

Capítulo 2

2. Narrativa del Audiovisual

El poder de la narrativa visual hace que las imágenes cuenten una historia de manera particular, y ésta se completa con los sonidos, con la música. Ambos elementos asumen una parte importante dentro de lo que se narra y cómo se cuenta. En el caso de los audiovisuales, “la combinación contrastada de los dos tiene, generalmente, un poder evocador y expresivo más fuerte” (Chion, 1993. Pág. 179). Es por eso que la narrativa del audiovisual hila las ideas del concepto general, y hace que nos preguntemos, como menciona Michel Chion, ¿qué veo de lo que oigo, y qué oigo de lo que veo?. (Chion, 1993. Pág. 179). Esto es, apreciar cómo dentro de la narrativa del audiovisual tanto el sonido como la imagen aportan significados pertinentes.

La narrativa visual ha tenido una larga historia. En el caso de la narrativa en pantalla, se remite su uso hasta los días del cine mudo, donde ésta era meramente visual; no se contaba con el apoyo del sonido. Más tarde, se anexó el sonido a la imagen, y del cine a la televisión; de ésta a los videos, se han usado recursos diversos para narrar una historia, para transmitir un mensaje. Es natural que poco a poco, todo este desarrollo en narrativa audiovisual se lleve a los nuevos medios, como el de audiovisuales e interactivos basados en pantallas. También dentro de estos nuevos medios, se experimenta con la narrativa a tal punto de explotar los medios, el imaginario y el lenguaje ya usado anteriormente para crear, tal vez a manera de pastiche, una nueva propuesta de narrativa, viendo que la comunicación no es retórica necesariamente; que las historias no necesariamente tienen un inicio, desarrollo y un final *per se*.

Al considerar el desarrollo de una historia a través de las pantallas, sobre todo diseñadas para eventos masivos y como soporte de un escenario, es importante crear nuevas formas de visualizar historias que además de llegar a la audiencia final, también funcionen al comunicar el mensaje y al explorar las posibilidades del medio. Menciona Jessica Helfand: *“If, as designers, we are asked to consider the permutations of a story, our role typically has involved articulating the formal ways in which the story is rendered visually manifest. We think in terms of point and counterpoint, word and image, pacing and sequencing, cropping and juxtaposing. In this medium, however, we must devise new methods for visualizing stories in multiple layers, for designing with multiple points of entry.”* (Helfand, 2001. Pág. 122).

Esto indica que además de utilizar el lenguaje o las técnicas que han funcionado en el

desarrollo de narrativas en la pantalla con anterioridad, también es importante que se le de enfoque a que el diseño audiovisual responda a las necesidades de la audiencia como a las particularidades del medio. Entonces, se puede involucrar al espectador, mostrar el mensaje a transmitir, y tomar provecho de las nuevas tecnologías y de la actual proximidad del usuario con las pantallas donde se envía el mensaje.

Uno de los elementos importantes en la narrativa audiovisual es la continuidad. El hilo conductor en una narración da continuidad al discurso, y a pesar de las modificaciones o de los cambios hace que se muestre como un todo; de ahí la importancia en crear una narrativa contundente y que se integre al concepto global: “Un diseño audiovisual debe ser percibido como un todo, mayor que la suma de sus componentes. Cada signo adquiere valor por su relación con los demás, o sea, en función del sistema al que pertenece.” (Ráfols, 2003. Pág. 25). Si bien en la actualidad existen historias que son contadas fragmentariamente, aún así esa manera tiene un hilo conductor que hace que exista un común denominador, tal vez a un nivel básico, con tal de que se entienda la intención de lo que se muestra. La continuidad en la narrativa hace que podamos hacer sentido de lo que vemos y oímos. En el caso de los audiovisuales es necesaria para crear expectativa en el usuario, para llevarlo a los puntos de sincronización, de tensión así como para guiarlo en las variaciones de la experiencia audiovisual.

Otro elemento esencial en la estructura de la narrativa audiovisual es el tiempo. En áreas como el cine, por ejemplo, la estructura de la narrativa responde al tiempo. La historia, sin embargo, está determinada también por el guión, por el diálogo, y alrededor de eso se gestiona cada escena. Se muestra la historia respondiendo a la diégesis, a lo que ocurre con los personajes, al diálogo entre ellos. En el caso de los audiovisuales en conciertos, clubes u otro tipo de plataformas, el tiempo responde no solo al ritmo de lo que vemos en pantalla, sino también a la música, al sonido, y éste no es secundario al otro. Ambos constituyen elementos importantes para la estructura de la narrativa audiovisual. “Si en el audiovisual narrativo es la propia estructura del relato la que crea el ritmo, en nuestro caso la estructura se basa en la propia estructura del sonido y en el movimiento de las imágenes.” (Ráfols, 2003. Pág. 35). El sonido o la música nos pueden indicar diferentes intensidades, texturas, modulaciones o ritmos que visualmente se manifiestan con cortes, con colores, movimiento o imágenes que responden a lo que se oye de una u otra manera. Son los dos, pues, tanto el sonido, como la imagen, lo que hace mancuerna para narrar un mensaje que evoque lo que se quiere dar a entender.

2.1 En Cine

La narrativa audiovisual se remonta a sus orígenes en el cine. Como se menciona anteriormente, en los primeros años del cine mudo la narrativa se centraba a lo que se observaba; a las escenas con acción, que hoy pareciera ser exagerada, para pasar a algunos cortes a cortinillas con títulos escritos. Posteriormente con la integración del sonido a la proyección cinematográfica, se dio pie a los diálogos, a la música que acompaña a una escena, haciéndose cómplice en la participación afectiva y también se experimentó con la narrativa de la historia. Tradicionalmente se contaba la historia con un principio, desarrollo, clímax y conclusión. Los Lumière fueron de los primeros en experimentar con este medio, maravillándose más por el descubrimiento científico que representaba. Georges Méliès le dio más narrativa a lo que capturaba, siguiendo un guión, teniendo gran influencia del teatro así como de los trucos de magia. Fue con el director americano Edwin S. Porter quien usó una edición dramática en sus obras.

Posteriormente en el cine se utilizó cualquiera de los puntos de la historia (inicio, clímax, desenlace) para iniciar el relato, y luego retomarla en cierto tiempo de la diégesis, en elipsis temporales. Se cuentan éstos de manera repetitiva, más que singulativa, y la frecuencia, el orden y la duración en la narrativa de una historia cada vez más se ven alterados de tal forma que puede o no tener final, es decir, se nos presentan partes de la diégesis que no corresponden necesariamente a un orden cronológico, y hay partes que quedan omitidas, dejando al espectador con el espacio suficiente para interpretar lo sucedido.

La Posmodernidad ha hecho que nos acostumbremos a ver historias hiperreales, con narrativas que no siguen un orden cronológico, que nos pueden hacer dudar de lo que sucede dentro del relato y que pueden ser pastiche (mezcla de estilos y referencias) de muchas otras cosas más. Este tipo de narrativa se presenta en el cine contemporáneo, y la televisión, tomando prestados recursos de esos medios, muestra también este tipo de narrativas en una de las formas más posmodernas de audiovisual: el video clip, el cual a su vez, es punto de referencia para los gráficos en pantalla en conciertos, generando una cadena posmoderna que hace referencia y toma prestado de un lugar y de otro.

2.1.1 Propuestas en Narrativa Contemporáneas en Video

Heredando un amplio imaginario estético del cine, de la televisión y del video arte, los video clips muestran en un lapso de tiempo muy corto un mensaje reforzado con música, editado

velozmente y con efectos especiales que explotan en la pantalla, dando al espectador la gratificación instantánea que caracteriza a las generaciones contemporáneas. Esta saturación de imágenes de manera inmediata se traduce también a que en Internet, en propuestas interactivas y en plataformas como audiovisuales para conciertos también se espere esa inmediatez. Los usuarios demandan ese corte rápido a los cuales han estado acostumbrados gracias a la manera de narrar como la utilizada en los videos de música.

La narrativa en los video clips se vale de imágenes que existen dentro de la circulación de significados, y que hacen referencia a otros conceptos más allá que a sí mismos. “Many pop videos work with such possibilities, accentuating their narratives in playful ways, experimenting with angles, lenses and special effects.” (Cubitt, 1991. Pág. 82) Es decir, la narrativa en los video clips se ve acentuada por estos efectos especiales. En ocasiones, cuenta dos historias paralelas, una que refuerza la letra de la canción y otra con un significado diferente. Por lo general, se mostraba al artista o la banda cantando la canción, ya que el video clip ha sido una fuerte forma de publicidad y de difusión del artista. Sin embargo, hay intérpretes que se ven totalmente ausentes en el video, generando aún más complejidad en la narrativa y en el mensaje de la canción y del video clip, como los franceses Daft Punk, quienes se muestran en animación o con trajes robóticos con cascos que impiden ver su rostro, o la banda Gorillaz, los cuales han realizado sus videos musicales con animación, manteniendo en secreto su identidad.

Lo que vemos en pantalla es tan cambiante que en algunas ocasiones nos deja cuestionándonos el mensaje a transmitir; ¿realmente el uso de tantos efectos y del tipo de edición narra una historia más rica, más compleja? El debate sigue en discusión hasta hoy, ya que cada vez existen más medios para transmitir un mensaje. La narrativa que se emplea para dar a conocer los mismos se muestra cada vez más ágil, al punto de que lo *original* en algunos casos ya es mostrarlo como en el cine más tradicional. Así, pues el círculo de lo innovador se vuelve retro; el círculo se vuelve a abrir con propuestas contemporáneas que toman de los videos y del cine: que tratan de encontrar un punto en el que no se sobresature al espectador, que se integren diferentes disciplinas, y que al final del día se enriquezca la experiencia audiovisual de manera que genere significado así como cuestionamientos en el usuario.

2.1.2 Herencia: del Cine al Video Musical (MTV)

La narrativa del cine contemporáneo ha influido enormemente tanto a la producción como, más específicamente, a la manera de narrar los videos musicales, que se popularizaron con canales

exclusivos a éstos, como Countdown, en Australia, Top of the Pops, en Reino Unido, y el imperio norteamericano, MTV.

Debido a economía temporal, en un video es posible acelerar el ritmo de la historia, de tal manera que se cuenta un relato en unos cuantos minutos. En el caso del cine, se cuenta de más tiempo para narrar lo que sucede. También, gracias al medio por el cual se presenta, el video tiene que captar la atención del espectador, ya que en cualquier momento puede cambiar de canal, situación que en el teatro donde se proyecta el film, no se da. La transición de experimentar con narrativas diversas en el video se da también porque, comparado al cine, éste no está tan ritualizado: *“con la diferencia de que el modo de difusión de estas cintas no está tan ritualizado y reglamentado como pueda estarlo una proyección cinematográfica. El video oscila así de un extremo al otro, entre una imagen totalmente fijada de antemano y otra que resulta de sucesos en tiempo real; y entre la unicidad o la multiplicidad de las pantallas.”* (Chion, 1993. Pág. 153).

El campo de experimentación en el video está aún abierto. No ha sido tan explorado con el cine debido a cuestiones cronológicas, aunque gracias a la tecnología, hay muchas más personas que incursionan en el ramo con videos caseros, digitales, así como con portales como YouTube. Los video clips transmitidos por televisión, en cambio, están por lo general dirigidos con el propósito de promocionar una canción o un artista, y por ende tienden a apelar a una audiencia mucho más amplia. La manera de contar una historia, dado el tiempo de transmisión del clip tan corto, por lo general debe ser ágil y llamar la atención de los espectadores. Se muestra mucho en poco tiempo, se invaden canales de audio como de visión. El montaje en los clips es *“una manera de hacer girar las caras del prisma y de crear así, por la sucesión viva de los planos, una sensación de polifonía visual e incluso de simultaneidad.”* (Chion, 1993. Pág. 156). Esto es que con los estímulos acelerados que se reciben tanto por la vía visual como por la auditiva, se narra una historia de manera que parece polifónica. Con cortes a diferentes escenas el espectador puede ser omnipresente; tiene la sensación de estar en todos lados a la vez.

Un elemento que no ha heredado el video del cine (o al menos en su mayoría) es el diálogo. Al componerse toda una historia, así como los gráficos y las tomas que la acompañan, se da en base a música, no a una conversación. Es quizás en este sentido en el cual el video remite más al cine mudo que al contemporáneo, ya que la imagen está desligada de un diálogo. Está relacionada (y a veces no necesariamente) en el caso de los video clips musicales, a la canción.

Los clips funcionan, pues, porque están enlazados visualmente a lo sonoro, aunque lo sonoro no sean líneas habladas por los personajes o el artista.

Sin embargo, el video clip retoma otro elemento del cine mudo también: los títulos (o el diálogo) escritos. En el caso del cine mudo, los títulos escritos que se proyectan entre tomas sirven como relevo entre lo que pasa y lo que piensan los personajes; entre la situación que percibimos en el film y lo que sucede en la diégesis. Los video clips, en cambio, muestran títulos, fragmentos de la letra de la canción o palabras aisladas por lo general a manera de anclaje; reforzando lo que estamos escuchando representando la misma letra que se oye pero de manera tipográfica. Un ejemplo de esto son algunos videos de rap y hip-hop. En algunos casos las palabras se perciben como globos de texto de una historieta, en otros como gráficos acompañando a la imagen del artista mientras canta, envolviéndolo e interactuando con él, como en los videos de Kanye West. En otros casos se muestra escrita de manera más “real”, en trozos de papel sostenidos por el artista (como en el video de Bob Dylan, *Subterranean Homesick Blues*, de 1966, que ha sido imitado varias veces a través de las décadas), o en una pantalla negra a manera de gráfico con valor más estético, como en el video de los franceses Justice, *D.A.N.C.E.* Menciona Michel Chion que algunos de los vocablos del texto hablado se repiten de forma escrita en los videos de rap: “La palabra, que está de todos modos en el corazón del ‘audiologovisual’, adquiere aquí una forma de existencia original, que no está limitada solamente al sonido o a la imagen.” (Chion, 1993. Pág. 157).

La evolución del video clip está estrechamente ligada al medio por el cual generalmente se transmite: la televisión. Incluso en su definición, es inherente la relación del video con su medio transmisor. Algunos autores, como Verónica Tostado Span, mencionan que el término video se utiliza para llamar aquel producto que se graba con una cámara, se edita posteriormente, se puede o no transmitir a través de la televisión. (Tostado, 1995. Pág. 22). Otros definen al video clip como “una complicada sucesión de imágenes que acompañan a un texto y/o una música. La suma de estos tres discursos (musical, verbal y visual) da como resultado un nuevo discurso frecuentemente polisémico.” (Ráfols, 2003. Pág. 118). Es esta propiedad de poder tener muchos significados la que resuena con los distintos discursos de los espectadores que ven los video clips. Dentro del contexto sociocultural del espectador, éste percibe a los audiovisuales y se apropia de ellos. Este entorno que rodea a la audiencia es fundamental para entender cómo se desarrollaron los video clips y los canales dedicados exclusivamente a ellos.

Los videos musicales, bajo el concepto de imágenes acompañadas con sonido, tienen precedentes tan tempranos como filmes animados que datan de los años veinte (como los de Oskar Fischinger). Algunos filmes de Sergei Eisenstein muestran escenas acompañadas de música, e incluso Walt Disney, con sus *Silly Symphonies*, experimentó la creación de imágenes en torno a la música. Tiras cómicas animadas de Warner Brothers también usaban sonido para complementarlas, las cuales acertadamente se llamaban *Looney Tunes* y *Merrie Melodies*. La concepción de video musical tal como lo conocemos hoy en día, dio sus primeros pasos en los años sesenta con propuestas de bandas del nivel de The Beatles, en su film de 1964 *A Hard Day's Night*.

Dirigida por Richard Lester, en este film se mostraban segmentos musicalizados. Posteriormente, The Beatles realizaron cortometrajes promocionando sus canciones. Éstos eran distribuidos para su transmisión en televisión en shows de variedades en diferentes países (entre ellos Estados Unidos) para que se diera a conocer la música de la banda. La narrativa y la creatividad en sus cortos hicieron que éstos jugaran un papel importante en la manera en la cual se dieron a conocer cuando no estaban de gira en ciertos países. Para sus films de las canciones "Strawberry Fields Forever" y "Penny Lane", de 1967, mostraron influencia del video arte que empezaba a circular en la época, así como de los efectos y edición de filmes avant-garde. En el ámbito de la animación, el film *Yellow Submarine* de 1968 causó sensación y difundió más el uso de los films promocionales.

Otra banda que tuvo un gran interés en el film fue The Doors, ya que tanto el cantante Jim Morrison como el tecladista Ray Manzarek estudiaron cine en UCLA, y su afinidad con éste se mostró a través de sus videos promocionales. Las filmaciones de conciertos marcaron también una manera interesante de mostrar la música, como en el caso del festival Woodstock y del concierto en Pompeya de Pink Floyd. Un artista notable que mezcló los elementos que se identifican dentro del video musical moderno fue David Bowie, con el video de su canción *The Jean Genie*. Dentro del género del *surf*, se mostraban imágenes de surf con música, sin ningún dialogo presentando únicamente el deporte con música de fondo. Actualmente se siguen viendo este tipo de clips de surf en conciertos a manera de entretenimiento visual, como en el caso del DJ Armin Van Buuren. Es dentro de este ámbito de la música surf (particularmente en el caso de la banda poblana Los Santísimos Snorkels) donde la parte del desarrollo del audiovisual se realizará en este proyecto.

Con avances tecnológicos, surgieron efectos como el de chroma key, en el cual se coloca una pantalla de color verde, por lo general. Posteriormente en el proceso de postproducción ésta se elimina; se coloca en su lugar alguna imagen de un lugar deseado a manera de fondo. Efectos como éste hicieron que para los años ochenta, se volviera estándar para los artistas el realizar videos musicales de sus sencillos. En la misma década se experimentó con animación. Un ejemplo de esto es el film *The Wall* de Pink Floyd, donde se muestran escenas que cortan a animaciones expresivas y complejas. Otro ejemplo es el video de Peter Gabriel *Sledgehammer*, donde se usó animación de stop motion (se simula el movimiento con una serie de fotografías donde se mueven ligeramente los elementos creando la ilusión de animación al pasarse las mismas a una velocidad rápida).

Surgieron canales de televisión que respondían a las necesidades de los espectadores, detectando que se realizaban muchos videos promocionales como los anteriormente mencionados, y hacía falta un canal con una plataforma dedicado a éstos. En el Reino Unido el programa Top of the Pops no sólo se presentaban las bandas en vivo, sino también fue uno de los primeros canales en mostrar videos de los artistas. Debido al número limitado de videos que podían transmitir, el tiempo aire era codiciado; los videos mostrados empezaban a competir entre sí. En Australia, durante los años setentas y ochentas, el programa Countdown mostraba videos de los artistas, promocionándolos ya que éstos rara vez visitaban a la gran isla en sus giras. Con el alcance a nivel nacional del programa, así como la gran audiencia que tenía, el show era una plataforma importante para dar a conocer actos nacionales e internacionales como Devo, Madonna, Blondie y Queen.

Con estos precedentes, el primero de agosto de 1981 salió al aire en Estados Unidos el canal MTV, *music television*. Inició una era de videos musicales las 24 horas del día con el video llamado "Video Killed the Radio Star", de The Buggles. Posteriormente también incluiría films relacionados con la música, animaciones, programas especiales, entrevistas e incluso en la época actual, *realities*. Menciona Jorge La Ferla: *"La televisión musical (MTV) fue un ofrecimiento donde tales principios fueron realizados de forma más pura, tanto sintáctica como semánticamente. En 1981, este canal destinado a los hogares norteamericanos con cable fue instalado por Warner Amex Satellite Entertainment Company ((WASEC), el conglomerado de entretenimiento electrónico de Warner Communications y el consorcio financiero American Express. Fue comprado por Viacom Internacional a*

mediados de los ochentas, cuyo cambio fue tragado por National Amusement Inc. en 1987. Los nuevos dueños de MTV planearon convertirlo en un programa de cadena más comercial. Sin embargo, para los propósitos de nuestra discusión es interesante la estructura inicial de MTV, la estructura que fue transmitida a los canales de Europa occidental: fluía 'sin un principio, sin un medio y sin un final', como lo describió una vez un crítico del New York Times." (La Ferla, 1999. Pág. 52).

Con una plataforma para el material audiovisual, el video musical se volvió una forma popular e importante en el *marketing* musical. Considerando a la audiencia joven que alcanza el canal, así como cuestiones legales de *broadcast* televisivo, ha existido la censura de videos de artistas como Madonna, Duran Duran, Cher, Kiss etc. Sin embargo, se ha también alentado la creatividad en videos musicales, y con el surgimiento de los MTV Video Music Awards, se premia dicha originalidad así como a la popularidad de los videos y los artistas.

El impacto visual de los videoclips, así como la manera de contar una historia se debe tanto a las ideas del artista, como a la creación del director. En canales de música como MTV al lado del autor del tema también aparecen los créditos de dirección. Actualmente, el video ha influenciado al cine, tanto en la forma de edición como en efectos y narrativa. Un ejemplo es el caso del director Michel Gondry, quien ha realizado videos para Björk (*Army of Me*, *Bachelorette*), The Rolling Stones, Beck, Daft Punk (el galardonado *Around the World*), y The White Stripes (con la mejor edición según MTV en el año 2002, *Fell in Love with a Girl*), entre otros. La visión de Gondry hizo que se integrara como director de cine, en la cinta *Eternal Sunshine of the Spotless Mind* (2004), escrita por Charlie Kauffman.

La popularización del Internet significó para la industria del video un gran reto, ya que por un lado se puede evitar la censura y mostrar videos con toda la intención con la cual fueron creados, así como llegar a una mayor audiencia, pero por otro lado también existe una batalla intensa con lo relacionado a derechos de autor y propiedad intelectual. Sitios como YouTube tienen este problema. No sólo con transmitir videos de artistas, sino también el hecho de transmitir videos de cualquier persona de cualquier tema, marcando tal vez el siguiente paso en la evolución del video clip al cambiar el medio a través del cual se transmite.

Este cambio de plataforma en la cual se transmite el video es una característica posmoderna

del medio. En el mensaje, es decir, el contenido, la posmodernidad ha marcado una narrativa que no necesariamente se apega a un orden cronológico o a la lógica: “la posmodernidad marcó desde los inicios la producción de video clips en los que no tiene por qué darse una conexión expresa entre la música, el texto de la canción y las imágenes que le acompañan.” (Ráfols, 2003. Pág. 118). El montaje visual en los video clips muestra cada vez más una desconexión entre lo literal de la letra o de la música y la imagen. Ya no sólo se compite con otros canales, sino que, en la era de la realidad virtual del Internet, se compiten con cientos de miles de páginas web, de blogs, de artistas así como con innovaciones en el medio. Parece ser que mientras más medios existan y más se propague una imagen, se tiende a apropiarse de las mismas para reinventar e “innovar” dentro del video. Menciona Rafael Ráfols, “cualquier apropiación de imágenes puede ser lícita. No importa si en su realización se producen mezclas aberrantes fruto de la combinación de imágenes descontextualizadas.” (Ráfols, 2003. Pág. 118).

Además de la apropiación de imágenes, se mencionó anteriormente que la narrativa en los video clips actuales tienden a rechazar formas de contar lo sucedido de manera lineal. Una manera cronológica de contar las cosas genera un sentido de orden. Tal vez los tiempos caóticos en los cuales está inmersa la sociedad actualmente se refleja en narrativas que responden a esta entropía: *“When we reject logically structured narratives, we also reject the possibility of some kind of rational, coherent understanding of life. All we have, according to postmodernist theory, when pushed to its logical extremes, is images and snippets of this and that, occurring more or less at random.”* (Asa Berger, 1989. Pág. 172).

Esta sobresaturación de información que a veces surge en los video clips, ha hecho que se exploren diferentes narrativas, tanto en los video clips como en los audiovisuales creados para otros medios aparte de la televisión, como los usados en conciertos de rock/pop.

2.2 En Conciertos

En las presentaciones de rock/pop la narrativa que se sigue se vale del uso del escenario, vestuario, iluminación, *setlist*, escenografía, y del uso de las pantallas; es decir, lo que se despliega en ellas aunado a la música. Las tendencias en la manera de narrar un concepto global en un concierto a través de las canciones apunta cada vez más al uso de múltiples pantallas, al uso de multimedia, que muestran no sólo gráficos o imágenes premeditadas para complementar el

performance del artista, sino también muestran lo que sucede en escenario en ese momento en diferentes ángulos, así como la reacción de la audiencia, haciendo que lo que vemos sea virtualmente instantáneo. El discurso auditivo junto con el visual engloba el concepto de la gira o del tour, y se transmite como un todo en el diseño audiovisual en el espectáculo.

Como se mencionó con anterioridad, los audiovisuales en los conciertos han evolucionado de los video clips, de las actuaciones en vivo y del avance tecnológico en los medios: “Estos productos están definidos por los grandes medios de difusión, el cine y la televisión, pero el proceso evolutivo en el que se encuentran sumergidos traerá sin duda nuevos cambios y la aparición de nuevas formas de comunicación y creación.” (Ràfols, 2003. Pág. 11). Esto quiere decir que los audiovisuales en los conciertos se encuentran en constante evolución ya que la audiencia es cambiante, la tecnología en sonido, pantallas y equipo se reinventa día con día; se experimenta con el medio creando maneras innovadoras de creación así como de narrar.

Al pasar la plataforma visual de lo privado a lo público (de los sets de televisión en casa, a espectáculos masivos como los conciertos de rock) se genera un diálogo interesante entre la audiencia y el artista en tiempo real. Asimismo, los usuarios experimentan directamente la reacción con otros usuarios (fans) llegando a formar parte también del espectáculo: *“People can and do dance to pop videos in the sort of spaces identified above: private spaces or spaces of public entertainment, where the solipsist/communard relation is the impulse to move between the self and others- precisely the function of party dancing- is more easily accomplished.”* (Cubitt, 1991. Pág. 73).

En los conciertos de rock se genera una complicidad con otros usuarios, y la narrativa utilizada en las pantallas (a manera de visuales apoyándose con la música y viceversa) adquiere una magnitud mayor.

2.2.1 Tendencias actuales en narrativa en conciertos de Rock/Pop

El repertorio de efectos que contribuyen a la narrativa de un mensaje en los conciertos de rock atraen y seducen a la audiencia, llegando –junto con la música- a tocar las fibras más sensibles de los espectadores; se tiende a alcanzar un nivel más emotivo al juntar los campos auditivo y visual. Actualmente existen varias tendencias en la forma de narrar mensajes a través de las pantallas en los conciertos, en su mayoría haciendo referencia a formas pasadas, pero llegando a

crear una mezcla nueva y con significados que complementan a la música. Se utilizan efectos visuales, imágenes en 3D, palabras escritas, diferentes tipos de tipografía que connotan cierto estilo y por ende, concepto, clips de videos así como de imágenes que recontextualizan lo que se escucha, así como imágenes en vivo de lo que sucede en el escenario en ángulos que difícilmente alcanzaría el espectador: “de forma más o menos aleatoria, se suceden los momentos en los que el cantante o grupo aparecen interpretando el tema con otro tipo de acciones que nada tienen que ver con la interpretación y mucho menos con la producción sonora.” (Ràfols, 2003).

La audiencia puede ser conducida a vivir una experiencia más rica a través del uso de lo visual a través de las pantallas aunado a la música a través de estrategias como la parodia, el reforzamiento de la letra de manera escrita, imágenes inéditas de la banda así como clips que muestran a lo que hace referencia la canción o lo que el artista quiere dar a entender en esa gira; la reconexión de su música bajo un concepto global. En los video clips transmitidos a través de la televisión se llega a dar esto, con la desventaja del factor tiempo. En menos de cinco minutos (por lo general) se tiene que contar una historia, promocionar al artista y enganchar al público meta. En un concierto de rock, en cambio, el público (usuarios) ya está cautivo, y se cuenta con mucho más tiempo para dar continuidad a la narrativa (aunque cada canción cuente con una manera de contar el relato de forma individual). Es decir, el audiovisual se maneja como unidad visual dotando diferentes significados: *“Lo más sorprendente es que, a pesar del aparente ‘caos’ en el que se basa el entrelazado de la imagen con la música, finalmente el video clip es percibido como una unidad visual. Tiene su propia identidad lograda a partir del establecimiento de unos códigos internos que en cada caso lo distinguen.”* (Ràfols, 2003. Pág. 120).

La recontextualización que se llega a dar de la música con imágenes diversas se crea ya que se está trabajando con música, no diálogo, y no es necesario que la narración musical- lírica este siempre vinculada con lo que vemos en las pantallas. Es por eso que resulta efectivo el llevar narrativas paralelas, una en pantalla y otra en lo que dice la música, generando un nuevo sentido a lo musical, regidos bajo una misma intención que el artista quiere proyectar. Las historias contadas visualmente tienden a romper con el orden cronológico, además de incluir en su representación visual imágenes más bien surrealistas, animaciones y clips diversos.

Actualmente muchos artistas se valen de la narrativa a través de las pantallas para mostrar no sólo el concepto de la gira o un sentido más complejo y profundo de sus canciones, sino también muestran temas que son de su interés, que, por llegar de manera instantánea a miles de personas, tienen un impacto directo además de generar una reacción inmediata en la audiencia. Algunos de los temas que han surgido en diferentes presentaciones en vivo son la administración del gobierno de George W. Bush, la situación de extrema pobreza en África en países como Malawi, temas religiosos, multiculturalidad y tolerancia. Por ejemplo, en su Confessions Tour (2006), Madonna al interpretar la canción *Live to Tell* se muestra crucificada con una corona de espinas, mientras en las pantallas se muestran imágenes de niños huérfanos de África. Casi al terminar la secuencia, en los visuales se pueden leer pasajes de la Biblia, que recontextualizan la canción así como generan conciencia social en los espectadores. El Evento Live Earth (2007) reunió a muchos artistas de diferentes géneros, así como reunir a bandas que no tocaban en años, bajo el concepto de sustentabilidad y lucha contra el calentamiento global.

El hecho de llegar inmediatamente a miles de personas en un solo momento hace que los conciertos de rock sean plataforma ideal para mostrar un mensaje más allá de la letra de las canciones o de la música. Con un concepto global y formas creativas de narrar, se llega a generar significados más complejos que apelan a una audiencia cautiva, la cual además de apoyar a la banda o al artista también se concientiza de diferentes temas y experimenta múltiples sensaciones y significados durante el show, exaltando sus sentidos, así como su percepción: “Stadium rock from Pink Floyd to REO Speedwagon is full of such devices, as is a great deal of FM rock. The relentless solidity of such sound tactics is motivated by a single factor: to convince, to charm, to impassion its audience, and to determine their reaction.” (Cubitt, 1991. Pág. 70).

2.2.2 Uso del Multimedia

El desarrollo de los medios de comunicación logró que se explorara la narrativa dentro de éstos. El uso de varios medios para dar a conocer un mensaje ha ido cambiando con los tiempos, y con ello, también la manera de narrar. Al contar con pantallas en un escenario para transmitir un mensaje, es importante considerar las capacidades de éstas. En un inicio la narrativa y la gráfica se ajustaron a las limitantes del medio. Con los avances tecnológicos, ahora existen más maneras de plasmar una idea a través de las pantallas. Un ejemplo son las pantallas divididas, contando más de una historia, o más de una perspectiva de una sola vez. Esto se pudo

lograr una vez que el medio evolucionó en su estructura: “But when, in the 1970’s, the screen became a bit-mapped computer display, with individual pixels corresponding to memory locations, which can be dynamically updated by a computer programme:the one image/one screen logic was broken.” (Manovich: Rieser, 2002. Pág. 70).

El hecho de poder fragmentar la pantalla indica que puede existir otra imagen contenida dentro de la ésta. Esto plantea la existencia de *sub-historias*, de múltiples narrativas dentro de una misma pantalla, que apoyan al concepto global que se pretende transmitir. Esa flexibilidad que existe para abordar y proyectar la información a través de la pantalla permite que el video se vuelva un medio más dinámico que antes. El uso que se le da actualmente a las imágenes transmitidas vía pantallas tiene la posibilidad de ser más dinámico así como abstracto. Los múltiples ángulos que se le puede dar a una toma y mostrarlos simultáneamente en una sola pantalla, la interacción entre ésta la iluminación, la ilusión de dimensión y profundidad así como efectos especiales que se pueden lograr hoy en día hacen que los audiovisuales dejen de percibirse como fríos, maquinados. Se aprecian ahora por ser atractivos, la alta definición hace que se aprecien como más “reales”, como ventanas de posibilidades visuales que resuenan en emociones ante el espectador: *“One can begin with a recognisable moving video image or video still. From this inicial state a heightened level of abstraction can be achieved via interactivity. Abstraction is here achieved through texture mapping, spatial positioning, multiple behaviours and transparency. The dynamic use of video enables one to add a differing quality of aesthetic ‘warmth’ to the environment lending a unique feel to the generated virtual world.”* (Rieser, 2002. Pág. 240).

La capacidad de poder editar la imagen que se va a exponer, así como el ir armando el audiovisual hace que el espectador lo perciba de manera cómo lo ha percibido también su creador. El uso de multimedia hace que en la medida en la que se van yuxtaponiendo imágenes y se les aplica cierto tratamiento, también a la par se va manejando el audio, por ejemplo, así como lo que sucede en el escenario, para crear un concepto global. Este proceso como lo generan sus creadores también es visto así por el usuario, ya que éste va percibiendo como la imagen se transforma, como se presentan transparencias, efectos, sincronización con audio, etcétera, tal como lo fue apreciando el autor al momento de la creación así como de la edición. El cineasta Sergei Eisenstein, hace más de 50 años hacía esta observación (la cual, actualmente, debido a los programas de computación que editan de manera similar a como él realizaba su montaje, es más tangible), “the spectator not only sees the represented elements of the finished

work, but also experiences the dynamic process of the emergente and assembly of the image just as it was experienced by the autor.” (Rieser, 2002. Pág. 250).

2.2.3 Múltiples pantallas, múltiples visiones

En el caso de los audiovisuales en conciertos, el soporte está definido: se remiten a la pantalla. Actualmente en espectáculos como éstos se utiliza no sólo una pantalla, sino muchas de ellas, para contar diferentes historias, generar un mayor impacto o darle más profundidad al escenario y por ende al show. Además de éstas también se cuentan con paredes de LEDS, con juegos de luces así como escenografía. En el caso específico de las imágenes en movimiento transmitiéndose en el concierto, el soporte físico tiene mucho que ver con el desarrollo de las tendencias en presentación audiovisual: “La pantalla es el soporte sobre el que, por medio de la luz, se crean y se emiten las imágenes, es el medio físico a través el cual se produce el acto comunicativo.” (Ràfols, 2003. Pág. 31). Al tener un vehículo predefinido, las relaciones espaciales en el interior de éste están predeterminados en cierta forma, ayudando a dar formato a lo que se aprecia a través de la pantalla. Se han adoptado también técnicas usadas en televisión, sobre todo en canales de videos musicales, donde se tenía que competir con las limitantes del formato televisivo: *“To compensate for the limitations of the television frame, we must concentrate on detail, on close-ups, on a mosaic-like montage of images, and a dazzling array of visual tricks. In tus reducing the cosmos to the dimensions of a television screen, however, we introduce a new visual scale where small objects become unusually large and large objects small. Surely over time and with heavy viewing our visual perception of the natural world must change. It is not the case that the world of ideas aready suffers from a similar distortion?”* (Olson, 1991. Pág. 26).

Aunque las pantallas pueden variar sus medidas, sus proporciones se establecen a partir del ancho y alto de ellas. Por ejemplo, la proporción en televisión es 4:3. Con las pantallas de alta definición, de plasma con formato panorámico, se genera un espacio nuevo para experimentar. “El formato panorámico, más próximo al cine, y que progresivamente se irá imponiendo como nuevo estándar, es el 16:9 en una relación 1'77:1, mucho más alargado.” (Ràfols, 2003. Pág. 31). La cuestión del formato es importante mencionarla ya que cada vez más se actualiza la tecnología, y con ella, el diseño de los audiovisuales en tanto a medios a utilizar, así como técnicas para causar un mejor alcance con la audiencia. En el caso del formato usado para pantallas de televisión tradicionales, el video competía con otras formas de entretenimiento doméstico. En los conciertos, en cambio, se vuelve a experimentar de manera paralela al cine,

en la oscuridad, donde la pantalla (y el formato de ésta) no alcanza a un nivel individual, sino masivo; es por eso el incremento en definición y en tamaño. Menciona Jorge La Ferla que en espacios públicos, se tiende a regresar al formato filmico. Dice, al hablar de las pantallas de alta definición que: *“Este fue el primer plano de trabajo sobre estándares para la televisión de alta definición (HDTV), que la industria televisiva japonesa ya había empezado en los tempranos años setenta, sumándose a esto Europa Occidental y las industrias eléctricas norteamericanas a comienzos de los ochenta. HDTV, o HiVision como lo llamaron los japoneses- este significante a dejado a la etimología de la televisión atrás- era sólo a primera vista una búsqueda para una calidad más alta de imágenes y un esquema para abrir el caliente y competitivo mercado a una nueva generación de aparatos de televisión. Primero y principal, era la fórmula para un producto audiovisual dominante, que podía ser usado en el cine y en los aeroplanos por igual, en el supermercado o en el living de una casa, sin ningún grado de diferencia reconocible.”* (La Ferla, 1999. Pág. 47).

Al utilizar pantallas se puede llegar a la auto referencia: es decir, incluir pantallas dentro de pantallas. En una especie de reflejo, de espejismo, podemos generar que el usuario vea el mensaje a través de los ojos de otros. Este tipo de narrativa nos muestra otra forma interesante de contar una historia valiéndose del medio. Un ejemplo temprano se encuentra en el video de la banda Dire Straits, *Money for Nothing*, popular en los ochenta. El video inicia con una figura animada de un hombre viendo MTV (caso de auto referencia una vez más, ya que el mismo video se transmitió continuamente en este canal), el cual después vuela hasta el escenario donde está tocando la banda. Se puede apreciar en esa secuencia cómo se dan diferentes perspectivas a través de pantallas dentro de pantallas: *“The elegantly treated concert footage appears on screens within the screen in a narrative carried through by the computer-generated caricatures of blue-collar workers, in whose persona Mark Knopfler, lead singer, opines that playing guitar on MTV is Money for nothing.”* (Cubitt, 1991. Pág. 82).

A pesar de que tuvo un auge a nivel popular y comercial en los video clips, la experimentación con este soporte se generó sobre todo a partir del video arte. Varios artistas de cine, así como de video realizaban experimentos con la pantalla misma; generando varias imágenes dentro de una sola, colocando pantallas en diferentes paredes o proyecciones múltiples. Esta forma de mostrar un audiovisual fue el inicio de una cultura visual que se basa en diferentes puntos de vista, profundidad y formas inesperadas de contar una historia, alejándose de la forma figurativa histórica que había permanecido, sobre todo gracias a la influencia pictórica: *“Thus multiple projections occupied the foreground of a visual culture that was intent*

upon liberating itself from the conventional concept of the painting, from the technical and material restrictions of imaging technology and from the repressive determinants of the social codes.” (Rieser, 2002. Pág. 43). Esta manera de desvincular lo pasivo y unidimensional de lo dinámico y de las múltiples perspectivas ha llegado a apreciarse en video clips, audiovisuales de conciertos, incluso en el cine. Utilizando esta forma de narración, se puede ver el mensaje desde dos perspectivas diferentes, o dos líneas de narración que aportan más que una sola.

Las instalaciones usadas en video arte por algunos autores, usan varios proyectores para crear un ambiente de 360 grados, generando una atmósfera visual global que envuelve al espectador y que lo coloca en el centro de la acción. La obra *Room with a View* (2000) de Micheal Bielicky y Bernd Lintermann utiliza cuatro proyectores para generar una imagen de 360 grados. El encapsular al usuario en un contexto visual en movimiento genera una experiencia de vivencia real, en el sentido que éste se encuentra inmerso en el mensaje y en el medio. En los conciertos de rock/pop, se tiende a adoptar esta idea al colocar múltiples pantallas, tal vez no al nivel de crear un escenario de 360 grados, pero sí se han llegado a utilizar muchas pantallas en diferentes ángulos para que, aunado a lo que sucede *onstage*, rodee al espectador de un espacio rico en imágenes así como en sonido.

La intensificación de la experiencia visual responde a un nuevo enfoque en la narración. Responde también a transmitir una nueva percepción del mundo, al mostrar una expansión de horizontes visuales: “In the age of social revolts, consciousness-expanded drugs and cosmic visions, multiple projection environments became an important factor in the queso for a new imaging technology capable of articulating a new perception of the world.” (Rieser, 2002. Pág. 44). La percepción de los audiovisuales de manera que genera una vivencia plena se complementa con el sonido dentro de este ambiente total. La música y el sonido tienen un efecto importante en la estructura de las imágenes, ya que éstas en algunos casos, como los mencionados bajo el concepto de sincronización, se componen de acuerdo a lo que sucede en el audio. No resulta fácil determinar tajantemente si la imagen se subordina al sonido o viceversa. En la gestación y uso de ambientes auditivos y visuales, como lo son los conciertos usando videos, así como audiovisuales, se da más bien el caso de un apoyo entre ambos ámbitos, tomando en cuenta que la música es un actor importante en el desarrollo de la narrativa visual, aunque ésta se proyecte de múltiples formas en varios niveles.

Bajo este acercamiento mediático hacia la audiencia se podría llegar a preguntar si realmente el mensaje o la música resuena con el usuario simplemente al mirar una pantalla. En realidad, no sólo es la pantalla la que transmite el concepto, sino también todo el abanico de medios que se usan en eventos de esta índole, sobre todo en la sociedad actual, donde nos valemos de varios *gadgets* o pantallas para enviar, recibir, contestar, compartir y crear mensajes: *“It is not a screen that we depend upon but multiple screens, and it is the simultaneous availability of multiple types of media that collectively shape, mediate, and in many cases, distort our perceptions-visual, aural, emotional, intellectual, even physical- in a kind of senseless yet seamless swirl of televised, projected and beamed messages.”* (Helfand, 2001. Pág. 30). Para no perpetuar el simple consumismo visual, es necesario experimentar y proponer, interactuar con la audiencia así como darle un sentido de dinamismo al usuario. Una plataforma viable para esto son los conciertos, ya que en éstos la audiencia está en movimiento físico, mental y emocional al ver y escuchar a su banda preferida. Ésta interactúa en vivo con los usuarios de los audiovisuales, los cuales le dan un sentido personal a la experiencia musical.

2.2.4 Hipertextualidad

Al usar en espacios públicos múltiples pantallas, éstas hacen referencia no sólo a ellas mismas, sino a lo que sucede en el escenario, lo que sucede entre el público, a la música que se toca en vivo, y a todo el imaginario que la banda o artista representa, entre otras cosas. Esta manera de saltar de un significado a otro, de un punto de identificación a otro se asemeja al concepto de hipertextualidad. Ésta se refiere a la teoría posmoderna de la interconectividad entre las obras literarias y su interpretación. El prefijo hiper se deriva del Griego; “arriba, afuera o más allá” (New Oxford American Dictionary, 2008). Es por eso que la palabra hipertexto hace referencia a texto que liga ideas fuera, sobre y más allá de él mismo.

Desde el mensaje que proyectan los audiovisuales, hasta la narrativa que utilizan y la fabricación del video así como las imágenes en movimiento en sí, pueden manejarse como textos que hacen referencia a algo más. En el espacio físico del escenario en un concierto, las pantallas hacen referencia a lo que sucede sobre éste, y éste a lo que el artista quiere transmitir como concepto global. Ante tantas referencias, sobre todo actualmente, cuando los medios permiten la manipulación (e incluso distorsión) de las imágenes y por ende de sus significados, la hipertextualidad se puede mostrar en algunos casos portadora de réplicas en contacto de réplicas, de ausencia de originales. Con tantos puntos de conexión, ¿qué es verídico y que es

construido o manipulado? ¿Qué mensaje se transmite con referencias a un imaginario existente, y cuáles a imágenes construidas posteriormente de manera artificial, sin la participación histórica? El uso de varias pantallas puede confundir en ese sentido al espectador, pero de igual manera, el uso de múltiples monitores, si bien pueden hacer que se pierda una proyección “original” por pantalla, crea una proyección original global, de muchos monitores, creando una auto reflexión así como mayor campo para exponer los audiovisuales en los conciertos.

Sean Cubitt, en su libro *On Video Culture* menciona: *“In a public space-which is where virtually all multiscreen installations are likely to be- this produces a specific tension. Which is the true image? The loss of the original noted by Benjamin in modern art is foregrounded for the viewer as the multiplication of similar but distinct images on a wall of monitors, which divides attention between them.”* (Cubitt, 1991. Pág. 69). La tensión que se genera al ver múltiples pantallas haciendo referencia a diferentes textos va de la mano con la manera posmoderna de narrar, así como con los avances tecnológicos que proveen medios con los cuales al experimentar sin perder de vista el objetivo, el concepto y al usuario, se puede transformar en una experiencia multisensorial satisfactoria, así como en cuestionamientos sobre los alcances del diseño audiovisual.

2.2.5 Instantaneidad

Un concepto ampliamente explorado en el área de video es el de la inmediatez. Gracias a la televisión se pudo tener acceso a información visual en vivo, y en muchos casos, mientras sucede en un lugar remoto. Ese valor que se le da actualmente a la instantaneidad, quizás a la gratificación instantánea en la sociedad posmoderna en la que vivimos, se plasma también en el ámbito de los audiovisuales. Más allá de los experimentos usados con el medio en cuestiones de seguridad con cámaras de vigilancia, la idea de transmisión inmediata a nivel de arte o entretenimiento empezó a explorarse en algunas obras de video arte, al proyectar en una sala de galería lo que sucedía en el momento en que los usuarios se acercaban al espacio. Esa necesidad de recibir mensajes e información casi al momento de que ocurren nos ha llevado a generar toda una industria alrededor de lo que creemos es en “el instante”.

En cuestiones de narrativa, en el cine contemporáneo el flujo de la acción, las diferentes tomas y los recursos a los cuales se recurre nos crean la ilusión de ser omnipresentes en algunos casos, y de (aunque es un caso de ficción) saber lo que pasa mientras sucede. El

desarrollo en sistemas de comunicación ha influido mucho en esta manera de contar una historia: desde la invención del teléfono, al radio, la televisión y la telefonía celular. Se crea, pues, una narrativa que refleja el aquí y ahora, que responde al uso actual de la rapidez en enviar y recibir mensajes a través de diferentes vías: Internet, celulares, blackberry, chats, transferencias bancarias electrónicas, etcétera. Se sigue pues con ese uso de imágenes en lugares como en arenas y estadios donde se presentan conciertos. Se plasma en las pantallas lo que sucede en la actuación, así como la reacción del público de manera inmediata, debido al uso de múltiples cámaras, así como de un trabajo conjunto entre los audiovisuales e imágenes de video en vivo.

En el caso de los conciertos se puede atestiguar, ya que hay un gran público que se refleja en las pantallas de vez en vez, que lo que se presenta como acción e imagen en vivo realmente está sucediendo en ese instante. Ocurre que en otros medios, como la televisión, muchas veces lo que se nos presenta como acción en vivo o real es más bien construida, manipulada. Incluso el término *reality*, que se refiere a los programas de televisión que suceden en tiempo real, esperando ver reacciones naturales de los participantes, cuentan con una línea editorial, con un guión y con edición para manejar la historia de manera que tenga mayor rating. Entra la pregunta, en el caso de inmediatez en el video, ¿qué es ilusión y qué es real? Se toca en este sentido el concepto de simulación, de simulacro lo que brinda a los audiovisuales una característica más con la cual experimentar: *“It brings to representation an entirely new feature, which is both illusion and reality simultaneously. The illusory factor remains the sense of presence constructed from the sensory facsimile and the reality factor derives from the belief (or knowledge) that the representation is taking place at the same moment as the event in the real world.”* (Rieser, 2002. Pág. 230).

Esta condición de instantaneidad, cabe mencionar, es una cualidad de la manera de representación, manipulable tanto como los efectos especiales, el color o la velocidad de las imágenes en movimiento. El que esté considerada como un valor agregado actualmente no quita el hecho de ser una característica, no una guía, en lo que a video se refiere, ya que *“this condition of instantaneity is an abstractable quality of the representation, like its colour or frame and it is equally subject to manipulation or falsification.”* (Rieser, 2002. Pág. 231). Lo inmediato va de mano con lo que sucede en el momento de creación, con lo real. En una sociedad donde se ha explotado lo visual al grado en el que se duda de lo que se ve, el diseño audiovisual se enfrenta una vez más al concepto de lo real y de lo que se puede proyectar en las pantallas, así

como la narrativa utilizada para mostrar algo que resuena con la audiencia y que sea en momentos instantáneos con lo que sucede en el escenario, en el caso de los conciertos de rock.

2.3 Preproducción del Audiovisual

El diseño de videos, de animaciones, así como de imágenes en movimiento en general aunados a la industria musical ha generado una tendencia en el uso de audiovisuales como parte integral de un espectáculo. La importancia del mismo se ha mencionado, y para su creación existe un proceso que abarca diferentes etapas: preproducción, producción, postproducción y posteriormente, ensayos de los visuales con el escenario, coreografías en el mismo, así como otros canales que se utilizan en un concierto o show para completar el concepto.

Es importante mencionar que los audiovisuales en los conciertos, así como la imagen en movimiento en otras formas que promueven al artista (web, media kits, etcétera) tienen una gran influencia en cómo son percibidos y en la manera en la que dan a conocer su discurso. Menciona Ràfols: *“La progresiva implantación de la cultura audiovisual, de la cultura mediática y de la cultura de la imagen ha creado nuevas formas de comunicación, como el diseño audiovisual. Ha surgido de la demanda de una sociedad en la que el ocio y el consumo son las fuentes principales de satisfacción y en la que la industria del entretenimiento tiene cada vez mayor presencia; es decir, una sociedad con un desarrollo tecnológico de alto nivel y en la que los medios de comunicación audiovisual, en tanto que medios de comunicación de masas, tienen una influencia creciente.”* (Ràfols, 2003. Pág. 9). Esto nos indica que es un área en crecimiento, con impacto considerable en la audiencia, así como en la industria.

La preproducción del audiovisual es la etapa anterior a la realización del mismo. Es la planeación de lo que se va a presentar, se delimitan ideas, conceptos, costos y por lo general se discute con el artista el sentido e idea general. Se da forma así como se premedita el proceso creativo, logística y realización, resultando en la parte fundamental de la creación del audiovisual: *“Alfred Hitchcock, uno de los grandes realizadores de cine, decía que la parte más aburrida de hacer una película era la filmación y que el trabajo realmente interesante era el trabajo previo.”* (Tostado, 1995. Pág. 87). La preproducción guía, así como abre posibilidades para que el proyecto se materialice con éxito. Es la parte en la que se prevé lo necesario para obtener un resultado satisfactorio y *“una vez aceptado el encargo del cliente, inicia el proceso de su*

creación”. (Ràfols, 2003. Pág. 59).

2.3.1 Concepto del Audiovisual y uso de Música

En el caso de los audiovisuales para eventos masivos en los cuales la música es un factor primordial, como lo son los conciertos, es importante en el momento de planear el proyecto el considerar a la música. Ésta da sentido, pauta así como punto de partida para la realización de lo que se quiere plasmar e interpretar visualmente. En el caso de un tour, el artista creó previamente todo un concepto en la creación del álbum que se promueve, incluso en el caso de giras de despedida se tiene una idea de la imagen y el mensaje a transmitir previamente. Se puede seguir con esta idea reforzándola a través de lo que visualmente se manejará en dicha presentación. De ahí que se trabaje con las ideas previas del artista, así como con propuestas originales de imágenes en movimiento.

En estos casos, la relación entre lo que se diseña visualmente y el sonido es paralela: los visuales pueden reforzar lo que se dice en la canción o proponer otro contexto y significados diferentes, que cuestionen a la audiencia reflejando lo que la banda o artista propone como discurso. De cualquier manera, la importancia de la música recae en ser fuente de inspiración así como de lineamiento en cierta forma para el diseño audiovisual, incluso si después de acordar las ideas creativas, se trabajan por separado: “El trabajo por separado de la imagen y el sonido comporta una decisión previa sobre la duración exacta del producto final, de manera que los ritmos visuales y musicales se ajusten a él, y poco a poco se vayan acoplando también entre sí.” (Ràfols, 2003. Pág. 61).

De manera como se mencionó en un capítulo anterior, la relación imagen-sonido es muy fuerte, aumentando la participación afectiva del espectador. La asociación que se genera entre lo que vemos (en las pantallas, en el escenario) con lo que oímos (música en vivo) es lo que genera una experiencia nueva en cada presentación, así como una respuesta por parte del público que alimenta este diálogo de artista-público llenándolo de energía: “As with sound effects, in almost all cases it is the association that is crucial, not some intrinsic quality in the music itself that automatically generates a specific emotional response in everyone who hears it.” (Asa Berger, 1989. Pág. 103).

2.3.2 Estructura del audiovisual

El audiovisual cuenta con una estructura de manera que al ser terminado el proyecto, causa en los espectadores anticipación, interés, y la línea narrativa proporciona énfasis en ciertas canciones, creando un clímax siguiendo el hilo conductor de la narración visual. Inicia con una semilla del concepto global generando curiosidad en la audiencia, continua llevando al usuario a través del *setlist*, del repertorio que se toca en el evento, finalizando con alto impacto, a veces seguido de un *encore* musical y visual.

Antes de iniciar el concierto, se tiende a presentar alguna imagen en pantallas que genere expectación por parte de los fans, para que una vez iniciado el concierto, y que se revele físicamente la banda o artista, exista un clímax inicial. La canción de apertura tiene gran impacto, tanto musical como visualmente, ya que dará la pauta para toda la presentación, teniendo por lo general mayor pregnancia entre los espectadores. A lo largo del espectáculo, se sigue con la representación visual de la música, incluso del diálogo que existe entre el artista y el público.

Tiene punto focal el audiovisual cuando la banda o artista no se encuentra en escena. Existen estos tiempos intermedios en los cuales los rockstar hacen un cambio de vestuario, aprovechando el tiempo también para hacer algún cambio en la escenografía que sea necesario. Es en este lapso de tiempo cuando la atención del espectador se centra en lo que se muestra en los monitores: se puede presentar una historia previa a la canción siguiente, o jugar libremente con luces interactuando con el público a manera de aplausos, por ejemplo. También se muestran montajes de video clips de los artistas, imágenes inéditas y es un momento en el que luce y brilla por sí solo el audiovisual.

Posteriormente, continúa la narrativa visual/auditiva, llegando al clímax en alguna canción importante que por lo general se deja hasta el final. Ahí se recurre no sólo al uso de luces y de las pantallas, sino también a toda la parafernalia para causar un impacto mayor en el público: fuegos artificiales, bailarines, globos, confeti, etcétera. También se opta, de acuerdo al género musical presentado, por un ambiente más íntimo, que por la naturaleza del artista también funge como generador de impacto visual y musical. Si el tiempo, la estructura y producción del concierto, así como el público lo permite, la banda o artista regresa para una última

interpretación musical: un *encore*. En este momento también visualmente se muestra una última mirada del concepto que se manejó a lo largo del show.

2.3.3 Storyboard

Tomando en cuenta toda esta estructura del concierto, así como del audiovisual, es necesario visualizar previamente lo que se quiere mostrar en pantalla, considerando también lo que sucede en torno a ello en cuestiones de música, baile o iluminación. Para ello es fundamental el uso del storyboard, de una manera de representación visual que planifique el audiovisual. *“El storyboard consiste en una serie de recuadros que elabora el director de arte, cada viñeta equivale a una toma y se debe mostrar el momento clave de la acción (el ángulo de la cámara, la toma a realizar, las acciones de los actores, la distribución de la escenografía, la iluminación, etcétera). Generalmente, cada recuadro lleva un comentario descriptivo, la narración y/o el diálogo que acompaña a la imagen.”* (Tostado, 1995. Pág. 111). El uso de storyboard se remite al cine, teatro, televisión, comerciales así como conciertos. Esta manera de visualización ayuda a mostrar al artista (o al cliente) una idea del proyecto, a hacer un poco más tangible las ideas que se están generando y que acabarán plasmadas en las pantallas.

El storyboard ayuda mucho a calcular lo que se va a requerir en la producción, a calcular tiempo, tecnología a utilizar así como realizar modificaciones a nivel creativo y de diseño cuando todavía no tiene repercusiones a nivel de costos o de tiempo de realización. En éste se da una guía a lo que se generará como imagen en movimiento, sirviendo para tomar las decisiones adecuadas en la producción.

2.4 Producción del Audiovisual

Ráfols define la define como la fase creativa en la que los conceptos generales se concretizan, siendo el momento en que las palabras dejan paso a las imágenes y a los sonidos. (Ráfols, 2003. Pág. 61). En la producción del audiovisual se puede seguir con lo pautado previamente en la preproducción, y también se prueba lo que funciona y lo que no. En esta fase de materialización, siempre surgen imprevistos a los cuales hay que adaptarse, sin dejar de lado el concepto inicial. La etapa en la que se realiza todo lo anteriormente meditado es ésta, incluyendo ensayos, pruebas, ajustes así como cambios pertinentes.

En la producción audiovisual existen varios puntos a considerar: en el caso de usar video las tomas, así como clips que se van a utilizar, el estilo de las imágenes, la narrativa, la relación con el audio, el uso del tiempo y del espacio en la pantalla. En el caso de las tomas, se remite por lo general al cine y a la televisión con el tipo de tomas: extreme close up, close up (primer plano), medium close up (plano medio corto), medium shot (plano medio), medium long shot (plano americano), long shot (plano de conjunto), very long shot (plano general), medium two shot (plano medio, doble), three shot (plano triple), group shot (plano de grupo), así como picada, contrapicada, campo de acción, campo-contracampo y los movimientos de cámara como paneos, tilt, travelling, dolly y zoom, entre otros.

En el caso del espacio, se representa tanto mostrando imágenes como videos o lo que sucede en el público dentro de la pantalla, como mostrando imágenes en movimiento, animaciones, tipografía, así como imágenes abstractas que aunque se limitan al espacio de la pantalla, pueden generar profundidad, manejándose de manera más arbitraria y libre. Hablando de la imagen real existe mayor identificación por parte de la audiencia: “Cuando el audiovisual trabaja con imagen real, el espectador establece la lectura de las relaciones espaciales a partir de su propia experiencia en el mundo real, lo lee como si pudiera ocuparlo.” (Ràfols, 2003. Pág. 30). Cuando se trata de imágenes generadas de manera electrónica, o animaciones o formas de representación que no se asemeje al video comercial, “el diseño audiovisual utiliza un espacio abstracto, que no se rige por las leyes de la perspectiva y en el que los elementos se sitúan según el orden establecido por sus creadores. Es una noción de espacio flexible y que no tiene ninguna realidad absoluta.” (Ràfols, 2003. Pág. 30). Es aquí donde se experimenta más con el medio, con los avances en tecnología, en edición y creación de efectos así como de imágenes. La producción en este sentido se maneja de manera que se crea el audiovisual tomando en cuenta el concepto global, al usuario y al cliente. Así mismo es una etapa fértil creativamente usando los recursos, técnicas e ideas con las que se cuentan para darle forma al proyecto.

Se debe tomar en cuenta que al producir el audiovisual se está generando un objeto de diseño que funciona óptimamente al relacionarse con otra cosa: con el ambiente del concierto y el concepto del mismo: “No es sólo una imagen más o menos agradable que habla del producto al que acompaña, sino que pasa a formar parte del mismo producto. De hecho, el diseño audiovisual tiene un carácter funcional, está siempre en función de alguna otra cosa”, (Ràfols, 2003. Pág. 11) en este caso, de la música en un concierto.

2.5 Postproducción del Audiovisual

Posterior a la realización de lo que se plasmará como producto (semi) final en las pantallas (ya que en algunos casos se incluye interacción en vivo con el público y la actuación en sí) se procede al proceso de edición, efectos, transiciones, etcétera que conforman la postproducción del audiovisual. Ésta es decisiva pues “implica cómo va a quedar conformado finalmente el programa.” (Tostado, 1995. Pág. 87). La postproducción es importante puesto que da los toques finales al proyecto, y en muchos casos la edición es la que le da cierta intención al mismo.

2.5.1 Edición

Parte importante de la realización de un proyecto de imagen visual en movimiento es la edición: desde edición cinematográfica, de televisión hasta de videos o animaciones; “los editores, a quienes las previsiones de McLuhan sobre la decadencia de la palabra escrita habían aparentemente, inquietado mucho, fueron uno de los primeros sectores que se interesó por la edición audiovisual.” (Flichy, 1980. Pág. 167). La edición sirve para ajustar el material en el tiempo determinado, para combinar el material visual para generar un resultado interesante, corregir tomas y crear visualmente una historia a partir de fragmentos de videos, animaciones, imágenes etcétera.

La edición en sus inicios se dio en el cine mudo: el director ruso V.I. Pudovkin mencionó que “la edición es la fuerza creativa de la realidad fílmica y la base del arte de la cinematografía”. (Tostado, 1995. Pág. 256). Una de las fases primordiales para un buen proyecto es la edición, que da ritmo y estructura al producto. A medida que pasó el tiempo, surgió el video, y al tratar de editarlo se intentó recurrir a la manera en la que se editaba la cinta de cine, es decir, cortar y pegar literalmente, la cinta. Sin embargo, la cinta magnética del video tape no permitía que esto se diera con éxito. “Después,” continúa, “la empresa CMX con ayuda de CBS y Memorex desarrollaron un sistema de control electrónico de edición, con lo cual se podía observar cuadro por cuadro lo que se deseaba editar.” (Tostado, 1995. Pág. 257).

Actualmente se cuenta con numerosos programas que permiten editar video, animación y cualquier tipo de imagen en movimiento, permitiendo cambios y reversibilidad en el proceso. Asimismo es necesario considerar el tiempo en el cual se procesa toda la información generando una sola pieza de video final: “Un programa de edición es también un programa de

imagen final y por ello es necesario realizar el render de las imágenes para poder convertir todo el flujo de las distintas imágenes en una sola.” (Ràfols, 2003. Pág. 71).

2.5.2 Tipos de Edición

Existen varias formas de editar, utilizando la manera más adecuada al mensaje que se quiere transmitir, tomando en cuenta la narrativa, los efectos, etcétera. Se tiende a editar ya sea por inserto o por ensamble. De la forma por ensamble, se construye una cadena de momentos, tanto en audio como en video. Cuando se habla de la forma por inserto, “se arman segmentos desordenados de nuestro material original.” (Tostado, 1995. Pág. 261).

Los esquemas de edición varían de acuerdo a lo que se pretende mostrar. En el caso de la edición relacionada, se muestran escenas que no necesariamente están relacionadas entre sí, y al momento de juntarlas, se genera un significado particular. Este efecto que se crea al unir dos imágenes aisladas remite al efecto Kulechov: un experimento de éste al unir dos imágenes sin relación aparente y encontrar siempre en las personas una tendencia a relacionar la imagen A con la imagen B. Menciona Verónica Tostado que uno de los principios más importantes de la edición es precisamente esto; la tendencia humana a tratar de establecer una relación entre una serie de eventos aún cuando no la haya. (Tostado, 1995. Pág. 257).

Otras maneras de editar incluyen el montaje, tomando del cine y del maestro Eisenstein, que juxtaponía dos escenas creando una tercera, la edición de recopilación usada en documentales, la de continuidad, que responde a la relación causa-efecto, y la edición acelerada. Esta última se centra en la característica del tiempo. Por lo general, los usuarios están acostumbrados a un ritmo rápido cuando se les muestra imágenes, por la influencia del cine contemporáneo, la televisión, los videos musicales y los comerciales. “Cuando hablamos de acelerar, frecuentemente pensamos en un incremento de la velocidad. Hoy en día, tanto en cine como en video, nos referimos a que el tiempo es manejado, ya sea para extenderlo o para condensarlo.” (Tostado, 1995. Pág. 258). Se puede observar como la tendencia es a mostrar *beats* y tiempos acelerados, y se manipula la imagen para que se note este ritmo. Hay varias técnicas para acelerar la acción, para condensarla así como para llevar al público tanto al futuro como al pasado a través de elipsis narrativas.

Es muy común apreciar en video, sobre todo, donde se cuentan con algunos minutos para dar a conocer un mensaje, cómo la acción se condensa, se edita a *beat* con la música incluso en fracciones de segundo, lo que responde también a lo que sucede en un concierto.

2.5.3 Transiciones y Efectos

Como parte de la postproducción audiovisual se utilizan transiciones entre tomas, entre escenas, así como efectos especiales diversos para enfatizar o minimizar algo en la imagen. La edición se centra en ciertos tipos de transiciones: el corte, la disolvencia, los *fades* y *wipes*, principalmente. Cada transición le da un ritmo diferente a la secuencia, dependiendo de las necesidades de las tomas.

El corte se usa para dar continuidad una acción en caso de que la cámara no pueda seguir a la acción, sea intencional o no. Sirve también para cambiar de tiempo, lugar o personaje, para cambiar el impacto o para a manera de cierre de capítulo, pasar a otro tema. “El corte se utiliza básicamente para clarificar e intensificar un momento. Clarificar significa mostrar al espectador el evento de tal manera que esclarezca la información que recibe.” (Tostado, 1995. Pág. 259). Los cortes sirven, pues, para dar la información más importante y dejar fuera la que se considere como superflua (según las intenciones del director).

Las disolvencias se llevan a cabo cuando se pretende dar un puente suave e intuitivo entre una escena y otra, sin ser tan tajante. La disolvencia es una transición gradual y por lo general se usa en casos donde se requiera algo más sutil en la edición. Los *fades* son transiciones graduales de negro al video (*fade in*) o de video a negro (*fade out*). Se usan para dar transición gradual cerrando una idea. En el caso de los *wipes*, son patrones electrónicos que enmarcan al video con varias formas: geométricas, orgánicas, líneas diagonales, etcétera. Señalan el fin de una escena y el principio de otra, y visten de manera informal al video. Se utilizan frecuentemente en videos musicales.

Dentro de la postproducción, se pueden agregar efectos especiales, por lo general aquellos que el software de edición permite, como luces, *flares* de lentes, la ilusión de haces de luz atravesando tipografía, etcétera. También se usa animación, la cual “si se desvincula la animación del sentido narrativo del cine, pueden utilizarse sus recursos expresivos con un sentido más

gráfico, en función del contexto”. (Ràfols, 2003. Pág. 48). Se pueden agregar imágenes creadas digitalmente en 3D, y el uso de todos esos efectos aunados con luces, fuegos artificiales y demás recursos utilizados en el escenario le dan un ambiente global al *rock performance*. El resultado global engloba todo lo anteriormente mencionado, creando una presentación integral: *“from the downstream to the upstrem of creation, the video artist challeges all the conventions that govern the conception, production, direction, distribution, reception and consupcion of a cultural object. The end result can be an electronic and poetic gesture or moment or project that commits the whole being, consequently demanding of the being to commit itself only in lucid knowledge of the entire process of the operation or ritual performed or considered.”* (Olson, 1991. Pág. 103).