

Porque La Vida Sin Música, Sería Un Error.

Sinfonia Virtual
SinfoniaVirtual.com

468x60

PON TU PUBLICIDAD AQUÍ

PUBLICIDAD PARA CUBRIR LOS GASTOS DE PUBLICACIÓN

SINFONIAVIRTUAL.COM - REVISTA MUSICAL COMENZADA EN OCTUBRE DEL 2008

SINFONIAVIRTUAL.COM

TU REVISTA DE MUSICA CLASICA Y REFLEXION MUSICAL

ISSN 1886-9505

- + Portada
- + Introducción a S.V.
- + Artículos
- + Composiciones
- + Foros
- + Editorial
- + Publicar Artículo

Cronología de Compositores

Renacimiento

- + Cabezón, Antonio de
- + Monteverdi, Claudio
- + Palestrina, G. Pierluigi

Barroco

- + Monteverdi, Claudio
- + Bach, J. Sebastian
- + Haendel, G. F.
- + Vivaldi, Antonio

Clasicismo

- + Bach, J. Christian
- + Beethoven, L. V.
- + Gluck, C.W.
- + Haydn, F. Joseph
- + Arriaga, J.C.
- + Mozart, W. Amadeus
- + Weber, Carl M. V.

Romanticismo en Adelante

- + Albéniz, Isaac
- + Bartók, Béla
- + Brahms, Johannes
- + Chopin
- + Schubert, F.
- + Schumann, R.
- + Dvorák, Antonin
- + Joplin, Scott
- + Săint-Sens, Camille
- + Verdi, Giuseppe
- + Nielsen, Carl
- + Wagner, Richard

HISTORIA DE LA RELACIÓN MÚSICA/IMAGEN DESDE ARISTÓTELES A LOS VIDEOJOCKEYS (II): MÚSICA EN TELEVISIÓN, MEDIO VIDEOGRÁFICO Y EL CASO DE LOS VIDEOJOCKEYS.
Por la Dra. Ana María Sedeño Valdellós (Universidad de Málaga)

1. Música en televisión.

Desde 1957 hay programas exclusivamente musicales en televisión, que se encargan de la puesta en escena de la actuación de cantante: el primer programa fue el inglés *6,5 Special*, producido por la BBC.

En EE.UU., los programas de variedades, algunos de ellos estructurados como un continuo heterogéneo de números musicales, y los *talk shows*, pronto se convierten en los primeros que insertan canciones y actuaciones musicales. Uno de ellos fue el *Paul Whiteman's Teen Club* de la cadena norteamericana ABC. Más tarde, *The Ed Sullivan Show* y el *American Bandstand* se mantuvieron como los más representativos e influyentes de la década de los sesenta.

En un principio, como en el teatro, la puesta en escena obedecía a limitaciones espacio-temporales: el cantante o grupo simplemente aparecía en un escenario vacío y ante un telón, cortinas y poco más, cantando su tema a cámara. Debido a los graves problemas para la transmisión de sonido directo de calidad, pronto se optó por la fórmula del *play-back*, que consistía en emitir el mismo sonido del disco mientras los músicos aparentaban interpretar en directo el tema. Esto permitió que los cantantes se despreocupasen de su interpretación vocal, actuasen más tranquilos y se concentrasen en lo visual, (mirada a cámara, seguimiento de sus movimientos...), en su pose y actitud. Surgieron los gestos y posturas eróticas en la actuación (compuesta por una parte vocal y otra interpretativa -actoral-), y la clara apelación al espectador (identificado con la cámara), con intención seductora e implicativa.

Los cantantes rock cuya presencia en cine y televisión era seguir por millones de jóvenes eran Elvis Presley y The Beatles. Respecto al primero puede decirse que la rebeldía inicial de sus canciones y de su actitud se fue atemperando poco a poco para "dar bien por televisión" y vender más discos. Películas como *Jailhouse Rock (El rock de la cárcel)* es un ejemplo excelente de cómo se intercalaban las canciones en la trama.

En cuanto a The Beatles, su participación televisiva fue muy activa. En 1967, los componentes del grupo dirigieron la especial para la BBC llamado *Magical Mystery Tour*, mal acogido por la crítica por su tono irracional heredado del más puro surrealismo cinematográfico, y un fracaso de audiencia a pesar de la expectación que despertó. El proyecto comenzó gracias a una idea de Paul McCartney: realizar un viaje por la campiña inglesa en un autobús lleno de amigos y extraños personajes sin ningún guión predeterminado. El producto resultó decepcionante en calidad y proyección comercial, no así el disco que se editó a raíz del programa, considerado una joya entre los aficionados.

En los sesenta, programas como *Top of the pops* o *Ready, Steady-Go!*, descubrieron a grandes grupos, que tendrían éxito e influencia durante los setenta y ochenta. En EE. UU., tuvo lugar un acontecimiento singular y trascendental para la introducción de la música rock en televisión: para contrarrestar y superar la pasión por The Beatles después del filme *Qué noche la de aquel día*, la NBC crea un programa televisivo en forma de serie de 28 capítulos titulada *The Monkees*. Los protagonistas eran los miembros de un grupo musical, cuatro jóvenes extrovertidos que cantaban en *play-back* y a los que componían letra y música (Neil Diamond). Su realizador, Bob Rafelson la salvó de la mera imitación del trabajo de Lester, y la convirtió en un hito de la televisión y en un precedente de honor del videoclip. Sus gags y su estructura basada en una ligazón de enredos y malentendidos ha sido pródigamente emulada más tarde. En España, se emitió esta serie a finales de la década.

2. Máquinas musicovisuales.

A medio camino entre la industria del cine y la discográfica se encuentran unos dispositivos de recepción y promoción musical llamados *panorama soundies*, *scopitones* y *Snader Telescription*.

Durante los años cuarenta, en hoteles y bares estadounidenses irrumpieron los *panorama soundies* o *jukebox* visuales, unos proyectores con pantallas de unas 12 pulgadas y altavoces en los que se podía ver y oír la interpretación de una canción por unos centavos. El nombre *panorama*

ÚLTIMA PUBLICACIÓN:
 JULIO DE 2008
 8ª EDICIÓN

PRÓXIMA:
 OCTUBRE DE 2008

Interés

- Frases Célebres +
- Currículum Vitae +
- Acontecimientos +
- Enlaces +

Foros de Sinfonía Virtual



Colaborar

Martes 26 de Agosto de 108

00073986 ver

soundie es una combinación de dos términos. El *panorama* era una caja o proyector de películas de unos siete pies de alto con una pantalla de 18x24 manufacturada por Mills Novelty Company, cajas operativas con una moneda, como los dispensadores de chicle. Por su parte los *soundies* eran una serie de alrededor de 2.000 versiones filmicas de canciones populares que contenían números de novedades y danzas, de unos tres minutos de duración, producidos durante los años cuarenta por una compañía formada por Mills Novelty y James Roosevelt (FDR's son). Cada máquina *panorama* contenía 18 películas *soundies* de 16 mm puestas en un loop de película continua. Los *soundies* no podían ser seleccionados individualmente: por el coste de una moneda de 10 centavos, el consumidor podía ver el siguiente de la lista. Las películas estaban ensambladas dentro de grupos llamados *soundies Miniatura Revues* y alquilados a vendedores individuales durante una semana, quienes compraban también la máquina *panorama*.

Hacia 1941, la baja capitalización forzó a muchas compañías que comercializaban *jukeboxes* a quebrar. La mayoría fueron absorbidas por la compañía Mills Novelty, con lo que el nombre de *soundie* se convirtió en el nombre aceptado para todos estos productos, aunque pronto fueron renombrados en argot como "briefies", "slotties", "mini-mussies" o "películas automáticas".

La mayoría consistía en la actuación del cantante en conciertos o rodados expresamente, con una puesta en escena elaborada y un decorado sugestivo y exótico; en otras ocasiones se componían de trozos de películas musicales de moda.

"presentaban una canción y su visualización con independencia de cualquier historia que le antecediera o siguiese. Anteriormente los números musicales se situaban en relación a una trama, bien acelerando o retrasando el ritmo, pero siempre cumpliendo un papel muy determinado en la historia. En los *soundies*, en cambio, el número musical no se supeditaba a nada. Eran independientes de cualquier relato externo, incluso en el caso de que fuesen extractos de un film musical" (DURÁ, 1988, p. 26).

A pesar del número de *soundies* con cantantes de gran renombre -Duke Ellington, Hoagy Carmichael, Gene Krupa, Cab Calloway and Fats Waller- la mayoría enfatizaban más la novedad de la forma que la popularidad del hit o canción de moda. Por ejemplo, los primeros ocho *soundies* producidos en 1940 incluían *Parade of the Wooden Soldiers* y *Song of the Island* (por Music Maids), *Havana is Calling Me* (Bernice Parks), *Hola that Tigre* o el infame *Jungle Drums* (con el extraño baile de Carmen D'Antonio).

Las razones de la desaparición de los *soundies* son variadas. La segunda guerra mundial desvió los recursos financieros y materiales provocando la cima de la producción durante los años 1941-1942. Además, los *soundies* rara vez fueron pensados como temas promocionales para los discos. En realidad, al contrario que los videoclips contemporáneos, su producción era concebida y entendida como una aventura más relacionada con la realización cinematográfica que con la industria del disco. Mills Novelty, antes de formar la compañía con James Roosevelt, se había aproximado a Warner BROS con la esperanza de que se permitiera a Mills reeditar los cortos con sistema Vitaphone para usarlos en los *panoramas*. A pesar de estas conexiones, la industria del cine sintió suspicacias: los exhibidores temían que bajara la asistencia a las salas convencionales y los jefes de los estudios no permitían que grandes estrellas actuaran para ellos. De acuerdo a ello, los *soundies* eran producidos sin la ventaja de un soporte económico o promocional que tienen los vídeos musicales actual tan cercanamente a la estructura de las industrias del cine y el disco.

Hacia 1947, la novedad había tomado su curso. Los films eran empaquetados y vendidos a los distribuidores internos, del país, de cine y televisión. En 1948 una nueva *jukebox*, lanzada al mercado por Videograph Corporation hizo su aparición. Al contrario del *panorama*, la Videograph combinó los discos fonográficos con la televisión: por un níquel, los consumidores podían escuchar una canción o ver tres minutos de televisión.

Los *soundies*, en general, desaparecieron con la televisión que les ganaba en superficie de pantalla, en instantaneidad y comodidad.

Las siguientes máquinas musicovisuales, los *scopitones*, nacieron en Francia en los años sesenta. Los derechos para manufacturar y distribuir la máquina en Estados Unidos fueron obtenidos en 1964 por Tel-A-Sign (fabricantes de signos de plástico para estaciones de gas y supermercados). A pesar de resultar una versión evolucionada de los *soundies* y de sustentarse en un mecanismo similar (la proyección de la película se realizaba desde la parte trasera de la pantalla), sus ventajas tecnológicas saltaban a la vista: más ligeras y con una pantalla más amplia. Por ello, soportaron la llegada de la televisión.

Los vídeos proyectados en los *scopitones* se vislumbran como claros antecedentes de los videoclips actuales en su concepción y en sus objetivos: por un lado, no se limitaban a representar la actuación del cantante o grupo sino que ilustraban una historia o anécdota concerniente a la canción pero independientemente de esta; por otro, con frecuencia los cantantes y actores aparecían en actitudes provocativas. Además, en ambos casos el objetivo final suponía gestionar una imagen exclusiva al cantante y su música.

"El scopitone supone un avance muy importante hacia el videoclip en cuanto se produce en él una diversificada puesta en escena del cantante y una ruptura definitiva con la toma directa televisiva." (DURÁ, 1988, p. 29).

Los *Snaders TELEscriptions* fueron invención de Louis Snader, que percibió el desarrollo de las estaciones de televisión local como un nuevo mercado para una biblioteca de películas musicales ya en 1950. Durante un período de dos años (1951-1952), se produjeron unos cuatrocientos *snaders* al año. Eran protagonizados por artistas famosos como Teresa Brewer, Cab Calloway, Nat King Cole, The Ink Spots, Peggy Lee, Patti Page o Gale Store y reflejaron un cambio general en la popularidad de grandes bandas o vocalistas individuales, que habían venido ocurriendo en la industria de la música desde el final de la guerra.

Musicalmente, los *snaders* eran extremadamente conservadores, siempre basados sobre viejas canciones o material muy popular. La mayoría tenían *sets* muy simples, nada complicados, a menudo en situaciones domésticas (alrededor de mesas, pianos...). El tono básico era la balada melódica, la canción de amor, con efectos especiales limitados y casi ninguno de los *jump 'n 'jive*, comedias de los *soundies*.

Los *snaders* fueron usados de muchas formas: dentro de los programas de variedades, los *talk shows*, como relleno entre espacios, y en pocas ocasiones, como programas con influencia radiofónica con *disjockeys* en el aire. El *American Bandstand*, por ejemplo, se concibió como un *snader*: como programa de radio estructurado inicialmente alrededor de un *disjockey* en cámara que pinchaba *telescriptions*. Esta versión fue pobre y en unas semanas fue cambiada al formato de adolescentes en el estudio, la utilizada durante treinta años y conocida como el *American Bandstand*. La experiencia reveló las limitaciones de ver a la radio como modelo primario para la utilización de los *snaders*.

La desaparición de los *Snader TELEscriptions* fue debida, en gran parte, a un marketing inadecuado y una mala distribución: fueron primeramente promocionados regionalmente para las estaciones de televisión local y los sponsors. La expansión de las transmisiones en cadena en los tempranos cincuenta truncó estas oportunidades de programación local. Además, los *snaders*, nunca tomaron ventaja de relacionarse con la industria de la música o los publicitarios de canciones, eligiendo en vez de eso, negociar directamente con los artistas y sus agentes. Esto está en claro contraste con el funcionamiento de MTV.

Resumiendo, los *soundies* eran mostrados en *jukebox* que funcionaban con una moneda en los tempranos cuarenta, y representaban un primer intento sistemático de producir visualizaciones cortas y conceptuales de canciones grabadas evitando la exhibición teatral. Con una producción más grandiosa, el *scopitone* revivió momentáneamente el *soundie* en la mitad de los sesenta, pero reveló al final los límites de su viabilidad. Por otra parte, los *snader telescriptions* fueron la primera forma corta de combinaciones imagen/música producidos directamente para televisión.

3. El videoarte.

El vídeo de creación nació a la luz de uno de los primeros magnetoscopios -portapack- que Sony envía a EE.UU., a Nueva York concretamente, y que compra el músico Nam June Paik gracias al dinero de una beca. En su primera grabación, el artista intentó "convertir el pasatiempo pasivo de la televisión en una creación activa": al acto, titulado en el programa como *Electronic Video Recorder (the combination of Electronic Television and Video Tape Recorder)*, asistieron unas treinta personas en dos sesiones (cuatro y once de octubre), entre ellos el coreógrafo y bailarín Merce Cunningham y el músico John Cage.

Este hermanamiento entre imagen/música y danza, presente ya en la primera exhibición gracias a la presencia de tan eminentes personajes, va a provocar que el nuevo medio experimentara con todos los materiales artísticos disponibles hasta entonces. Ello dio lugar a un extenso conjunto de acciones y tipos de obras artísticas entre las que se encuentran las videoinstalaciones, las videoperformances, los videoambientes y las videoesculturas; en general cualquier tipo de dispositivo vídeo en combinación con cualquier práctica artística.

El vídeo de creación ha recorrido, a lo largo de su historia, todos

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

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

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

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

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

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

4. El videoclip musical.

En este punto se llega al videoclip, una forma particular de producto televisivo que puede ser tratado también desde el punto de vista de la relación musicovisual. Y que empieza a ser tratado así por los teóricos de la imagen:

“El vídeo musical aún a y combina música, actuación musical, y, de muy diversas maneras, gran cantidad de otras formas, estilos, géneros y recursos audiovisuales procedentes del teatro, del cine, el baile, la moda, la televisión y la publicidad. Algunas de ellas siempre han estado relacionadas directa o indirectamente con el pop, mientras que otras lo han comenzado a estar más recientemente. No obstante, con el vídeo musical estos elementos parecen combinarse con la música grabada y la actuación musical de un modo nuevo y característico. En este sentido, los vídeos musical constituyen una de las formas más consumadas de esa dimensión de la cultura visual contemporánea que se basa en una estética de intertextualidad exhibida” (DARLEY, 2002 p. 184).

“los vídeos musicales representan un desarrollo electrónico del arte del cine y del vídeo y los convierten en el centro de un nueva estética: collage electrónico (imágenes movidas de objetos movidos en varias capas espaciales), división, simultaneidad, fragmentación de la narración (niveles) de planos y significados, espacio inmaterial no cartesiano, tiempo no lineal, color televisivo, manipulación digital de todos los colores y formas, absoluta artificiosidad de la composición de la imagen, simulación de escenas, transformaciones geométricas libres, nuevos efectos gráficos, etcétera.” (WEIBEL, 1987, p. 42).

Este otro comentario de Elías Levín, viene a complicar la cuestión, si cabe:

"El videoclip musical es una combinación audioverboiconocinética nacida de una amalgama del comercialismo, televisión y cine con el propósito de exponer públicamente un artista o canción filmada o grabada de aproximadamente tres o cuatro minutos de duración –o dependiendo de la canción o pieza musical- cuya estructura puede ser expresada de la siguiente manera: Dramática o narrativa, musical o performance, o mixta." (LEVIN)

Por su parte, la Music Visual Alliance proporciona una descripción más ligada con toda la tradición sinestésica de la historia del arte y caracteriza al vídeo musical como:

"una forma de arte dinámico en la que lo visual y lo musical se combinan, a través de lo que se produce una interacción entre las dos partes. Con eso se logra un efecto único que sería imposible sin la interacción entre ambas partes. La forma ideal es la música visual, es una fascinante combinación de disciplinas que se complementan mutuamente, esa combinación de formas, colores y música crea ilimitadas posibilidades de expresión artística"(BODY y WEIBEL, 1987).

Esta materialidad específicamente audiovisual se construye sobre tres componentes:

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

Así, resumidamente, puede decirse que un videoclip musical es una combinación o mezcla de música, imagen (imagen móvil y notaciones gráficas) y lenguaje verbal, y excepcionalmente otras materias audiovisuales: ruido, silencio y diálogos. La idea de la que parte un videoclip resulta del intento de asociar unas imágenes a una música siempre preexistente, anterior. Este constituye, sin duda, el rasgo particular que diferencia al vídeo musical de las demás producciones audiovisuales, aunque eso no signifique que no sea imitado sistemáticamente por otras modalidades o formatos audiovisuales.

Desde un punto de vista pragmático, su objetivo principal y relativamente manifiesto es la venta de un disco, una canción o tema determinado y, más sutilmente, la imagen y personalidad de un grupo o solista. Los videos imitan los intereses de la música y tienden a ser una consideración de un tema más que una representación del mismo: el intento del vídeo estriba en llamar la atención en la música –ya para proporcionar comentarios sobre ella o simplemente para venderla- por lo que tiene sentido que no soporten una historia, que tomaría todo el protagonismo en la atención del espectador.

De esta manera, en el videoclip toman protagonismo otros dispositivos visuales que trasladan al formato más hacia la descripción que hacia la narración. Uno de ellos es la edición a través de su sensibilidad para las figuras musicales –tímbricas, melódicas y formales- y no sólo rítmicas de "edición en el beat" y que reflejan las propiedades experienciales del sonido. Esta conexión profunda entre imagen y sonido en el vídeo musical permite la sensibilidad de la edición y otros parámetros visuales hacia las figuras musicales.

5. El fenómeno del videojockey.

Ellos mismos se definen como "los encargados de procesar imágenes en directo mezclándolas con la música o sobre la música" (PRIETO, 2003), con un especial acento en la sincronización imagen-ritmo de la música electrónica. Pero el término se encuentra todavía en proceso de demarcación.

En su concepción general, el fenómeno del videojockey o VJ consiste en la actividad de proyectar visuales sobre la *performance* musical de un discjockey. El vocablo videojockey posee una vertiente únicamente visual y otra que combina el pinchar música con la proyección sincrónica de una banda de imágenes, lo que describen los términos videoDJ (o VDJ) y audiovideodiscjockey (o AVJ), mucho menos extendido.

Esta manifestación tiene su antecedente originario en la *Factory* de Andy Warhol, donde había personajes que sincronizaban imágenes

proyectadas como fondo a las bandas que tocaban allí. Otros maestros son Lucky People Centre o Exploding Cinema. Más tarde, en los ochenta el auge de ciertas bandas y artistas como Kevin Godley & Lol Creme y sus videoclips y el fenómeno de la música dance. Su desarrollo se ha acelerado desde la aparición de ciertas condiciones tecnológicas que han ampliado el número de posibilidades y han abaratado el acceso a esta actividad.

La mayoría de los videojockeys decide abrir otras alternativas creativas y de trabajo a través de los diversos campos de que dispone el videoarte o vídeo de creación, manifestación artística en la que puede encontrarse el precedente más directo. El fenómeno está diversificándose de maneras muy fructíferas, de forma que hay extremas diferencias entre los inicios y las prácticas actuales.

El punto intermedio entre el videojockey y el videoartista es relativo: si se tiene en cuenta que es complicado sobrevivir de lo segundo, el empleo como videojockey se convierte en la vertiente comercial de esta manifestación estética. El trabajo de videojockey es una especie de campo práctico enmarcado en el videoarte que obliga a estar permanentemente al día, debido a la exigencia que significa tener que proyectar entre siete y ocho horas de imágenes con efectos y transiciones siguiendo el pulso musical e imprimiendo al todo un contenido lineal, una idea sustanciada en algo. Para muchos videojockeys es un ejercicio tremendo.

Un videojockey puede poner visuales prácticamente a cualquier evento musical o no musical, aunque la música electrónica (techno y dance) tal vez sea la vertiente más apropiada para su conjunción, ya que la libertad creativa y la experimentación se dejan entrever en ambos campos, así como cierto componente de serialización y repetición artística. La sincronización de las imágenes con el beat o alguna de las líneas melódicas parece ser el aspecto fundamental en el que un videojockey basa el trabajo de programación. Después existen algunas variantes a esta síncreis rítmica: el contratiempo e, incluso, la síncopa, prácticas más complicadas y esporádicas que coinciden con ciertas fases o períodos de la sesión mucho más localizadas.

"Proyectar imágenes al ritmo de la música es un valor añadido a cualquier tipo de evento. Las imágenes son capaces de ambientar más aún un espacio, hacer que las experiencias que allí se viven sean más intensas, sentir, escuchar y bailar la música se unen en cualquier evento musical, con las proyecciones visuales también puedes llegar a ver esa música. (...) Ser videojockey es como ser el canalizador de la música y el espacio en el que te encuentras. El videojockey une estos dos conceptos para llevarnos a un estado más allá de lo convencional. Se trata de escuchar y bailar arropado por un ambiente visual rítmico y acompasado." (OSCAR DOMÍNGUEZ en PRIETO, 2003).

El tipo predilecto de imágenes se asocia habitualmente al universo tecnológico y a modos icónicos abstractos y de colores planos y brillantes, así como todo clase de efectos y *loops* visuales cortos, contenido 3D, contenido flash, contenido de postproducción de vídeo en 2D... que expresen la naturaleza repetitiva de la música dance y techno y de sus variantes. La mecanización del hombre, su relación con la naturaleza y las correspondencias entre estos conceptos (máquina, hombre, naturaleza) son un motivo recurrente en todas las sesiones de este tipo. La creación de errores y la generación de ruido electrónico proporciona numerosas posibilidades de composición visual al igual que lo fue para los primeros experimentadores del vídeo de creación en los sesenta o recurso connotativo para el actual formato del videoclip. Además, se emplean imágenes en directo de otras *performances* que estén teniendo lugar simultáneamente, especialmente la del DJ.

Las últimas corrientes temáticas de este fenómeno tienden a la proyección pictórica con especial preferencia a la realización de una revisión de las vanguardias artísticas europeas del primer tercio del siglo XX, especialmente el simbolismo, la abstracción y el socialismo ruso. Su máximo reto sea quizás lograr una eficaz interacción con el público de la sala, que crearía imágenes y música propios, lo que podría cerrar el círculo de aspiración a esa utópica unión musicovisual en el arte.

6. Bibliografía.

-BODY, V. y WEIBEL, P.: *Clip, Klapp, bum: von der visuellen Musik zum Musikvideo*, Dumont Taschenbücher, Köln, 1987

-DARLEY, A: *Cultura visual digital*, Barcelona, Paidós, 2002.

-DURÁ, Raúl: *Los videoclips: Precedentes, orígenes y características*, Valencia, Universidad Politécnica de Valencia, 1988.

-LEVIN, E.: *Ruido visual*. http://www.iztapalapa.uam.mx/iztapala.www/topodribo/38/td38_09.html

-PÉREZ JIMÉNEZ, J.C.: *Los nuevos formatos de la imagen electrónica*. Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 1993.

-PÉREZ ORNIA, J.R.: *El arte del vídeo*, Ediciones Serbal/RTVE, Madrid, 1991.

-PÉREZ ORNIA, J.R.: *Televisión y vídeo de creación en la Comunidad Europea*, Consorcio Madrid Capital Europea de la Cultura, Madrid, 1992.

-PRIETO, Darío: "Imágenes de recorta y pega: Música de colores" en *La Luna del Siglo XX*, n. 230, 11 de julio de 2003, <http://www.el-mundo.es/laluna/2003/230/1057766238.html>.

-VIOLA, B.: "Paisajes y tiempo", en *Telos* nº 9, marzo-mayo, 1987.

-WEIBEL, P.: "Vídeos musicales: Del vaudeville al videoville", *Telos*, nº 11, septiembre-noviembre 1987, pp. 35-44.

Escrito por la Dra. Ana María Sedeño Valdellós
España.

Fecha de publicación: Julio del 2007.

Artículo que vio la luz en la revista nº 0004 de Sinfonía Virtual.

Sinfonía Virtual - Revista gratuita de Música Clásica y Arte
director@sinfoniavirtual.com