo musical que el género explota en popularidad o, al menos, eso es lo que se puede encontrar en los diferentes estudios revisados para la elaboración de este proyecto.

Por último, Shop Vac es una demostración de lo que la animación cinética puede llegar a hacer. Alcanza un nivel de detalle realmente admirable y, por así decirlo, es una especie de mezcla entre el estilo del primer y segundo video lyric que se van a analizar, sacando lo mejor de cada uno para culminar en una obra innovadora incluso a día de hoy,

### **Ya no sé qué hacer conmigo – El Cuarteto de Nos**

Sirviéndose de fondos sencillos de un solo color, cosa que heredará el famoso lyric video que será tratado posteriormente, aparecen las letras de la canción de múltiples formas: arrastradas, con una aparición simple, animadas a raíz de algo que estaba en pantalla anteriormente...

Estos textos no son para nada simples, aparecen en varios colores que buscan la combinación estética. Por otro lado, se encuadran en la pantalla de numerosas formas, dando lugar a dinámicos y estéticos encuadres que obligan al espectador a mantener la atención.



Figura 10. Captura de pantalla del videoclip Ya no sé qué hacer conmigo de El Cuarteto de Nos.

Pero esto no se queda ahí, una vez que aparecen en pantalla la letra sigue pudiendo realizar alguna animación dependiendo del ritmo de la música. Desde cambios de color a

movimientos de cámara que cambian totalmente la imagen que se puede observar, por ejemplo, en cierto momento una letra se estira para seguir el tempo del tema.



Figura 11. Captura de pantalla del videoclip Ya no sé qué hacer conmigo de El Cuarteto de Nos.

Todavía hay más, no conformándose con una letra muy dinámica y estética, incluso más que los lyric videos venideros, este videoclip combina también animación ajena al texto: formas, personajes... Y esta no queda para nada en un segundo plano, se sirve de lo que menciona la canción para tratar de contar una historia como se verá más claramente en el análisis del tema de Jonathan Coulton.



Figura 12. Captura de pantalla del videoclip Ya no sé qué hacer conmigo de El Cuarteto de Nos.

Y, por si todo esto fuera poco, también se tiene en cuenta la importancia de la aparición de los artistas en el propio vídeo, aportando cercanía con el espectador, de nuevo, esta idea se trata más adelante en el tema *Birthday* de Katy Perry. Esto se lleva a cabo de forma magistral, pues estos aparecen en un primer plano mientras todo lo mencionado anteriormente ocurre en el fondo. Además, para no desentonar con la estética, los músicos

aparecen en tonos bicromáticos e incluso se les añade animaciones sencillas a las acciones que realizan.



Figura 13. Captura de pantalla del videoclip Ya no sé qué hacer conmigo de El Cuarteto de Nos.

En definitiva, este vídeo musical oficial, que a su vez es un lyric video, es una joya que no se valoró lo suficiente en su momento debido a que este fenómeno no había hecho más que comenzar y tampoco se alaba lo justo y necesario a día de hoy como pionero por falta de información. No solo cumple con todo lo necesario para considerarse como el verdadero primer lyric video moderno, incluso supera en todos los ámbitos al que sí acabó llevándose ese mérito.

### **CeeLo Green – FUCK YOU**

El lyric video del cantante estadounidense fue lanzado el 20 de agosto de 2010, 12 días antes que el videoclip oficial. Lo que significa que, como posteriormente se convertiría en la práctica más común en el género, es el vídeo promocional lanzado con anterioridad al videoclip oficial.

El lyric video comienza con el característico fondo azul por el que se recuerda este audiovisual. No obstante, el fondo cambia constantemente de color para aportar frescura continuamente al vídeo. Concretamente, cada vez que aparece una parte ‘nueva’ en la canción, es decir, que todavía no ha sido cantada, se le asigna un color para el fondo que se repetirá cuando vuelvan a aparecer esas estrofas. El característico fondo azul se debe a que es el color asignado para el estribillo y algunas partes concretas por lo que es el color que más tiempo se puede observar en pantalla junto al rojo, que solo aparece cuando se nombra el título de la canción. Esto último se debe a que, al ser una palabra malsonante,

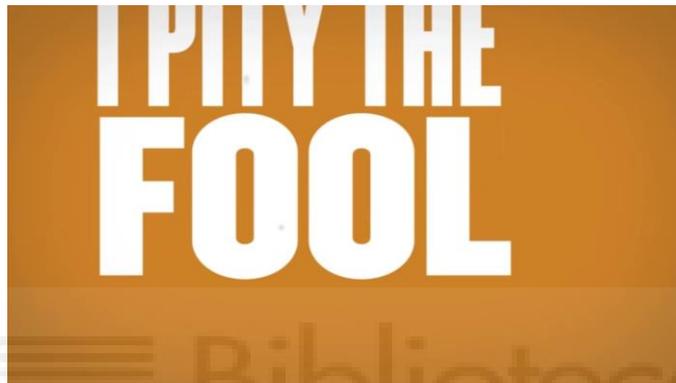
que incluso se censuró para la versión de radio, se utiliza el color rojo característico de prohibición. Continuando con el color, como el fondo es el protagonista en este ámbito, es la letra la que se mantiene en un color blanco durante todo el lyric video.

Como se ha nombrado, el protagonista en cuanto al color es el fondo, sin embargo, si algo hizo famoso a este audiovisual es el movimiento y en ese ámbito lo que destaca es la letra, pues el fondo solo se mueve para hacer barridos entre los distintos colores. Volviendo al texto, la fuente se mantiene durante todo el audiovisual, no obstante, consigue mantener el dinamismo durante todo el lyric video gracias al movimiento y a pequeñas modificaciones en las letras. En cuanto a las modificaciones, básicamente se basan en estirar el texto vertical u horizontalmente y hacerla más o menos gruesa.

Ahora sí, el movimiento. La forma en la que aparece el texto en pantalla también es la misma durante todo el lyric video: de abajo hacia arriba de forma muy rápida. Una vez aparece la letra del todo esta se queda ahí a la espera de que aparezca más para que la cámara se mueva a través de los encuadres que se crean mediante el propio texto. Estos encuadres pese a ser muy creativos y dinámicos siempre tienden hacia una forma rectangular. Esto se debe a que la forma de la pantalla es así y es más sencillo encuadrarlo. Aun con todo, como ya se ha dicho el vídeo se mantiene muy dinámico y consigue mantener la atención del espectador más allá del deseo de conocer la letra del tema.

En resumen, este lyric video despliega todo su potencial para mantener el dinamismo durante todo el audiovisual mediante movimientos muy rápidos, encuadres sencillos pero eficaces y cambios de color. En el momento en el que este vídeo salió fue toda una revolución, sobre todo en internet, y se denominó a este estilo: animación de tipografía cinética.





Figuras 14, 15 y 16. Capturas de pantalla del lyric video FUCK YOU de CeeLo Green.

### **Jonathan Coulton – Shop Vac**

Si el lyric video anteriormente analizado sentó las bases de lo que llegaría a ser animación de tipografía cinética, Jarrett Heather demostró el verdadero potencial de esta haciendo auténticas maravillas. Jarrett Heather es un artista de los motion graphics que ha realizado importantes video lyric como: *Word Crimes* de “Weird Al” Yankovic, *Shop Vac* de Jonathan Coulton y *MaidPro to the rescue*. Todas estas obras son merecedoras de análisis, sin embargo, para el correcto avance de este trabajo solo se revisará una de ellas. Si bien *Word Crimes* es la que más visitas tiene, esto se debe a que es la canción más conocida. Para este trabajo se analizará *Shop Vac*, pues fue la que resultó ser una revolución en su momento de salida. Este video fue lanzado el 23 de noviembre de 2010, es decir, el mismo año que el primer video lyric moderno.

El lyric video comienza con un fondo rojo con el contorno sombreado y letras básicas, como si de una inspiración directa de *FUCK YOU* se tratase. Pero nada más lejos de la realidad. Solo en estos breves segundos en los que aparece el título de la canción y el artista ya se ven grandes avances: distintas fuentes de letra, el texto no se queda estático,

sino que se sirve de la música para mantenerse en continuo movimiento, un mayor uso del color...



Figura 17. Captura de pantalla del lyric video Shop Vac de Jonathan Coulton.

Tras una rápida transición, la escena cambia por completo convirtiéndose en una carretera azul por la que transcurren las palabras como si fuesen indicaciones de tráfico pintadas en la carretera. De nuevo transiciona a otro fondo, en este caso uno verde que se transforma en una señal de tráfico que señala la dirección, manteniendo así, la temática con la escena anterior.



Figuras 18 y 19. Capturas de pantalla del lyric video Shop Vac de Jonathan Coulton.

Esto es otra de las cosas que hacen este lyric video tan interesante más allá de su frenético movimiento y estética. Se intenta contar una historia mediante la animación gráfica. Pues, como se va viendo a medida que avanza el audiovisual, el vídeo nos va transportando de un lugar a otro, es decir, acaba de llevarnos por la carretera hasta un lugar donde establecerse y las siguientes animaciones hacen alusión a una casa. Posteriormente, se 'presenta' la ciudad mediante animaciones que recuerdan a lugares concretos de la misma y, tras ello, un reloj como muestra de que pasa el tiempo. Entonces, la canción habla de cómo los niños se van de casa y, de nuevo, el vídeo nos lo muestra utilizando una fuente de letra universitaria.



Figuras 20, 21 y 22. Capturas de pantalla del lyric video Shop Vac de Jonathan Coulton.

Finalmente, el tema llega a su estribillo. La animación que se muestra en este repetirá todas las veces que este aparece, con el detalle de que en la última ocasión está garabateado con un bolígrafo.

El video durante el estribillo muestra una especie de planos que hacen alusión al manual de instrucciones de la aspiradora. La cámara se mueve a través de estos planos en los que van apareciendo las letras y otros elementos. Pese a que los colores se tienen muy en cuenta durante todo el video lyric, es en esta parte donde se puede observar un estudio al detalle de la estética del mismo que hace que este funcione muy bien.



Figura 23. Captura de pantalla del lyric video Shop Vac de Jonathan Coulton.

Tras el estribillo, el vídeo vuelve a contarnos historias a través de la animación y, de nuevo, con referencias claras como: Facebook, Google Maps y algunos establecimientos típicos de Estados Unidos. Incluso aparece en una parte de la canción la propia partitura de la misma siguiendo el ritmo. Esta técnica se volvería recurrente en los vídeos musicales.



Figura 24. Captura de pantalla del lyric video Shop Vac de Jonathan Coulton.

### **Katy Perry – Birthday: introducir al espectador en el lyric video**

Como ya se mencionaba anteriormente, en un manual acerca de los video lyrics es imperativa la aparición de Katy Perry, pues es una de las artistas que más ha aportado a la industria. Cuando se nombraban algunas de las obras de la cantante se hablaba de la utilidad de sus vídeos de letra para promocionar el videoclip oficial o, incluso, sacar uno de estos lyric videos a posteriori porque les encanta a sus fans. Sin embargo, hay una excepción dentro de los trabajos de la música.

Esa excepción es su aclamado tema: Birthday. El sencillo fue lanzado en abril de 2014, como ya era habitual, la cantante sacó su video lyric unos días antes de que su videoclip oficial viese la luz. Lo destacable de este caso no solo es que con el paso del tiempo el lyric video no fuese alcanzado por el videoclip oficial en cuanto a visitas, sino que cada vez este se distanció más en popularidad, convirtiéndose así, en el vídeo que se tiene en la memoria de esta canción de la artista, como si se tratase del videoclip oficial.

El audiovisual dirigido por Aya Tanimura y producido por Mandy Sellick es el primer lyric video de Katy Perry en el que el texto no está animado de ninguna forma, es decir, son decoraciones reales que fueron grabadas mediante la cámara. Este es el principal atractivo de la obra.

Desde el comienzo al final del video lyric la cámara se mueve alrededor de un escenario repleto de objetos relacionados con los cumpleaños como el propio título de la canción indica. Tartas, utensilios de cocina, decoraciones, velas, globos... Todo lo que aparece en el vídeo está decorado con las letras de la canción y a medida que esa parte del tema suena se muestran las respectivas palabras. Para ello, el vídeo se sirve de movimientos de cámara a través de los diferentes objetos. No obstante, no basta solo con los movimientos de la cámara y, en ocasiones, también aparecen unas manos que mueven las cosas para que la letra se adecue a la escena que está siendo grabada. Manos que el espectador supone que son de Katy Perry, pues la propia cantante aparece al final del vídeo vestida como chef.



Figura 25. Captura de pantalla del lyric video Birthday de Katy Perry.

La estética del vídeo está cuidada al detalle sirviéndose del imaginario colectivo acerca de un suceso como es un cumpleaños. La mayor baza en la que se basa es en que parezca todo hecho a mano artesanalmente. Aunque la mayoría de cosas que aparecen en el vídeo sí son hechas a mano, estas se realizan de forma que esto quede totalmente claro; con imperfecciones, manchas y demás. Pero, por mucho que la idea es que recuerde a cumpleaños sigue manteniendo el cuidado por la estética teniendo en cuenta los colores, las formas, etc. Es como mezclar la típica fiesta de cumpleaños con una fiesta de muy alto nivel, como la que podría dar la propia artista, y el hecho de que precisamente la cantante aparezca en el vídeo refuerza todavía más esta idea.



Figura 26. Captura de pantalla del lyric video Birthday de Katy Perry.

Por otro lado, como es habitual en las canciones de la artista norteamericana, el tema en realidad tiene un significado muy diferente de lo que sugiere el vídeo. Las letras están repletas de insinuaciones sexuales escondidas tras la inocencia de un cumpleaños y del vídeo del mismo. Esto también llama la atención del espectador y, por supuesto, es importante destacarlo, pues si se camufla e insinúa de forma correcta es gracias al buen trabajo que hay detrás del lyric video.

La conclusión a la que se llega tras analizar este lyric video para comprender por qué funcionó tan bien es la cercanía con el espectador. El género de los video lyric es muy rico y, a menudo, basta con la utilización de animación y motion graphics para calar en el espectador. Sin embargo, la cultura audiovisual está compuesta en gran parte por el cine e incluso el día a día. Por este motivo, un vídeo que muestra 'la vida real' en lugar de animaciones es más accesible para el gran público. Además, finalmente aparece la artista de la canción que están escuchando, algo que no suele pasar en el lyric video y eso también aporta cercanía entre la cantante y su público.

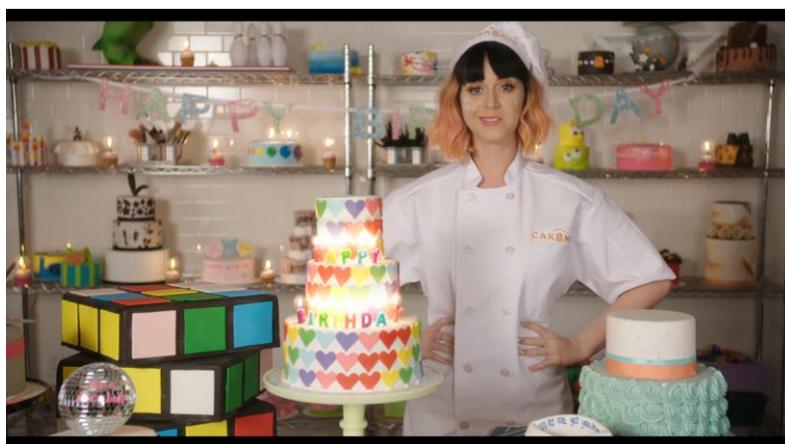


Figura 27. Captura de pantalla del lyric video Birthday de Katy Perry.

Por último, es importante destacar que no es la primera vez que se ve algo así en el mundo de la música. Si retrocedemos por un momento a los antecedentes que se trataban anteriormente, recordaremos Subterranean Homesick Blues de Bob Dylan. En ese videoclip también tenemos las letras apareciendo mediante objetos grabados en el propio escenario y quien los mueve y aparece en el vídeo es el propio cantante. Por tanto, no solo queda claro que aquel video musical de Bob Dylan era un claro antecedente del lyric video, sino que además, utilizó una muy buena estrategia que todavía hoy funciona.

Los lyric videos ‘de imagen real’ han sido tan populares que una rama de este género ha acabado siendo la imitación de estas escenas reales hechas mediante motion graphics. Es decir, mediante animación, modelado, renderizado... simular un entorno real en el que aparecen las letras.

Estos lyric videos también han resultado ser llamativos para el público, pues a primera vista pueden parecer reales, pero al ser realizados en postproducción pueden llegar a suceder cosas impensables en los vídeos que sí son completamente grabados.

### **El color y las formas como protagonistas: la importancia de los títulos de crédito**

En los vídeos analizados hasta ahora, el color era una parte tremendamente importante, sí, pero no lo esencial. En la animación cinética lo más importante era el dinamismo y movimiento; los de imagen real o que simulan serlo potencian la cercanía del espectador y aprovechan lo cotidiano para llamar la atención... Todas estas ramas tienen muy en cuenta la estética y eso incluye el color, sin embargo, hay algunos lyric videos que se basan en la combinación de colores.

### **Look What You Made Me Do – Taylor Swift**

Uno de los ejemplos más claros para lo que se mencionaba anteriormente es el lyric video de esta canción de Taylor Swift, creado por Odd y producido por Joseph Kahn y la propia cantante.

En este audiovisual se puede observar como las letras aparecen en colores diferentes al fondo, como ya habíamos visto antes en los lyric videos cinéticos. La diferencia es que hay muchas más cosas en pantalla y los colores presentan múltiples tonalidades, que además, están cuidadas al detalle para que los colores combinen a la perfección. Por tanto,

en lugar de buscar el contraste entre letras y fondo, en este vídeo se busca la combinación de todo como si no hubiese un elemento por encima de los demás como sí pasaba con los lyric video analizados anteriormente donde predominaba la letra. De esta forma, el efecto estético que transmite el color es muy distinto a lo que habíamos analizado previamente.

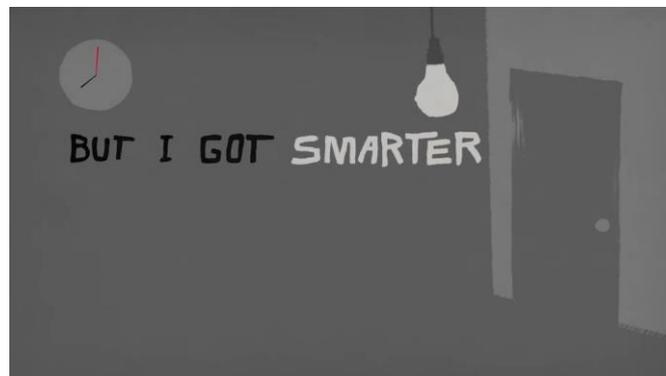


Figura 28. Captura de pantalla del lyric video Look What You Made Me Do de Taylor Swift.

Por otro lado, pese a que el vídeo se mueve a 30 frames por segundo, en algunas ocasiones se falsea un movimiento similar a las animaciones ‘cut out’ que suelen hacerse en menos cuadros por segundo. De esta forma, aparenta un estilo que evoca al pasado en cuanto a la técnica de animación, pero aprovechando los avances actuales para realizar algunos efectos. Lo que produce este modus operandi es que el color y las formas simples tomen el control del vídeo haciéndolo realmente dinámico y obligando al espectador a no apartar la vista.



Figuras 29 y 30. Capturas de pantalla del lyric video Look What You Made Me Do de Taylor Swift.

Es en todos estos detalles recién analizados donde los conceptos y la estética se conectan, una vez más, con los precedentes del género para recordar a Saul Bass. Y es que este lyric video parece una clara referencia a los títulos de crédito de Los hechos de la vida (1960), realizados por Saul Bass. No obstante, no se queda en una inspiración concreta, bebe de muchas otras para culminar en una obra moderna que está a medio camino entre lyric

video y títulos de crédito, pues estos dos formatos siempre han estado muy cercanos el uno del otro.

Por último, pese a todo lo que hemos visto acerca de este vídeo musical, va más allá de referenciar técnicas pasadas. Como prácticamente cualquier otro lyric video, coge el testigo de los predecesores de la cinética y se puede observar algún movimiento brusco de la animación para encuadrar los elementos en la pantalla, demostrando una vez más, la importancia de los tres primeros vídeos analizados.

Volviendo a la importancia del color y las formas, como se acaba de ver, esta corriente del género está muy próxima a los títulos de crédito, sin embargo, no todos los lyric video de este estilo son similares a lo que se acaba de analizar.

Por ejemplo, el lyric video de *Lean On* de Major Lazer y DJ Snake, realizado por John Hwang. Este vídeo musical es muy similar al anterior en cuanto a la importancia de los colores y las formas sencillas. No obstante, ambos se realizan de formas muy dispares. En este caso se recurre mucho más a la velocidad a diferencia del anterior. Por otro lado, son formas mucho más geométricas y estáticas al contrario que las orgánicas formas del vídeo de Taylor Swift.

El objetivo de esta comparación es demostrar que este formato es muy rico y variado, ya que dentro de una misma corriente o estilo, se pueden encontrar cosas muy diferentes y, a la vez, ser capaz de ver, claramente, que comparten una inspiración muy similar.

### **La libertad y variedad del género**

Si algo ha caracterizado la evolución de este formato audiovisual a lo largo de su breve historia eso es la libertad creativa. Esta característica se debe a dos grandes motivos: que el lyric video viene del videoclip y que el 'reino' de estos vídeos es internet y su público.

Lo primero ya se ha mencionado antes, en los precedentes del formato. El videoclip era, o sigue siendo, uno de los géneros más creativos y libres del audiovisual. No hay nada a lo que atenerse y se busca llamar la atención o acompañar el mensaje de la canción y, como bien sabemos, la música es capaz de transmitir cualquier tipo de idea, por tanto, el vídeo también debe de ser capaz. El lyric video, pese a que comenzó de una forma algo más seria y distante del videoclip, ha acabado tomando un rumbo muy similar al contar sus historias con estéticas rebuscadas.

Por otro lado, si todo lo anterior ha sido posible es gracias al público que consume estos vídeos en su mayoría. El espectador medio de video lyric suele ser un público joven, dispuesto a exponerse a técnicas innovadoras y rompedoras. Debido a este motivo, todo lo analizado anteriormente y otras posibles corrientes han ido perdiendo importancia con los años, pues se observa una clara combinación y reinención de lo anteriormente nombrado, dando lugar a nuevas técnicas.

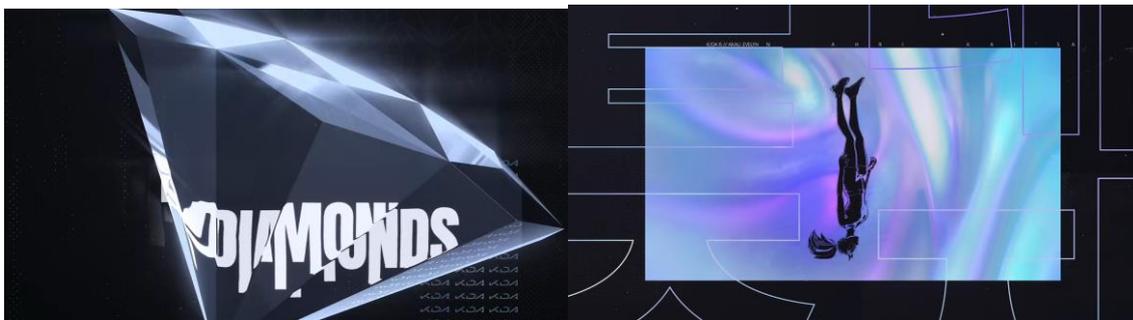
Unos ejemplos claros de estas combinaciones de lo tradicional dentro de este género son:

Beck – *Dear Life*. En este lyric video, dirigido por: Jimmy Turrell, Laura Gorun y Brook Linder y animado por Computer Team, podemos encontrar imagen real para aportar cercanía al espectador como se ha analizado antes. Sin embargo, se le aportan las letras mediante animaciones 2D y motion graphics, ambos con mucho dinamismo.



Figuras 31 y 32. Capturas de pantalla del lyric video Dear Life de Beck.

*THE BADDEST* – K/DA. Este video lyric realizado por Jordan Taylor y Riot Games adopta la animación cinética y la lleva a otro nivel mezclándola con renderizados 3D. Hasta ahora, lo analizado dentro de la corriente de la animación cinética usaba a su favor el dinamismo de los motion graphics en 2D y se servían, como mucho, de algún 3D falseado para superponer algunos elementos en pantalla. Sin embargo, en este vídeo ambos elementos se mezclan a la perfección.



Figuras 33 y 34. Capturas de pantalla del lyric video THE BADDEST de K/DA.

## **La cultura pop y el lyric video**

Gracias a la innovación y combinación de las técnicas del sector, la cantidad de corrientes y estilos en este formato son infinitas y ya se ha dado un vistazo a las principales o, al menos, a las que dieron comienzo a la popularidad del lyric video.

No obstante, se tendrá en cuenta una corriente de video lyric más, pues es probablemente, la más usual en la actualidad. Esta no se caracteriza por el parecido técnico o estético de los diferentes vídeos que la componen, sino más bien, en el sentimiento que intenta producir en el espectador. No se trata de que todas las canciones expresen lo mismo, lo que tienen en común es que parten de una misma base: el conocimiento previo.

No es algo desconocido el utilizar la cultura popular para promocionar o presentar diferentes objetos, ideas o conceptos. Además, cuando algo no está sujeto a según que parámetros y busca una constante innovación es común acudir a esta técnica. Esto es lo que ha sucedido con el lyric video y parece que funciona realmente bien en este género. Probablemente, esto se deba a que los elementos que componen un video lyric se prestan a la nostalgia o imitación, sin ir más lejos, las fuentes tipográficas son muy reconocibles para el gran público.

A continuación, se verán de forma muy breve algunos ejemplos:

*Shot Me Down* de David Guetta y Skylar Grey, dirigido por Olivier Boscovitch y Dominique Pochat. Este lyric video presenta una mezcla perfecta entre la estética del comic y el western. Esta combinación encaja a la perfección con el comienzo de la canción, sin embargo, posteriormente se convierte en un tema de electrónica y se añade más velocidad y dinamismo al vídeo, resultando así, en un lyric video magnifico que se acabaría convirtiendo en el videoclip oficial de la canción.

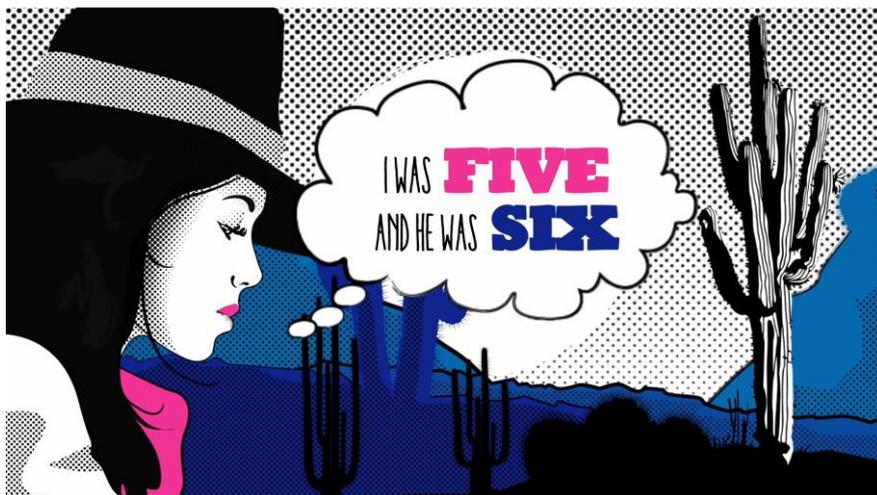


Figura 35. Captura de pantalla del videoclip Shot Me Down de David Guetta y Skylar Grey.

De vuelta una vez más a Katy Perry, en esta ocasión se trata del tema *Roar*, dirigido y producido por Joe Humpay, Aya Tanimura, Tim Zimmer y Tuan Le. En este lyric video la letra de la canción se presenta mediante mensajes en redes sociales. Pese a la simplicidad del vídeo, este es realmente popular. Claramente, esto se debe a lo conocido que resulta el tema escogido para representar el tema: las redes sociales.



Figura 36. Captura de pantalla del lyric video Roar de Katy Perry.

Recordemos que estos lyric videos son realizados para la plataforma YouTube y, qué mejor que referenciar elementos que sean fáciles de reconocer para los usuarios de esta página web. Por ejemplo: *L8 CMMR* de Lily Allen y *DVP* de PUP son dos lyric videos que se sirven de videojuegos populares en uno y de simular clásicos de este sector en otro para presentar las respectivas letras de las canciones. Pese a no ser artistas tan grandes como los tratados anteriormente, hay una satisfacción general con el resultado de estos audiovisuales.

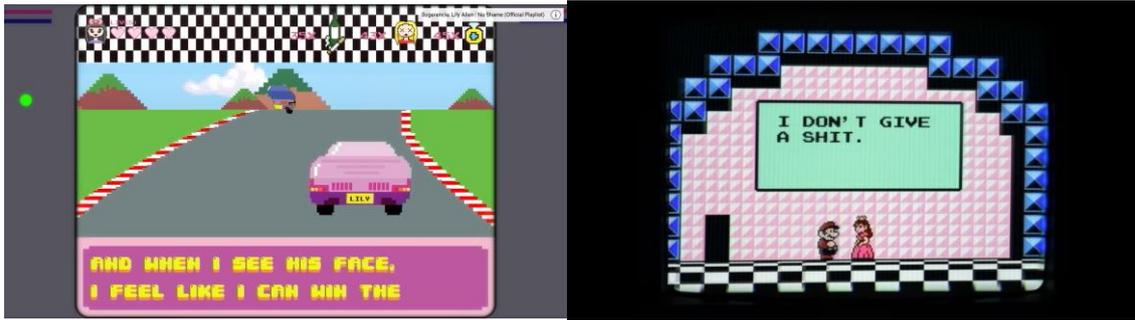


Figura 37. Captura de pantalla del lyric video L8 CMMR de Lily Allen.

Figura 38. Captura de pantalla del lyric video DVP de PUP.

Y, por supuesto, si hablamos de contentar al público teniendo en cuenta la plataforma en la que se cuelgan estos lyric videos, no podía faltar un homenaje a los tutoriales. 715 - CRΣΣKS de Bon Iver, creado por Aaron Anderson y Eric Timothy Carlson, referencia el mítico bloc de notas en el que va siendo escrita la letra de la canción.

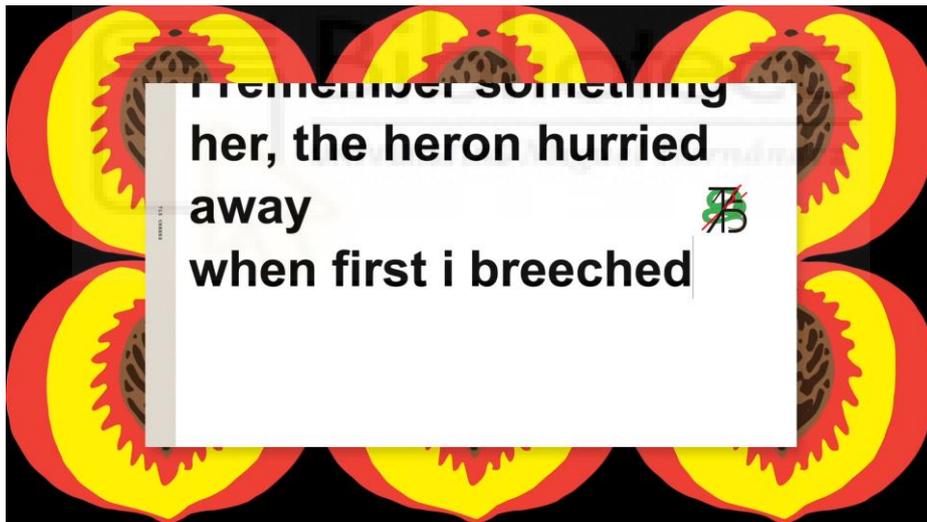


Figura 39. Captura de pantalla del lyric video 715 - CRΣΣKS de Bon Iver.

Un tema más que recurrente cuando se realizan esta clase de vídeos es la nostalgia. Con *Nobody But You* de Sonder y Jorja Smith o *Lifetime* de Romy, el espectador creará haber viajado en el tiempo al pasado debido al estilo con el que se realizan estas dos obras.



Figura 40. Captura de pantalla del lyric video Lifetime de Romy.

Figura 41. Captura de pantalla del lyric video Nobody But You de Sonder y Jorja Smith.

Por último, dentro de esta corriente en la que se busca llamar la atención del espectador mediante referentes visuales conocidos, hay ocasiones en las que en lugar de buscar solo una estética para todo el vídeo se utilizan todas las referencias posibles para captar la atención. *POTATO SALAD* de Tyler, The Creator.



Figura 42. Captura de pantalla del lyric video POTATO SALAD de Tyler, The Creator.

## **Conclusiones**

Ha resultado realmente complejo realizar un análisis lo más académico posible de un tema como el lyric video. Quizás este sea otro de los motivos por los que todavía no hay demasiados estudios del al respecto.

Lo verdaderamente importante es que aun con esas dificultades y la ambigüedad del concepto debido a la evolución del género y las modificaciones que surgen a causa de

esto, se ha conseguido dar forma a una definición para el lyric video que consigue separarlo de sus similares videoclip y karaoke.

Se ha repasado en mayor o menor medida todos los antecedentes del género deteniéndonos en los conceptos más importantes como los motion graphics o la llegada de YouTube.

Por otro lado, es importante remarcar que se han encontrado lyric videos previos a los que se suelen posicionar como pioneros dentro de los diferentes estudios. Esto deja claro que todavía hay mucho por investigar en cuanto al tema y, que la información actual está recogida en base a la cultura popular y angloparlante.

Mediante la breve visión de la situación actual del género, se ha comprendido la importancia del mismo, tanto para los artistas y sus beneficios como para los consumidores y su búsqueda por nuevo contenido que consumir.

Es francamente útil la clasificación utilizada para analizar los lyric videos de forma rápida, objetiva y técnica. No obstante, ha sido muy positivo para comprender cómo funciona el género el posterior análisis de lyric videos mediante corrientes y estilos.

Como ya se mencionaba en los objetivos y el resumen, este trabajo pretende ser un manual para introducir al público a un formato audiovisual que cada vez es más rico. Apenas ha sido estudiado por el momento y, en muchas ocasiones, lo ha sido a raíz de la importancia del videoclip. Por tanto, se espera que este sea uno de los primeros estudios de muchos que vendrán posteriormente.

Por último, es un buen ejercicio para saber si se ha comprendido lo estudiado tratar de vaticinar qué será de este formato en el futuro próximo. Como resulta obvio, es imposible saber en qué dirección transcurrirá el formato de aquí en adelante.

En los últimos años, gracias a la evolución del género se pueden llegar a ver obras auténticamente complejas. Sin embargo, también se ve un aumento de lo contrario: lyric videos simples y sencillos realizados con una fecha límite y que han de salir para mantener la expectación de los espectadores.

No hay necesidad de ser pesimista, gracias a esa buscada sencillez por lanzar los vídeos lo antes posible, están surgiendo nuevas formas de integrar el texto a la imagen y demás técnicas innovadoras. Nadie sabe si nos encontramos a día de hoy, aun sin saberlo, justo antes de la creación de otro nuevo género audiovisual.

## **Videografía**

A continuación, el lector dispondrá de una lista para poder visitar todos los vídeos analizados y los más representativos de los que solamente han sido mencionados.

715 - CRΣΣKS de Bon Iver - [https://youtu.be/P\\_Fx1yq3A8M](https://youtu.be/P_Fx1yq3A8M)

An Optical Poem de Oskar Fischinger - <https://youtu.be/6Xc4g00FFLk>

Birthday de Katy Perry - <https://youtu.be/jqYxyd1iSNk>

Bohemian Rhapsody de Queen - <https://youtu.be/fJ9rUzIMcZQ>

Dear Life de Beck - <https://youtu.be/ERoS6y5zE0Y>

DVP de PUP - <https://youtu.be/iVuB1ZASrGw>

FUCK YOU de CeeLo Green - <https://youtu.be/CAV0XrbEwNc>

Kinetic Typography – Pulp Fiction de Jarrat Moody - <https://youtu.be/LpK2b4IWRsY>

L8 CMMR de Lily Allen - <https://youtu.be/ii3XMEVUhhM>

Lean On de Major Lazer y DJ Snake - <https://youtu.be/rn9AQoI7mYU>

Lifetime de Romy - <https://youtu.be/iZRnk971u4M>

Look What You Made Me Do de Taylor Swift - <https://youtu.be/3K0RzZGpyds>

MULHER DO ANO XD de Luísa Sonza - <https://youtu.be/MC66-bI2f8I>

Nobody But You de Sonder y Jorja Smith - <https://youtu.be/V7Sy2AywSkw>

Opus I de Walter Ruttmann - <https://youtu.be/aHZdDmYFZN0>

Pesan Terakhir de Lyodra - [https://youtu.be/\\_7CX0hTDRtU](https://youtu.be/_7CX0hTDRtU)

POTATO SALAD de Tyler, The Creator - <https://youtu.be/93M1QtYDtpU>

Praying For Time de George Michael - <https://youtu.be/goroyZbVdlo>

Rhythmus 21 de Hans Richter - <https://youtu.be/FjQ-lpu8kjk>

Roar de Katy Perry - <https://youtu.be/e9SeJIgWRPk>

Shop Vac de Jonathan Coulton - <https://youtu.be/y4sOfO8Ei1g>

Shot Me Down de David Guetta y Skylar Grey - <https://youtu.be/3x2ABSAMVno>

Sign o' The Times de Prince - <https://youtu.be/8EdxM72EZ94>

Subterranean Homesick Blues de Bob Dylan - <https://youtu.be/MGxjIBEZvx0>

Take My Breath de The Weeknd - <https://youtu.be/oH1eiyQpw2E>

THE BADDEST de K/DA - [https://youtu.be/RkID8\\_gnTxw](https://youtu.be/RkID8_gnTxw)

Vertigo de Saul Bass - <https://youtu.be/SkLn8mamU78>

Ya no sé qué hacer conmigo de El Cuarteto de Nos - <https://youtu.be/y9LlnLTH87U>



## **Bibliografía**

- Cousins, C. (2015). *Kinetic Typography: An Introductory Guide*. Design Shack.  
<https://designshack.net/articles/typography/kinetic-typography-an-introductory-guide/>
- Delfino, D. (2018). *¿Cómo ganan dinero los músicos? No depende de cuantas veces se escuchen sus canciones*. Business Insider. <https://www.businessinsider.es/como-ganan-dinero-musicos-no-depende-cuantas-veces-317639>
- Holt, F. (2011). *Is Music Becoming More Visual?: Online Video Content in the Music Industry*. Visual Studies, 26. 50-61.
- Jorda, D. (2020). *Historia del videoclip*. Universidad Miguel Hernández.
- McLaren, L. (2018). *The lyric video as Genre: Definition, History, and Katy Perry's Contribution*. Universidad de Ottawa, Canadá. [Recherche uO Research: The Lyric Video as Genre: Definition, History, and Katy Perry's Contribution \(uottawa.ca\)](https://www.uottawa.ca/research/research-projects/the-lyric-video-as-genre-definition-history-and-katy-perry-s-contribution)
- O'Keeffe, K. (2014). *Where Did All These Lyric Videos Come From, and Why Are We Giving Them Awards?* The Atlantic.  
<https://www.theatlantic.com/culture/archive/2014/08/where-did-all-these-lyric-videos-come-from-and-why-are-we-giving-them-awards/376084/>
- Pérez, J.P. (2018). *Lyric vídeos: el encuentro del videoclip con el diseño gráfico y la composición tipográfica*. Vivat Academia. Revista de comunicación, nº 144, 01-18.  
[Lyric vídeos: el encuentro del videoclip con el diseño gráfico y la composición tipográfica | Vivat Academia](https://www.vivat.academia.com/lyric-videos-el-encuentro-del-videoclip-con-el-dise%C3%B1o-gr%C3%A1fico-y-la-composici%C3%B3n-tipogr%C3%A1fica)
- Sandhaus, L. (2006). *Los Angeles in Motion: A Beginner's Guide from Yesterday to Tomorrow*. [Microsoft Word - LA in MotionFINAL c.doc \(lsd-studio.net\)](https://www.lsd-studio.net/microsoft-word-la-in-motion-final-c.doc)
- Scott, T. (2013). *A Brief History of Lyric Videos*. YouTube.  
<https://youtu.be/3P0BKrOIBVM>
- Selva Ruiz, D. (2014). *El videoclip. Comunicación comercial en la industria musical*. Ediciones Alfar.
- Vernallis, C (2004). *Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context*. Columbia University Press.

Vernallis, C. (2013). *Unruly Media: YouTube, Music Video, and the New Digital Cinema*. Oxford University Press.

Wyble, M. (2018). A brief history of motion graphics. Vimeo. [A Brief History of Motion Graphics on Vimeo](#)

