

PROYECTO DE GRADUACION

Trabajo Final de Grado

Cuerpo B

Un show integral

Motion Graphics aplicados a Backdrops en la era Pop

- ▶ Nombre y Apellido del Autor | Carolina José
- ▶ Cuerpo B del PG
- ▶ Fecha de presentación | 13/09/17
- ▶ Carrera de Pertenencia | Diseño de imagen y sonido
- ▶ Categoría | Ensayo
- ▶ Línea Temática | Historia y tendencias

Agradecimientos

Le agradezco a mi compañera Josefina Carbonell, quien me acompañó a lo largo de toda la carrera y sin su apoyo no podría haber llevado a cabo este proyecto y a mis compañeros de trabajo que me ayudaron e incentivaron cada vez que lo necesité.

Dedico este trabajo a mi familia y amigos por haber sido un sostén fundamental y por haberme dado el impulso para atravesar este proceso de aprendizaje.

Índice

Introducción	5
Capítulo 1. El nacimiento del Motion Graphics	12
1.1. El concepto Motion Graphics	12
1.2. La aparición del Motion Graphics	13
1.3. Principios y técnicas de la animación	15
1.4. Elementos que componen al Motion Graphics	20
1.5. El proceso creativo del diseñador	22
Capítulo 2. La relación entre la música y el arte visual	25
2.1. La historia del arte visual en los shows en vivo	25
2.2. Los factores que influyen en un show en vivo	28
2.3. El show en vivo y la experiencia del espectador	32
2.4. Historia y definición del videoclip musical	34
Capítulo 3. La dirección de arte y la música	37
3.1. La tarea del director de arte	37
3.2. Del concepto artístico al diseño	40
3.3. El diseño en el CD	42
3.4. El mensaje del <i>packaging</i>	43
Capítulo 4. La escena del show en vivo	46
4.1. El espacio del show	46
4.2. El escenario	48
4.2.1. La función del diseño del escenario	49
4.3. La iluminación y su relación con el público	53
4.4. Las proyecciones de los Backdrops	55
4.5. Elementos extra del show	57
4.6. El show entre el teatro y la música	59
Capítulo 5. Análisis de Backdrops	63
5.1. Miley Cyrus	64
5.2. Madonna	72
5.3. Conclusiones de los análisis	79

Conclusiones	82
Lista de referencias bibliográficas	87
Bibliografía	90

Introducción

El presente Proyecto de Graduación analizará la aplicación de Motion Graphics en Backdrops de shows de artistas pop influyentes. El Proyecto se incluirá dentro de la categoría de ensayo, debido a que se realizará un análisis integral que comprenderá desde los inicios de este nuevo género hasta la evolución de herramientas digitales que lo intervienen en la actualidad. Este ensayo se incluye dentro de la categoría de Historia y Tendencias ya que, para poder llevar a cabo un análisis funcional sobre la utilización de Motion Graphics durante recitales de música pop es necesario indagar tanto sobre los principios del diseño, las tecnologías y las distintas variantes que se aplican a este género, así como también sus precursores y las tendencias que se ven hoy en día en esta disciplina.

Los autores en los que se apoyará el marco teórico de este proyecto serán principalmente Sáenz Valiente (2008), Jon Krasner (2008), Ràfols y Colomer (2003), Pavis (2000), Frascara (2000) y Ambrose y Harris (2005). Sus trabajos generan nuevos puntos de vista sobre las teorías de que se utilizan para la creación de Motion Graphics. Gracias al aporte de estos autores será posible analizar los antecedentes, el diseño, y el desarrollo de los mismos. Para ello, se deberá realizar una definición sobre el término y plantear qué factores lo diferencian de otros productos géneros visuales.

Se determinará entonces, que el concepto Motion Graphics se traduce como Gráficas en Movimiento. Este término se utiliza mayormente en inglés ya que genera la necesidad de ser comprendido en todo el mundo. A lo largo de los años el alcance de esta pieza presentada en distintos soportes creció más que cualquier otro formato audiovisual. Para realizar una apropiada definición de Motion Graphics se puede decir que es el uso de gráficos, vídeos, secuencias de imágenes, tipografías u otros elementos de diseño en movimiento.

A lo largo del Proyecto se expondrán argumentos que comprobarán que el Motion Graphics aplicado en Backdrops genera un nuevo paradigma estético dentro de los

shows de música Pop en vivo. Para ello se presentará a modo de comparación el material visual proyectado en las pantallas de shows de las artistas Madonna y Miley Cyrus en sus últimas giras realizadas a nivel mundial.

El presente ensayo tiene como objetivo principal analizar los antecedentes, el diseño y el desarrollo de Motion Graphics utilizados en Backdrops de shows con relevancia en la industria actual de la música pop. Para esto será necesario definir el término Backdrop como la proyección de imágenes detrás de un escenario.

La elección de la temática Pop se debe a que las producciones que presentan en estos shows ofrecen la integración de todos los elementos en escena.

Uno de los objetivos específicos del este Proyecto de Graduación es definir qué es el Motion Graphics y cuál fue su desarrollo a lo largo del tiempo, para ello se utilizará la definición que José Cuesta Martínez presenta en su tesis doctoral, en la que refiere al Motion Graphics como el uso de gráficos, vídeos, secuencias de imágenes, tipografías u otros elementos de diseño en movimiento. (2015, p. 267)

Otro objetivo específico de este Proyecto de graduación es indagar en los antecedentes que vinculan al Motion Graphics con shows en vivo y de este modo también se determinará el rol de los mismos durante el espectáculo.

A modo de foco de estudio este ensayo plantea dar cuenta de las técnicas más utilizadas para la creación de Motion Graphics aplicados a Backdrops en shows de artistas pop. Para esto se deberán examinar patrones en común que se presentan en los Backdrops de los shows más relevantes de éste género. Entre los artistas más reconocidos de la música pop, el análisis se hará sobre los shows de Madonna y Miley Cyrus por la gran presencia que tiene el contenido audiovisual en sus presentaciones en vivo.

El desarrollo del análisis tendrá en cuenta todos los elementos que intervienen en los actos a lo largo del show, por lo que se indagará sobre el diseño general del show y todos los factores que intervienen en su realización, desde el escenario hasta los efectos especiales.

Otro punto importante en este ensayo es el diseño gráfico aplicado a la identidad visual tanto de las artistas como de las giras que serán analizadas. Para realizar una observación en detalle de los elementos gráficos que influyen al show, se dará cuenta del proceso de creación del concepto artístico que interviene en todas las piezas del artista.

La elección de este tema como Proyecto de Graduación genera un aporte al mundo profesional de creación de audiovisuales, ya que si bien actualmente el Motion Graphics es un concepto que está en constante desarrollo, el énfasis de este proyecto se hará en la función que cumple como elemento agregado durante recitales de música en vivo. Partiendo de este punto, se generará un análisis que evidencie cuáles son los parámetros relevantes a la hora de crear Motion Graphics destinados a Backdrops de shows.

El ensayo será útil para una inserción en el ambiente de la producción musical, específicamente de espectáculos en vivo, y se lo encuentra como un buen punto de inicio para obtener una base teórica que consolide los estudios del alumno en este campo. Otra de las contribuciones de este Proyecto al área es la integración del diseño gráfico y del diseño audiovisual dentro de los parámetros teóricos, que ayudarán a lograr una mayor calidad en las producciones del alumno.

Dentro de la carrera de Diseño de Imagen y Sonido, el contenido del Proyecto se ve relacionado con los temas que comprenden las materias Diseño de Imagen y Sonido IV, V y VI, cátedras dictadas por los profesores Raquel Iznola, Fernando Russo y Juan Pablo González Cabrera respectivamente. Otra materia que incluye el desarrollo de Motion Graphics es Diseño de Producción Audiovisual II, específicamente la cátedra de Marcelo Otero, dentro de la cual se trabaja sobre los conceptos y la creación de Backdrops.

El contenido que se desarrollará a lo largo del primer capítulo de este Proyecto de Graduación va a ser de suma importancia para el desarrollo del análisis de Motion Graphics. Aquí se planteará el marco teórico que gracias al aporte de autores e

investigaciones de diferentes áreas, se podrá formular un análisis que argumentará la hipótesis que se plantea en este ensayo. En este capítulo se expondrán temas como la historia del Motion Graphics, las técnicas que se utilizan para su creación y cuáles son los elementos que definen este género y cómo surgió en la historia. Se dará definición al término Motion Graphics en base a los autores escogidos.

En el capítulo dos se estudiarán los antecedentes que vinculan las artes visuales con shows en vivo. Aquí se presentará un relevamiento de la aparición de lo visual en la puesta en escena de la música en vivo y cuál es la relación actual entre las dos disciplinas en la industria actual, tomando como ejemplo al videoclip.

Hoy en día, la música está ligada a ciertos estándares gráficos. En el tercer capítulo de este ensayo se especificarán las principales tareas del director de arte para traducir el mensaje musical en diseño gráfico. También se analizará la importancia del diseño en el soporte comercial del CD.

En el cuarto capítulo de este Proyecto de Graduación se hablará sobre la puesta en escena de un recital de música en vivo. Se abordarán temas como las variantes que existen en la disposición de los escenarios, los tipos de escenografía, la iluminación y cómo influye esto en la relación entre el artista y el público.

Por último, en base al contenido desarrollado anteriormente en el ensayo, en el quinto capítulo se compararán los shows de las artistas seleccionadas buscando conceptos en común tanto en materia de creación como comunicacional entre los Motion Graphics de cada presentación.

Será relevante incluir en este ensayo referencias a trabajos previos realizados en la Universidad de Palermo, tanto de alumnos de la carrera Diseño de Imagen y Sonido como de otras. Esto le dará al trabajo una mayor riqueza en contenidos y conceptos.

Como antecedentes relacionados a este trabajo se han encontrado Proyectos de Graduación de alumnos de la Universidad de Palermo entre los que se destacan el de Mariela Camerano, presentado en 2014, donde aborda al Motion Graphics desde un

punto de vista evolutivo. Pasando por su aparición desde el mundo cinematográfico, se traza una línea a través de toda la evolución que sufrió este formato hasta llegar a ser utilizado en diferentes plataformas actualmente como un soporte de comunicación. El mismo le aporta a este ensayo soporte en el marco teórico sobre la historia del Motion Graphic.

Por otro lado, en la investigación de Julieta Da Silva titulada *Motion Graphics. La evolución del diseño y la comunicación audiovisual* (2015) se habla de la función comunicacional del Motion Graphics que le brinda el componente del lenguaje visual y audiovisual. Nombra también, todos los elementos que conforman la creación de los mismos, desde los principios gráficos hasta la teoría de percepción como la psicología Gestalt. Este material será de gran utilidad dentro del desarrollo de los conceptos del tercer capítulo.

También se tomará como referencia en este capítulo al trabajo de Juan Cruz Díaz con el título de *Las técnicas de creación y el mensaje audiovisual. Herramientas digitales en la propaganda social Argentina* (2013). Si este trabajo tiene un punto de vista dirigido hacia la publicidad social, es interesante su aporte sobre las “herramientas digitales”. Habla de técnicas de procesamiento de imágenes que interfieren en el proceso de creación de Motion Graphics, haciéndolos más realistas y sofisticados. Esto conlleva a que el mensaje comunicacional que portan estas piezas sea más contundente en el público.

Otro aporte significativo en esta sección será brindado por el alumno Wolman que realizó el Proyecto de Graduación titulado *Qué es el Motion Graphics? Un proceso atravesado por múltiples saberes* (2009) donde el objetivo principal es brindar una explicación sobre las técnicas de animación gráfica digital actuales en base a la relación del diseñador gráfico que trabaja en conjunto con un diseñador de imagen y sonido. Se abordan temas de ambas disciplinas, tanto técnicos como teóricos para concluir qué elementos aporta cada una a la creación de Motion Graphics.

Como referente universitario también se utilizará será el Proyecto de Grado de Sofía Belén Di Lullo, titulado *El poder de los Motion Graphics (Influencia en la marca de un canal de televisión)* (2016) donde la autora hace un repaso de los principios compositivos de un Motion Graphic de todo el proceso que rige la estética visual partiendo desde una idea inicial. Si bien este ensayo está aplicado a gráficas de televisión, la idea es seleccionar los conceptos en común con la temática de este proyecto y enriquecer el contenido del mismo.

En el desarrollo del tercer capítulo se incluirá un tema tratado por la alumna Pilar Aquerreta en su trabajo *Art-à-porter. Multiespacio: galería.boutique* (2012), donde a pesar de pertenecer al área del diseño de moda, habla de vanguardias artísticas del siglo XX y XXI.

El contenido del Proyecto de Gradación de la alumna Villar titulado *Visuales para shows musicales. Las imágenes como generadoras de un mundo inmersivo e interactivo* (2016) será de suma importancia para el cuarto capítulo de este ensayo ya que aquí la autora hace una investigación sobre el nacimiento y la utilización de elementos visuales dentro de la escena musical y los distintos los componentes escénicos del recital. También hace un análisis sobre el rol del espectador frente al espectáculo audiovisual y plantea llevarlo hacia la interactividad del mismo con las imágenes proyectadas durante el show. Otro trabajo relevante en esta área es el de la alumna Camila Cescutti: *Atractivos Visuales en Conciertos. La implementación de videoarte e instalaciones* (2013), donde propone analizar cómo es el proceso de producción de una pieza audiovisual que se incluirá en un espectáculo de música en vivo. Para ello se analizan tres bandas actuales que presentan en sus shows diferentes propuestas visuales con el fin de dar en cuenta cómo se llevó a cabo su producción y realización y cuáles fueron las expectativas y resultados de los mismos. A su vez el Proyecto de Graduación de Estefanía Villanueva que lleva el título *La narrativa audiovisual y los efectos especiales en los videoclips* (2012) habla del sentido y las técnicas de las piezas audiovisuales que se emplean en la actualidad para publicitar y

promocionar temas de los artistas, junto con un relevamiento de la historia y el desarrollo de los éstos, la autora contrapone videoclips de Michel Gondry y David Fincher frente a contenidos que argumentan sobre el concepto de estas piezas. El contenido de este ensayo aportará valor a la relación entre los Motion Graphics y la imagen de las artistas pop.

Por último, el trabajo de la alumna Parrinella *Diseñar un sonido. La dirección de arte como fiel representación visual del lenguaje musical, aplicada como medio publicitario en las tapas de disco.* (2013) brindará a este Proyecto un análisis del rol de un director artístico frente el diseño de la tapa de un CD musical que intenta representar la identidad del sonido del artista. Este punto de vista se puede llevar al campo del diseño de Motion Graphics. Parrinella también relaciona a lo largo de sus capítulos, los elementos compositivos que dan lugar a la creación de esta sinergia entre el diseño gráfico y los distintos estilos musicales.

Capítulo 1. El nacimiento del Motion Graphics

1.1. El concepto Motion Graphics

Se entiende al concepto Motion Graphics como Gráficas en Movimiento. Su denominación se presenta en inglés por la universalidad del término y la necesidad de ser comprendido en todo el mundo. A lo largo de los años el alcance de esta pieza presentada en distintos soportes creció más que cualquier otro formato audiovisual. Para continuar hablando de Motion Graphics es necesario definir el término en base a lo que escribió José Cuesta Martínez en su tesis doctoral, en la cual refiere al Motion Graphics como el uso de gráficos, vídeos, secuencias de imágenes, tipografías u otros elementos de diseño en movimiento. (2015, p. 267)

El movimiento es algo constante en la vida que fue explorado por muchas disciplinas a lo largo del tiempo. La aparición de nuevas herramientas, tales como las computadoras, dieron lugar a emular este movimiento en todo tipo de elementos que en un pasado se suponían inanimados, tal como pasó con el diseño gráfico y los Motion Graphics. Esto desembocó en la creación de un nuevo lenguaje, una nueva plataforma que contiene un mensaje. Según Krasner, el movimiento en combinación con imágenes y palabras (y sonido si está disponible) multiplica las oportunidades de encontrar sentido. (2008, p. 137) Dicho esto, se da por entendido que la función del Motion Graphics es transmitir un mensaje, que gracias a los variados elementos que lo componen, hacen más eficiente la recepción del mismo en el espectador.

Es fundamental diferenciar el término Motion Graphics de la animación digital 2D. Esta diferencia reside en que los elementos del primero pueden moverse en un espacio tridimensional, siendo estos elementos secuencias de video o imágenes además de texto, ilustraciones vectoriales y elementos 3D, mientras que la animación 2D permanece plana y da la sensación de moverse sobre planos verticales y horizontales todo el tiempo. Otra aclaración relevante es la diferencia que existe entre los espacios que se plantean para la composición de un gráfico estático y un gráfico en movimiento. Mientras que en el

primero la composición espacial es el área visible, en los Motion Graphics se da a cabo la composición en el entorno que contiene la acción desarrollada en ese momento.

Este género presenta una estructura formada por diferentes elementos y formas compositivas tales como figuras geométricas, gráficos vectoriales, tipografías, fotografías, mapa de bits, recursos de video y audio. El movimiento es la característica principal de un Motion Graphics ya que transmite la sensación de que todos los elementos están en constante desplazamiento aunque no necesariamente tengan que trasladarse, también se suelen utilizar recursos como transformaciones de formas, de color y de tamaño.

1.2. La aparición del Motion Graphics

A partir de la aparición del Motion Graphics, se generó un nuevo paradigma dentro del lenguaje audiovisual y esto cambió la comunicación del cine, la televisión y las presentaciones institucionales de empresas en todo el mundo. Frascara afirma que el diseño debe dedicarse a “la producción de comunicaciones visuales dirigidas a afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente”. (2000, p. 2) Para realizar esta tarea exitosamente, el Diseñador deberá atravesar un proceso de abstracción en el cual deberá poner énfasis en aquellos elementos que transmitirán de manera más clara su mensaje.

Autores como Krasner, Cuesta Martínez y Palacios, entre otros, sostienen que la primera aparición del Motion Graphic se da cuando Saul Bass interviene en la creación de los títulos de *Vértigo*, dirigida por Alfred Hitchcock en 1958.

“Bass viewed the credits as a logical extension of the film and as an opportunity to enhance the story” [Bass veía los créditos como una extensión lógica del film y como una oportunidad para mejorar la historia] (Krasner, 2008, p. 21)

Bass comenzó a trabajar en la creación de títulos animados en películas a partir la década de 1950, aplicando sus conocimientos como diseñador gráfico a animaciones que dieron vida a los créditos de películas de Alfred Hitchcock, Martin Scorsese, Stanley

Kubrick y Otto Preminger, entre otras. Estas animaciones eran simples, estaban compuestas por filmaciones, tipografía y elementos gráficos planos tales como líneas, polígonos, puntos, etc.

A partir de esta nueva aplicación se creó un nuevo foco de atención para el público, integrando la estética e historia de la del film con información que antes no resultaba atractiva a la mirada del público.

Al mencionar los Créditos de la película *Vértigo*, no se pude dejar de nombrar a John Whitney, quien como expone Thomas Ciufó, fue un pionero en el área de la animación gracias al estudio de nuevas aplicaciones tecnológicas que utilizó para sintetizar sonido digitalmente y crear Motion Graphics en los que incluía animaciones 3D. (2004, p. 2)

Como una primera referencia a lo que consagraría a Saul Bass dentro de los Motion Graphics, se pueden tomar los créditos de la película dirigida por Otto Preminger, *El hombre del brazo de oro* de 1955. En este fragmento introductor que dura aproximadamente un minuto y medio, Bass hace uso de un fondo negro y figuras blancas. Estas figuras blancas son líneas gruesas animadas que componen el espacio alrededor de los nombres que presentan los créditos. Lo innovador en la época en la que fueron creados fue la transformación que sufre una de las líneas hacia al final de la animación al convertirse en un brazo. Aquí la utilización de formas sesgadas y la contraposición del blanco y el negro, en conjunto con el tempo de la música que acompaña rítmicamente la animación, generan un fiel espejo del mensaje que pretende dar la película.

En cuanto a los créditos de la película *Vértigo*, realizados tres años posteriores a su primera intervención en el cine, Bass decide trabajar sobre el guion de la película y plantea que los créditos iniciales sean una metáfora del filme dejando entrever tanto el argumento principal como la intención general del mismo. (Alcaraz Pagán, 2016, p.63)

La distinción que logró Bass a partir de esta pieza audiovisual no hubiese sido posible sin la investigación tecnológica que le aporta John Whitney.

“Computer technology has made it possible for visual music designers to transcend the limitations of physics, mechanics and optics, and overcome the specific/general conflict inherent in electromechanical and optomechanical visual instruments” [La tecnología de las computadoras hizo posible a los diseñadores de música visual trascender las limitaciones de la física, mecánica y óptica, y superar el conflicto específico/general inherente en instrumentos electromecánicos y fotomecánicos] (Levin, 2000, p. 33)

Levin habla aquí de la ventaja que obtuvo John Whitney al pasar de la producción de animaciones fotomecánicas cuadro por cuadro a la producción animaciones automatizadas procedentes de máquinas, creadas por él y su hermano James.

A partir de experimentaciones Whitney y Bass obtuvieron un nuevo sistema de animación que mediante sistemas digitales creaban diferentes patrones animados.

Para Saul Bass el diseño gráfico sobre todo debía cumplir una misión: comunicar un mensaje de la manera más clara y concisa. Los recursos que como diseñador tenía para alcanzar este objetivo eran la simplicidad, el poder de la ambigüedad mediante el uso de la metáfora y la introducción de imágenes con gran capacidad evocadora. (Fernández y Domínguez, 2011, p.11)

Estas características de trabajo que desarrolló Bass, en conjunto con las nuevas tecnologías aportadas por John Whitney, determinaron a grandes rasgos lo que luego serían los Motion Graphics.

1.3. Principios y técnicas de la animación

“Desde los comienzos de la humanidad el ser humano quiso y tuvo interés por el movimiento. Ya desde las épocas prehistóricas se pudo observar que las pinturas de las cuevas como Altamira, Lascaux, poseían animales con una cantidad de extremidades que eran las representaciones que el hombre primitivo veía cotidianamente al trasladarse los mismos” (González, 2008, p. 11)

Tal como presenta Ramiro González en su Proyecto de Graduación, el hombre siempre estuvo en la búsqueda de imitar la realidad en la que vive. En este caso es necesario desarrollar brevemente la historia del descubrimiento de la animación para comprender las técnicas que se utilizan los realizadores audiovisuales hoy en día para generar esta ilusión óptica.

Se ha registrado en la historia que el primer antecedente de la animación se remonta a 1640, cuando Anthonasius Kircher inventa la linterna mágica. Este dispositivo era un modelo rudimentario de lo que hoy se conoce como proyector. El mismo “consistía en una serie de cristales grabados que al ser producidos mecánicamente uno tras otro generaba la ilusión del movimiento”. (González, 2008, p.13)

No fue hasta 1824, que Peter Mark Roget presenta una investigación donde habla de los principios de la persistencia retiniana. Estos principios se basan en la permanencia de la imagen visual por una décima de segundo en la retina del ojo del ser humano. Esta imperfección en el sistema óptico se debe a que en el proceso de visualización la imagen debe ser percibida por la retina, codificada por las células fotorreceptoras las cuales envían los estímulos al cerebro mediante el nervio óptico, donde son decodificados los impulsos eléctricos y se recrea la imagen visualizada por el individuo. Todo el conjunto de operaciones que debe realizar el ser humano para procesar una imagen dan lugar a las técnicas de animación en de las que se hablarán.

En este ensayo se tomará como punto de inflexión a la invención del Zoótropo. Este aparato fue creado en 1834 por William George Horner. El zootropo es un objeto que consta de un cilindro hueco con cortes con una tira de dibujos dispuestos en su superficie interna, estos dibujos tienen una continuidad de movimiento entre sí. Al girar dicho cilindro, el espectador puede observar a través de los huecos la ilusión de movimiento.

A partir de la popularidad de este dispositivo se fueron desarrollando nuevas tecnologías claves para el nacimiento del cine. Estas dieron lugar a invenciones tales como el cinematógrafo, desarrollado por los hermanos Lumière en 1895 y el quinematógrafo, creado por William Kennedy Laurie Dickson y Thomas Edison en 1890. Ambos aparatos son los precursores del actual proyector cinematográfico.

A principios del siglo XX los animadores de Disney desarrollaron una técnica. Ésta se basaba en que cada segundo de animación debía tener 24 cuadros, estándar que se utiliza hasta hoy en día. Para crear los cuadros realizaban un dibujo en papel por cada

uno y luego los copiaban a láminas de acetato donde se diferenciaba todo lo que tenía en movimiento en una lámina y lo inmóvil en otra. Finalmente, la superposición de láminas estáticas y láminas con movimiento se fotografiaba y dichas fotos eran montadas para crear la ilusión de movimiento. De este modo, el espectador ve el movimiento pero por ser animación no existe ya que es una ilusión óptica (Ràfols y Colomer, 2003), solo se trata de una progresión de imágenes con mínimas variaciones que siguen cierta línea de continuidad.

En el proceso de animar, es fundamental tener en mente lo que va a ocurrir antes de comenzar con a realizar la animación, hay que tener presente el relleno, el fondo, los trazos, la composición de todo el entorno, la música, sonidos, la narración, los diálogos y, lo más importante: la continuidad dramática de los movimientos para lograr una narración fluida. Existen muchos principios en la animación para lograr esto, tales como el de estirar y encoger, que se basa en la exageración de la transformación del objeto mientras está en movimiento; el de la puesta en escena, donde se define el entorno mediante la posición de los elementos que se muestran en cuadro; la acción directa y de pose a pose, mientras que el primero se basa en la muestra completa de la acción con un determinado fin, la segundo solo muestra las poses relevantes dentro de la animación. Otro principio que hay que tener en cuenta al momento de animar es el *timing*. Aquí hay que tener en cuenta el momento justo en el que el personaje debe realizar una acción. Este principio va de la mano con la exageración, ya que, al tratarse de una acción importante dentro de la animación, la misma debe ser exagerada en mayor o menor medida para que no pase desapercibida. El principio de la exageración suele ser combinado con música o sonidos que incrementen el efecto en el espectador.

Estos principios fueron utilizados por Saul Bass en sus piezas audiovisuales. A partir de este momento, animación siguió evolucionando paralelamente junto con la cinematografía tanto tecnológica como estéticamente:

El gráfico y el cinematográfico confluyeron para dar nacimiento a un arte nuevo: la animación, nuevo para la pintura (heredera: la animación experimental y abstracta)

nuevo para el dibujo (los dibujantes de los comics encontrarían un medio que los haría mucho más populares) y nuevo para el cine (el dibujo en movimiento se veía con más magia que las imágenes derivadas de la vida real, pero exigía de la tecnología la invención del Stop Motion: la filmación cuadro por cuadro de las distintas fases del movimiento, para luego reconstruir el mismo en el «Tiempo real»).(Desplats, 2005, p. 72)

En base a lo que dice Desplats se destaca la utilización del Stop Motion en la era analógica. El Stop Motion es una técnica de animación que consiste en aparentar el movimiento de objetos estáticos por medio de una serie de imágenes fijas sucesivas. (Di Lullo, 2015, p. 20). Ésta técnica fue evolucionando a lo largo de los años, y si bien hoy en día sigue siendo utilizado para crear animaciones, gracias a la aparición de la computadora a mediados de los ochenta y su gran masificación en los la década posterior, la mayor parte de la producción del Stop Motion es realizada digitalmente.

En el caso de la animación cuadro por cuadro actual, el proceso comienza registrando cada fotograma de la secuencia a representar, y luego son unidas para crearla. Hasta este punto el proceso sigue siendo igual que en el Stop Motion analógico, solo que ahora las imágenes son escaneadas y montadas en una computadora para manipularlas con mayor facilidad.

Entre las técnicas de animación manual más relevantes se pueden distinguir la animación manual basada en el dibujo a mano alzada y la animación creada con objetos físicos manipulados sobre superficies.

En cuanto a la animación tradicional, dentro del Stop Motion existen varios tipos de técnicas dentro de las cuales las más utilizadas actualmente son la Pixilación, que consta de la animación de objetos inánimes rígidos o personas que se mueven a través de la escena pero manteniéndose siempre en la misma postura. Esta técnica, al igual que la mayoría incluidas dentro del Stop Motion, es concebida mediante fotografías que montadas juntas generan la ilusión de ser una secuencia filmada.

Otra variante de esta técnica es el *Claymation*, donde los personajes son modelados con plastilina o plástico maleable en una escala pequeña. Esto le permite al artista de *Claymation* mover cada parte de los modelos y acomodarlos en la escena, para que

luego pueda ser fotografiado el cuadro. Una vez que se obtienen todos los fotogramas, la secuencia montada logra un movimiento suave y continuo gracias a las pequeñas modificaciones de los modelados realizadas entre cuadro y cuadro.

A partir de este punto el Motion Graphic se relacionó definitivamente con los conceptos de animación 2D y 3D. Las diferencias entre estos tipos de animaciones consiste en el volumen que se puede obtener de imágenes 3D, que no está presente en las representaciones bidimensionales que permite el 2D, sin embargo en este último se puede simular la percepción de diferentes niveles de profundidad mediante sombras y otros efectos de movimiento.

Según Cuesta Martínez, el Motion Graphics se basa en la colocación de elementos 2D dentro de un espacio 3D que actúa a modo de teatro, es decir, de manera frontal a la escena se coloca un cámara automáticamente que puede moverse libremente por el espacio 3D. (2005, p. 269). Sin embargo, se trabajará con la idea de que elementos planos (2D) tienen la posibilidad de generar la sensación en el espectador de que se están moviendo dentro de 3 planos distintos. Esto es una manipulación de la técnica ya que un elemento 2D se puede mover solo en dos planos y el tercero, que sería la profundidad, se genera mediante la redimensión del elemento.

Con respecto a realización, el Motion Graphics adquiere muchas cualidades del cine en cuanto a continuidad del movimiento. El movimiento de cámara permite mantener la continuidad espacial y entre segmentos. Esta técnica de cámara surge por primera vez en escenas de la película *Citizen Kane* de Orson Welles (1941) y es reutilizada por Saul Bass y John Whitney en la realización de los créditos de la película *Vértigo* de 1958 dirigida por Alfred Hitchcock donde se asocia espacialmente la imagen del ojo de una mujer y un espiral que gira sobre el centro de él, dándole un nuevo sentido a la secuencia.

La continuidad gráfica se considera indispensable dentro de las técnicas de realización de esta disciplina. La misma se basa en los elementos compositivos como la línea, la

forma, el color y la textura. Se plantea que debe haber continuidad de los mismos de un cuadro a otro, aunque no necesariamente de todas las propiedades que componen la imagen a la vez. Este tipo de continuidad se ve aplicada por primera vez en Motion Graphics en los créditos de la película *El hombre del brazo de oro* de 1955, creados por Saul Bass, donde sobre un fondo negro se genera la transformación de una línea blanca en la silueta de un brazo con la misma característica en cuanto a su relleno.

Existen diferentes tipos de imágenes: abstractas, tipográficas, ilustraciones, fotografías, etc. La elección de las mismas va a determinar el tipo de animación que se utilizará en el Motion Graphics, y eso desemboca directamente en el mensaje que se transmitirá con el mismo. Un factor muy importante dentro de éste es la manipulación de las imágenes, se les pueden aplicar técnicas como recorte, iluminación, distorsión, distorsión, manipulación del color, deconstrucción, capas, enmascaramiento y efectos especiales. Estas deberán estar regidas por el contenido del guion gráfico de la pieza animada.

1.4. Elementos que componen al Motion Graphics

Para crear apropiadamente una comunicación visual, hay que comprender lo que se desea expresar y de qué forma. Según Sáenz Valiente: “El enorme poder del mensaje visual radica en su inmediata captación, porque es comprendido directamente sin que medie ningún tipo de decodificación”. (2008, p. 104) pero para lograr esto, se necesita tener en cuenta que el diseño audiovisual es un sistema de comunicación basado en la expresividad de la forma por medio de un sistema de signos que será compuesto por signos visuales, auditivos y verbales. (Ràfols y Colomer, 2003, p. 14)

Scott, expone por otra parte que la composición puede entenderse como “la organización total, incluyendo la figura y el fondo, de cualquier diseño. Todas las formas individuales y las partes de las formas tienen no sólo configuración y tamaño, sino posición en él.” (1951, p. 19)

Hay muchos elementos y parámetros que entran en juego al momento de abordar la composición de un Motion Graphic. Para empezar, se debe tener en cuenta el espacio bidimensional en el que se va a crear la interacción entre figura y fondo. En él pueden intervenir elementos visuales básicos tales como punto, línea, figura, color, tono, textura, escala y perspectiva.

El punto es la unidad más simple e irreductible de los elementos visuales. Existen diferentes tipos de puntos dentro de la composición, los que se crean a partir de la intersección de otros elementos y los que son deliberadamente unidades separadas. En ambos casos, el punto tiene mucha predominancia en el encuadre ya que refuerza la composición creada a su entorno. (Sáenz Valiente, 2008, p. 116)

La línea dentro de la composición audiovisual puede ser concebida tanto como un punto en movimiento, como la historia del movimiento de un punto.

Existen diferentes tipos de líneas. En este caso será relevante diferenciarlas en dos grupos: las curvas y las rectas. Mientras que las líneas curvas le aportan una mayor armonía a la composición, las líneas rectas pueden generar más rigidez y tensión en la escena dependiendo de su orientación. En dirección vertical y horizontal las líneas denotan estabilidad. En cuanto a las diagonales, dependiendo la inclinación de su ángulo pueden generar inestabilidad o dinamismo.

Otro elemento compositivo del diseño audiovisual es la figura, la cual está delimitada por una línea cerrada. La clasificación de las figuras dependerá de su estructura básica, pudiendo ser esta circular, rectangular o triangular.

Al hablar del color, es válida la aclaración de que se está haciendo referencia a la capacidad perceptiva de la luz o de la falta de ella. Toda percepción de color está conformada por síntesis aditiva de diferentes cantidades de rojo, azul y verde. El tono es una de las características que determinará qué color será percibido. Físicamente el tono se corresponde con la longitud de onda del espectro de luz.

En este ensayo el enfoque que se le dará a la definición de tono es la que expone Sáenz Valiente (2008) donde demuestra que la calidad tonal es lo que permite diferenciar los objetos compositivos dentro de una pieza audiovisual.

Tanto la escala como la perspectiva cumplen el rol de darle espacialidad a la composición. La escala trabaja con la relatividad entre los elementos de la escena y su tamaño, con la comparación entre ellos. De este modo el espectador puede conjeturar la dimensión de los componentes de la escena respecto al universo en el que están presentados.

Cuando se trabaja con perspectiva, en cambio, se le aplican nuevas variables a los objetos. La sensación de tridimensionalidad del espacio permite que el espectador pueda ubicar en profundidad los elementos y distinguir las distancias entre unos y otros a partir de los puntos de fuga que entren en acción en el encuadre.

Además de estos recursos gráficos, los Motion Graphics incorporan el uso de tipografía, imágenes grabadas, animaciones 3D y sonido.

En el diseño audiovisual la tipografía es utilizada con una nueva variable: el tiempo. En diseño gráfico el uso de tipografías “está estrechamente relacionado con el tratamiento del espacio” (Ràfols y Colomer, 2003, p. 44) pero en cuanto incorpora el tratamiento del tiempo, la semántica proveniente tanto de su estilo como de su ubicación estática en el espacio se resignifica. Gracias a esto, la asociación que se crea entre significante y significado puede verse modificada de infinitas formas.

1.5. El proceso creativo del diseñador

Un diseñador que realice Motion Graphics es un profesional que incluye dentro de su formación conocimientos en iluminación, grabación o filmación, fotografía, montaje o edición de video, diseño gráfico, animación y construcción de guiones. El diseñador también comprende las diferentes etapas de construcción que conllevan los diferentes estilos de piezas. Entre estos, se pueden diferenciar la preproducción como el paso

previo a la realización del Motion Graphics, la producción como el momento de construcción y por último la postproducción donde el diseñador pule los detalles de la pieza y finaliza los dos procesos anteriores. Según Ràfols y Colomer (2003) el paso por las diferentes etapas de producción complementa el proceso creativo dándole una mayor madurez y calidad al proyecto.

Un diseñador de Motion Graphics debe estar especializado en el campo específico de realización de contenido audiovisual, ya que el desarrollo de esto presenta un nivel de complejidad alto y pretende el uso de softwares imprescindibles para una realización dentro de un parámetro de tiempo adecuado. En el caso de los Diseñadores de Imagen y Sonido, son tan variados los campos de estudio que pueden llegar a abarcar, que se vuelve compleja la tarea de concretar una pieza profesional si no se indaga y practica sobre una disciplina específica por voluntad del diseñador. Su formación cuenta con contenidos de diseño gráfico, diseño audiovisual, edición de sonido, etc.

El Diseñador Audiovisual debe tener las capacidades para poder adaptarse profesionalmente al medio, basado tanto en el conocimiento del hecho estético como en una sólida formación técnica y tecnológica que le permita ahondar en prácticas puntuales dentro de las distintas ramas de la creación y la producción.

En cuanto a la tarea del Diseñador Audiovisual, la utilización de herramientas digitales es indispensable hoy en día. Tal como dice Sáenz Valiente:

La computadora es, sin duda, una herramienta maravillosa al servicio del artista, pero ha provocado muchos malentendidos al ofrecer "programas que animan". La obra siempre será una creación de quien maneja las herramientas, sin importar cuales sean éstas. Quien sabe animar puede aprender a utilizar un programa específico en poco tiempo, mientras que lo inverso no es cierto, ya que quien sepa operar un programa de éstos no necesariamente sabrá como animar. (2008, p. 559)

Un profesional que tenga destreza en la utilización de herramientas digitales lleva ventaja sobre uno que no la tenga, sin embargo, esto no garantiza que la animación esté bien lograda, ya que para eso, el Diseñador debe tener conocimientos teóricos y técnicos sobre el arte de animar. Es muy importante diferenciar entonces, el papel de un animador del de un diseñador. Mientras que el primero se dedica enteramente a la técnica de

animar, el diseñador trabaja en la integración de la técnica y la teoría de esta disciplina para lograr una pieza comunicacional correcta.

El trabajo de un Diseñador Gráfico le permite realizar una correcta composición en cuanto a imágenes. El Diseñador Gráfico puede definirse como un profesional que busca la manera de comunicar visualmente algo que se desea dar a conocer, para que sea recibido por un destinatario con la menor distorsión posible. (Wolman, 2009, p.5). El rol de este diseñador es comunicar mediante la expresión visual, por eso, es importante que dentro del desarrollo de un Motion Graphics esté involucrada gente con saberes de esta disciplina, ya que el objetivo principal de éste es transmitir conceptos.

Para lograr un trabajo creativo el Diseñador debe tener en cuenta tres aspectos:

“la novedad de la propuesta, es decir, su grado de originalidad respecto a lo precedente y su capacidad de diferenciación. [...] La calidad de las soluciones, y [...] que las soluciones sean adecuadas al problema planteado, que sean eficaces y cumplan la función para la que han sido requeridas.” (Ràfols y Colomer, 2003, p. 56)

A partir de la etapa de preproducción el Diseñador debe tener el conocimiento necesario de lo preexistente para ser innovador en su propuesta por lo que es necesario que sea un profesional con experiencia en su área. Para poder trabajar en los otros dos aspectos el Diseñador debe tener la capacidad de transportar las soluciones que plantea a distintos escenarios para comprobar que la misma es funcional al caso.

En conclusión, la tarea del diseñador gráfico en la creación de un Motion Graphics es transmitir de manera concisa y rápida un mensaje. Un buen diseñador utilizará todos los recursos que este género le brinda, desde los gráficos, como elecciones de tipografía, morfología, colores y estilos, hasta las técnicas de animación. Esto hará que el mensaje llegue al espectador de forma indirecta, lo cual transmitirá una comunicación será más pregnante y efectiva.

Capítulo 2. La relación entre la música y el arte visual

2.1. La historia del arte visual en los shows en vivo

En este capítulo tratará de una de las ramas de las artes visuales más nuevas, el video.

Para comprender por qué esta disciplina se incluye dentro del arte se define este concepto. Si bien precisar una definición al término “arte” suele ser motivo de discusión, existen muchos autores que lograron una convención en el concepto. Proveniente del término en latín *artis*, “es una forma de manifestación humana en la cual las personas expresan mediante recursos lingüísticos, sonoros y plásticos, sus sentimientos, sensibilidades, necesidades, percepciones, opiniones, ideas y su visión propia del universo, ya sea real o imaginaria” (Villar, 2016, p. 11). Así es como el creador de la obra logra comunicarse con un público, el cual interpretará la intención del artista.

El término visual es relativo a visión, lo que significa que estas artes son comprendidas fundamentalmente por la capacidad de la vista que posee el receptor. Dondis (1992), desarrolla en su monografía que las artes visuales pueden ser creadas intencionalmente con un fin determinado o que también pueden ser creadas con intenciones artísticas. Sin embargo, agrega que siempre está presente en ellas el mensaje que quiere comunicar el autor, el cual se encuentra en la composición visual de la obra. Dondis también trata el rol del público en este tipo de creaciones. El mismo se basa en analizar y relacionar la información que obtiene de ella, y comprenderla, apoyándose en sus experiencias, sensibilidades, y cultura.

Las artes visuales incluyen a las tradicionales artes plásticas como el dibujo, la pintura, el grabado y la escultura, así como también el cine y la fotografía. Del mismo modo, existen otras artes que incorporan nuevas tecnologías o elementos no convencionales, pero que igualmente, su mayor forma de expresión es a través del carácter visual. Algunas de estas incluyen el arte digital, las instalaciones artísticas y el video. Estas formas de expresión nacen en el siglo XX, momento en el cual las artes visuales, después de la

incorporación de nuevas tecnologías, comienzan a proponer nuevos lenguajes expresivos que se complementan y fusionan con otras disciplinas como las artes escénicas.

Por otro lado, el recurso del video es visto como un medio de expresión ya que fue una de las formas que más se incluyeron en los conciertos a lo largo de historia y en la actualidad. Se puede considerar como el inicio de la utilización de material audiovisual en shows musicales en vivo, a la obra sinfónica realizada por Alexander Scriabin, *Prometeo, el poema del fuego*. En 1915, este artista decide añadir a su obra un órgano especial, que en sincronía con las notas que se tocaban en él, proyectaba luces de colores sobre una pantalla. De esta manera, los sonidos correspondientes a las notas musicales se transformaban en una imagen abstracta, agregándole una nueva significancia a la totalidad de la obra.

A partir de esta nueva aplicación surgieron variantes de este órgano. En 1919, Thomas Willfred presentó un órgano llamado *Clavilux*. Este instrumento complejo se activaba en el instante que el intérprete se sentaba frente a él y al tocar una melodía en él, era capaz de traducir las señales sonoras en proyecciones de luces con diferentes texturas, profundidades, colores y movimientos lumínicos.

Según Taquini “La palabra video significa en latín yo veo, etimología que pone en valor la mirada de la primera persona del singular, además de destacar un tiempo presente, un ver ahora desde una individualidad” (2007, p. 74). El video, más allá de ser utilizado como una técnica, puede cumplir diferentes funciones en su modo de uso, ya sea poder emplearlo para registrar momentos particulares de la vida, como es el caso del video casero o utilizarlo como plataforma artística, como sucede en el videoarte.

Si bien este lenguaje artístico permite infinidad de variaciones, posee como característica principal la experimentación con la imagen y sus formas, los cuales no siguen con patrones establecidos y pautas comerciales que se pueden encontrar en la televisión y el cine clásico.

En el videoarte, lo que predomina es la narrativa no-lineal. Aquí pueden apreciarse recursos como el montaje vertical, las imágenes incrustadas, la división de pantalla, las sobreimpresiones y la construcción del ritmo, entre otras.

El videoarte surge en la década de 1960 por parte del movimiento artístico de vanguardia, nacido en Estados Unidos, llamado Fluxus. Este movimiento buscaba romper con los paradigmas y conceptos del arte tradicional, pretendiendo la interdisciplinariedad y la adopción de materiales y medios procedentes de distintos campos. Dicho grupo se ve influido por diversas vanguardias tales como el expresionismo, el pop art, el dadaísmo y el surrealismo, así como también se vio afectado por las grandes transformaciones sociales y políticas de la época.

De esta forma, el video se transforma en un medio de manifestación artística mediante el que los vanguardistas podían expresar sus nuevos paradigmas diferenciándose del arte tradicional.

Debido a que el video es un medio consiste en comunicar a través de la imagen en movimiento, su utilización es un recurso que puede enriquecer proyectos de diversos caracteres. Consecuentemente, este medio comienza a utilizarse en otras disciplinas como es el caso de las artes escénicas, en donde es usado como registro de las actividades

Taquini explica el término video expandido a partir del texto *Cine Expandido* de Youngblood (1970) y dice: El video tendió a romper con las limitaciones del arte de pantalla y sobre todo trascender con el concepto de linealidad y foco único. De esa manera es posible de lograr lecturas de la imagen que contemplen a un espectador mucho más activo, con posibilidades de tomas de decisiones constantes. (2007, p. 78)

El cine expandido se separa del cine clásico, creando nuevos modos de narración y proyección. Dentro de estas nuevas formas de proyección, se utilizan las pantallas múltiples, que además de proponer nuevos métodos de narración, intensifican y amplían la experiencia visual del espectador.

La gran gama de técnicas cinematográficas que plantea este tipo de cine propone capturar sensorialmente al público, generando experiencias que incorporan el estímulo de varios sentidos y espacios expandidos de conciencia (Youngblood, 1970, p. 42).

2.2. Los factores que influyen en un show en vivo

Los recitales varían uno de otros según los factores que se alteren, agreguen o descarten para su concepción total. Estos pueden variar en cuanto a su comercialidad, a su presupuesto, a la cantidad de público a la que estén destinados y al nivel de experimentación que atraviese su proceso creativo.

Los shows en vivo pueden ser definidos como aquellos en donde existe una interacción entre el músico y el espectador y en donde las visuales son un acompañamiento estético y funcional que le brindan al público una nueva percepción integral del show.

Los shows en vivo poseen diferentes componentes que hacen posible a la puesta en escena. El primero es el lugar en donde se lleva a cabo éste, es decir, el espacio físico total en donde ocurre el evento. Dependiendo el grado de popularidad, comercialidad, presupuesto y decisión del artista o productor, las elecciones son diferentes entre unas y otras, sin embargo, se puede ver que la mayoría los recitales tienen en común que su localización depende del concepto básico y general del espacio y de la relación entre el artista y el público.

Muchos shows en vivo suelen ser realizados en lugares donde no hay escenarios previamente montados, por lo que su construcción debe ser realizada teniendo en cuenta la funcionalidad del mismo y sin dejar de lado la creatividad en el diseño.

También, en los espacios donde el escenario está construido previamente, como en los teatros, se les puede añadir nuevos elementos al diseño. Es necesario aclarar que el diseño del escenario tiene un significado importante a la hora de la relación entre el artista y el público ya que es el límite físico que los divide.

Las distintas formas creativas que pueden adquirir el diseño del escenario van a definir el tipo de interacción que habrá en el show. Los escenarios pueden disponerse de forma rectangular, en donde el público se ubica de manera frontal a éste, siendo esta la forma clásica en la que el espectador visualiza el show.

Montmollin agrega que “En los recitales, el espacio no debe ser decorado ni embellecido, sino que debe ser atractivo y presentar una sucesión de efectos y tecnologías que deslumbren al público y generen impacto, proveyendo al espectáculo de diversos matices” (2013, p. 47). Se puede decir entonces, que la escenografía tiene que tener propósito específico al momento de incluirla en el show y no se debe limitar solo al hecho de decorar un espacio.

A través de los colores, texturas, dimensiones, formas y tecnologías, la escenografía cumple la función de acentuar y reforzar el concepto de show audiovisual en el que no solo se destaca la parte musical y sonora, sino que también se le da importancia a la imagen estética, generando así un evento atractivo en el que el espectador encuentra sus sentidos visuales y sonoros envueltos en una atmosfera diseñada especialmente para la ocasión.

Los elementos escenográficos en recitales de gran magnitud, deben ser visibles aún desde las distancias más lejanas del escenario; por ello, los rasgos escenográficos deben ser exagerados y de este modo permitir al espectador la visualización y diferenciación entre un elemento y otro.

Por otro lado, hay que tener en cuenta que actualmente la tecnología multimedia es utilizada cada vez más en los shows en vivo, por eso el escenógrafo debe trabajar en conjunto con los desarrolladores tecnológicos para crear espacios para estos soportes. En este último aspecto es en donde se ve incluida la utilización de las proyecciones de visuales como acompañante de la escena en vivo.

La iluminación en los recitales no solo cumple el rol de darle visibilidad al artista, sino que también es una de las encargadas de crear la atmósfera general, tanto sobre el escenario

como por fuera de él. La iluminación es capaz de generar diferentes estados de ánimo en el espectador, acentuar determinadas partes de una pieza musical, diferenciarlas entre sí y dirigir la atención a los intérpretes o a otras partes del espacio.

La iluminación puede variar según el estilo musical de cada intérprete. Sirlin habla de que estas variaciones se tratan de la intensidad, la distribución, el movimiento y el color. El autor explica que por intensidad se entiende como la cantidad de luz presente que depende de diferentes factores tales como el número de fuentes utilizadas, la potencia de las mismas, la distancia entre la fuente y el objeto a iluminar, como también el uso de filtros. Por distribución, expone que es la dirección de la luz: su angulación, su posición, su forma y su calidad.

Por último, Sirlin explica que el color se modifica agregando filtros a las luces o desde la programación de la consola de control de iluminación. (2005, pp. 56-64)

La instalación y la operación del sonido es un elemento fundamental en un show en vivo, ya que influye a la hora de ejecutar la música y de ser escuchada por el público. Los aspectos que se deben tener en cuenta al momento de la instalación sonora son la acústica del lugar, el tamaño del espacio donde se lleve a cabo, la cantidad de espectadores presentes, el género musical que ejecute el artista y la cantidad de músicos en escena, entre otros. El técnico en sonido también influye en la calidad del audio, ya que es el encargado de regular los niveles de volumen de sonido de cada instrumento o voces que efectúen los artistas, logrando o no, que el sonido sea escuchado de la manera más fiel posible a la intención del artista.

Seeger explica a la música como un sistema de comunicación auditiva y el rol del artista como portador del discurso musical es muy importante ya que pasa a ser el emisor del mensaje musical, dejando a la audiencia como receptora de su mensaje y el lugar donde sucede el recital, el contexto. También expone que en la emisión de este discurso intervienen aspectos que le otorgan al mensaje mayor o menor fuerza influyendo sobre la recepción del mismo por parte del público. (1977, p. 43)

La proyección de imágenes que ocurre durante el show, como se dijo anteriormente, es definida con el término Backdrop. Los Backdrops pueden cumplir diferentes funciones durante un show de música en vivo, actuando como escenografía o acompañamiento de la música. Las imágenes que los componen representan estéticas novedosas especialmente creadas para el espectáculo en vivo, ayudando a definir la estética del artista en cuestión o buscando traducir en imágenes lo que está ocurriendo en la canción interpretada en ese mismo momento.

También es común que en recitales de gran magnitud, los Backdrops sean reproducciones de lo que ocurre en el escenario y en la audiencia, dejando que los espectadores que se encuentran a mayor distancia puedan apreciar lo que está sucediendo de forma más detallada.

Los Backdrops pueden estar formados por imágenes provenientes de distintos recursos, desde videoclips del artista hasta materiales de archivo y/o imágenes creadas específicamente para el evento. Las proyecciones de los mismos pueden ser de índole artística, las cuales comunican de una manera abstracta las sensaciones que se quieren transmitir, de esta forma, se logra otro medio alternativo de expresión en donde se busca que el público experimente multisensorialmente un show. Esto se debe a que al hecho de escuchar la música interpretada por el artista y poder verlo en escena, se le agrega el componente artístico digital que le otorga al espectador otros estímulos visuales más complejos, generando de esta forma un impacto visual más amplio. Para lograr esto, el video se fusiona con la música en vivo creando un producto audiovisual único y efímero, que el público podrá presenciar.

Cescutti explica que:

Incluir al espectador como parte de una obra de instalación significa situarlo en el marco de una experiencia teatralizada, en la que se ponen a su alcance diferentes clases de medios para su disfrute y sorpresa dentro de un show. Con la intervención de estos modelos audiovisuales se logran concebir nuevas respuestas por parte del público, que articulan la relación artista – espectador en una faceta que altera su experiencia sensitiva y lo invita a hallarse un espacio y momento único dentro del show. (2013, p.49)

Sin la presencia del público, el show en vivo carece de sentido ya que su realización se basa en la presentación de la obra artística frente a una audiencia. Al asistir a un show, el público no busca simplemente escuchar al artista, sino que también pretende participar de un espectáculo donde los factores sonoros, visuales y emocionales lo hagan verse inmerso. Esto genera una situación audiovisual ficcional en donde todo el público es atraído a otra realidad en la que el show ocurre.

2.3. El show en vivo y la experiencia del espectador

La palabra *Show*, traducida al español significa espectáculo. Este término hace referencia a una función o diversión pública celebrada en un tiempo y lugar determinado en el que se reúnen los individuos. Las acciones sobre las que los individuos se reúnen, pueden ser perpetradas o generadas por otros como ellos, formando una sociedad en la que se pueden alterar determinadas convenciones sociales del mundo externo al espectáculo (Brook, 2002, p. 45). Este concepto puede ser aplicado a diferentes tipos de show en vivo, ya sean teatrales o musicales.

El papel del espectador está predefinido según lo planteado por el creador del acontecimiento a mostrar, pero eso no significa que el receptor se ajuste a percibir el evento de esa determinada manera. En los shows convencionales la relación entre el artista y el espectador es fundamental y se puede dar de diferentes formas y con diferente intensidad. En este caso, la audiencia se reúne para disfrutar de un show determinado en donde dejan de ser simplemente un grupo de personas para transformarse en un *alma colectiva*, dando como resultado la desaparición del individualismo, la disminución de la inteligencia individual y el aumento de las emociones (Brook, 2002, p. 52).

Este fenómeno se genera a partir de la interpretación y la música ejecutada por el artista, que lleva al público interesado a adentrarse en su obra emocionalmente o intelectualmente. Sin embargo, la formación del alma colectiva puede no realizarse si el

público que asiste es difícil o frío. Esto es algo que sucede en los grandes festivales en donde la audiencia es variada y la totalidad del público no está interesado en un mismo artista, por lo que los espectadores se encuentran en diferentes sintonías y no logran la unificación colectiva.

Durante el show, el intérprete percibe si la unión es lograda o no y puede llegar a influir sobre el público para romper con la barrera imaginaria que lo separa de los espectadores. Esta pared invisible es definida en el ambiente teatral como cuarta pared, siendo esta la que se encuentra delimitando el escenario del público.

El intérprete puede romper la cuarta pared interactuando con el público, ya sea mediante gestos, hablándoles, arengándolos y animándolos a que se involucren emocionalmente en el show. Sin embargo, no todos los artistas desean interactuar con los espectadores, convirtiendo el momento del show en una experiencia teatral clásica.

Para que el espectador logre una conexión con el entorno, es necesario que el intérprete sea capaz de generar un clima adecuado para que la audiencia genere empatía con lo que está sucediendo y poder sentirse parte del show total.

Con respecto a la relación del intérprete y el espectador, Brook argumenta en función al teatro una idea que puede aplicarse a los shows:

Un público es resistente por naturaleza y uno debe buscar siempre lo que pueda excitar o transformar su grado de interés. Esta es la saludable receta del teatro comercial, pero el auténtico desafío surge cuando el objetivo no es el éxito, sino despertar significados íntimos sin tratar de gustar a toda costa (Brook, 2002, p. 48)

La relación entre audiencia y artista depende no solo de la actitud entre ambos sino que el diseño del espacio escénico es importante a la hora de efectuarse dicho intercambio, ya que la misma se ve afectada por la infraestructura de cada escenario, el cual puede tanto impedir como facilitar interacción. Por ello, el diseño del espacio tiene un significado importante a la hora de la relación entre el músico y la audiencia así como también en la recepción del show total.

El espacio escénico en los shows puede ser creado especialmente para la ocasión o utilizar espacios previamente construidos, sin embargo, la forma de estructurarlo suele

quedar restringida a la arquitectura de una sala teatral convencional. Si bien los escenarios al ser construidos a mayor altura de la superficie de en donde se encuentra el público, son de utilidad para que los que se encuentran encima de él sean más fácilmente vistos por la audiencia, podría decirse, que al mismo tiempo generan una sensación de distancia entre ella, el intérprete y su arte.

En los shows más multitudinarios donde el sentido comercial está más arraigado y en donde se posee un presupuesto mayor, se utilizan mayor cantidad de recursos estéticos para lograr que la relación con el espectador sea más rica, sin embargo, la estructura teatral convencional sigue estando vigente en la misma.

Los recursos que se utilizan para conformar un show en su totalidad ya fueron expuestos en el capítulo uno, entre ellos se mencionan algunos que además de poder poseer un carácter funcional, brindan un sentido estético.

A modo de conclusión, se puede decir que los elementos visuales y su utilización de los mismos en shows en vivo cumplen diversas funcionalidades, actuando como escenografía virtual, como acompañamiento de la música o mostrando imágenes en tiempo real de lo que sucede en el momento. Este último caso en particular cumple la funcionalidad de reproducir en tiempo real, sobre pantallas gigantes, lo que sucede sobre el escenario y sobre la audiencia, permitiendo que todos los espectadores puedan ver el show, aun estando en ubicaciones lejanas respecto al escenario.

2.4. Historia y definición del videoclip musical

El videoclip nace a principio de los ochentas como un producto comercial atravesado por intereses culturales. Como todo producto comercial, el videoclip sufrió procesos de estandarización de sus contenidos, con el fin de promover la venta del producto musical.

El videoclip antes de los años ochenta era un medio audiovisual que cumplía la función de promocionar a un artista, pero no tenían una base, ni formato específico para que fueran transmitidos y comercializados.

A partir de 1982 MTV transformó la forma tradicional de consumir música. Los principales cambios fueron que el videoclip se convirtió en un nuevo espacio para disfrutar una canción donde no solo se escucha, sino que también se puede ver una interpretación de la misma.

De esta manera, el videoclip pasó a denominarse como un objeto audiovisual que carga con una nueva forma de expresión, transformándose así en una nueva forma de vender música, además de ser un producto cultural y un medio publicitario (Montoya, 2001, p. 473). Esto cambió las estrategias del mercado musical, el artista de ahora en adelante debería incluir el video musical dentro de sus estrategias de venta.

Sánchez López y García Gómez definen al videoclip como una *Imago Musicae* [Imagen Musical] que intenta a operar la iconografía universal para crear conexiones, interferencias y retroalimentaciones con el arte moderno y el de otros períodos históricos. (2009, p. 8)

Complementando este punto de vista, Body y Webel presentan al videoclip como:

“una forma de arte dinámico en la que lo visual y lo musical se combina, a través de lo que se produce como 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” (1987, p. 93)

Esto deja entrever como la unión de varios recursos audiovisuales enriquece el contenido artístico del videoclip. Entre los componentes que forman esta pieza audiovisual, se encuentran el tema musical o canción, formada por letra y música instrumental, un repertorio o discurso visual, que consta del conjunto de figuras y motivos visuales puestos en escena, y por último, pueden aparecer textos escritos como parte del contenido visual. En los últimos años, el videoclip alcanzó una gran importancia gracias a la creación de obras audiovisuales con un gran contenido. Sin embargo, para que el video musical llegara a ser lo que es hoy en día hay que tener en cuenta que se dieron varios procesos importantes. El primero de ellos fue el logro de unir la imagen y la música dando como resultado una historia audiovisual. El sonido y la imagen se complementan en el cine, la

televisión, el video, y los nuevos medios. Cada una de estas formas de expresión audiovisual desarrollaron diferentes géneros y formatos, y en varias ocasiones se mezclaron generando formatos híbridos.

El videoclip puede ser visto como un híbrido ya que cuenta con elementos del cine, la televisión y musicales. Pero al ser el resultado de la mezcla de varios medios no quiere decir que no tenga validez como un nuevo formato, sino que éste con los años se ha fortalecido y ha generado elementos y características propias de su género.

Existen diferentes tipologías de videoclips, entre las cuales se pueden distinguir el videoclip narrativo. Este suele poseer las características propias de un film como un desarrollo narrativo en el cual se desarrolla la historia de uno o varios protagonistas. Otra variante de tipología son los videoclips descriptivos, los cuales no contienen ninguna progresión narrativa en sus imágenes, sino que basan su discurso visual en códigos de realización y de reiteración. Por último, se puede hablar de un videoclip descriptivo narrativo, que trata de una mezcla de los dos anteriores. En ellos suele haber momentos en que la música es parte de la historia, y otro nivel en el que se representa al cantante o grupo musical en situación de actuación en diferentes escenarios. Este es el tipo de videoclip que suele elegirse cuando se desea representar algún tipo de argumento temporal con un desarrollo narrativo reducido.

Capítulo 3. La dirección de arte y la música

3.1. La tarea del director de arte

El director de arte es una persona capacitada para aplicar el pensamiento creativo tanto en lo visual como en lo referente a la gestión del trabajo. Es responsable de la comunicación creativa y funcional de la pieza, generalmente publicitaria, y a ello se le suma la tarea de solucionar. Son responsables de maximizar el impacto de un mensaje y lograr un objeto comunicativo. Como canal, la dirección de arte es el medio por el cual se expresa visualmente una idea.

La dirección artística se centra en lograr un resultado visual específico, que puede inspirarse en influencias tan diversas como tendencias y modas actuales, perspectivas históricas o futuristas, un tema en concreto (por ejemplo una tecnología avanzada o una escena pastoral) o una actitud o emoción. El trabajo del director artístico consiste en conseguir dicho objetivo. (Ambrose y Harris, 2009, p.96)

El director de arte establece una jerarquía de elementos visuales, la cual permite controlar la secuencia en la que el receptor decodifica el mensaje. Esto quiere decir que previamente a situar los elementos en el plano, se analiza cómo el usuario lee las partes para llegar al todo y qué significado le otorga a ese todo. En la variedad de responsabilidades con la que cuenta el director artístico, existe una herramienta clave en la creación de sus trabajos: la imagen. Es de suma importancia que la relación texto e imagen funcionen complementariamente, sin competir entre las mismas.

Las imágenes son las encargadas de darle vida a un diseño. Estas están condicionadas por el efecto que se pretende lograr, a qué público están dirigidas, la estética general del trabajo y por sobre todas las cosas la comunicación que deben emitir. Son consideradas grandes estimuladoras del diseño debido a que su impacto está ligado directamente con el éxito de un proyecto, a causa de la reacción emocional que pueden desencadenar en el público. Esto las pone en un lugar privilegiado en el mundo visual, pero a su vez hace que requieran de mucho cuidado. Si una imagen es utilizada inadecuadamente y proporciona un mensaje erróneo para el consumidor, puede generar graves problemas o

ruidos de comunicación e incluso contradecir lo que una campaña publicitaria, texto, libro u otros soportes quieran expresar.

Las imágenes pueden ser manipuladas de diferentes formas para lograr un mensaje. La forma más básica de modificarlas es mediante color de las mismas. Existen cinco parámetros a tener en cuenta al realizar esta tarea. El primero se basa en modificar su saturación. Se refiere a ésta cuando se habla de la posición de un color determinado. La saturación es una medida de intensidad, pureza o cantidad de gris en relación con el tono. El tono, es otra de las variables a retocar de una imagen, posee un valor dentro del círculo cromático y el cambio de este valor, modifica la tonalidad. Cuando se trata de brillo, se refiere a la cantidad de luz que entra para producir un color. Cuanto más brillo posee la imagen más brillante es el color con mayor presencia de blanco y, a su vez, con menor contraste. El contraste marca una cruda diferencia entre las sombras y las partes resaltadas. Por último dentro de los controles básicos para modificar una imagen se encuentra el degradado, que genera una imagen cromada a partir de la elección de un color específico predominante. (Ambrose y Harris, 2005, p. 42)

Las siglas RGB refieren a los colores rojo verde y azul (corresponde a los términos en inglés *red*, *Green* y *blue*). Estos forman los tres canales de una imagen cuando es visualizada en un monitor. No sucede lo mismo con las imágenes formadas por CMYK (cyan, magenta, amarillo y negro). Estas poseen la información para ser impresas en cuatricromía, es decir, están formadas por cuatro colores. Todos estos canales son modificables si el diseñador lo pretende. Se pueden sustituir u omitir directamente de la imagen, ya sea para lograr cambios sutiles por falta o exceso de color, o para crear un cambio radical en la misma, generándole una intencionalidad al color por sobre el concepto a comunicar.

Estas dos formas de cambios en las imágenes en su cuatricromía, son una de las maneras que posee un director artístico de comunicar un mensaje sin hacerlo literal,

utilizando sus herramientas de una manera connotada. La fuerza de un mensaje que logra captar al público o llamarlo a la reflexión muchas veces está ligada con la forma en la que se transmite el mismo. Si lo que se desea transmitir es un concepto relacionado con tiempo pasado, por ejemplo, sería acertado dejar de lado la frase propiamente dicha o la utilización de un reloj para agregarle un significado connotativo sólo al color que compone la imagen. Reorganizar los colores de la misma y brindarle un tono sepia, bastaría para comenzar a comunicar el mensaje desde otro lugar.

Los cambios de color son sólo una forma de cambiar las imágenes, mediante la cual el director de arte podrá transmitir un concepto de una manera creativa o poco convencional. Para enriquecer la transmisión del mensaje, el director de arte cuenta con diferentes recursos retóricos.

La retórica de la imagen (Barthes, 1964) divide éstas figuras en seis tipos diferentes: La metáfora visual, se encarga de atribuirle las cualidades de un objeto a otro, aunque estos no tengan relación alguna. La hipérbole es la encargada de exagerar los atributos de un objeto para hacer al mismo mucho más interesante. La antítesis contrapone una imagen con otra de significado contrario, mientras que el simil busca semejanzas entre dos objetos.

Finalmente, se encuentra la sinécdoque que muestra un todo por una parte o viceversa y la metonimia que utiliza una imagen simbólica para hacer referencia a una cosa distinta con su significado literal. (Ambrose y Harris, 2005, p. 51)

Lo que se puede comprender entonces, es la intencionalidad con la que se manejan las artes visuales y las diferentes maneras con las que se cuenta para transmitir una idea. El director de arte es el que analiza el camino que a su parecer es el más efectivo para llegar a obtener la respuesta que desea del receptor, aunque las imágenes no son la única herramienta con la que cuenta el profesional.

3.2. Del concepto artístico al diseño

El arte nace como una forma de expresión y va cambiando su rumbo dependiendo de la época y el lugar en donde transcurre, junto con la infinidad de artistas y formas de expresión que le otorgan su diferenciación o mirada distintiva.

El arte se ve ligado al diseño en el momento en que se vuelve un objeto comercial. El arte por si mismo puede carecer de sentido para un tercero, a diferencia del diseño el cual se realiza para cumplir con una función específica, siendo algo que no se ve presente en el arte, el cual no necesita fundamentación alguna de la elección de las herramientas y el mensaje a transmitir.

Cuando comienza a aparecer la publicidad o la dirección de arte se produce un cambio en cuanto al arte. Si bien éstas poseen sus raíces en él, su función cambia, de esta manera se tiene un mensaje claro a comunicar, con objetivos marcados.

La dirección de arte es la combinación entre el diseño y las artes en general, que busca llamar la atención de un público determinado o despertar un deseo. La tarea no es simple, ya que para captar la atención del público se debe tener muy en claro cuáles son sus gustos y conocer las estrategias tanto visuales como creativas para poder hacerlo.

“Una buena dirección artística da como resultado un diseño coherente y unificado que el público objetivo encuentre creíble y/o atractivo” (Ambose y Harris, 2009, p. 54). Definir el trabajo de un director de arte o el término dirección de arte es complejo ya que las diferentes tareas que realiza un profesional de este campo hace que haya tantas definiciones como individuos realizando este trabajo.

Mahon hace referencia a esto cuando explica que “La dirección de arte es una actividad que cuenta con una aplicación mucho más amplia dentro de una gran diversidad de disciplinas relacionadas con la comunicación visual” (2010, p. 10).

En este caso es donde el diseño gráfico y la dirección de arte se unen para complementarse, centrándose el objetivo de vender. “Si el público no compra el producto anunciado, la estrategia ha fracasado” (Frascara, 2008, p.19)

La mayoría de la gente confunde dirección de arte con la estética, y si bien es una parte muy importante del trabajo de un profesional del rubro, esto no abarca todos los aspectos que debe tener en cuenta un director de arte. Esto último está ligado a la capacidad de comunicación y transmisión del mensaje que tiene el artista, utilizando sus cualidades como diseñador pero sus conocimientos de la sociedad en mayor porcentaje para crear esa complicidad conjunta con el público.

El tema se vuelve más específico cuando se comienza a tener en cuenta que cada herramienta que posee el profesional para lograr una pieza es comunicativa. Una tipografía, un color, una ilustración, una fotografía, una línea son elementos que comunican, y también, siendo fusionadas entre si generan cambios en el proceso de comunicación.

Como lo explica la frase “El todo es diferente de la suma de las partes” (Leone, 1998, p. 1) de Kohler, uno de los psicólogos creadores de las Leyes de la Gestalt en la escuela de la Gestalt, Alemania.

Estas leyes consisten en reglas que explican las percepciones a partir de los estímulos y cómo funciona el cerebro ante ellos. Lo que se destaca de las mismas, como ley general, es la organización de los elementos en el plano de la manera más simétrica posible, para proporcionar equilibrio y estabilidad en la imagen alejándola de crear inestabilidad visual, confusión o ruido en el intérprete.

A su vez, existen leyes particulares basadas en la psiquis del ser humano como por ejemplo la tendencia que posee el mismo en cerrar un elemento en el cerebro aunque éste no se encuentre totalmente cerrado en la gráfica, es decir que un semicírculo

posicionado en una hoja, será leído inconscientemente por el lector como un círculo completo.

Otra de las leyes con las que cuentan los psicólogos de la imagen, es sobre el contraste de los elementos, proponiendo que durante una comparación se percibe un signo más grande o más chico que el que está siendo comparado por más que ambos posean un mismo tamaño. La distancia de los elementos, es otro de los patrones que define el comportamiento a la hora de leer una imagen, debido a que los elementos tienden a agruparse con lo que se encuentra a menor distancia de ellos. Lo mismo pasa con la ley de similitud, donde la tendencia de agrupación se define en base a la similitud que posee un elemento con otro. Las decisiones visuales entonces, pasan a tener diferentes valores alejados de los estéticos para estar ligados directamente con los funcionales, culturales, estratégicos y hasta históricos.

3.3. El diseño en el CD

El disco compacto, más conocido como CD es creado en 1979, siendo un formato que en un principio, no tiene éxito en su llegada al mercado. Recién en los años a partir de los primeros años de la década del ochenta, éste consigue la atención estimada del público. En 1982 comienza a comercializarse centrando su producción en Estados Unidos y Alemania. Por muchos años fueron los únicos dos países donde se produjo el CD, recién en la década del noventa, las fábricas comienzan surgir en otras partes del mundo.

El CD aparece en el mercado como una forma alternativa del vinilo y el cassette, dos formatos de reproducción musical que preceden al CD. Rápidamente luego de su aparición, el disco logra reemplazarlos en su totalidad y crea un cambio realmente significativo en las formas de consumo, una auténtica revolución que desemboca en la era digital, dejando atrás la analógica. Es notable el cambio de calidad en el audio, por lo que los consumidores aceptan rápidamente el nuevo formato, junto con la mayor

durabilidad que los discos poseen en comparación a las anteriores formas de reproducción. Otra de las ventajas que diferencian al formato por sobre los ya existentes, es la posibilidad de marcar el comienzo y final de cada pieza junto con la novedad de obtener una tabla con la información de los tiempos y títulos.

Es importante la estética finalizada de un disco y que se presente visualmente armónico, pero es más importante su acertado uso de las herramientas para lograr transmitir lo que el arte de la música auditivamente intenta expresar.

Es el deber tanto de los directores artísticos como de los diseñadores que ambos comuniquen lo mismo y para ello se debe conocer desde la historia de la tipografía utilizada, de qué movimiento surgió y para qué fue creada, cómo funciona la psicología de los colores como también la decisión de utilizar fotografía o dibujo vectorial. Estos son los materiales que hacen a un diseño correcto y acertado sobre lo que se quiere transmitir. Son factores que si alteran al producto, al trabajo final que debe cumplir con que todas las herramientas se encuentren entrelazadas conceptualmente, para lograr un mensaje acorde al que se quiere transmitir. Como explicó Frascara en su libro, tener “la habilidad para construir comunicaciones visuales que usen de un modo impactante y eficaz los lenguajes visuales y culturales” (2000, p. 21).

3.4. El mensaje del packaging

La comunicación aparece en los seres humanos naturalmente y en muchos casos sin dar cuenta si quiera de que está sucediendo. Como una persona se acostumbra a respirar y lo hace mecánicamente sin pensar en que lo está haciendo, lo mismo pasa con comunicarse. Un emisor emite un mensaje hacia un receptor mediante un canal. Este mensaje posee un código determinado que el receptor debe estar apto para entender. En el caso de que no esté apto, automáticamente se genera lo que se llama ruido en el

mensaje o ruido en la comunicación. El ruido, es todo aquello exterior al mensaje que puede interferir en la comunicación del mismo.

Este esquema se repite y se utiliza tanto en la cotidianidad como cuando se formula un mensaje intencional. El objetivo en ambos casos es siempre conseguir una interacción efectiva. Comunicar gráficamente en un envase posee un elevado impacto visual, por tratarse de un área de diseño altamente creativa además de funcional. (Ambrose y Harris, 2009, p. 120).

El diseño de cubiertas musicales es un amplio mundo de expresividad donde músicos y diseñadores se unen para encontrar la mejor manera de presentar sus contenidos. Aunque no siempre la manera es la más explícita [...] a veces se crea misterio, se tienta al público o se le provoca... lo cual, en definitiva, no deja de dar pistas acerca de su contenido. El lanzamiento de un nuevo álbum contiene un altísimo porcentaje de impacto visual. (Abellán, 2010, p. 8)

El *packaging* de un disco incluye comunicaciones impresas, que entrelazan el diseño, la publicidad y el marketing para la utilización de espacios bidimensionales y tridimensionales. Estas comunicaciones, transmiten el tono de la música y establecen una estética acorde al grupo musical. La misma puede o no ser conceptualmente metafórica, siempre y cuando cumpla con el requisito de no desviar el mensaje.

Existe una doble lectura en la comunicación gráfica, la cual cuenta con una denotación y connotación de la misma. Se refiere como denotado a todo aquello que se observa en la gráfica tal como es. Lo que le aporta al mismo un trasfondo en el concepto es la connotación. Por ejemplo, si se visualiza el color rojo en una portada, denotadamente es exactamente eso, el color rojo. Cuando se lleva dicho color a su connotación, se puede decir que éste representa el fuego, la sangre, o cualquier otro significado que el artista le haya querido agregar. Pero si se realiza un análisis más intenso sobre la comunicación visual, es necesario recurrir a la semiología, ya que es la base de ella.

La semiología es una ciencia postulada a principios del siglo XIX por Ferdinand de Saussure, un profesor suizo de lingüística. Dicha disciplina, aborda la producción e interpretación del sentido, estudiando la relación entre los componentes del signo que permite convertir las señales en un mensaje comprensible. Existen en la semiótica tres

áreas principales: los signos propiamente dichos, la forma en la que estos se organizan en sistemas y el contexto en el que aparecen. No es lo mismo para el lector encontrarse con un alambre de púa en una gráfica de una ferretería, por ejemplo, que con el mismo material en un impreso sobre la guerra. El significado cambia la recepción del mensaje y el sentido que se pretende agregar también. La base del lenguaje se centra en que exista una comunidad lingüística. Se conoce a ello como un acuerdo inconsciente entre las personas acerca de representaciones arbitrarias.

Retomando el análisis sobre las portadas de CD, una vez construido el mensaje, se puede comenzar a pensar en querer comunicar algo. Aparte de incrementar las ventas del mismo, hacerlo más estético y deseable, dar cuenta al usuario de qué tipo de música se trata o lo que desea transmitir ese álbum. Hay casos en los cuales la misma comunicación pasa a ser el deseo por sí mismo, dejando de lado la relación de compra por necesidad, para poner al objeto en un lugar de culto. Cuando esto sucede, nacen los coleccionistas y junto con ellos, el aumento de valor de un producto sólo por el paso del tiempo. El disco de pasta es uno de los objetos que gana valor con el paso de los años siendo significado por los fanáticos de la música como un símbolo cultural.

Capítulo 4. El escena del show en vivo

4.1. El espacio del show

La selección de un espacio para la realización de un show constituye el primer paso dentro del proceso de diseño del mismo, así como una decisión fundamental que predispone a cada show de una manera particular. Partiendo desde esta base, el diseñador trabajará conociendo las características del lugar para aprovechar al máximo su espacio y su disposición, entre otras cosas. El diseñador debe tener en cuenta no sólo los recursos con los que cuenta el espacio en el que se desarrollará el show, sino también el carácter y la historia del mismo, buscando que la esencia del espacio sea incorporada al diseño del espectáculo.

Además de conocer las características del espacio físico, los artistas debe tener en cuenta también qué es lo que los mismos generan en su público, qué emociones, sensaciones y mensajes se transmiten a partir durante su show y cuál es la interacción que van a tener con ellos y con el espacio. Por ejemplo, un estadio al aire libre más allá de sus capacidades técnicas genera un clima en el público completamente diferente al que se da en un espacio cubierto.

Al utilizar un espacio abierto se hace referencia a un show más masivo, y por ende de un momento menos privado. Los espacios abiertos pueden llegar a estar cercanos a la ciudad y esto genera un ambiente más vulnerable para la dispersión de la atención del público, donde el show puede ser interrumpido por elementos externos como el tránsito, aviones o inclusive un fenómeno climático.

Según explica Mason en los estadios es más difícil crear un ambiente particular, debido a que el espacio destinado al público es de proporciones mayores, dificultando la llegada del clima a todos los espectadores y necesitando un diseño de mayor impacto para lograr comunicar y así cumplir su objetivo (2005, p. 29).

En cuanto a los elementos externos que pueden generar distracciones en un show, en algunos casos pueden ser poco predecibles o difíciles de manipular. A pesar de que se

traten de factores externos no incluidos dentro del diseño del espectáculo, influyen en la manera en que un show puede ser percibido. Los fenómenos climáticos también pueden modificar positiva o negativamente en la percepción del público, generando una dispersión en su atención, o bien pueden ser utilizados a favor para generar una imagen más épica del espectáculo.

Un espacio con mayor neutralidad permite al diseñador ser más versátil y le abre el camino para utilizar la creatividad tanto en el diseño del escenario como en la forma en la que se va a disponer el público frente a él. Esto, lejos de ser un detalle menor, es parte del diseño de un show, generando climas muy diversos en el público y atrayendo espectadores muy distintos.

Los espacios cerrados suelen ser generalmente de tamaño más reducido, según Webster son espacios que crean una comunicación más lineal entre el espectador y el intérprete, libres de distracciones externas y con un clima más íntimo. (2012, p. 51) También poseen un espacio preestablecido, con un escenario que suele ser fijo y plateas que suelen estar ubicadas a los lados del recinto.

En estos casos, el trabajo del diseñador del show se ve más acotado en cuanto al espacio en general, haciendo que el mismo deba concentrarse únicamente a lo que sucede en el escenario, con la opción de intervenir a su vez algún apartado entre el público donde el artista pueda llegar a realizar una parte del show. Es decir, en los predios más reducidos se dificulta la realización de un diseño espacial que implemente la utilización de otras áreas distintas al escenario. Además de los predios y los estadios, se suelen utilizar otros espacios para la representación de shows de música en vivo, como espacios públicos.

Según la clasificación de Kronenburg los espacios no convencionales comprenden tanto a espacios adoptados como a espacios móviles. (2012, p. 72) Esta tendencia, también implementada en lo teatral, surge como una respuesta a una falta de espacios para representar y también por la mística que el espacio elegido le puede sumar al show.

Resulta interesante en estos casos, utilizar el diseño espacial para resaltar los aspectos que caracterizan al espacio seleccionado, desde su historia hasta su identidad cultural.

Es importante destacar que la realización de shows de música en vivo de gran convocatoria por lo general se lleva a cabo en espacios destinados a otros fines, es así que llama la atención la falta de espacios dedicados específicamente a la realización de los mismos.

A pesar de que otros tipos de shows ya sean teatrales o deportivos, así como expresiones artísticas como obras plásticas y el cine poseen sus propios espacios, los shows musicales de gran envergadura no cuentan con espacios destinados a su desarrollo y por ende deben adaptarse a espacios que fueron creados con otra finalidad.

Se podría decir entonces que los recitales masivos son presentados en espacios no convencionales. Estos espacios funcionan como una base para que luego cada artista presente su espacio escénico dentro de él. Con este punto de partida, el diseñador o escenógrafo podrá planificar la disposición de los elementos en el espacio y la ubicación del público y de este modo, influir en la interacción entre el artista y la gente durante el show.

4.2. El escenario

Antes de comenzar el desarrollo de este subcapítulo, es necesario marcar la diferencia entre la escenografía, el espacio escénico y la arquitectura escénica. En obras de teatro, el escenario está delimitado por la arquitectura de cada sala y la cuarta pared, siendo esta la que divide el espacio del espectador y el lugar en el que se lleva a cabo la ficción. En los recitales el diseño del escenario y su disposición en el predio es parte del diseño escénico, por lo que se hablará de espacio escénico en referencia al diseño del espacio total, mientras que arquitectura escénica será pura y exclusivamente el escenario, y escenografía serán los elementos que se encuentren sobre el escenario.

En referencia al subcapítulo anterior, la gran mayoría de los shows de música en vivo son realizados en espacios que generalmente no cuentan con un escenario previo. Es trabajo del diseñador entonces, planificar la disposición del escenario y definir la dinámica que se dará entre el intérprete y los espectadores

En los recitales más orgánicos que surgen de manera más espontánea, como son los realizados en la vía pública, los escenarios existen solo como una delimitación creada entre el artista y la gente. No hay tarimas ni vallas ni división física alguna entre el actor y los espectadores, sin embargo el público se ubica instintivamente de frente a la acción, tomando cierta distancia de la escena.

A pesar de todo, cuando el diseño de un espacio escénico en un recital está bien logrado puede llegar a convertir un momento ordinario en algo especial, inolvidable y diferente para cada uno de los espectadores.

4.2.1 La función del diseño del escenario

Para diseñar el escenario para un recital en vivo el desafío principal está en entender que el mismo debe ser, al igual que el show, un objeto efímero. El diseñador debe darle un mayor énfasis a la funcionalidad antes que a la creatividad y proponer soluciones prácticas a pesar de que estas puedan llegar a limitar su diseño. Esto es algo que también sucede en teatro, aunque al contar con la existencia de un espacio fijo, toda la energía del diseñador se puede enfocar en agregar elementos decorativos, aunque estos no cumplan una funcionalidad durante el desarrollo del show.

Otra cuestión a destacar es la facilidad con la que pueda armarse y desarmarse tanto la el espacio escénico como el escenario. En el caso de los escenarios con un diseño más específico detrás, es relevante que los mismos se puedan recrear fácilmente o que se pueda transportar de una parada de la gira a la siguiente.

Esto puede significar que se necesiten realizar más de un escenario para que mientras el artista está realizando una función en una parada de la gira, se esté construyendo el otro escenario en el próximo lugar donde se llevará a cabo el show.

La logística del transporte y armado de estos escenarios es conocido como coreografía de la construcción. Este concepto de producir dos espacios iguales para un show tiene que ver con la naturaleza de los recitales, la idea de masividad y reproducción en masa, y también con el uso de materiales que no estén diseñados para perdurar y sean más sintéticos conceptos que se implementan en el arte pop.

En la generalidad, no se le presta tanta atención a la historia y a la esencia de cada elemento elegido para la puesta, sino que son seleccionados como componentes de una escena general. Es decir, este espacio en los recitales está pensado para generar un impacto visual en el público, sin la necesidad de que haga alusión a un mensaje.

Algo que mantienen en común el teatro, la televisión y los shows en vivo es que en sus escenografías, los materiales son elegidos por cómo se ven y no por lo que son realmente. Es usual que gracias al espacio en el que se desarrolla el show se puedan presentar dos espacios escénicos diferentes. Ambos parten de un mismo concepto pero se diferencian en su adaptación para exteriores o interiores.

Es importante volver al concepto de que al diseñar un escenario, se está definiendo el modo en el que el artista va a poder relacionarse con el público. Últimamente, el diseño de escenarios de los shows se destaca por la utilización de desniveles, estructuras más complejas, pasarelas y rampas. Estas últimas permiten al artista entrar en contacto directo con los espectadores y genera un vínculo diferente. Algunos artistas llevan esta tendencia más allá, planteando al escenario como un elemento creativo más de la puesta en escena en lugar de ser una simple tarima.

La incorporación de desniveles en un espacio es importante, puesto que colabora a brindarle un cierto ritmo y dinamismo al escenario. Otra función que cumplen los desniveles es brindar atención a un foco que de otra manera no la tendría.

Es muy común ver también la utilización de escaleras, las cuales suelen cumplir un fin dramático en el show. Como se nombró anteriormente, un elemento muy utilizado en los escenarios de recitales son las pasarelas. Las pasarelas se ubican generalmente atravesando una zona de campo, donde el público se ubica de pie y buscan generar un acercamiento entre el artista y el espectador. Otra variación del diseño de escenarios es la incorporación de escenarios secundarios, estos son muy comunes en shows de mayor trascendencia y duración.

El escenario secundario es utilizado ya sea en canciones más melódicas o en canciones de los primeros discos del artista, y busca recuperar de alguna manera un clima más íntimo y despojado para los momentos del show que lo exijan dramáticamente. Esto también busca mostrar que no es necesario un gran despliegue escenográfico para realizar un show conmovedor.

Un escenario debe tener la capacidad de transformarse para acompañar tanto a momentos dramáticos como a momentos más festivos, además de presentar canciones de discos distintos con conceptos que pueden ser opuestos. En un principio los cambios en el escenario se lograban manteniendo el espacio lo más neutro posible y alterándolo de manera acorde a cada canción con la iluminación. Sin embargo, los avances en los campos de la ingeniería mecánica y la arquitectura de los últimos años, han llevado también al diseño de escenarios que tienen la capacidad de mutar físicamente a lo largo del recital.

Pereja Carrascal expone el término de escenografía virtual como:

Aunque la mayoría de los fabricantes y expertos en el tema suelen hablar de realidad virtual para referirse a los sistemas que emplean decorados incrustados que no existen en el estudio, parece más apropiado el término 'escenografía virtual', ya que en primer lugar el término 'realidad virtual' está muy conectado con el mundo de los multimedia y la simulación por ordenador, y en segundo lugar, la escenografía nunca ha pretendido ser real. (Pereja Carrascal, 1998, p.5)

Se separará entonces, el término de escenografía virtual de las proyecciones que reproducen las filmaciones de lo que sucede en el escenario durante el recital. Se

destaca también lo expresado por el autor en cuanto a que el fin del diseño de la escenografía no se basa en representar espacios reales.

Como se ha nombrado anteriormente, en este ensayo se referirá a la escenografía virtual como Backdrops. Esta idea se encuentra muy bien aplicada en los recitales, donde los Backdrops, suelen ser de carácter abstracto. Por cuestiones de espacio, presupuesto y seguridad, la escenografía más utilizada en los recitales de música en vivo son las proyecciones de Backdrops.

Esto le permite al diseñador ampliar su potencial creativo, ya que sus producciones no requieren logística de transporte ni construcciones de objetos de gran tamaño. Otro beneficio es que mediante la utilización de pantallas se soluciona la problemática de los cambios escénicos, permitiendo pasar de un espacio hiperrealista como puede ser la fotografía de una calle a un mundo surreal con elementos abstractos e intervenciones en la imagen con la simple acción de una computadora.

Utilizada de manera inteligente, la utilización de Backdrops como escenografía también puede darle nuevas características a un espacio, por ejemplo dando la ilusión de que es más grande o más pequeño incluso. En este caso, mediante la manipulación de los Backdrops, la escenografía virtual puede ayudar a solucionar problemáticas del espacio en donde se va a llevar a cabo el show.

A pesar de sus beneficios, el uso de escenografía virtual tiene también ciertos aspectos que pueden intervenir en contra. Debido a un acostumbramiento del público moderno de la aparición de imágenes en movimiento y las animaciones, los Backdrops pueden ser percibidos por el espectador como algo poco atractivo en comparación de otros elementos utilizados en los shows de música en vivo.

Los Backdrops pueden llegar a presentar problemas al momento de ser percibido como un elemento creativo que acompaña la puesta en escena. Esto puede ser ocasionado por la falta de cercanía del diseñador con el concepto estético que maneja el artista o la gira que está realizando.

Por otro lado, considerando que los Backdrops son proyecciones de filmaciones o Motion Graphics, se los ve más cercanos al lenguaje cinematográfico, generado así cierto distanciamiento en el público el cual observa la acción o parte de ella a través de una pantalla en lugar de observarla de manera directa.

Esto se contrapone con el efecto que buscan los recitales, en los cuales la escenografía no tiene ningún valor si no genera una interacción con el artista y el resto de los elementos que componen la escena e inclusive con el público.

4.3. La iluminación y su relación con el público.

La iluminación es de suma importancia en realización de un show, ésta que le permite al público ver qué sucede en escena desde cualquier punto del predio. Además, puede ser utilizada con fines estéticos y creativos, teniendo en cuenta que se trata de un elemento con un lenguaje simbólico propio.

En el caso de los recitales, la iluminación suele ocupar un lugar de privilegio, con una presencia generalmente mayor a la de la escenografía y en ocasiones, dependiendo del género musical y del artista hasta puede tener más relevancia que el vestuario.

La iluminación resulta una opción más conveniente en cuanto a dinero y más accesible que un gran despliegue escenográfico. A pesar de que las luces utilizadas son en la mayoría de las ocasiones las de mejor calidad y más avanzadas que se ofrecen en el mercado, suele ser desaprovechada durante su implementación en recitales. Buscando transmitirle al público emociones fuertes y rápidas, el diseño de iluminación se sincroniza con el ritmo de la música pero no busca transmitir un mensaje relacionado a lo que el artista interpreta, sino que le suma un valor artístico al despliegue del show.

El show se compone de una sucesión de efectos visuales que buscan crear un impacto rápido en el espectador mediante la utilización de flashes y luces constantes.

El trabajo del diseñador de luces de un show se vio beneficiado en estos últimos años gracias a la implementación de nuevas tecnologías en las luminarias automatizadas, que

pueden ser programadas para actuar de determinada forma frente a cambios rítmicos y permiten a los técnicos contar con una gran cantidad de efectos automáticos.

En cuanto a la dirección que toman las luces en los shows de música en vivo, es común verlas ubicadas de manera que resalten el carácter festivo que caracteriza a este tipo de shows, así como los que resulten más ficticios.

De esta manera, los efectos utilizados más comunes son siempre los que se encuentran más alejados de lo que es la luz natural. Es por esto que los contraluces suelen aparecer en los recitales más de lo que aparece en cualquier otro show, particularmente cuando los artistas están por salir al escenario. Este efecto busca generar cierto clima de misterio en el que solo se puede ver la silueta de los elementos que hay en la escena. Además, despega a la figura del intérprete del fondo, generando una pequeña sensación de proximidad al público.

Es muy común en los shows en vivo que se utilice el recurso de iluminar al público con las luces del escenario. Generalmente sucede en momentos en los que el artista se comunica directamente con los espectadores y en búsqueda de que se sientan una parte activa del show.

Continuando la idea mencionada anteriormente de la utilización de la luz para recrear momentos de mucho impacto visual, el uso de colores complementarios con una gran intensidad es un efecto que atrae la vista de los espectadores de manera inmediata.

Es necesario considerar, al igual que con los otros objetos presentes en el espacio escénico, las relaciones preexistentes que hace el público con los colores que se vayan a utilizar. Los colores más vistos en recitales de rock siempre son colores fríos y oscuros como el azul, el violeta y el verde, mientras que en recitales de pop donde suele haber una puesta en escena con más despliegue de personas y objetos, se acostumbra utilizar luces más brillantes y cálidas para permitir una mejor apreciación de lo expuesto en escena.

Los cambios en la intensidad de la iluminación tiene la cualidad de generar varias posibilidades expresivas, es muy diferente el efecto que causa la luz que se va atenuando lentamente hasta apagarse al que genera una luz que se apague al rítmicamente al finalizar una canción. Estos recursos son utilizados en los shows para crear distintos climas a lo largo de la presentación del artista, dependiendo la respuesta que se espere del público.

Sirlin hace referencia a este efecto enmarcándolo en el contexto teatral: “en teatro es fundamental como recurso expresivo controlar la intensidad de las emisiones de luz, balancearlas, y establecer climas particulares susceptibles de ser modificados en el tiempo” (Sirlin, 2005, p. 212). Esto significa que si la luz se mantuviera en un mismo nivel durante todo el show, resultaría un espectáculo monótono y se perdería la atención y la conexión con los espectadores.

Es un clásico efecto en recitales bajar la intensidad de la luz durante una canción con ritmo más lento, para luego volver a subirla en una canción con más ritmo, o bien acoplar el encendido y apagado de luces al ritmo del bajo o la batería.

Todos estos efectos de iluminación se complementan con lo proyecciones de los Backdrops a lo largo del show y ayudan a darle un marco más real al espacio figurativo que representan los Backdrops. Es de suma importancia que se coordinen estas proyecciones con el diseño de iluminación, ya que de otra forma éstas no se apreciarían igual sin cierto grado de oscuridad en la escena.

4.4. Las proyecciones de los Backdrops.

Para comenzar a hablar de proyecciones, resulta necesario separar las dos funciones que cumplen en los shows de música en vivo. Por un lado, en recitales realizados en grandes espacios las proyecciones que se muestran en los Backdrops son utilizadas para reproducir lo que sucede en el escenario en una escala mayor, permitiendo que todas las personas desde todas las ubicaciones puedan llegar a ver el show.

Holding expresa que las proyecciones buscan recrear la intimidad de un espectáculo más reducido donde se pueden apreciar las expresiones en las caras del artista, para así incrementar la empatía del público hacia el artista (2000, p. 22).

Por otra parte, en muchos recitales lo que se proyecta en las pantallas de fondo son animaciones independientes a lo que está ocurriendo en vivo, es decir, Motion Graphics que tienen el fin de decorar la escena general.

Estos Motion Graphics representan estéticas novedosas, especialmente creados para el show en vivo. Éstos en algunos casos contribuyen en la definición de la estética del artista y también son utilizados para representar el mensaje de la canción que está sonando al mismo tiempo que se desarrolla la imagen.

Es muy común que las imágenes proyectadas en los Backdrops guarden alguna relación con el arte de tapa del disco que están promocionando en el momento o algún videoclip del artista.

Las proyecciones de los Backdrops significan una manera sencilla de ambientar el escenario, permitiendo cambiarlos rápida y prácticamente y ocupando poco espacio físico. Sin éstas, el escenario se percibiría como un espacio vacío y desproporcionado cuanto al tamaño físico del artista.

De esta manera, las proyecciones ayudan a equilibrar las proporciones del escenario y le dan más notoriedad a los artistas mediante la ampliación de su figura en las pantallas pueden ser vistos por todos los espectadores.

Como ya fue mencionado previamente, las proyecciones pueden producir el efecto contrario en el show, haciendo que el público lo perciba como algo genérico y que a han visto en otros shows similares.

Una variación de las proyecciones en Backdrops que ha comenzado a verse en los últimos diez años son los hologramas. Los hologramas resultan un elemento increíblemente atractivo a la vista que es divisado cada vez con mayor frecuencia en los shows de música en vivo.

También se ha convertido en costumbre recrear la presencia de artistas ya fallecidos para realizar presentaciones. Los hologramas cumplen la función de sorprender al público ya sea generando misterio en cuanto a quiénes se encuentran tocando los instrumentos realmente, o de remitir al imaginario colectivo que se tiene del futuro o las películas de ciencia ficción.

4.5. Elementos extra del show.

Se entiende como componentes extra a los elementos que participan de la puesta en escena acompañando la actuación del artista. Estos elementos cumplen una función que ya se encuentra instaurada en el imaginario colectivo del público de estos recitales y significan parte importante de la comunicación del show.

El primer elemento que se describirá es el humo que se puede ver en la gran mayoría de los recitales. El rol que cumplen las máquinas de humo en los shows de música en vivo es tanto funcional como estético. Sin el humo, el haz de luz de las distintas luminarias sería considerablemente más difícil de ver. Es por ello que las máquinas de humo son un elemento imprescindible en cualquier representación musical profesional.

Sumado a su finalidad práctica, el humo también genera un clima dramático particular, y es usual utilizarlo para la primera aparición del artista en el escenario generando así un ambiente de misterio. Este efecto funciona en conjunto con un contraluz, como fue mencionado en el subcapítulo anterior.

El papel picado y los fuegos artificiales son otros componentes que se suelen utilizar en los shows de música. El primero es lanzado mediante máquinas o desde la parrilla que se encuentra sobre el escenario, hacia el público. Este acto representa una pequeña interacción entre los intérpretes y los espectadores y le agrega un efecto lúdico al show. Los fuegos artificiales generan un impacto rápido y eficaz, simulan un ambiente festivo.

Su utilización recuerda a los usos históricos del fuego como parte del shows, desde los shows de Oriente, hasta los circos y el teatro medieval. Ambos son efectos que buscan impactar a las audiencias y no tienen una decisión estética en particular detrás.

El siguiente elemento que suele aparecer en los recitales son los globos. Diferenciándolos primero de los ya mencionados inflables, los globos aparecen de distintas formas. Los globos son lanzados en algún momento culmine del show al público y son utilizados como mecanismo para arengar a los espectadores. Al igual que el papel picado, los globos buscan instaurar una relación con su público así como generar un ambiente más lúdico en el show.

Entrando en un elemento más humano que forma parte de la puesta en escena, están los bailarines. Dependiendo del show, los bailarines tienen un rol más o menos pasivo. Por ejemplo, en algunos recitales, los bailarines son prácticamente un decorado más para que el o los intérpretes se luzcan, mientras que en otros conciertos los bailarines sirven como una suerte de reinterpretación del coro griego.

Los bailarines inmediatamente suman un elemento atractivo al show, ya sea por su destreza física o por la belleza de sus vestuarios o coreografía, además de fomentar a la presentación de un show más completo y ecléctico.

Por último, se encuentra el vestuario tanto de él o los artistas, los músicos de soporte, y el de los bailarines. Como se viene mencionando, el estilo utilizado en cada show depende mucho del género de música al que pertenece el artista y el vestuario no excepción.

En la música pop de los últimos años se le ha agregado aún más dramatismo al diseño de vestuarios. En estos casos se acostumbra que los artistas realicen cambios de vestuario durante un mismo show, lo cual ayuda a enriquecer su presentación y acompaña a los distintos momentos anímicos del show.

La utilización de un vestuario llamativo genera que el foco de atención se encuentre centrado en el artista.

4.6. El show entre el teatro y la música.

En ocasiones los shows en vivo parecen ir contra la finalidad inicial de la música. Los mensajes que las obras musicales buscaron transmitir en un principio se tornan confusos en espacios que resultan demasiado grandes para su propósito. La frialdad del espacio genera una dificultad en los músicos en lograr conectarse con tantos espectadores y es cuando la escenografía y la puesta en escena deben entrar y devolver el equilibrio al show, logrando generar un ambiente en el cual el público se sienta cómodo y disfrute.

Simon Frith habla sobre este tema y expone que el espectador no solo se encuentra en la búsqueda de una experiencia de disfrute en un show, sino también busca algo que lo conmueva y sentirse identificado con el mensaje y el resto del público (2012, p. 38).

Para comenzar resulta necesario hacer referencia a los conceptos claves descritos por Wagner sobre la obra de arte total. La obra de arte total pone a la idea, a un concepto como rector de un espectáculo. Este concepto es la base para todos los elementos que participan del espectáculo, siendo estos la palabra, la música, la luz, el espacio, el objeto y el vestuario, entre otros.

Ante esto, Wagner le quita importancia a la palabra y toma al significado y el símbolo como el mensaje de la expresión artística. Es decir, toma al arte como un motor de comunicación y no solo por su función de embellecer.

El espectáculo de la obra de arte total quiere envolver a todos los sentidos del espectador y para esto necesita que el público abandone su estado pasivo. Haciendo referencia a la estimulación de diversos sentidos, Pavis dice “la experiencia de los sentidos, es también la participación emocional del espectador, el hecho de que esté ahí y de que acepte dejarse transportar por un instante.” (2000, p. 200).

La posición de Wagner frente a esto es desligarse de todos los elementos extradiegéticos de la sala teatral, para lograr una experiencia más intensa en el espectador. Esto genera un conflicto de intereses en los conciertos, los cuales a diferencia del teatro

clásico buscan generar la ruptura de la cuarta pared y dialogar abiertamente con su público.

Según Benoit Gibson en Muecke la idea de Wagner también fue aceptada por compositores modernos de música no popular como Iannis Xenakis quién como músico y arquitecto fue uno de los primeros en implementar un mayor acercamiento de la música a otras artes (2007, p. 121). Se puede decir entonces que los discos conceptuales de la actualidad son una resignificación posmoderna de la obra de arte total de Wagner y entonces se caracterizan por realizar un despliegue conceptual desde todas las disciplinas que participan de su lenguaje.

Si se lleva este concepto a los recitales, la música sería un disparador de las diferentes expresiones visuales, tanto las imágenes mostradas en las proyecciones como los elementos volumétricos del escenario.

De esta manera, los componentes visuales representan lo que sucede a nivel sonoro. Por otro lado, la implementación de la obra de arte total en un espectáculo presenta ciertos riesgos artísticos.

El primero de ellos es la posibilidad que existe de generar una sobrecarga de información en el espectador, de manera que se haga imposible transmitir un mensaje claro ya que el público terminaría aturdido.

El otro riesgo, relacionado con este primero es que los signos y el lenguaje terminen teniendo más relevancia que el mensaje el mensaje. Sobre esto, Pavis explica el concepto de Barthes sobre cómo deben funcionar los elementos en escena: "Así entiende Barthes el «buen vestuario de teatro»: «debe ser suficientemente material para significar y suficientemente transparente para no convertir sus signos en parásitos»" (2000, p. 180). Lo dicho por Barthes se puede aplicar a los componentes de la puesta en escena, como el escenario, el objeto y la luz, entre otros. Estos solo adquieren un valor significativo si el espectáculo en su totalidad tiene un valor.

Es importante remarcar, que todo lo que sucede en el show busca transmitir un mismo mensaje, sin embargo, cada uno de los elementos que forman parte de la acción deben comunicar de maneras distintas, contribuyendo a la comprensión del concepto principal. Es indispensable entonces que cada disciplina mantenga su lenguaje propio para corroborar a la creación de un concepto uniforme.

Por otro lado, se pueden tomar conceptos de lo que propone el teatro épico, donde se habla de no utilizar elementos extra o en el caso de que sean utilizados, presentarlos grotescamente al público, ya que la importancia del espectáculo está en el mensaje y no en todo lo que lo rodea. Las puestas en escena son simples o muy burdas. El objetivo de esto es lograr que el espectador tome distancia de lo que está viendo, reteniendo la reflexión que le genera y que se genere un aprendizaje gracias la comprensión del mensaje.

En los recitales la interacción entre el artista y el público está dada mediante diálogos dirigidos abiertamente a los espectadores, en donde se espera que reaccionen y el artista reaccionará a su vez a esa reacción.

La interacción con el público es una clara ruptura de la afamada cuarta pared de teatro. En el teatro épico, la interpelación al público es un recurso muy utilizado, al igual que el efecto de extrañamiento o la interpretación paródica. Según Pavis, La interpelación es a menudo un llamado al buen comportamiento o para tomar conciencia de la propia locura. Intenta establecer un puente entre el mundo de la ficción teatral y la situación concreta de los espectadores (1998, p.252).

Este recurso, traducido al contexto de un show en vivo, puede ser con la manipulación de las luces, las cuales son encendidas entre canciones iluminando así tanto el escenario como el espacio ocupado por el público. En ese momento los espectadores toman inmediata noción de la ficción y toma distancia de lo que está viendo, se desconecta de lo que está presenciando y así puede reflexionar sobre qué se está queriendo contar realmente.

Otro símbolo que rompe con la concepción de la ficción es el uso de soportes de luces plateados, a diferencia de los soportes teatrales que suelen ser negros. La falta de interés en esconder estos elementos remarca la idea de que se busca mostrar la realidad a pesar de que se genere un espacio ficcional en determinados momentos del show.

Capítulo 5. Análisis de Backdrops pop

Para finalizar este ensayo, siendo este el último capítulo, se realizará el análisis de los Backdrops incorporados en los shows de Miley Cyrus y Madonna. Los shows que se tomarán como objeto de estudio serán los realizados durante la última gira mundial de las artistas.

La elección de estas dos artistas se basó en que pertenecen al mismo género musical pero a distintas generaciones. Siendo Madonna una representante de la música pop de la década del ochenta y Miley Cyrus una artista que se dio a conocer a fines de la década del 2000, el público que se presenta al show de éstas posee un rango etario muy variado. Esta diferencia hace que los mensajes que se intentan transmitir a lo largo de los espectáculos sean distintos, ya que en el caso de Madonna es dirigido a un público entre adolescente y adulto, y el público de Miley Cyrus es únicamente adolescente.

El análisis de dichos Backdrops incorporará los temas tratados a lo largo de todos los capítulos, comenzando por la composición de Motion Graphics y las técnicas que utilizaron en su proceso de creación. Esto dará una idea de cómo fue realizado el material audiovisual que se proyecta durante los shows en vivo.

Otro aspecto que se tendrá en cuenta al momento de hacer el análisis es la dirección de arte y bajada estética que atraviesan a las piezas audiovisuales. Para determinar la estética que rige todo el material comunicacional de la artista deberá hacer un repaso por el arte de tapa de los CDs presentados en las giras mundiales y también se analizará el contenido de sus videoclips en relación a la temática de sus canciones y a los recursos de la cultura pop que utiliza la artista.

También se incluirá una descripción de la escenografía utilizada durante el show y la disposición del escenario con respecto al público para poder dar cuenta de la experiencia del espectador durante el show. En adición a esto, se verán qué elementos intervienen en cada escena del show, cuál es la función que cumplen y como colaboran a la hora de transmitir el concepto principal del espectáculo.

En base a esto, el análisis que se realice sobre los Backdrops seleccionados integrará todos los aspectos que participan en el show y esto dará una idea más clara del proceso de dirección de arte y creación que atraviesa a todas las piezas de comunicación que representan a la artista pop y cómo son recibidas por el público durante un show en vivo.

5.1. Miley Cyrus

Para realizar el análisis sobre esta artista se tomará como primera referencia el CD *Bangerz*, grabado entre 2012 y 2013. El mismo fue lanzado a la venta el 13 de octubre de 2013. El título del disco hace referencia a una expresión coloquial utilizada en Estados Unidos para referirse a algo que va a ser exitoso de forma impresionante.

En cuanto a la estética del disco (Ver imagen 1, p. 4, Cuerpo C), en una primera vista se puede observar una referencia a la cultura del *Hip Hop* y a series televisivas de la década del ochenta. Estas imágenes creadas por la diseñadora gráfica Carlyne Cerf De Dudzeele en conjunto con el fotógrafo Mario Testino, apelan a la cultura del Hip Hop y la década antes mencionada por las temáticas y estilos musicales que aborda Miley Cyrus en este disco, relacionadas a la sexualidad, drogas, etc. Este tipo de contenido tan tratado por los raperos terminó de definir la estética del disco.

El contenido audiovisual que será analizado corresponderá a los Backdrops proyectados durante los shows de las gira *Bangerz Tour* realizada entre febrero y octubre del 2014.

El tour tuvo un total de 80 shows durante los cuales, estaba presente un decorado compuesto por una pantalla de fondo, una pasarela en forma de cruz y un pequeño escenario en la otra punta de la locación del evento (Ver imagen 2, p. 4, Cuerpo C). Este tipo de disposición le permitió a la artista generar diferentes climas a través del show. Cuando la artista se mantenía dentro del escenario principal, el show se volvía más teatral, las interacciones de la artista con el resto de los elementos rompían la relación directa con el público. Por otra parte, cuando Miley Cyrus cantaba sobre la pasarela que componía la escenografía, la interacción con el público era directa y esto le permitía

generar con mayor facilidad la idea desarrollada anteriormente de alma colectiva en sus espectadores.

Por último, cuando la cantante se trasladaba al escenario situado en la otra punta de la locación, la conexión con el público se volvía más fuerte ya que en esta oportunidad el espacio en el que actuaba la cantante se encontraba poco delimitado con respecto al espacio del público, dando una mayor sensación de cercanía. En este momento del show Miley Cyrus presentaba un set acústico de canciones con un tono emotivo, que a su vez no se veía intervenido por ninguna proyección de imágenes en los Backdrops. Este conjunto de elementos sucediendo al mismo tiempo ayudaba a generar un vínculo más fuerte entre los espectadores y la artista.

A lo largo del show, la artista cambiaba múltiples veces de vestuario dependiendo la canción y toda la escenografía móvil era modificada. Entre los objetos que formaban parte de la escenografía se pueden destacar una cama, una camioneta, una estatua de un perro que ocupaba todo el escenario y un tobogán con forma de lengua que atravesaba la pantalla, entre otras cosas. Todos estos elementos estaban contruidos en proporciones gigantes para resaltar en el escenario y poder ser distinguidos desde todos los puntos de las locaciones, las cuales estaba previsto que serían espacios grandes, como estadios o teatros con mucha capacidad.

En escena, la artista era acompañada por bailarines disfrazados que variaban el atuendo de acuerdo a la canción que se iba a interpretar. Este recurso era utilizado en las canciones más festivas del set.

Tanto el diseño de escenografía como la dirección de arte de este tour, fueron dirigidos por Diane Martel, coreógrafa y directora de videoclips. Anteriormente, Diana había dirigido el videoclip del primer single del disco *Bangerz*, llamado *We can't stop*.

Para la apertura de cada show, Miley Cyrus comenzaba cantando la canción *SMS (Bangerz)*, una canción con ritmo energético que la cantante usa para alentar al público a hacer ruido. La letra de la canción hace referencias al amor, al sexo casual y a las

drogas. Para las proyecciones utilizadas en los Backdrops de esta canción fue creada especialmente una animación 2D que muestra a Miley Cyrus y otros personajes dibujados a modo de caricatura. (Ver imagen 3, p. 5, Cuerpo C) A lo largo de esta canción, los personajes que aparecen en pantalla se mueven en sincronía con el ritmo de la canción y cada vez que aparece el personaje de Miley Cyrus lo hace bailando, con movimientos muy provocativos.

La estética de esta animación hace reminiscencia a la serie animada *Ren y Stimpy* de John Kricfalusi, transmitida por el programa *Nickelodeon* entre los años 1991 y 1996. La serie trata de un gato y un perro que tienen aventuras que expresan sátira hacia la cultura y sociedad estadounidense, pero mostrada a través de un humor bastante grotesco y un tanto bizarro. (Ver imagen 4, p. 5, Cuerpo C)

La siguiente canción del show es *4x4*, una canción del disco *Bangerz* que utiliza la metáfora de un vehículo 4x4 para hablar de la rebeldía. En su letra hace referencia al uso de la marihuana y otras drogas.

En cuanto al despliegue en escena que se planificó para esta canción, Diane Martel planteó la coordinación del baile de Miley Cyrus en conjunto con el resto de las bailarinas. La vestimenta de las bailarinas es una malla enteriza o un top con un pantalón con un estampado tartán rojo y blanco. (Ver imagen 5, p. 6, Cuerpo C)

Para proyectar en el Backdrop de esta canción, fue utilizada una animación en 3D en la que todos los elementos que aparecen en ella tienen el mismo estampado tartán rojo y blanco. A lo largo de esta pieza audiovisual se pueden ver distintos animales de granja bailando, como gallinas y caballos, y también espantapájaros y maíces sembrados moviéndose en sincronía con la canción. El modelado de los personajes demuestra simpleza, los mismos parecieran ser muñecos ya que tienen ejes a modo de articulaciones y ninguno tiene definido su rostro. (Ver imagen 6, p. 6, Cuerpo C)

La elección de esta estética tartán no fue librada al azar, ya que es un estampado que se lo relaciona con la cultura de música *country*, de la cual se vio influenciada esta canción musicalmente.

La próxima canción que interpreta la artista es *Love money party*, la cual forma parte del disco *Bangerz*. Aquí Miley Cyrus se cambia el vestuario y viste una malla ajustada al cuerpo con un estampado de dólares que hacen parecer que esta vestida con billetes.

Luego del cambio de vestuario, la intérprete hace su aparición en el escenario subida a una camioneta completamente dorada, la cual estaciona en la mitad la pasarela que compone el escenario. (Ver imagen 7, p. 7, Cuerpo C)

Las proyecciones que se muestran en el Backdrop del escenario están conformadas por animaciones 3D. Los elementos que se muestran en éstas van son palmeras (haciendo referencia al estado de California), cadenas, botellas de champagne, lingotes de oro y estatuas entre otras cosas. La mayoría de estos objetos están hechos de un material dorado, simulando ser oro. También, en medio de estos elementos aparecen explosiones de fuego que van a ritmo con la canción.

En conjunto con estas imágenes se muestra todo el tiempo una imagen en la pantalla con la leyenda "Parental advisory explicit content" [Aviso parental contenido explícito]. Esta imagen es muy común verla en discos de Hip Hop ya que contienen material no apto para todo público.

Otra particularidad de este diseño de Backdrop es la utilización de texto en él, coordinado con lo que canta la intérprete. Cada vez que la cantante dice "Love money party" se pueden observar en la pantalla esas palabras, al igual que se puede leer la letra de la canción en una parte que canta en conjunto con el rapero Big Sean. Este último recurso genera que el público se integre con el artista ya que genera una invitación a cantar a coro junto a él.

A continuación, el show sigue con la canción *My Darlin'*, una balada romántica en la que una persona le pide a la otra que no la abandone. Para esta canción la diseñadora Diane

Martel creó una animación 3D para utilizar en el backdrop. (Ver imagen 8, p. 7, Cuerpo C) En la misma se puede ver la estética de la tapa del disco ya que sobre un fondo negro, utiliza los mismos colores que componen la portada del álbum. Entre los elementos que componen esta animación se puede ver un cartel de neón con la cara del rapero Future, el cual contribuye en la canción, vasos derramando bebidas, globos desinflándose, partes de maniqués desarmadas, cigarrillos de marihuana, y al finalizar la canción se puede ver una caja de joyería con un anillo de compromiso que termina transformándose en un chicle. Estos elementos hacen referencia a una ruptura y contribuyen a fijar mejor el mensaje de la canción en el público, sin perder el hilo general del show que aborda temas como drogas, dinero y sexo. Todas las interacciones entre los elementos 3D se realizan en cámara lenta, adaptándose al ritmo de la canción.

Maybe You're Right es la siguiente canción en repertorio. Para el Backdrop de esta canción se utilizó una animación 2D siendo esta la primera que tiene un discurso narrativo. A lo largo de la canción el público puede ver una representación de la letra, la cual habla sobre una pareja que encuentra la desilusión en el amor. En la parte gráfica se puede ver a dos personajes con una estética de dibujo animado y con una influencia de videojuego de los años 90 (Ver imagen 9, p. 8, Cuerpo C), en la que un conejo se enamora de un mono y luego se separan, siendo el mono el que finalmente encuentra nuevamente el amor junto a un nuevo personaje. Este nuevo recurso narrativo que aparece en el show, permite una segunda línea de lectura del mensaje por parte del espectador, que puede verse conmovido por la historia secundaria que se cuenta a modo de metáfora en la pantalla del espectáculo.

La siguiente canción con la que continúa el show es *FU*. Esta canción es considerada de un pop oscuro, con influencias de *Dubstep*. Para el Backdrop de la misma se utilizó una animación 2D con diferentes planos de profundidad. Esto da la sensación de que el escenario presentado es tridimensional, pero solo se trata de una superposición de

planos en los que se manipulan los tamaños y las sombras. (Ver imagen 10, p. 8, Cuerpo C)

Miley Cyrus continúa su show con una canción llamada *Do my thang [Hacer mis cosas]*. Para esta canción las bailarinas en escena visten ropa ajustada de jean y sombreros estilo cowboy de la misma tela, haciendo referencia a la música country que da estilo a esta canción. Para los visuales de esta parte del show, es utilizado por primera vez el recurso de las imágenes animadas. Acá la artista Martel usa una selección de imágenes de Miley Cyrus, en las que solo se puede observar su figura recortada sobre un fondo negro, las cuales empieza a distorsionar y a multiplicar, corriéndolas de su eje, para dar la sensación de movimiento. (Ver imagen 11, p. 9, Cuerpo C) Estas imágenes tienen una carga de contenido sexual y hacen referencia a la bandera *LGBT* por los colores que utiliza al transformar las imágenes. Este último Backdrop apela a un sector del público de la artista que se encuentra en su adolescencia y a la comunidad *LGBT* que simpatiza con ella.

Para la siguiente canción llamada *#GETITRIGHT*, se utiliza un Backdrop de una simple animación 3D que simula dibujar caras o figuras humanas con golosinas. (Ver imagen 12, p. 9, Cuerpo C) Lo interesante de estas propuestas es la coordinación del video con la música en vivo, ya que los cambios de imagen corresponden exactamente con el *tempo* de la canción. Para la performance de esta canción, en el escenario se montó una cama gigante que Miley Cyrus comparte con bailarines y bailarinas mientras canta.

Continuando con su show, la artista canta una canción de uno de sus discos anteriores, llamada *I can't be tamed*. Para esta canción tanto la cantante como las bailarinas usan un vestuario con rayas en blanco y negro (Ver imagen 13, p. 10, Cuerpo C). A su vez, el Backdrop que complementa la escena general está conformado por líneas blancas y negras que resaltan la idea de la ley de contraste de Gestalt nombrada anteriormente, que dice que la forma será mejor percibida mientras mayor sea el contraste entre la figura y el fondo, en este caso formada por los elementos en blanco y en negro. Además de la

iluminación montada en el show, esta performance cuenta con la iluminación de la pantalla que genera un clima con mayor movimiento al tener tanto contraste entre sus elementos, que se encuentran en un movimiento continuo y rápido.

En la siguiente canción, *I adore you*, la diseñadora Diane Martel planteó la idea de proyectar imágenes del show en vivo por primera vez desde el comienzo del espectáculo. Aquí Miley Cyrus incitaba a su público a demostrarse afecto besándose, mientras en la pantalla se veía una imagen de un anillo sobre el público. (Ver imagen 14, p. 10, Cuerpo C)

Continuando con el show, la artista presenta la canción *Drive* la cual no tiene Backdrop pero si presenta un desarrollo distinto de iluminación. Mientras que la cantante se encuentra al final de la pasarela del escenario, casi en el centro del espacio del público, en el escenario principal se genera un juego de luces tipo laser que van desde piso hasta el techo, generando una textura diferente en el fondo de la escena. (Ver imagen 15, p. 11, Cuerpo C) Otra particularidad de este momento es la intervención del público en la iluminación, ya que la artista le pide a los espectadores que iluminen el espacio con el flash de sus celulares. Esta acción permite al público sentirse una parte activa del show y compenetrarse más con lo que sucede.

Luego de esta primer parte del show, Miley Cyrus realiza una sesión acústica en un segundo escenario en el recinto donde se lleva a cabo la presentación. Este escenario, siendo más pequeño que el principal, está ubicado en una zona alejada y rodeado por el público (Ver imagen 16, p. 11, Cuerpo C). En esta parte del show se genera un momento más íntimo, en el que la artista puede hacer más fuerte la conexión que tiene con el público. Otro aspecto importante de este nuevo escenario es la desaparición de las paredes, mientras que en el escenario principal está el concepto de la cuarta pared que divide al artista del público, aquí no se delimita tan marcadamente esto ya que este escenario se encuentra en medio del público, permitiéndoles ver a la cantante desde todos los ángulos del mismo.

Una vez que termina esta sección, Miley Cyrus vuelve al escenario principal y continúa el show con la canción *On my own*. Aquí la artista es acompañada en el escenario por bailarines disfrazados de osos de peluche de distintos colores que interactúan con ella todo el tiempo (Ver imagen 17, p. 12, Cuerpo C). El Backdrop que complementa esta canción está conformado por plenos de colores. La intención de tras esta elección es la de iluminar al público con la luz del color que se proyecte en la pantalla.

En la próxima canción que continúa este set, llamada *Someone else*, se utiliza un Backdrop que apela a lo gracioso, ya que en el mismo se puede ver la imagen de un *hot dog* sobre un fondo de nubes grises. A este *hot dog* luego se le adicionan imágenes de Miley Cyrus, la cual luego aparece desnuda, cubierta con imágenes de huevos de gallina. En complemento con estas imágenes, sobre el escenario aparece un *hot dog* gigante sobre el cual la cantante se sube y este se eleva sobre el piso del escenario. (Ver imagen 18, p. 12, Cuerpo C) Para terminar este acto, la pantalla de fondo se abre en dos y el *hot dog* desaparece del escenario junto con la artista al cerrarse nuevamente las pantallas.

Para finalizar el show, Miley Cyrus canta *We cant stop*, donde se le suman bailarinas disfrazadas de manoplas, encendedores y cigarrillos de marihuana, que interactúan con ella y el público. En el Backdrop de esta canción se proyectan tanto imágenes 3D como fotografías animadas digitalmente. Por una parte se puede observar la silueta de una cara hecha en 3D que canta la canción al mismo tiempo que la artista, y también, a lo largo de toda la canción se puede ver la imagen de un gatito, al cual se lo animó digitalmente para que mueva la boca y simulara cantar la letra de la canción. (Ver imagen 19, p. 13, Cuerpo C) Este último acto apela a la generación de adolescentes que siguen a la artista y están familiarizados con las distintas modas de internet y las redes sociales, ya que la imagen del gatito fue famosa mundialmente en el momento en que fue utilizada por Diane Martel para realizar el Backdrop del acto final del show de Miley Cyrus en el tour *Bangerz*.

5.2. Madonna

Para realizar el análisis sobre esta artista se tomará como primera referencia el CD *Rebel Heart*, editado en el 2015, siendo el decimotercer álbum de estudio de la cantante.

Se puede observar en la tapa del disco una fotografía del rostro de Madonna en blanco y negro con un cable negro atado múltiples veces alrededor de su cabeza, generándole distintas delimitaciones en la cara. (Ver imagen 20, p. 13, Cuerpo C) Esta imagen puede ser interpretada como una especie de freno o contención que tiene la artista, como si las ataduras estuvieran reprimiendo su cabeza. Por otro lado, la contratapa del CD consta de una foto de una mano agarrando un corazón ensangrentado, que tiene escrito en el antebrazo el nombre *Madonna*. Esto último, en contraposición con la imagen de la tapa, puede verse como la liberación del corazón a pesar de la contención de sus ideas y la representación del título del disco.

El contenido audiovisual que será analizado en este subcapítulo corresponderá a los Backdrops proyectados durante los shows de la gira *Rebel Heart Tour* realizada entre septiembre de 2015 y marzo de 2016.

El tour tuvo un total de 82 shows, cuya escenografía estaba compuesta por un gran escenario principal ubicado en uno de los extremos de los estadios o arenas donde se llevara a cabo el recital. Este escenario contaba con una larga pasarela que se extendía desde su centro hacia el final del espacio en forma de corazón. En el medio de la pasarela se encontraba un pequeño escenario circular desde donde se extendían las pasarelas horizontales. (Ver imagen 21, p. 14, Cuerpo C) Con el fin de facilitar a Madonna y sus bailarines el aparecer en cualquier momento en el escenario, había aberturas en toda la longitud del escenario, así como calzadas para desaparecer debajo de la estructura al final de cada canción. Al fondo del escenario principal había tres grandes pantallas donde se reproducían las proyecciones y a la vez, al estar divididas podían ser desplazadas, junto con dos vocalistas de fondo de la cantante y la banda musical a cada costado del escenario.

Antes de comenzar cada show, se proyectaba en los Backdrops un video narrado y con música de fondo a modo de introducción del espectáculo. Esto se realiza para generar una mayor expectativa en el público y ayudar a poner en clima a los espectadores. Estas imágenes proyectadas la muestran a Madonna vestida de manera provocativa dentro de una jaula con una iluminación dramática. (Ver imagen 22, p. 14, Cuerpo C) También se lo muestra al exboxeador Mike Tyson en contraposición con las imágenes de ella y de un ejército de hombres con armadura llevando cruces. Llegando al final del clip, se puede ver a Madonna con moretones y lastimaduras y a Tyson hablando. Por último Madonna se para en frente al ejército de hombres con armadura y se puede escuchar como habla sobre comenzar una revolución.

Este corto proyectado al principio del show, da lugar a presentar todas las canciones que Madonna selecciona en cada presentación para transmitir un mensaje hacia el público.

Para la primer canción, llamada *Iconic*, la artista sale de debajo del escenario en una jaula, la cual se abre y al salir es atacada por los bailarines que están vestidos con armaduras y llevan cruces en las manos, con diseños similares a una férula papal. (Ver imagen 23, p. 15, Cuerpo C)

Para el Backdrop de esta canción, se realizó un video el cual en un principio funciona como una extensión de lo que sucede sobre el escenario en ese momento, ya que se pueden ver a dos de los bailarines realizando los mismos movimientos sincronizados con los bailarines reales. También, durante la proyección aparecen imágenes de Madonna y de un grupo de personas que la siguen como si fuera una líder. (Ver imagen 24, p. 15, Cuerpo C) Tanto el vestuario como la proyección del Backdrop tienen una estética que representa algo épico ya que la letra habla sobre vencer y ser fuerte, de ser un ícono de una revolución.

El show continúa con la canción *Bitch I'm Madonna*, en la cual colabora la artista Nicki Minaj. En el Motion Graphics aplicado al Backdrop durante esta canción se pueden observar diferentes elementos, como el video filmado, la animación 2D, tipografías y otros

efectos. Por la influencia de la música oriental en la melodía de esta canción, tanto la temática de las proyecciones como el vestuario de los bailarines tienen una estética china. (Ver imagen 25, p. 16, Cuerpo C) Los colores que más predominan en la escena son el rojo y la escala de grises. En cuanto a la coreografía, al igual que en la mayoría de las presentaciones de Madonna, los bailarines interactúan con Madonna y hacen que la escena sea muy teatral. Con respecto a las imágenes proyectadas, todas hacen referencia a elementos que aparecen sobre el escenario, como los abanicos que utilizan los bailarines. (Ver imagen 26, p. 16, Cuerpo C)

Uno de los efectos que se pueden remarcar en esta pieza audiovisual es el de caleidoscopio, donde se ven multiplicadas las imágenes de forma simétrica, espejadas sobre dos o tres ejes, dependiendo el momento.

Por último se puede destacar la coordinación de lo visual con la música y la actuación en vivo, ya que el video cuenta con la aparición de Nicki Minaj en el momento exacto en el que ella canta en la canción, y muchas veces el video va en sincronía con el baile de los bailarines del escenario.

Para la tercera canción del show, *Burning up*, Madonna aparece sin bailarines en el escenario. El Backdrop de esta canción está formado por imágenes de archivo y animación 2D. Todas las imágenes son de muñecos de prueba, ya sea chocando en autos o solo andando en el auto. Los recursos que se utilizan hacer más dinámico este material es la división de pantallas en tres tercios, combinando de a dos tercios pero alterando las mismas entre ellas. También se pueden ver imágenes superpuestas con texto y la proyección de palabras que hacen referencia a conceptos asociados a la letra de la canción. (Ver imagen 27, p. 17, Cuerpo C)

La siguiente canción que canta Madonna se llama *Holy water*. Aquí Madonna se viste con un corsé y una pollera negra. El vestuario que lleva ella y el resto de las bailarinas hace referencias directas a la vestimenta tradicional de una monja. Como elementos extra a lo largo de la pasarela se pueden observar palos de *pole dancing* pero que terminan en

forma de cruz, a modo de férula papal. (Ver imagen 28, p. 17, Cuerpo C) También, a lo largo del escenario principal se pueden ver al resto de los bailarines en una mesa creando una escena similar a la de la imagen con referencias religiosas del cuadro de Leonardo Da Vinci, *La Última Cena*. (Ver imagen 29, p. 18, Cuerpo C)

En las proyecciones del Backdrop, en contraposición con las referencias religiosas antes nombradas, se pueden observar imágenes relacionadas a prácticas sexuales como el sadomasoquismo, como látigos, sogas, cadenas, etc. Acá se puede ver nuevamente el recurso de la pantalla dividida y la sincronización con la canción en vivo. Llegando al final de la canción, cuando Madonna se va de la pasarela hacia el escenario principal y se une a los bailarines que recreaban *La Última Cena*, los Backdrops se sincronizan con la acción y comienzan a proyectarse partes de este cuadro en las pantallas.

La próxima canción en el repertorio de Madonna es *Body shop*, canción que utiliza la metáfora de temáticas de mecánica para hablar del sexo de la mujer.

En la puesta en escena de esta canción se pueden ver elementos como cubiertas de neumáticos, cadenas y partes de autos decorando el escenario principal. (Ver imagen 30, p. 18, Cuerpo C) Una peculiaridad de esta canción es que aquí hay pantallas que están ubicadas horizontalmente al nivel del piso y estas se levantan para ponerse verticalmente por delante de las pantallas principales del show, creando así una doble fila de pantallas en las que se proyectan diferentes cosas. (Ver imagen 31, p. 19, Cuerpo C)

En la proyección de las pantallas principales pueden verse escenas filmadas de torsos de hombres, cadenas, ambientes de talleres mecánicos y por último imágenes de rutas, tanto de día como de noche. (Ver imagen 32, p. 19, Cuerpo C)

Estas últimas imágenes son las que más predominan a lo largo de la canción y generan en el público una sensación de tranquilidad que acompañado con el ritmo suave de la canción generan determinado clima en los espectadores.

Luego de esto, Madonna canta la Canción *True Blue* sentada en el escenario con un ukelele y varios integrantes de su banda y bailarines alrededor. Antes de comenzar a

cantar utiliza el momento para generar un vínculo con el público y entusiasmarlo sobre la canción que va a tocar. (Ver imagen 33, p. 20, Cuerpo C) Esta parte del show sirve para contribuir con la idea de alma colectiva que se trató en el capítulo dos.

En la canción *HeartBreakCity*, Madonna genera un espectáculo dramático cantando toda la canción desde la parte superior de una escalera en forma de caracol ubicada a un costado del escenario principal. (Ver imagen 34, p. 20, Cuerpo C) A lo largo de la canción, Madonna interactúa con un bailarín que está constantemente buscándola, mientras que ella lo aleja de su lado. A modo de acompañamiento, en el Backdrop de esta canción se muestra un paisaje de ciudad de noche, visto desde el parabrisas de un auto mientras llueve. Estas imágenes si bien no tienen un argumento narrativo, ayudan a la intérprete a transmitir mejor el mensaje y a generar el clima deseado en el show.

La canción que continúa en el set de este espectáculo es *Like a virgin*. Aquí Madonna se encuentra sola en el escenario interpretando esta canción. Esta parte del show tiene la particularidad de utilizar una parte móvil del escenario, como lo es la tarima que se encuentra en el centro de la cruz de la pasarela. (Ver imagen 35, p. 21, Cuerpo C)

En cuanto al Backdrop que interviene en esta canción, está hecho con imágenes de radiografías de partes del cuerpo humano. Las mismas son presentadas a modo de flash, rítmicamente en conjunto con la canción. A pesar de que su contenido no aporta una gran significancia a la escena, el efecto que genera la iluminación de las pantallas junto con el golpe rítmico le da un mayor impacto al público.

Para la canción *S.E.X.*, próxima en el set de canciones de este show, se armaron sobre el escenario cuatro camas sobre las cuales hay un bailarín y una bailarina en cada una. La plataforma donde están ubicadas estas camas tiene una inclinación que permiten al público visualizarlas mejor. (Ver imagen 36, p. 21, Cuerpo C)

En cuanto a las imágenes proyectadas, estas son imágenes en blanco y negro montadas rítmicamente con la canción. En estas escenas se puede ver a Madonna con los ojos vendados, a un hombre con los ojos vendados y a distintas personas en situaciones que

sugieren actos sexuales. Otro elemento compositivo que poseen los Motion Graphics de este Backdrops es la letra de la canción en partes específicas que se repiten, tales como el estribillo o expresiones.

Para la próxima parte del show, Madonna junto con sus bailarines realiza un cambio de vestuario, ahora se visten con ropa de influencia española, más específicamente, Madonna se viste como matadora de toros. Los bailarines hombres en este caso se visten con un pantalón ajustado y llevan una máscara con cuernos. Durante la performance de la canción *Living For Love*, los bailarines actúan como si fueran toros y Madonna como la matadora.

En cuanto a la escenografía digital, los Backdrops muestran escenas de videos filmados donde un bailarín con una máscara con cuernos de toro interactúa en un espacio similar a una arena de corridas. (Ver imagen 37, p. 22, Cuerpo C) El color que predomina en el video, al igual que en la iluminación del escenario es el rojo. Tal y como fue utilizada anteriormente, en este video se vuelve a repetir la técnica de la división de pantallas en varias ocasiones. (Ver imagen 38, p. 22, Cuerpo C)

La Isla Bonita es la próxima canción que interpreta Madonna en su show. Se continúa con la estética española sobre el escenario principal. Para la realización de las proyecciones se utilizó como referencia el video original de la canción, lanzado en el año 1986, donde Madonna aparece vestida de bailarina de flamenco.

En el Backdrop se pueden observar planos detalle de las manos y la ropa de una bailarina de flamenco con la misma tonalidad roja que el video anterior. (Ver imagen 39, p. 23, Cuerpo C) Otro elemento que ya había aparecido en escena antes, vuelve a aparecer, en este caso la utilización de abanicos es un elemento extra en el vestuario de las bailarinas y a su vez complementa su aparición en las proyecciones.

Luego de esto, Madonna vuelve a retomar el momento acústico y se reúne en el escenario con el resto de la banda y su guitarra para tocar *Who's that girl?*. Este es otro momento donde la artista se conecta con el público. (Ver imagen 40, p. 23, Cuerpo C)

Para el próximo acto de su show, la artista interpreta la canción *Rebel Heart* solo con su guitarra en el final de la pasarela. Esta posición en el espacio del público la acerca a los espectadores y genera un clima más íntimo, dejando de lado la actuación teatral que se realizaba con los bailarines hasta el momento.

Los Motion Graphics que se muestran en los Backdrops de fondo corresponden a animaciones digitales 2D creadas a partir de imágenes fijas. Aquí se utilizan diferentes tipos de técnicas tales como el Collage Digital, el Stop Motion y la superposición de imágenes. (Ver imagen 41, p. 24, Cuerpo C)

Las proyecciones mostradas acompañan el discurso de la letra de la canción, que hace referencia a la artista y a cómo se comporta frente al mundo, por eso todas las imágenes tienen un tratamiento gráfico distinto, para mostrar las distintas etapas por las que fue transitando la artista a lo largo de los años y poder representarla bajo el concepto de rebeldía, incorporando la idea que rige las gráficas del disco al que le da nombre esta canción. (Ver imagen 42, p. 24, Cuerpo C)

Para la canción *Material Girl*, una de las últimas en el repertorio del *Rebek Heart Tour*, Madonna utiliza un vestido del estilo de los años 20 lleno de piedras preciosas colgantes. Si bien esta canción es una de las más conocidas de la artista desde el momento en que fue presentada al público en 1985, en esta gira se hace una reversión con un ritmo más lento y con menos arreglos armónicos.

Para el despliegue escenográfico de este acto se modifica el escenario. La pantalla que en la canción *Body shop* se desprende del suelo para ponerse de forma vertical, en este caso se posiciona de manera diagonal al suelo. A su vez se eleva una tarima rectangular a lo largo del escenario, creando en conjunto con la pantalla, una especie de rampa con una pasarela. (Ver imagen 43, p. 25, Cuerpo C)

Durante esta canción Madonna es acompañada por un grupo de bailarines con los cuales interactuar mientras canta. El personaje que representa la artista en esta actuación es una mujer a la que le importan los bienes materiales, lo cual concuerda con la letra de la

canción. A lo largo del acto Madonna empuja a los bailarines por la rampa que se formó con la pantalla para terminar ella sola sobre la pasarela.

Algo importante a destacar en esta puesta en escena es la utilización de las luces, que están siguen perfectamente el movimiento que realiza la artista a lo largo de la pasarela.

En la totalidad del acto se puede ver referenciada la estética del Art Decó. Tanto en el vestuario como en los Backdrops, que están formados por figuras representativas de este estilo y también por imágenes conocidas de la época como ilustraciones de la revista *The New Yorker*. (Ver imagen 44, p. 25, Cuerpo C)

A modo de cierre del show, Madonna busca apelar a lo emotivo, cantando sentada en el borde del escenario una versión acústica de *La vie en rose*, cuya versión original es interpretada por la cantante francesa Édith Piaf. En este momento los Backdrops imitan la textura de un telón de teatro rojo y se vuelven estáticos. Madonna suele hacer que en este último acto la gente forme parte del show utilizando la luz de sus celulares para crear un efecto de destellos a lo largo de todo el espacio ocupado por el público. (Ver imagen 45, p. 26, Cuerpo C)

5.3. Conclusiones de los análisis

Al comienzo de este ensayo se plantó como objetivo la comparación del material proyectado en las pantallas de los shows de las artistas Miley Cyrus y Madonna.

Luego de haber planteado un marco teórico que brindaría los parámetros de comparación entre cada proyección, se pudo comenzar el análisis de las obras y su interacción con el artista y el público.

Los parámetros que se tuvieron en cuenta al momento de realizar el análisis fueron el contenido del Motion Graphics, las técnicas utilizadas para llegar a la obra final, su relación con la interpretación de la artista y su función. También, se tuvo en cuenta el diseño del disco que se presentó en el show analizado, ya que todos los productos de la artista apuntan a transmitir un mismo mensaje. Dicho esto, el arte de CD de la artista no

puede ser ignorado al momento de plantear una observación de los elementos gráficos que representan a las cantantes.

En cuanto a los componentes que conforman el show en vivo, se tuvieron en cuenta la disposición del escenario, el tipo de escenografía, la función de las luces en cuanto al público y a lo que se busca transmitir y los elementos extras que se presentan en el escenario.

Al analizar las performances en vivo de Miley Cyrus se puede observar que el show está dirigido a un público entre adolescente y joven adulto por la actualidad y la temática del contenido de sus canciones y sus visuales.

Por otra parte, se puede ver como la exageración de su actuación y la escenografía que la rodea busca generar un impacto en el espectador, asombrarlo. Por las letras de sus canciones y el contenido que se muestra en los Motion Graphics proyectados en los Backdrops de su show, se connota la idea de ostentar en cuanto al dinero y los bienes materiales.

Se puede decir que el mensaje que la artista pretende transmitir desde el diseño del arte de tapa de su CD hasta la proyección de imágenes en su show es el mismo y se integra perfectamente con todos los elementos presentados en vivo por la artista. Esto último, genera en el espectador un nuevo valor agregado, ya que al asistir a un show de esta artista no solo se encuentra con el mensaje denotado de sus canciones, sino también con un conjunto de connotaciones que se genera a su alrededor por los elementos extra que aparecen en la escena.

En el caso de Madonna, es una artista con más de treinta años de trayectoria que abarca un público más amplio. En el show analizado donde presenta su disco *Rebel Heart*, la artista no busca transmitir un mensaje, sino que intenta venderse a ella misma como un producto.

A lo largo del show se puede observar como el despliegue escenográfico, el grupo de bailarines que la acompaña, la dinámica de la escena y las visuales proyectadas en los

Backdrops giran en torno a su persona en todo momento. A diferencia del show anterior, este es un espectáculo más teatral, con una mayor planificación en cuanto a actuación en vivo. En el caso de este último análisis, las conclusiones que se obtienen son que el nuevo paradigma que genera toda la puesta en escena planteada por los responsables del espectáculo de Madonna, permite al espectador comprender el universo de la artista y su evolución a través del tiempo en los distintos actos que realiza.

Conclusiones

Luego de haber realizado el presente trabajo de cuatro capítulos de relevamiento de información y un quinto capítulo en el que se expuso el análisis de dos shows completos, se espera a llegar una conclusión a partir de todo lo anteriormente desarrollado.

Se puede reflexionar que en el presente trabajo se buscó encontrar el nuevo paradigma que generan los Motion Graphics aplicados en Backdrops de recitales pop.

Del mismo modo se buscó definir las técnicas de escenografía digital más utilizadas en shows de este tipo. Por otro lado, se puede decir que este ensayo presenta una interdisciplina entre lo que es el diseño de imagen y sonido con el diseño de espectáculos y la dirección de arte.

Luego de haber realizado el propuesto análisis, se puede agregar que el diseño de la estética de las visuales y el mensaje que quieren comunicar se vinculan en su mayoría con la letra de las canciones y su atmósfera musical, generando un concepto artístico integrado sobre el cual los espectadores se encuentran inmersos.

Luego de haber analizado el surgimiento de la utilización de las visuales para recitales y los diferentes modos y formas de implementación, se puede exponer que con el avance de las tecnologías y los nuevos medio artísticos los espectáculos musicales involucrarán un trabajo más conceptual y multidisciplinar en lo que respecta al uso de las visuales y sus instalaciones, tal como se puede ver en el show de Madonna con pantallas que salen del piso o partes del escenario que se elevan, o como en el show de Miley Cyrus donde se presentan elementos de gran tamaño sobre el escenario y la logística para manipularlos conlleva el uso de diferentes tecnologías.

También se aspira a decir que, según lo investigado, la importancia de diseño de Backdrops surgen de la necesidad de los artistas con alcance a grandes multitudes de brindar un show integral, que transmita más que lo el público capta al solo escuchar la música.

Del mismo modo, se puede observar que en los recitales de gran magnitud la convocatoria se da a partir del énfasis en la performance del artista, dejando el uso del escenario, la escenografía y los Backdrops como un herramientas externas al show y no como parte fundamental de una idea conceptual artística a la que la audiencia se ve interesada a experimentar.

Asimismo, existen excepciones en las que el uso de los elementos visuales son fundamentales para el desarrollo del recital, ya que sin ellas el evento no tendría sentido, causando que una determinada parte del público se vea atraído a asistir por la propuesta integral del show. Un ejemplo de esto son las proyecciones en tiempo real sobre las pantallas gigantes, tanto de lo que sucede en el escenario como en el espacio de los espectadores. Debido a la magnitud de los predios donde se llevan a cabo estos shows, no todo el público tiene la posibilidad de ver al artista de cerca. La función de las pantallas que amplían la imagen en vivo es crucial para que todos los espectadores se sientan parte del show y logren una conexión con el artista.

En el caso de los dos espectáculos analizados, se puede decir que son obras multimediales que integran al sonido con las artes visuales. En este tipo de obras la desaparición de alguno de los elementos que conforman las piezas, trae como consecuencia el desarme de la pieza artística y así también una falla en el mensaje que se busca transmitir. Del mismo modo, el público que presencia este tipo de eventos, suele ser conocedor de la propuesta integral y es atraído por ella en su totalidad. Por esto mismo, se puede determinar que los shows de música pop están destinados a espectadores que busquen algo más que solo ver y escuchar al artista.

Se pudo observar a lo largo del desarrollo del presente trabajo, que no hay mucha información disponible que analice el desarrollo actual de los shows de música en vivo, sin embargo sí se pueden encontrar textos sobre otros tipos de espectáculos con los cuales comparte conceptos esenciales, ya sean tanto teatrales como cinematográficos.

Esto lleva a pensar que la falta de material teórico se debe a que los recitales como los conocemos hoy, tienen una historia relativamente corta dentro del mundo de los espectáculos y que es un formato que todavía se encuentra en desarrollo y crecimiento. Se entiende entonces, que las nuevas formas de pensar en el show se enfocarán en estimular al público de diferentes maneras y que dicha estimulación será mediante la incorporación del material visual digital y sus diferentes formas de integrarlo a la puesta en escena mediante nuevas tecnologías.

También se considera que con el desarrollo de la cultura digital, las nuevas formas de visualizar las imágenes virtuales y las tecnologías en desarrollo, las proyecciones en los shows tendrán cada vez más importancia en el mundo de los conciertos. Esto se podría ver relacionado a la utilización de los teléfonos celulares, sus aplicaciones, al acceso a internet en todo momento y el uso masivo de las redes sociales, que en algún momento pueden llegar a ser unos de los medios y formas con los que, en los se pretenda generar diferentes tipo de interacción del público con los elementos visuales.

Del mismo modo, resultaría interesante que este tipo de interacciones tengan una propuesta artística conceptual, en la que los elementos y las acciones estén pensados con anterioridad y generen una nueva forma de comunicación con el espectador. De esta forma se podría transformar al recital en una experiencia única para el público en donde todos los elementos que componen el evento están cuidadosamente pensados para poder ofrecer un espectáculo más completo e integral.

Con toda la información desarrollada en el presente trabajo, se pretende dar en cuenta de la experiencia integral que generan todos los componentes de un show cuando los mismos están regidos por una misma idea y apuntan a generar un determinado sentimiento en el espectador.

La comunicación entre el artista y el público entonces se verá determinada por los elementos que los rodeen y la disposición de los mismos, siendo estos beneficiosos ya

que le brindan a los shows un carácter único. Esto sucede debido a que el diseño de cada una de ellas es especialmente creado con un fin concreto para ese evento.

En el presente trabajo se pudo observar que se lograron integrar diferentes formas de comunicación y de arte, obteniendo así shows en los que se utilizan diferentes disciplinas y en los que se pone énfasis en el uso y diseño del Motion Graphics como impulsor de un mensaje.

Así, se lograron presentar los diferentes recursos, medios y herramientas técnicas que se pueden utilizar para el desarrollo de este tipo de shows, como también se describieron los aspectos claves que caracterizan y diferencian a la performance de ambas artistas, tanto desde el punto de vista de la producción, como de la perspectiva de la recepción del espectador.

Durante el paso de la autora de este proyecto de graduación por la carrera de diseño de imagen y sonido, se pudieron estudiar en las diferentes cursadas distintas disciplinas relacionadas al diseño audiovisual, como la realización de piezas cinematográficas, creación de páginas web, videoarte, DVDs interactivos, videoclips, etc. A pesar de esta variedad de formas de diseño que se estudiaron y que sirvieron como base para la realización del presente trabajo, pocas veces se planteó en las materias cursadas, una propuesta de creación de un espacio multimedia para un show en vivo que integre todas las disciplinas a la vez.

Por esto, resulta pertinente alentar a incluir materias en las que se estudien teóricamente y que también propongan la realización de obras integrales de estas características. También se podría pensar en incluir algún proyecto interdisciplinario en el que, por ejemplo, la carrera de espectáculos, la de producción musical y la de diseño de imagen y sonido, trabajen juntas para la realización de una propuesta sobre shows musicales.

Debido a que la carrera de diseño de imagen y sonido abarca una amplia variedad de aspectos a estudiar, podría decirse que es un profesional que posee las capacidades para dirigir e idear la realización de los tipos de shows que se presentaron aquí.

Un diseñador de imagen y sonido puede ser el encargado del diseño conceptual del evento, así como también de las mismas visuales y de la propuesta estética; por otro lado también tiene la capacidad de realizar la planificación de la producción del mismo, como también la investigación de campo y todo lo que tenga que ver con la dirección integral audiovisual ya sea el arte, el sonido y la implementación de diferentes tecnologías.

Lista de referencias bibliográficas

- Abellán, M. (2010) *GraphicBeats. Independent Record Covers & Packaging Design*. Nueva York: Monsa.
- Alcaraz Pagán, M. N. (2016) *Las claves de la innovación de Saul Bass en la secuencia de títulos de crédito de Vertigo*. Valencia: Universitat Politècnica de València. Disponible en <https://riunet.upv.es/handle/10251/61992?show=full>
- Ambrose y G. Harris, P. (2005) *Bases del diseño 4. Imágen*. Barcelona: Parramón.
- Ambrose y G., Harris, P. (2009) *Fundamentos del diseño gráfico*. Singapur: P.A.D
- Andreau, C. G. (2012). *Tiempo y Movimiento: El impacto del Motion Graphics en el Diseño Gráfico*. Buenos Aires: Universidad de Palermo
- Barbero, J. M. (2002). Jóvenes: comunicación e identidad. *Pensar Iberoamérica*, 6.
- Barthes, R. (1964). Rhétorique de l'image. *Communications* 4. París: Seuil.
- Body, V. y Weibel, P. (1987). *Clip, Klapp, bum: von der visuellen Musik zum Musikvideo*. Köln: Dumont Taschenbücher. Citado en : Sánchez López, J. A., García Gómez, F. (2009) *Historia, estética e iconografía del videoclip musical*. Málaga: Universidad de Málaga.
- Ciufo, T. (2004) *Real-Time Sound/Image Manipulation and Mapping in a Performance Setting*. Providence: Brown University. Disponible en: http://www.ciufo.org/media/sound_image.pdf
- Delsing, M. J. M. H., ter Bogt, T. F. M., Engels, R. C. M. E., Meeus, W. H. J. (2007) Adolescents' music preferences and personality characteristics. *European Journal of Personality*, 22, 109-130.
- Desplats, O. M. (2005). *Técnicas de animación clásica*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Dondis, D.A. (1992). *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*. (10º ed.). Barcelona: Gilli.
- Fernández, A., y Domínguez, M. Á. (2011) Saul Bass. Valencia: gráfica.
- Frascara, J. (2000) *Diseño gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social*. Buenos Aires: Ediciones Infinito. Disponible en <http://ariel-amadio.com/docencia/wp-content/uploads/2013/08/Dise%C3%B1o-gr%C3%A1fico-para-la-gente-Jorge-Frascara.pdf>
- Frascara, J., Meurer, B., Toorn, J.V. y Winkler D. (2004). *Diseño gráfico para la gente, Comunicaciones de masa y cambio social*. Buenos Aires: Infinito.
- Frith, S. (2012) *Live Music 101 #1 – The Materialist approach to live music*. Disponible en: <http://livemusicexchange.org/blog/live-music-101-1-the-materialist-approach-to-livemusic-simon-frith/>

- Frith, S., Stray, W. y Street, J. (2001) *The Cambridge Companion to Pop and Rock*. Cambridge: Cambridge University Press
- Gregory H. (1999) *Un Siglo De Pop: Cien Años De Música Que Cambiaron El Mundo*. Barcelona: Blume.
- Holding, E (2000). *Staged architecture. A monograph on the work*. West Sussex: Wiley Academy.
- Hormigos, J. y Martín Cabello, A. (2004). "La construcción de la identidad juvenil a través de la música". *Revista Española de Sociología* 4, 259-270.
- Krasner, J. (2008). *Motion Graphic Design Applied History and Aesthetics*. (2ª ed.). Londres: Focal Press.
- Kronenburg, R. (2012) *Live Architecture: Venues, Stages and Arenas for Popular Music*. Oxford: Routledge.
- Kun, J.(2005) *Audiotopia: Music, Race, and America*. Berkeley: University of California Press.
- Leone, D. G. (1998) *Leyes de la Gestalt*. Buenos Aires: Edhasa.
- Levin, G. (2000) *Painterly Interfaces for Audiovisual Performance*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology. Disponible en <http://acg.media.mit.edu/people/golan/thesis/thesis300.pdf>
- Mahon, N. (2010) *Dirección de arte publicitario*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, SL.
- Martínez, J. C. (2015). *La reinterpretación de los principios clásicos de animación en los medios digitales*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: <http://eprints.ucm.es/32970/1/T36327.pdf>
- Mason, N. (2005). *Inside Out*. San Francisco: Chronicle Books LLC.
- Montoya, S. (2001) *La producción de videos*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.
- Muecke, M. W. (2007) *Resonance: Essays on the intersection of music and architecture*. Ames: Culicidae Architectural Press. Londres: John Wiley.
- Pascual, M. A. M. (2008) *La Persistencia Retiniana y El Fenómeno ! (Phi) como error en la explicación del Movimiento Aparente en Cinematografía y Televisión*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. Disponible en http://www.cac.cat/pfw_files/cma/premis_i_ajuts/treball_guanyador/Menci__Miguel_A__Martin.pdf
- Pavis, P. (1998) *Diccionario del teatro*. Barcelona: Paidós
- Pavis, P. (2000) *El análisis de los espectáculos: teatro, mimo, danza, cine*. Barcelona: Paidós
- Pereja Carrascal, E. (1998). *Escenografía virtual*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión

- Ràfols, R. y Colomer, A. (2003) *Diseño audiovisual*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Sáenz Valiente, R. (2008). *Arte y técnica de la animación* (2^a ed.). Buenos Aires: Ediciones de la Flor.
- Sánchez López, J. A. y García Gómez, F. (2009) *Historia, estética e iconografía del videoclip musical*. Málaga: Universidad de Málaga.
- Schwartz, K. D. y Fouts, G. T. (2003) "Music Preferences, Personality Style, and Developmental Issues of Adolescents". *Journal of Youth and Adolescence*, 32 (3), 205-213.
- Scott, R. G. (1951) *Fundamentos del diseño*. Nueva York: Me Graw-Hill
- Seeger, C. (1977). *Studies in Musicology*. California: University of California Press
- Sirlin, E. (2005) *La luz en el teatro, manual de iluminación*. Buenos Aires: Atuel
- Sirlin, E. (2005) *La luz en el teatro, manual de iluminación*. Buenos Aires: Atuel.
- Taquini, G. (2007) *Ver el Video. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y comunicación*. Ensayos. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.
- Teo, T. (2001). "The preference for Popular Music: Reasons and Problems". *REACT*, 20 (2), 33-38.
- Vannini, P. y Myers, S.M. (2002). "Crazy About you: Reflections on the Meanings of Contemporary Teen Pop Music". *Electronic Journal of Sociology*, 6 (2). Disponible en: http://www.sociology.org/content/vol006.002/vannini_myers.html
- Webster, E. (2012) *Venue typologies: an overview*. Disponible en: <http://livemusicexchange.org/blog/live-music-101-4-venue-typologies-an-overviewemma-webster/>
- Wells, P. (2007) *Fundamentos de la animación*. Barcelona: Parramón
- Youngblood, G. (1970). *Expanded Cinema*. Londres: E. P. Dutton

Bibliografía

- Abellán, M. (2010) *GraphicBeats. Independent Record Covers & Packaging Design*. Nueva York: Monsa.
- Alcaraz Pagán, M. N. (2016) *Las claves de la innovación de Saul Bass en la secuencia de títulos de crédito de Vértigo*. Valencia: Universitat Politècnica de València. Disponible en <https://riunet.upv.es/handle/10251/61992?show=full>
- Ambrose, G. y Harris, P. (2005) *Bases del diseño 4. Imágen*. Barcelona: Parramón.
- Ambrose, G. y Harris, P. (2009) *Fundamentos del diseño gráfico*. Singapur: P.A.D
- Andreau, C. G. (2012). *Tiempo y Movimiento: El impacto del Motion Graphics en el Diseño Gráfico*. Buenos Aires: Universidad de Palermo
- Barbero, J. M. (2002). Jóvenes: comunicación e identidad. *Pensar Iberoamérica*, 6.
- Barthes, R. (1964). Rhétorique de l'image. *Communications* 4. París: Seuil.
- Betancourt, M. (2013). *The History of Motion Graphics: from Avant-Garde to Industry in The United States*. Maryland: Wildside Press.
- Body, V. y Weibel, P. (1987). *Clip, Klapp, bum: von der visuellen Musik zum Musikvideo*. Köln: Dumont Taschenbücher. Citado en : Sánchez López, J. A., García Gómez, F. (2009) *Historia, estética e iconografía del videoclip musical*. Málaga: Universidad de Málaga.
- Byrne, B. (2011). *Creative Motion Graphics Titling for Film, Video and the Web*. Londres: Focal Press.
- Ciufu, T. (2004) *Real-Time Sound/Image Manipulation and Mapping in a Performance Setting*. Providence: Brown University. Disponible en: http://www.ciufu.org/media/sound_image.pdf
- Cortés Forero, M. Á. (2008). *Video musical antes de MTV, 1950-1980*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Disponible en: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis77.pdf>
- Curran, S. (2000). *Motion Graphics: GraphicDesign for Broadcast and Film*. Massachusetts: Rockport.
- Delsing, M. J. M. H., ter Bogt, T. F. M., Engels, R. C. M. E. y Meeus, W. H. J. (2007) Adolescents' music preferences and personality characteristics. *European Journal of Personality*, 22, 109-130.
- Desplats, O. M. (2005). *Técnicas de animación clásica*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Dondis, D.A. (1992). *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*. (10º ed.). Barcelona: Gilli.
- Fernández, A. y Domínguez, M. Á. (2011) *Saul Bass*. Valencia: gráfica.

- Frascara, J. (2000) *Diseño gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social*. Buenos Aires: Ediciones Infinito. Disponible en <http://ariel-amadio.com/docencia/wp-content/uploads/2013/08/Dise%C3%B1o-gr%C3%A1fico-para-la-gente-Jorge-Frascara.pdf>
- Frascara, J., Meurer, B., Toorn, J.V. y Winkler D. (2004). *Diseño gráfico para la gente, Comunicaciones de masa y cambio social*. Buenos Aires: Infinito.
- Frith, S. (2001). Hacia una estética de la música popular. *Las culturas musicales. Lecturas en etnomusicología*. 413-435. Disponible en: <http://sociologiacultura.pbworks.com/f/Frith.pdf>
- Frith, S. (2012) *Live Music 101 #1 – The Materialist approach to live music*. Disponible en: <http://livemusicexchange.org/blog/live-music-101-1-the-materialist-approach-to-livemusic-simon-frith/>
- Frith, S., Stray y W., Street, J. (2001) *The Cambridge Companion to Pop and Rock*. Cambridge: Cambridge University Press
- García-Noblejas, J.J. (1982) *Poética del texto audiovisual: introducción al discurso narrativo de la imagen*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- Gregory H. (1999) *Un Siglo De Pop: Cien Años De Música Que Cambiaron El Mundo*. Barcelona: Blume.
- Holding, E (2000). *Staged architecture. A monograph on the work*. West Sussex: Wiley Academy.
- Hormigos, J. y Martín Cabello, A. (2004). “La construcción de la identidad juvenil a través de la música”. *Revista Española de Sociología* 4, 259-270.
- Krasner, J. (2008). *Motion Graphic Design Applied History and Aesthetics*. (2ª ed.). Londres: Focal Press.
- Kronenburg, R. (2012) *Live Architecture: Venues, Stages and Arenas for Popular Music*. Oxford: Routledge.
- Kun, J. (2005) *Audiotopia: Music, Race, and America*. Berkeley: University of California Press.
- Leone, D. G. (1998) *Leyes de la Gestalt*. Buenos Aires: Edhasa.
- Levin, G. (2000) *Painterly Interfaces for Audiovisual Performance*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology. Disponible en <http://acg.media.mit.edu/people/golan/thesis/thesis300.pdf>
- Mahon, N. (2010) *Dirección de arte publicitario*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, SL.
- Martínez, J. C. (2015). *La reinterpretación de los principios clásicos de animación en los medios digitales*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: <http://eprints.ucm.es/32970/1/T36327.pdf>
- Mason, N. (2005). *Inside Out*. San Francisco: Chronicle Books LLC.

- Montoya, S. (2001) *La producción de videos*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.
- Muecke, M. W. (2007) *Resonance: Essays on the intersection of music and architecture*. Ames: Culicidae Architectural Press. Londres: John Wiley.
- Pascual, M. A. M. (2008) *La Persistencia Retiniana y El Fenómeno ! (Phi) como error en la explicación del Movimiento Aparente en Cinematografía y Televisión*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. Disponible en http://www.cac.cat/pfw_files/cma/premis_i_ajuts/treball_guanyador/Menci__Miguel_A__Martin.pdf
- Pavis, P. (1998) *Diccionario del teatro*. Barcelona: Paidós
- Pavis, P. (2000) *El análisis de los espectáculos: teatro, mimo, danza, cine*. Barcelona: Paidós
- Pereja Carrascal, E. (1998). *Escenografía virtual*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión
- Ràfols, R. y Colomer, A. (2003) *Diseño audiovisual*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Roncallo Dow, S. y Uribe-Jongbloed, E. (2017). La estética de los videoclips: propuesta metodológica para la caracterización de los productos audiovisuales musicales. *Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas*, 12. Disponible en: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cma/article/view/16233/Onlinefirst>
- Sáenz Valiente, R. (2011). *Arte y técnica de la animación* (3a ed.). Buenos Aires: Ediciones de la Flor.
- Sánchez López, J. A. y García Gómez, F. (2009) *Historia, estética e iconografía del videoclip musical*. Málaga: Universidad de Málaga.
- Schwartz, K.D. y Fouts, G.T. (2003). "Music Preferences, Personality Style, and Developmental Issues of Adolescents". *Journal of Youth and Adolescence*, 32 (3), 205-213.
- Scott, R. G. (1951) *Fundamentos del diseño*. Nueva York: Me Graw-Hill
- Seeger, C. (1977). *Studies in Musicology*. California: University of California Press
- Sirlin, E. (2005) *La luz en el teatro, manual de iluminación*. Buenos Aires: Atuel.
- Sirlin, E. (2005) *La luz en el teatro, manual de iluminación*. Buenos Aires: Atuel
- Taquini, G. (2007) *Ver el Video. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y comunicación*. Ensayos. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.
- Teo, T. (2001). "The preference for Popular Music: Reasons and Problems". *REACT*, 20 (2), 33-38.

Vannini, P. y Myers, S.M. (2002). "Crazy About you: Reflections on the Meanings of Contemporary Teen Pop Music". *Electronic Journal of Sociology*, 6 (2). Disponible en: http://www.sociology.org/content/vol006.002/vannini_myers.html

Webster, E. (2012) *Venue typologies: an overview*. Disponible en: <http://livemusicexchange.org/blog/live-music-101-4-venue-typologies-an-overviewemma-webster/>

Wells, P. (2007) *Fundamentos de la animación*. Barcelona: Parramón

Youngblood, G. (1970). *Expanded Cinema*. Londres: E. P. Dutton