



**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE
PUEBLA**

FACULTAD DE ARTES

“El video performance como herramienta para
acercar la música clásica al público de nuestros días”

TESIS

Que para obtener el grado de

Maestro en Artes: Inter y Transdisciplinariedad

PRESENTA:

Nombre del alumno: Israel Cortés Morales

Director de Tesis: Doctor Eduardo Carpinteyro Lara

Puebla, Pue. 31 de enero de 2020

Agradecimientos

Agradezco a mis padres, Gabriel Cortés Morales y Catalina Morales García †, quienes me han apoyado a lo largo de todos mis estudios, a mi esposa Lupita y a mi hija Michelle, quienes han tenido una paciencia infinita durante mis horas de trabajo.

Agradezco al maestro Manuel Espinás por su tiempo y gran colaboración para la grabación de la obra Estudio XVI y al maestro Eduardo Garrido por su apoyo en las lecturas pertinentes para elegir las imágenes.

Agradezco enormemente a mi director de tesis, doctor Eduardo Carpinteyro Lara por su guía, su paciencia y pronta respuesta a mis avances.

Agradezco también a mis compañeros y maestros por su gran apoyo a lo largo de estos años.

Agradezco a Dios por todas sus bendiciones.

Contenido

Resumen	1
Introducción.....	2
Antecedentes	4
Justificación.....	7
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos	8
Metodología.....	9
Capítulo 1 La importancia de escuchar música.....	11
1.1 ¿Por qué es necesario oír música?.....	11
1.1.1 Teorías explicativas	11
1.2 El concierto público de música clásica	17
1.2.1 Definición	17
1.2.2 Orígenes del concierto de música clásica	18
1.2.3 Los conciertos en el siglo XIX	21
1.2.4 El Concierto audiovisual.....	23
1.2.4.1 Cortometrajes.	25
1.2.4.2 Largometrajes.	26
1.2.4.3 Documentales.	26
1.2.4.4 Series de ficción.	26
1.2.4.5 Retransmisiones en directo: el streaming.	27
Capítulo 2 Evolución de la grabación de audio y de video y relación música video.....	28

2.1 Definición	28
2.1.1 Evolución de la grabación de audio	28
2.1.2 Evolución del video	31
2.2 Relación música – imagen.....	34
2.2.1 Música Visual	34
2.2.2 El video arte	36
2.2.3 El Videoclip.....	38
2.3 Pantalla verde	44
2.4 Cómo influye en nuestra percepción la relación entre imagen y sonido	45
2.5 Diferencia entre la velocidad perceptiva sonora y la visual	47
Capítulo 3 Producción del video performance audiovisual	49
3.1 La elección del músico intérprete.....	49
3.2 La elección de la pieza a interpretar	49
3.2.1 Leo Brouwer, el compositor.....	49
3.2.2 Análisis técnico y pedagógico del estudio XVI	50
3.3 Desarrollo y procedimiento del video performance.....	55
3.3.1 Argumento y Guion.....	61
3.3.2 Filmación	62
3.3.3 Montaje del videoclip y difusión.....	66
Conclusiones	71
Anexos.....	78
Guía de usuario	78

La obra y el intérprete.....	78
El espacio	78
El equipo	78
El storyboard.....	79
La captura de audio y video	80
La mezcla.....	81
Cargar el video a YouTube	82
Cuestionario para personas que no son profesionales de la música.....	83
Cuestionario para músicos Profesionales	87
Resultados sobre la apreciación del público no músico, con relación al video realizado en esta investigación.	90
Referencias bibliográficas	92

Resumen

En esta Tesis se han analizado los cambios tecnológicos y de divulgación mediática que no se aprovechan a favor de los conciertos o presentaciones de música clásica, los cuales inciden en la poca audiencia hacia este género musical. Describiendo los cambios en el formato de estos eventos, la manera del consumo musical actual y evidenciando la forma en que otros géneros musicales realizan producciones estratosféricas para beneficiarse de las plataformas de video streaming, se realizará un trabajo audiovisual para comprobar el impacto mediático que se obtenga de su distribución por la plataforma de video streaming “YouTube”.

Introducción

Como sabemos, la sociedad ha estado en continua evolución y en las últimas décadas el desarrollo tecnológico ha sido gigantesco, especialmente el internet, el cual de ser concebido como un proyecto para comunicar centros computacionales alrededor de Estados Unidos y que consistía en desarrollar un sistema de información militar, pasó a ser la más importante red de redes en la actualidad que, gracias a estos avances tecnológicos cuenta con un sinnúmero de posibilidades como lo son:

- Dar información inmediata
- Generalizar los contenidos
- Eliminar las barreras y el espacio
- Facilitar el acceso al aprendizaje
- Permitir el trabajo en línea
- Aumentar la comunicación
- Mejorar la globalización
- Ofrecer otras maneras de entretenimiento
- Crear nuevos empleos y formas de organización

Dentro de las expresiones artísticas y en particular en la música clásica, el uso de estos recursos se ha explotado poco, en especial el video streaming, posiblemente por desconocimiento del alcance que se puede obtener al utilizarlos al máximo y también por seguir patrones o paradigmas en la realización y distribución de sus presentaciones.

Los espectáculos en vivo y la elaboración de videos promocionales de artistas de música comercial, muestran cómo la realización de producciones de esta índole refuerza la forma de fidelizar y difundir sus trabajos, así como de llegar a más personas en menor tiempo.

Sin embargo, en los conciertos de música clásica, aún en los que circulan en las plataformas de video streaming¹, el formato tradicional ha permanecido prácticamente invariable desde el siglo XX: repertorio de unos cuantos compositores, aplausos en lugares definidos, espacios y horarios inamovibles, es decir, patrones que la sociedad actual considera poco atractivos.

Aunado a esto, la discriminación de la que es objeto la educación artística y particularmente la educación musical en las escuelas en México y Latinoamérica está generando que ésta sea tomada como una materia de relleno y este fenómeno produce un distanciamiento de la sociedad con la música clásica.

A mediados del siglo XIX, Charles Darwin (1859) proponía en su “Teoría de la evolución”:

"Las especies que sobreviven no son las más fuertes, ni las más rápidas, ni las más inteligentes; sino aquellas que se adaptan mejor al cambio". Esta idea aplicándola a la música, me ha llevado a proponer el uso de recursos tecnológicos para realizar video performances que enriquezcan los paradigmas de producción audiovisual actual y de esta manera, poder atraer más audiencia, usando la forma más común de ver y escuchar al mismo tiempo música en la actualidad; “el video streaming”.

Por estas razones podemos decir que la ausencia de variantes en el formato de conciertos de música clásica, tanto en vivo como publicados por video streaming, la deficiencia de la educación musical, la falta de explotación de los recursos tecnológicos y su forma de distribución, han creado un desinterés en el público hacia esta.

¹ Medio digital por el cual se envían o reciben datos (audio y/o video) en un flujo continuo a través de una red, permitiendo que la reproducción comience mientras se recibe el resto de los datos.

Antecedentes

A partir de la revolución industrial se comenzó una etapa de consumismo desorbitado provocando un fenómeno “que sigue hasta nuestros días”: la creación y producción de nuevas necesidades. El objetivo primordial de este fenómeno es hacer creer a la población de que lo normal y aceptable es consumir sin control, sin duda, la adaptación de nuevos y atractivos productos al mercado es una ilusión de la cual la mayoría de las personas se respalda para ocultar alguna carencia. En la década de los 50, la producción de bienes y servicios cobró mucha importancia y esto condujo a una situación en la que una de las exigencias del desarrollo capitalista, era orientar y estimular la demanda del consumidor. Con el paso de la modernidad hacia la posmodernidad se menciona cada vez más la pérdida de importancia del trabajo como eje central de la vida de los individuos y de su identidad, en ese transcurso, cuestiones como el ocio o el consumo tienen una importancia creciente a la hora de marcar la identidad de las personas.

Esto ha sido pieza fundamental de la creciente innovación de los medios tecnológicos de información, en especial el internet, los cuales han formado generaciones de internautas que actualmente dedican gran parte de su tiempo a ver videos en plataformas de video streaming (YouTube la más visitada), alejándolos al mismo tiempo del medio que los rodea. En este sentido, las plataformas, como YouTube, se convierten en espacios que impulsan el consumo, pero también respaldan nuevas formas de crear y compartir contenido generado por ellos mismos, lo que pueden hacer gracias a sus habilidades con la tecnología. Este factor ha contribuido para que la población se aleje de las manifestaciones artísticas en su representación en vivo. Por ejemplo, un estudio realizado en Nicaragua (Intxausti, 2013) ha reportado que la población estudiantil de primaria consume mucha televisión y música comercial, pero muestra escaso interés por las bellas artes y lo más grave, no tiene interés en la música tradicional. Este caso da cuenta de la irrupción de los medios de comunicación en el imaginario infantil, ya que

el cuerpo estudiantil manifiesta que sus intereses personales se orientan hacia la música comercial.

El rezago en la educación musical a nivel básico agrava en gran medida el problema de asistencia a los conciertos de música clásica, dado que las personas no están involucradas culturalmente con estos eventos, aunque sí con los de música comercial gracias al bombardeo informático a través de los medios de comunicación masiva. El director de la Orquesta de Montreal Kent Nagano comenta al respecto de este problema “Este maravilloso arte se enfrenta a la amenaza de convertirse en hobby de determinados estratos sociales”, pero “me impresiona aún más que la música clásica este siendo relegada en la escuela mientras el resto de las materias ganan peso (Melzer, 2014).

Los síntomas de decadencia de la institucionalidad educativa se observan en el marco de la educación musical. En mi experiencia como maestro de música en el estado de Puebla, he podido observar casos tan graves como el que algún maestro de la planta docente, sin tener preparación musical alguna, se encuentra dando las clases de educación artística, esto obviamente influye directamente en el poco conocimiento e interés hacia la música clásica en nuestros niños y jóvenes.

Esta falta de cultura musical se ve reflejada en las salas de música clásica donde la mayor parte de los escuchas son personas adultas o de edad avanzada. De acuerdo con los estudios realizados por Serra (2013), la edad promedio de los asistentes a conciertos de música clásica es cada vez mayor y no existe una incorporación de nueva audiencia porque la cultura que los músicos y las orquestas producen actualmente está desconectada y alejada de la sociedad de hoy en día.

Por otro lado, Kolb, B (2005) afirma, los rituales o protocolos de los conciertos de la música clásica son la causa principal del distanciamiento del “público joven” porque provocan una falta de emoción y una escucha pasiva. Los jóvenes encuentran la música clásica como

propia de intelectuales de clase alta, por lo tanto, es necesario atraer y comunicarse con el público para romper con la barrera entre el high art y la cultura popular. La música clásica está relacionada con la imagen de élite, que es sólo para personas que pueden pagar para ir a conciertos, poseer instrumentos musicales, y tomar lecciones de música (Freeman, 2014).

La expansión de la burguesía y los sectores medios, así como la educación estandarizada, van formando públicos específicos para el arte y la literatura que configuran mercados diferenciales donde las obras son seleccionadas y consagradas por méritos estéticos. Un conjunto de instituciones especializadas —las galerías de arte y los museos, las editoriales y las revistas, las universidades y los centros de investigación— ofrecen circuitos independientes para la producción y circulación de estos bienes. (García Canclini, 1999:41-42).

Otra causa de distanciamiento hacia la música clásica es la programación del repertorio, por ejemplo, en México, basta con asistir a algún concierto que no incluya alguno de los grandes éxitos, como el Bolero de Ravel, el Huapango de Moncayo o la novena de Beethoven, para encontrarse con una sala medio vacía (Morábito, 2016).

Por el contrario, la industria de la ópera quiere renovar sus audiencias y ha emprendido estrategias basadas en la digitalización y la comunicación audiovisual para conseguirlo: Explora modos de actualizar su política informativa y modernizar su imagen para atraer y fidelizar a nuevos públicos, usa los dispositivos móviles para aumentar su presencia compartible, imita las tendencias comerciales audiovisuales con el objetivo de despertar entusiasmo y se constituye en mundo de referencia a través de las redes sociales. Es decir, la ópera ve en su actualidad y su integración en la sociedad una manera de volver a ser relevante utilizando el internet para sacar el espectáculo operístico de los escenarios y acercarlo a la vida cotidiana de los usuarios, gracias al vídeo bajo demanda y a las retransmisiones de tipo live streaming (Villanueva-Benito, 2012).

Justificación

Existen algunas inquietudes y posibles soluciones para mejorar el problema de la poca asistencia a los conciertos de música clásica, sin embargo, poco se está haciendo, sobre todo con los formatos de conciertos audiovisuales que son reproducidos masivamente en las plataformas de video streaming, ya que estos mantienen básicamente, la misma idea de representación de un concierto en vivo (viendo a una persona, tocando su instrumento). Debido a lo anterior, en este trabajo a través de la producción de un video performance (video clip) se aportarán herramientas basadas en la producción audiovisual, la tecnología mediática y la música clásica para actualizar la forma de consumo y distribución de estos eventos.

Debido a la disminución de público que actualmente sufren los eventos artísticos, en especial los conciertos de música clásica y a que los artistas escénicos se deben a la práctica, es de vital importancia proponer posibles soluciones y manos en el asunto y no sólo aumentando la publicidad de eventos o realizando más de estos. Indudablemente los artistas escénicos y en especial los músicos, necesitamos adaptarnos y actualizarnos a las necesidades de los espectadores y así aumentar el interés y motivación para su asistencia a dichos eventos, además de generar nuevas formas de consumo cultural a través de estas con ayuda de los medios tecnológicos, a los cuales está demasiado acostumbrada la sociedad actual.

Preguntas de investigación.

¿En qué medida la producción de un video performance de música clásica y su forma de distribución utilizando las plataformas de video reproducción masiva, podría aumentar el número de audiencia?

¿Cómo pueden los avances en la tecnología de audio y video mejorar la producción de un video performance sin quitarle esencia a la música clásica?

¿Cuánta aceptación habrá de parte del video escucha al encontrarse con un nuevo formato de video que fortalecido con la producción visual lo ayude a entender y disfrutar en mayor medida lo que está escuchando?

Objetivo general

Ofrecer alternativas para la producción de videos de música clásica en las plataformas de video streaming. Este trabajo busca adaptar principalmente los cambios tecnológicos y socioculturales a la forma de consumo de los conciertos de música clásica, aprovechando estas herramientas para lograrlo y atraer audiencia.

Objetivos específicos

- Realizar un video clip de música clásica utilizando las herramientas tecnológicas actuales como pantalla verde, cámaras digitales, micrófonos, software y plataformas de video streaming para su elaboración.
- Hacer una comparación del número de reproducciones que obtenga este video en un periodo de tiempo con alguno de los videos de nuestro intérprete el maestro Manuel Espinás y así mostrar resultados cuantitativos.
- Elaborar un procedimiento de elaboración de performance y dejar una guía de usuario para futuros trabajos de intérpretes de música clásica interesados en estas producciones.

Metodología

Se realizará una investigación experimental basada en el análisis estadístico a partir de un Video Performance, el cual a través de la imagen reforzará la parte histórica y musicológica de una obra musical (clásica primordialmente), mismo que podrá ser reproducido utilizando las plataformas de video reproducción masiva para probar o refutar nuestra investigación.

Para nuestros resultados cuantitativos se realizaron dos cuestionarios, uno para profesionales de la música con cuenta en YouTube y otro con el público en general ajeno a la música clásica. Con el cuestionario para el público en general se recopilará información sobre el consumo de música en las plataformas de video streaming y la opinión acerca de las producciones de videos de música clásica que los encuestados han visto. En el caso de los músicos profesionales, se analizará el resultado del cuestionario para saber sobre el uso que le dan a estas plataformas de video streaming y con qué finalidad.

Basados en el contexto histórico de los conciertos de música clásica, la importancia de escucharla, el avance tecnológico de las producciones audiovisuales y la forma en que el video y el audio se potencian al estar juntos, se argumentará por que la actualización de la producción audiovisual ayudará a acercar al público a este género musical.

Mediante la producción de un video performance (audiovisual) se busca romper con los formatos actuales de reproducción, para atrapar a la gran audiencia mediática y acercarla a la música clásica, utilizando las plataformas de video reproducción masiva. En dicho producto se realizará un trabajo interdisciplinario para enriquecer y cuidar el resultado deseado, donde el material audiovisual refuerce la actividad musical, con información histórica y musicológica del repertorio a interpretar.

Al estar en plataformas de video streaming y al alcance de un clic o touch, la circulación de este trabajo llegará con mayor fluidez a más video escuchas buscando con esto hacer una

comparación en número de reproducciones – tiempo, en relación con los formatos de videos que actualmente circulan en la web.

La elección del repertorio de este trabajo será para un Guitarrista (aunque puede ser cualquier instrumentista) que cuente con una amplia trayectoria artística, quien interpretará una obra de entre 2 y 5 minutos. Este repertorio será seleccionado con base en un previo análisis musicológico para recolectar la información que el productor de video pueda plasmar con imágenes para intensificar visualmente el contexto artístico y cultural de la obra.

El proceso de videograbación se realizará en una caja negra con pantalla verde para facilitar la inserción de las imágenes escénicas y musicológicas, teniendo en cuenta los siguientes pasos:

Desarrollar el concepto

Planificar los espacios a utilizar para grabación edición y mezcla de audio y video

Determinar el día y hora para realizar la grabación del intérprete

Realizar la grabación del intérprete

Masterizar audio y video

Publicar en YouTube

Los argumentos y resultados que se presentan en esta investigación ampliarán las opciones actuales de producción audiovisual para músicos profesionales del género clásico. Al mismo tiempo se potencializará la música con imagen, lo que resultará en la captación audiovisual de los posibles video-escuchas. Estos argumentos justificarán nuestra investigación, a la vez que darán forma a las ideas que formulamos.

Capítulo 1 La importancia de escuchar música

1.1 ¿Por qué es necesario oír música?

Para este trabajo es necesario mencionar la importancia de escuchar música clásica, ya que sin este fin no tendría relevancia alguna. Además, está dirigido especialmente a músicos que se dedican a este género y utilizan o les interesan las plataformas de retransmisiones de audio y video y que quieran tener a la música como la protagonista.

Todos los que hemos tenido contacto con la música, sabemos que ésta puede causar en nosotros diferentes tipos de emociones o reacciones corporales como alegría, tristeza, ansiedad y relajación. Estas sensaciones además son reacciones biológicas, respuestas que mueven energía y que organizan a nuestro cuerpo para ajustarse a todas las ocasiones a las que se enfrenta. De esta manera, Paul Hindemith (1895-1963) afirmó:

No hay duda en que las personas pueden conmoverse al escuchar, interpretar o imaginar música, y consecuentemente, la música debe activar algo en su vida emocional que los lleve a ese estado de excitación. Pero si estas reacciones mentales fueran sentimientos, no podrían cambiar tan rápido como lo hacen, y no empezarían y terminarían a la par que el estímulo musical que los incita. Los pasajes musicales evocan en el oyente meros recordatorios de emociones que han sido experimentadas en el pasado, y, por tanto, la música no podría evocar reacciones emocionales que no estuvieran fuertemente enraizadas en las experiencias emocionales de la propia vida (Gutiérrez, 2005)

1.1.1 Teorías explicativas

La música tiene la capacidad de ayudar a provocar determinados estados emotivos en los oyentes: evoca recuerdos, infunde alegría o tristeza, induce a estados de tranquilidad, serenidad y de relajación, despierta nuestra espiritualidad, etc. Estos son algunos de los efectos

que seguramente todos hemos experimentado en alguna ocasión. Esta influencia ha sido objeto de estudio a lo largo de la historia de la música en todo el mundo.

Con base en lo anterior, se han desarrollados distintos estudios, investigaciones e incluso disciplinas como la musicoterapia, que nos ayudaran a entender la importancia de la música en nuestras vidas. Tengamos en cuenta que Platón citaba que "la música era para el alma lo que la gimnasia para el cuerpo"(Platón, Rep.376e), reconociendo que poseía ciertas características o cualidades que influyen en nuestras dimensiones emocional y/o espiritual.

Alrededor del mundo, músicos y científicos han realizado investigaciones sobre todo lo que la música, y en especial la "clásica", puede hacer a nuestro cuerpo.

De acuerdo con un estudio de la Universidad de Helsinki, cuando escuchamos regularmente música clásica, los genes asociados con la función cerebral se activan y previenen enfermedades neurodegenerativas. Para este estudio se analizó sangre de un grupo de 48 personas antes y después de escuchar el concierto para violín número 3 de Mozart. Los resultados de este estudio concluyen que escuchar música frecuentemente aumenta la actividad de los genes implicados en la secreción de dopamina, la neurotransmisión sináptica, el aprendizaje y la memoria "Los efectos genéticos se detectaron sólo en los participantes que son muy aficionados a la música o músicos profesionales, lo cual destaca la importancia de que la música resulte algo muy familiar", explican los autores del estudio (Kanduri, 2015). De igual forma los científicos Thaut MH, McIntoch GC, Rice RR, afirman que la música contribuye a hacer menos activos los genes involucrados en la degeneración del cerebro y del sistema inmune, lo que disminuye el riesgo de contraer enfermedades neurodegenerativas como el Parkinson (Torppa & Huotilainen, 2019, págs. 108-122).

La década del cerebro, la de 1990, fue el advenimiento de las metodologías neurocientíficas a gran escala. Los fondos invertidos en el desarrollo de instrumentos,

dispositivos, sistemas y metodologías de medición neurocientíficas precisos, utilizables y no invasivos dieron sus frutos. Mediciones de Electroencefalograma multicanal (EEG), Magnetoencefalografía (MEG) con sistemas de cabeza completa, estructurales y La Resonancia Magnética Funcional (MRI, fMRI) y la Estimulación Cerebral Magnética Transcraneal Navegada (NBS y TMS) se hicieron posibles en cientos y más tarde fueron adoptados en miles de laboratorios de investigación en todo el mundo. Sin embargo, cabe señalar que este desarrollo se limita únicamente a los entornos de laboratorio (Huotilainen, 2018).

Después de la década del cerebro, los dispositivos neurocientíficos han tomado dos caminos de desarrollo. Primero, los laboratorios están invirtiendo en dispositivos cada vez más precisos, que incluyen intensidades de campo magnético más altas en MRI y fMRI, una gran cantidad de electrodos en EEG y cientos de canales en MEG, y combinaciones de mediciones adyacentes o incluso simultáneas con diferentes métodos. El segundo camino del desarrollo de dispositivos y métodos ha tomado un giro distinto. Con una preparación muy rápida, dispositivos móviles y asequibles basados a menudo en EEG u otra señal eléctrica fisiológica registrada desde la superficie de la piel con electrodos o luz, ofrecen la posibilidad de trasladarse a lugares de entornos naturales, escuelas, guarderías, lugares de trabajo o incluso al aire libre, y estudiar eventos de la vida real (Huotilainen, 2018).

Ambos caminos de desarrollo, precisión extrema en entornos de laboratorio y máxima naturalidad en entornos de la vida real, son importantes para la investigación del aprendizaje. Un buen ejemplo de estudios de laboratorio que son cruciales para comprender el aprendizaje es el de Näätänen et al. (1993). Estudiaron el proceso de aprender a percibir un sonido complejo (mini melodía rápida) y detectar cambios menores en el sonido. En el primer experimento, les hicieron a sus catorce participantes una prueba de detección precisa pidiéndoles que presionaran el botón cada vez que observaran un cambio en el sonido. La prueba se realizó tres

veces después de haber estado expuesto pasivamente a los sonidos durante 30, 60 y 90 minutos. Cinco participantes pudieron realizar la tarea de manera adecuada, mientras que dos participantes no pudieron detectar los cambios en los sonidos. Curiosamente, siete participantes aprendieron a detectar los cambios durante el experimento (su desempeño en la detección mejoró desde el principio hasta el final del experimento). En su segundo experimento, probaron a catorce nuevos participantes solo una vez después de estar expuestos pasivamente a los sonidos durante 90 minutos.

Este estudio de laboratorio arrojó varios resultados interesantes e importantes. Primero, las respuestas cerebrales de los tres grupos de participantes en el primer experimento diferían drásticamente entre sí. Los cinco participantes que ya podían realizar la tarea en la prueba inicial mostraron respuestas cerebrales rápidas y claras a los cambios, mientras que las respuestas cerebrales de aquellos que aprendieron a detectar los cambios mejoraron paso a paso. Es importante destacar que sus respuestas cerebrales mostraron aumentos antes de que el aprendizaje se hiciera evidente en su desempeño, destacando las posibilidades de la neurociencia para detectar habilidades que aún no se han materializado en el comportamiento del alumno. Además, no se observó ninguna mejora en las respuestas cerebrales de los participantes del segundo experimento, que solo implicó una exposición pasiva, lo que destaca la importancia de las pruebas y el poder de la escucha atenta en el aprendizaje.

Por lo tanto, los beneficios de usar la música en el aprendizaje se han demostrado tanto desde el punto de vista del desarrollo cerebral como de la plasticidad, mostrando los beneficios de practicar a largo plazo para tocar un instrumento musical o cantar, pero también en términos de beneficios a corto plazo que alteran el estado fisiológico de uno. escuchando música cuidadosamente elegida (Huotilainen, 2018).

Como podemos observar, los efectos de escuchar música y practicarla a través de un instrumento, potencialmente reduce el estrés y las enfermedades genéticamente neurodegenerativas. Esto da cuenta de algunos beneficios, sobre todo a la salud, que esta puede otorgarnos. Según la doctora Paula Virtala, incluso los recién nacidos tienen la capacidad de reconocer acordes, lo cual sugiere que la música llega naturalmente a los humanos (Virtala, 2015, pág. 35).

Otro estudio a cargo del Brain and Creativity Institute (BCI) de la Universidad del Sur de California muestra que la exposición a la música y la instrucción musical acelera el desarrollo del cerebro de los niños pequeños en las áreas responsables del desarrollo del lenguaje, el sonido, la habilidad de lectura y percepción del habla. Este estudio con duración de dos años fue realizado en 2012 por neurocientíficos, quienes monitorearon a 37 niños de un barrio de Los Ángeles. Trece de estos niños recibieron instrucción musical a través del Programa de la Orquesta Juvenil de Los Ángeles, practicando hasta siete horas por semana. Once niños se inscribieron en un programa de fútbol basado en la comunidad, y otros 13 niños no participaron en ningún programa de entrenamiento. Mediante escáneres cerebrales, monitorearon los cambios, rastreando la actividad eléctrica y realizando pruebas de comportamiento. El resultado mostró que los sistemas auditivos de los niños en el programa de música se habían acelerado más rápido que los otros niños que no se dedicaban a la música. El Dr. Assal Habibi, creador primordial del estudio del BCI, detalló que el sistema auditivo es estimulado por la música y que éste, además, se dedica al procesamiento general del sonido, lo cual es fundamental para las capacidades de avance del lenguaje, la comunicación triunfadora y la lectura (Hannah, 2016, pág. 1).

Además, la Northwestern University de Illinois, dice que las conexiones cerebrales que se generan cuando se toca un instrumento tienen la posibilidad de asistir en otras maneras de comunicación como el habla, la lectura o la comprensión de otros lenguajes (LCG, 2015).

La profesora Minna Huotilainen, quién estudia el impacto de la música en el cerebro, explica que la información viaja más rápido entre las partes del cerebro de un músico, también tienen más conexiones dentro del cerebro, así como entre el cerebro y los músculos. “Las áreas del cerebro entrenadas por la música son efectivas en todas las habilidades auditivas y motoras finas. Practicar música en edad escolar mejora la pronunciación y la comprensión auditiva de idiomas extranjeros”, (Huotilainen, 2015).

Las emociones tienen su centro, anatómicamente hablando, en el sistema encefálico, el cual se encarga de ayudar a expresar todo tipo de emociones como la tristeza, la alegría, la sorpresa y la ira, las cuales son esenciales para el ser humano. Sin embargo, la respuesta emocional que surge ante los estímulos musicales no es homogénea, ya que resultan diferentes de una persona a otra, por lo que es difícil interpretar cuál es agradable o desagradable porque se manifiestan en función de las experiencias y aprendizajes previos en la vida de cada persona.

De acuerdo con una investigación publicada en *The Journal of Clinical Nursing*, hay otra ventaja al escuchar ópera o música académica. Durante el reposo en cama después de una cirugía a corazón abierto, la música tiene algunos efectos de relajación sobre el sistema, en lo que respecta a la oxitocina y los niveles de relajación subjetiva. Este efecto parece tener una relación causal desde lo psicológico, la música relaja a los pacientes, hasta lo físico, liberación de oxitocina (Nilsson, 2009).

Continuando con la misma idea, la música académica disminuye el estrés y podría contribuir a bajar la presión sanguínea. Según un estudio de la University of California, San Diego, USA, escuchar música académica de carácter tranquilo unas cuantas ocasiones por semana ayudaría a achicar los escenarios de estrés y ansiedad. Y si se disminuye el estrés, esto también regula a la presión sanguínea, según las comparaciones llevadas a cabo entre el análisis entre música académica y jazz, pop u otras. Quienes escuchaban música académica poseían índices más bajos de presión sanguínea (Sky Chafin, 2004).

La música no sólo puede ayudar al estrés y a la presión sanguínea, en la musicoterapia, una disciplina reconocida a nivel mundial y que lleva años estudiándose, la música se implementa desde una perspectiva científica, que ha dado excelentes resultados al combinarse con una buena guía terapéutica para promover el restablecimiento, mantenimiento y acercamiento a la salud tanto física como mental. Esta disciplina recurre a la cualidad movilizadora de la música y sus elementos (sonido, ritmo, melodía y armonía) como medio o vehículo promotor del bienestar, en personas que padecen algún trastorno o enfermedad.

Todas estas razones mencionadas, confirman que escuchar música es necesario en la vida de los seres humanos, ya sea para mejorar algunos procesos de aprendizaje, tener mejor salud o para obtener mejoras después de algún padecimiento físico o psicológico, por tal motivo, la producción y consumo de esta debe actualizarse a las demandas y necesidades de nuestro tiempo. En este sentido es de vital importancia que los músicos del género clásico/académico consideren mirar hacia la creciente forma del consumo musical.

1.2 El concierto público de música clásica

Debido a nuestra problemática, es fundamental hacer un análisis del desarrollo de estos eventos a lo largo de la historia de la música clásica. El entendimiento de esta información nos indicará si la música clásica es de cierta forma elitista, así como también confirmará si el formato de los conciertos sigue siendo el mismo desde hace más de 100 años.

1.2.1 Definición

Como fundamento histórico, este capítulo describirá como fue evolucionando el concierto de música clásica desde su primera aparición hasta nuestros días. Esto dará una perspectiva de los cambios en el formato de los conciertos de música clásica y la manera del consumo de estos a través de los años, ratificando que una de las causas del distanciamiento

hacia este género musical es la configuración del formato y la percepción de cierta parte de la población que la elevan a cierto estatus social.

1.2.2 Orígenes del concierto de música clásica

En los siglos XVII y XVIII (como hasta nuestros tiempos) la forma en la que el músico se ganaba la vida era resultado de la relación del artista y la sociedad en la que se desenvolvía. Como en los siglos anteriores, la mayoría de los músicos dependían de un mecenas: algún príncipe, algún eclesiástico, o un aristócrata. Los príncipes, arzobispos y obispos, proporcionaron los patrocinios a los músicos quienes deseaban lograr una buena posición, ya que de esto dependía su trabajo creativo y su promoción. Aunque en nuestros tiempos esta práctica sea en cierta forma atroz, en el siglo XVIII el sistema en el que un hombre rico apoyaba a un artista necesitado, ejerciendo control sobre lo que este producía, aún estaba regido por elementos que caracterizan a una estructura social feudal, donde el músico consideraba algo respetable en la vida, el servir al rey o a un noble. Todo compositor que se apreciara entonces debía hallar su mecenas, individuos de alta casta social con bastante dinero que los protegieran y les dieran una pensión preferentemente vitalicia.

Los compositores del siglo XVIII desde François Couperin hasta Wolfgang A. Mozart estimaban que trabajar para alguien que los patrocinara, era la manera óptima de dar a conocer su trabajo, con la noción de gusto que percibían en la sociedad que los rodeaba. Con el paso del siglo XVIII el mecenazgo iba decayendo y los compositores debían buscar otras alternativas para subsistir. Por ello, dar recitales o crear piezas para teatros u operas, además de las giras por las más importantes cortes europeas se hizo cada vez más importante para ellos.

Los años del período clásico se vivieron en una época de grandes cambios en el mundo, la Revolución francesa por ejemplo fue el cambio político más importante que se produjo en Europa ya que cambió la situación económica y sociocultural. La burguesía llega a ocupar

amplios sectores del poder político y económico, lo cual tendrá consecuencias en el mundo de la cultura y de la música. Estos acontecimientos de la segunda mitad del siglo XVIII dieron lugar a violentos movimientos de masas y el lema revolucionario de "Libertad, Igualdad y Fraternidad" fue llevado a todos los contextos, incluyendo el de la música. Este movimiento intelectual y filosófico llamado la Ilustración, se interesó en favorecer el bienestar de la humanidad y fue promovido por la burguesía y la pequeña nobleza. Su principal manifestación fue "La enciclopedia o diccionario razonado de las ciencias, las artes y los oficios" de Diderot y D'Alambert que divulgó la cultura en muchos sectores de la población. El propósito de aprender y el amor por el arte y la música se expandieron más, en particular entre la clase media.

Durante este período se logró que el público en general tuviera más acceso a la cultura y participara en las actividades artísticas. Los artistas, encontraron en la burguesía un nuevo público que paga por apreciar sus obras y al que debían satisfacer con creaciones entretenidas y originales; de esta forma se van a liberar poco a poco de las obligaciones de trabajar supeditados al gusto de los mecenas, obteniendo así una mayor independencia creativa, pero enfrentando el reto de tener que depender del público para rentabilizar sus ingresos. A diferencia de sus antecesores, los músicos de este período no fueron protegidos por la nobleza o la iglesia, sino que debieron sustentarse a través de la venta de sus obras o la ejecución de conciertos.

Aunque no se tiene información sobre dónde fue el primer concierto público, a Francia le corresponde el honor de haber fundado la primera organización de conciertos públicos "El Concert Spirituel" en 1725 gracias al compositor y oboísta Anne Danican Philidor (G. Downs, 1994).

Los conciertos se fundaron para proveer diversión especialmente a lo largo de la Pascua y en días festivos religiosos, cuando estaban cerrados otros sitios donde se realizaban

espectáculos como la Académie Royale de Musique, la Comédie-Française o la Comédie-Italienne. Los programas ofrecían una mezcla de obras corales sacras, piezas instrumentales virtuosas, música novedosa de Francia y otras naciones, interpretadas por músicos de todo el continente. Durante varios años se dieron lugar en el Salón de la Guardia Suiza en el Palacio de las Tullerías; empezaban a las seis de la tarde, y eran escuchados primordialmente por los burgueses acomodados, la baja aristocracia y visitantes extranjeros. En 1784 los conciertos fueron desplazados a la Salle des Machines, y en 1790, cuando la familia real fue confinada en las Tullerías, se dieron en el teatro de París.

Por otra parte, el éxito de Händel en Londres demostró que un músico podía tener fama y fortuna gracias al público que pagaba por asistir a sus conciertos, algo prácticamente inusual en la época. La vida de concierto público en Londres se desarrolló primordialmente en pequeñas residencias privadas, en tabernas o en salas construidas fundamentalmente para bailes, recitales etc., y ya que en la ciudad más importante británica no se ejercía un monopolio musical, se consiguieron rendimientos comerciales antes que en algún otro sitio. Prueba de esto fueron los ciclos de recitales organizados por Johann Christian Bach y Carl Friedrich Abel entre 1765 y 1781. Estos recitales llegaron a ser tan populares y lucrativos, que los nuevos negociantes compositores construyeron las Hanover Square Rooms, que terminarían siendo unas de las salas más indispensables de Londres (G. Downs, 1994).

Poco después, el movimiento de organización de recitales públicos se divulgó en los países de habla alemana. En 1763, J. A. Hiller inició una secuencia de recitales en Leipzig que luego de 1781 siguió en el novedoso salón de conciertos de la Gewandhaus; la orquesta de la Gewandhaus aún existe y se convirtió en una de las más populares de todo el mundo. En Viena en 1771 y en Berlín en 1790 se fundaron organizaciones concertísticas semejantes (Burkholder, 2001).

A lo largo de la segunda mitad del siglo XVIII, el reconocimiento del concierto público fue quizás el hecho más importante de la vida musical, su reproducción logró que, por fin, el músico se pudiese ganar la vida como intérprete itinerante, sin dependencia de un patrón exclusivo.

Con esto no podemos hablar de la creación de un público especializado, pero como podemos darnos cuenta, hacer música es un proceso social ya que prácticamente toda la música depende de la interacción entre creadores, intérpretes y el público (Burkholder, 2001).

1.2.3 Los conciertos en el siglo XIX

Mientras el siglo XIX avanza, el número de salas de concierto aumenta y estas se convierten en lujosas catedrales del arte que se construyen en casi todas las ciudades, incluso las de menor tamaño. Los conciertos se celebran aún más en salas autónomas que son construidas expresamente para este fin con condiciones acústicas y de espacio para conseguir una calidad óptima en sonido con un atractivo enfoque visual del coro o la orquesta.

Estas salas se convirtieron también en centros sociales ya que su auditorio servía como salón de baile y a veces en salas pequeñas que se utilizaban para reuniones y todo tipo de acontecimientos sociales. La creación de estas salas de concierto implica la liberación definitiva de la ciudad con respecto a la corte.

Dadas las condiciones acústicas de las grandes salas abiertas, el piano se vio favorecido expandiéndose a un amplio público. Gran parte de la población adquiere acceso a la enseñanza musical y el piano es el instrumento que mejor se adapta a la pasión doméstica por la ejecución musical. Para las mujeres de la burguesía, la enseñanza musical se convirtió en un ornato cultural imprescindible, logrando así aumentar el repertorio de pequeñas piezas originales y fácilmente reproducibles en forma impresa lo cual aumentó el negocio de la edición y de la venta de instrumentos.

En cada ciudad se organizan series de conciertos públicos con una gran variedad de tipos que van multiplicándose con el paso de las décadas, desde audiciones minoritarias de salón hasta conciertos masivos, que surgen a mediados de siglo, pasando por los conciertos al aire libre. Hay temporadas de conciertos por suscripción o benéficos para alguna asociación o para el intérprete. En esta época se desarrolló el concierto virtuoso donde las entradas eran muy caras y con mayores intereses comerciales teniendo un público dispuesto a pagar por ver a sus ídolos. Por ejemplo, en Frankfurt, donde en 1856 aún no se numeran las entradas de forma que el público se agrupa a su gusto y con sus amigos, los mejores asientos están reservados a la aristocracia (Alonso, 2015).

Los programas de los conciertos de esta época eran largos y normalmente una mezcla de música vocal, instrumental y de cámara. Frecuentemente no se interpretaba una obra entera sino alguno de sus movimientos, lo que continúa en la segunda mitad de siglo, pero la tendencia fue que los programas fueron menos mezclados, surgiendo un grado de especialización con series de conciertos consagrados a música de cámara en general. La duración también se redujo y la búsqueda de calidad llevó a lo que hoy llamamos concierto sinfónico, sin solistas, como por ejemplo los ofrecidos en Manchester por Sir Charles Hallé² desde 1858 (Beale, 2016). También se hacen frecuentes los conciertos dedicados a un sólo compositor. Además, a mediados de este siglo la burguesía demanda más el repertorio del periodo clásico: Bach, Haendel, Haydn, Mozart, Beethoven, reduciéndose de forma progresiva las obras de sus contemporáneos. La programación de obras de Mozart y Beethoven en los conciertos de la Philharmonic Society de Londres es parte de esta tendencia, situación similar a lo que sucedía en París.

Sin embargo, la democratización de la cultura musical no significó que todo el mundo tomara parte en la vida musical pública. En realidad, la música se convierte en placer de una

² Fue un pianista y director de orquesta anglo-alemán, fundador de la orquesta The Hallé en 1858.

élite culta, ya que de acuerdo con una publicación del periódico de Leipzig (1874) "sólo unos pocos tienen tiempo y dinero suficiente" (Alonso, 2015, p. 332). La clase media menos favorecida, trabajadores y proletariado de ciudades, así como agricultores, quienes tras 14 o 16 horas de trabajo diario no están para estas cosas, se vieron excluidos del disfrute de la música culta.

Como podemos observar a partir de esta época los conciertos de música empezaron a estigmatizarse como eventos para la clase económica y políticamente mejor posicionada en la sociedad, aunque esto vino a crear nuevas propuestas de música popular y diferentes alternativas para el esparcimiento de las clases bajas.

1.2.4 El Concierto audiovisual

Los conciertos audiovisuales son una experiencia estética que se constituyó en una de las formas más acabadas de presentación sonoro-visual y reactiva-interactiva que cruza disciplinas y conocimientos, confirmando un proceso sinestésico-expresivo iniciado en el siglo XIX. Los conciertos audiovisuales se han transformado en una forma de presentación en directo de música de todo tipo, desde clásica hasta experimental, pasando por pop, rock, etc.

Esta fusión audiovisual y de performance tiene sus antecedentes en las artes multidisciplinarias, como la ópera, por ejemplo, la pintura abstracta, las experiencias con luz y sonido, la animación y el cine experimental, entre otras.

En 1962 el movimiento Fluxus fue un ejemplo clave tanto de la unión de disciplinas como del uso de nuevas tecnologías. Este movimiento busca ante todo la fusión y la conjunción de todas las prácticas artísticas: música, acción, artes plásticas, mezclando la alta cultura con la popular, el juego, el arte, lo insignificante y un supuesto valor mercantil del producto o acciones llevadas a cabo. Contrario a las artes, Fluxus escapa a todo intento de definición o de

categorización. “El lenguaje no es el fin, sino el medio para una noción renovada del arte, entendido como ‘arte total’ (Rocca, 2009).

La forma en la que las piezas Fluxus se producen o “acontecen”, aunando palabra, música, cuerpo, acción y contando con artistas de diversas disciplinas, demuestra una forma no lineal e interactiva de producción artística. Este movimiento buscaba la liberación de los usos sociales de una época en la que la superproducción de estereotipos constituía un sistema de “simulacros” que podía llegar a entorpecer las conexiones entre el individuo y la realidad. Si se considera que el fenómeno televisivo contribuyó tanto a la construcción de dichos estereotipos como al afianzamiento de lo que Guy Debord (1967) denominó “sociedad del espectáculo”, no es de extrañar que la primera pieza artística que empleó un aparato de televisión —titulada *Deutscher Ausblick* (1958)— fuera concebida por el artista Fluxus Wolf Vostell.

Nam June Paik, en 1963, llevó a cabo la *Exposition of Musik-Electronic Television* en la que se exhibieron, entre otros, doce televisores cuyas señales habían sido modificadas por el artista, distorsionando las imágenes emitidas y que acompañaba con producciones de música electrónica. El espacio habitual del espectador chocaba con la deformación del espacio emisor, con su calculada coherencia estética y, en consecuencia, con la alteración del significado de las emisiones audiovisuales que este aparato ofrece. Se introduce en estas imágenes móviles un mensaje en torno a un proceso de edición del contenido televisivo que intenta subvertir el modelo vertical prototípico de producción y consumo. Si bien se trata de una iniciativa audiovisual con respecto a la televisión, cabe destacar que estas instalaciones sólo eran visibles durante determinadas horas al día, en un espacio concreto que había que ir a visitar exprofeso.

Aun no se había logrado una experimentación que pudiese verter sus resultados a la totalidad de la potencial audiencia televisiva. No obstante, cabe destacar la importancia de este fenómeno de edición de contenidos que permite empezar a imaginar a un espectador activo y

productor de obras derivadas de la televisión para la misma televisión. Se trata de una obra precursora en la reflexión en torno al significado y al papel del público televisivo. Como podemos ver, estos procesos pioneros de inclusión del consumidor de mensajes culturales en la cadena productiva forman parte, actualmente, de las principales estrategias del ciberespacio y se están implantando, con creciente éxito, en las nuevas Smart TV (YouTube, Netflix).

Actualmente vivimos en una cultura audiovisual, donde según D.N. Rodowick³(2007), el audiovisual es un aspecto global e importante de la vida cotidiana contemporánea que, en los países desarrollados, se está definiendo como una cultura emergente impulsada por la tecnología. Una visión de esta cultura es presentada por las corporaciones que se beneficiarán al comercializar sus tecnologías y patrones de consumo.

Culturalmente, el audiovisual se basa en la utilización conjunta del oído y la vista, mediante imágenes y sonidos envasados en un soporte digital en tiempo diferido. Los tipos de producciones audiovisuales más utilizado en la actualidad se tratan a continuación.

1.2.4.1 Cortometrajes

En los cortos encontramos historias contadas con enorme éxito en muy poco tiempo, con duraciones inclusive inferiores a 1 minuto. De acuerdo con la ley del cine, para considerar a una producción audiovisual como corto, su duración debe ser inferior a 60 minutos, excepto las de formato de 70 mm. Uno de los cortometrajes más emblemáticos que ha dado la historia del cine es “*El Perro Andaluz*”, dirigido en 1929 por Luis Buñuel bajo el guion de Salvador Dalí.

³ D. N. Rodowick es Profesor del Distinguido Glen A. Lloyd en la Universidad de Chicago y autor de diversos libros y ensayos. https://www.facebook.com/pg/D-N-Rodowick-291460129743/about/?ref=page_internal

1.2.4.2 Largometrajes

En contraste con los cortometrajes, el largometraje es aquella producción que dura más de 60 minutos. Popularmente conocido como película, un largometraje se clasifica por diferentes aspectos como el estilo, el tipo de audiencia o el formato utilizado.

La película más taquillera de la historia fue *Avatar* (2009) una macro producción audiovisual de ciencia ficción estadounidense dirigida por James Cameron (Nava, 2018). Esta película tuvo un presupuesto estimado de 237 millones de dólares y una recaudación de 2 mil 788 millones de dólares.

Con referencia a las grandes cantidades que se invierten en las producciones cinematográficas y el maravilloso resultado visual que estas obtienen, los músicos deberíamos aprender que, al invertir en nuestras producciones, sin ser demasiado estratosféricas, el resultado podría ser de mayor impacto para los consumidores.

1.2.4.3 Documentales

El documental es un género cinematográfico basado en el uso de imágenes reales previamente grabadas, no tiene límites y puede tratar cualquier tema que el director crea conveniente con la intención de construir una historia. Algunos cineastas publican sus obras en este formato, Michael Moore con uno de sus documentales, (2002) ganó el Oscar al mejor documental en el año 2003.

1.2.4.4 Series de ficción

Estos audiovisuales, también conocidos como serie de televisión, son un tipo de producción que está formada por episodios que mantienen un mismo argumento o misma

temática, siendo la más destacada las llamadas sitcom, comedias de situación para formato televisivo. Entre las comedias más célebres podemos encontrar series como *Friends* o *Cheers*.

1.2.4.5 Retransmisiones en directo: el streaming

Este tipo de producciones (desde caseras, hasta producciones millonarias) tienen como mínimo requisito una cámara y una conexión a internet ya que no hace falta una gran inversión para retransmitir en directo cualquier evento. A este tipo de producción se le llama streaming en directo.

El funcionamiento del streaming es muy sencillo, mientras se almacena un búfer de datos, estos se van descargando en el equipo del usuario, para luego mostrarlo sin interrupciones. Se puede utilizar este método para la retransmisión en directo de acontecimientos políticos, ruedas de prensa, cursos o cualquier evento que así lo requiera.

Tomando en cuenta estos factores, el concierto audiovisual requiere además un diseño audiovisual que se desarrolla como un lenguaje de características propias y está rodeado de procesos creativos para obtener el resultado esperado. Su objetivo es lograr una reacción emocional a través de la percepción auditiva y visual para atrapar al espectador. La asociación sonido-imagen se puede lograr desde una ubicación histórica en un periodo de tiempo definido, hasta llevarnos a lugares inimaginables en tiempo y espacio.

Capítulo 2 Evolución de la grabación de audio y de video y relación música video

2.1 Definición

En este capítulo se hará un recorrido a través del tiempo para dar una idea más clara y saber cuánto ha afectado a los conciertos de música clásica los avances tecnológicos, específicamente del audio y video.

Dentro del desarrollo tecnológico y la extensión de los servicios de comunicación que han convertido al mundo en un lugar global, donde la información llega a todas partes y a una velocidad impresionante, la música cobra una importancia primordial en los medios de comunicación, convirtiéndola tanto en un elemento integrante imprescindible, como en objeto de difusión.

2.1.1 Evolución de la grabación de audio

El primer paso para lograr la captura de audio para después ser reproducida la dio el estadounidense Thomas Alva Edison con la invención en 1878 del fonógrafo (González, 2017, p. 202). Este aparato era capaz de convertir las vibraciones sonoras en surcos sobre la superficie de un cilindro recubierto con papel estaño. Para lograr este efecto se hablaba a través de una bocina y las vibraciones sonoras se transmitían a una aguja que trazaba unas incisiones sobre el cilindro en movimiento. Para poder reproducir lo grabado tenía que situarse la aguja en la posición de inicio del cilindro y este se giraba a la misma velocidad con la que se hizo la grabación. En el primer fonógrafo se movía el cilindro con una manivela, donde para grabar, el usuario hablaba en la bocina mientras giraba la manivela. Una de sus primeras utilidades se dio en las oficinas donde las secretarías podían grabar cartas a dictado.

Figura 1

Fonógrafo de Edison. Wikipedia La enciclopedia libre (2019)



En 1888 Emile Berliner (1851-1929), estadounidense de origen alemán, inventó el gramófono, un aparato que, a diferencia del fonógrafo de Edison, utilizaba discos planos para grabar y en ellos el carril que hacía la aguja iba en espiral desde la orilla hasta el centro del disco. La gran ventaja de esto es que de un disco maestro podían hacerse tantas copias como se quisiera, lo que ya permitía la venta de grabaciones musicales, aunque todavía no eran muy perfectas (Charosh, 1995). La desventaja de estos discos fue que en un primer instante los discos eran de cera junto con los siguientes grandes inconvenientes:

- Al accionar la manivela tanto en la grabación como en la reproducción se tenía que mover a la misma velocidad de lo contrario, la grabación carecía de claridad.
- La duración de la grabación era muy corta, apenas tres minutos.
- La reproducción tanto del cilindro como del disco provocaba un deterioro físico y la calidad del sonido empeoraba.

Desde de 1920 comenzó a usarse la electricidad para la grabación. Gracias al micrófono se podían transformar los sonidos en corrientes eléctricas que creaban los carriles del disco. En la reproducción, la aguja al recorrer los carriles generaba impulsos eléctricos que eran

amplificados y reproducidos por medio de altavoces convirtiendo las señales eléctricas en sonidos.

Gracias a este procedimiento se pudieron realizar grabaciones de buena calidad, provocando que los mejores directores e intérpretes grabaran un extenso repertorio de música clásica y popular. Sin embargo, estos discos tenían poca capacidad y sólo podían grabar tres o cuatro minutos por cada cara. Fue hasta 1946 que aparecieron los discos de larga duración o LP (siglas de la expresión inglesa long play, que significa “larga duración”), fabricados en plástico de vinilo, un material más ligero y resistente que el utilizado hasta entonces y que en lugar de los cuatro minutos disponibles por cada cara de los discos de gramófono, ofrecía más de veinte minutos de música por cada cara.

En 1963 empezó a utilizarse la grabación magnética o grabación de cintas de casete. Para este procedimiento, en la cinta se realizaba un dibujo magnético al pasarla por delante del cabezal grabador, de esta manera se alinean los fragmentos de óxido de hierro que recubren a ésta. Este sistema de grabación y reproducción musical era muy barato y familiar y cualquier persona en su casa con un radiocasete podía hacer sus propias grabaciones caseras. Además, los casetes, eran mucho más cómodos y fáciles de manejar que las cintas de bobinas.

Casi veinte años después, en el año 1982 se presentó el compact-disc. Hasta este momento todos los sistemas de grabación y reproducción eran analógicos, es decir, las ondas sonoras se traducían en impulsos eléctricos. Desde entonces, la grabación y la reproducción del sonido se realiza en el sistema digital, convirtiendo las ondas sonoras a códigos numéricos del lenguaje binario de los ordenadores, lo que permite una mejor manipulación y una reproducción más real del sonido original.

Como la mayoría de los aparatos tecnológicos, los reproductores y grabadoras de audio, hasta la fecha, no han dejado de tener cambios, en los diseños y costos, pero sobre todo en la

calidad auditiva. Este desarrollo ha resultado en un impacto directo para la música que se ha beneficiado con una mejora en su reproducción, un mayor alcance en el número de personas y particularmente una mayor facilidad para comercializarla.

2.1.2 Evolución del video

La tecnología evoluciona a tal velocidad que los usuarios no solemos darnos cuenta de los avances que se producen en cortos espacios de tiempo. Si se le preguntara a algún joven de 13 o 14 años sobre los teléfonos móviles seguro pensará que han existido toda la vida. Lo mismo sucede con el video, vemos reportajes en internet a través de nuestros dispositivos móviles y los vemos como la cosa más normal del mundo, sin embargo, mucha gente desconoce la velocidad del avance tecnológico.

Desde la creación del primer formato de video en cinta en 1956 Ampex Quadruplex, hasta el momento en que el video en formato digital puede reproducirse en infinidad de dispositivos, ha habido un gran número de cambios e innovaciones. Como resultado, el primer estándar de vídeo digital nació en 1984 hace más 30 de años (Team, 2012).

Figura 2

Cámara de video profesional Bell & Howell (Science Museum Group, 2020)



Breve cronología del video:

1912 la primera cámara de video profesional, la 2709 standard de 35 mm de Bell & Howell llega a la Industria del cine.

1926 John Logie Baird dio la primera demostración de la transmisión de imágenes en movimiento.

1927 Philo Farnsworth crea la primera televisión electrónica, se lanza la primera película con audio y video sincronizado titulada "The jazz Singer".

1928 primera transmisión entre continentes (Nueva York - Londres).

1934 la televisión llega al mercado.

1946 cerca de un 0.5% de las familias norteamericanas tenía un televisor en casa.

1954 año en que este porcentaje alcanza el 54% y en 1962 el 90%.

1962 se lanza el primer satélite de TV.

1965 Eastman kodak crea la cámara Super 8 abriendo la posibilidad a las personas comunes de realizar una filmación.

1984 surge la invención del video digital.

1995 el video digital llega a las filmadoras comunes.

1997 surge Netflix.

2002 GoPro introduce su nueva línea de cámaras de acción.

2003 surge Skype.

2005 aparece YouTube (Bonilla, 2015).

En la década de los 80s, los aficionados grababan videos utilizando el Hi8 de video analógico. Este tipo de video era considerado semiprofesional y a nivel doméstico se usaba el video de 8mm. La edición de este tipo de videos requería un PC para digitalizarlo. La captura en el ordenador exigía de computadoras con mucha memoria en una época en la que 1 Mb de RAM (Random Access Memory), tenía un precio de \$35 dólares, y una tarjeta digitalizadora que hacía de interfaz entre el magnetoscopio, reproductor de vídeo y el PC. El realizar este trabajo era bastante complicado ya que a veces se perdían fotogramas. Eran los tiempos de los controladores y los discos SCSI, que en aquel momento garantizaban la mayor tasa de transferencia de datos. En aquella época a lo más que se podía llegar era una resolución de video de 720x576 píxeles a 25 fps y ciertamente era necesario un programa de edición de video como el Adobe Premiere. Para realizar todo el proceso hacia falta también un equipo informático, computadora personal, tarjeta digitalizadora, controladora SCSI (Small Computer System Interface), discos SCSI, software de edición, etc., un equipo valorado en cerca de 7000 dólares. Normalmente para realizar un trabajo de 6 o 7 minutos de video con algunos efectos (nada de tiempo real) se dejaba el PC toda la noche trabajando, si al día siguiente había algo que no gustaba había que volver a compilarlo todo y esperar otra noche, por supuesto estamos hablando a nivel de usuario avanzado semiprofesional (Plá, 2013, pág. 1).

Actualmente el video se ha vuelto una parte normal de la vida cotidiana. Cualquier persona puede ver videos, cargarlos a diversas plataformas, descargarlos a una computadora, hacer una transmisión en vivo, compartirlos, comentarlos y colaborar a través de ellos. En términos de números, la visualización de videos en línea aumenta 45% todos los años y se ha reportado que los sitios web que incluyen videos logran una participación 5 veces mayor de sus clientes, además, en datos del 2015, YouTube recibe cerca de 300 horas de video por minuto (Encabo, 2018).

En el ámbito laboral en España, el uso del video se ha expandido de forma exponencial. De acuerdo con un estudio realizado por CISCO, tres de cada cinco ejecutivos jóvenes afirman que utilizarán muchos más videos de alta calidad en el trabajo en los próximos 5 a 10 años. Además, este estudio provee datos duros sobre la percepción y aceptación en el uso del video. Entonces, el 87% de los encuestados cree que el video tiene un impacto sumamente positivo y relevante en la empresa al listar beneficios como la reducción de costos de viajes y la contratación de profesionales talentosos a través de entrevistas realizadas por videoconferencia. El 94% de las organizaciones con menos de 400 empleados valora el video como una forma de superar las barreras lingüísticas en un mercado cada vez más globalizado y el 87% de los encuestados dice que prefiere trabajar en una empresa que utiliza soluciones de vídeo de alta calidad, a trabajar en una que no cuente con este tipo de solución (Rojas, 2013).

2.2 Relación música – imagen

Desde la aparición del cine este vínculo se ha fortalecido de tal manera que puede generar en el espectador un sinfín de estimulaciones, aumentando las posibilidades creativas, comerciales y comunicativas para acercarse a la población. Para este trabajo es muy importante tener clara la relación final que tendrá la música con la imagen, ya que de esto dependerá la aceptación de los video-escuchas.

2.2.1 Música Visual

El concepto de asociar música e imagen existe desde el nacimiento del cine, sin embargo, esta relación no dio óptimos resultados hasta la llegada de compositores como Scriabin y Schönberg y pintores como Kandinsky y Picabia, quienes querían realizar la mezcla de música, imagen, color y sonido, en experiencias sinestésicas y de traducción de un lenguaje o medio a otro. Ejemplos como “La sonoridad amarilla” de Kandinsky, “La mano feliz” de Arnold Schönberg y “Fuegos de artificio” de Stravinsky utilizada por Giacomo Balla en su

Ballet sin actores, fueron parte fundamental para el llamado teatro de imágenes (Sánchez J. A., 1999), donde la música junto con las luces y los colores se fusionaban con las artes escénicas, de acuerdo con un guion bien definido. Gracias a esto, el cine, las vanguardias, la música popular y la tecnología electrónica aportaron los elementos lingüísticos, expresivos y técnicos para la creación y desarrollo del lenguaje de la música visual, llegando de esta forma al surgimiento de los videoclips o vídeos musicales a mediados de los setenta (Valdellós, 2012).

Podemos entender como música visual a todos los métodos que relacionan los sonidos musicales con representaciones visuales o a la traducción de la música a la pintura, definición original acuñada por el artista y crítico inglés Roger Fry (1866 – 1934), en 1912 para describir el trabajo de Kandinsky (Pinzon, 2019).

El nacimiento del cine sonoro con *The Jazz Singer*, de Alan Crosland, permitió que imagen y sonido coincidieran, pero, durante los “*happy twenty*”, algunos cineastas de las vanguardias europeas, como es el caso de Oskar Fischinger, crearon las primeras obras de música visual (Valdellós, 2012).

Hacia 1921, Fischinger a partir de imágenes que intentaba adaptar a ritmos y variaciones primordialmente de la música jazz, comenzó a realizar pequeñas películas animadas. Utilizando la geometría y el movimiento, combinó la imagen con todo tipo de parámetros espaciales, forjando con su obra una marca de identidad. El sonido y el color se adaptaron como medios de enlace con el tema musical.

Más tarde, en 1925, su arte abstracto fue considerado como “degenerado” y aunque había dirigido una gran cantidad de producciones publicitarias, se dio cuenta que en Europa poco podría hacer y decidió emigrar a los Estados Unidos en 1936. Allí desarrolló su trabajo como presentador y director de cine, haciéndose lo suficientemente famoso como para que lo reclamara la Paramount Pictures.

Su trabajo más conocido se encuentra en la secuencia An American March para la película Fantasía de Disney, donde se interpretaba la Toccata y Fuga en re menor de J.S. Bach. Con esta película popularizo el concepto de vincular música e imagen aumentando el consumo de música clásica, pero no apareció en los créditos porque Disney modificó sus diseños para que fueran más representativos.

Después de estos sucesos, Fischinger quedó excluido de la industria norteamericana del cine y apenas tuvo oportunidad de continuar con sus investigaciones, de las que se pueden destacar sus avances en el desarrollo del cine tridimensional. Entre sus logros, se destaca la creación del Lumígrafo, patentado en 1955, un instrumento que mezclaba la música y el color a partes idénticas creando una composición visual, sin embargo, este no tuvo éxito.

Una de las mayores preocupaciones de este arte, fue la elaboración de instrumentos para realizar la música visual en vivo. Los órganos de color fueron parte de una antigua tradición, que se basa en realizar extensiones o modificaciones de instrumentos musicales con sistemas de proyección, que pueden establecer relaciones directas y en tiempo real entre el sonido y la imagen. Hoy en día, al proceso de imagen en tiempo real, se le puede extraer información de audio y/o MIDI, desde aplicaciones y entornos de programación digital.

2.2.2 El video arte

El videoarte o vídeo de creación, se originó y creció gracias a los magnetoscopios y las ligeras cámaras portátiles, en respuesta a la necesidad de crear una evidente oposición frente a la televisión comercial. Debido a estos dos aparatos tan versátiles, este nuevo formato se convirtió en el sustento más conveniente para la creación y experimentación en todo un campo

multidisciplinar, formado por artistas provenientes de la pintura, la música, la escultura, el teatro y el performance.

Todo un espíritu de ruptura e innovación animaba estas prácticas, que abogaban por un empleo alternativo de los medios de comunicación de masas, especialmente de la televisión, mediante la transfiguración de su pasividad en una “creación activa”, en palabras del fundador de estas prácticas, el músico Nam June Paik (Valdellós, 2012, p.3).

El videoarte no se manifiesta como un medio de masas, ya que rompe con formas tradicionales de los medios de comunicación de masas (cine narrativo y televisión). Sus soportes son más baratos, alternativos y relegados a un mundo underground. Sus primeros pasos son casi más artesanales que técnicos, utilizando formatos reducidos de 16 y 8 milímetros en cine y media pulgada y 3/4 de pulgada en el caso del vídeo.

En los años setenta, esta práctica se convierte en algo habitual, realizando proyecciones de vídeo en circuito cerrado y en tiempo real. Será en esta misma década cuando el videoarte desarrolle su propio protagonismo y lenguaje, generándose a partir de aquí nuevas correlaciones artísticas como videoescultura, video performance y videoinstalación. Estas nociones se pueden caracterizar en términos de una transformación o integración de uno o más monitores o televisores en o dentro de una construcción volumétrica singular o como una metamorfosis de su apariencia objetual, creándose además una determinada relación entre el ente objetual o escultórico y el contenido interno de la pantalla o pantallas.

La estética de la imagen videográfica adoptó toda una serie de técnicas de acumulación y cita de lenguajes de procedencia heterogénea (cómic, publicidad, consumo y medios de comunicación masiva), así como la repetición y seriación, la investigación formal de la materialidad del medio electrónico y la mezcla de estilos.

Se puede afirmar que, durante el nacimiento del video de creación, la relación musico-visual produjo una provechosa colaboración entre ambos medios, en concreto entre músicos, artistas plásticos y videastas.

La investigación de relaciones mutuas, la traducción de un lenguaje o medio a otro fueron afrontados por artistas como Gary Hill, con *Elements* en 1978 y *Soundings* en 1979, Woody Vasulka, con su ópera electrónica *The Commission* en 1983, John Goff, con *The End of Television* en 1988, y el genial Zbig Rybczynski, con *Tango* en 1983, e *Imagine* en 1987, con música de John Lennon, (Ornia, 1991) citado por, Valdellós (2012, p.3).

2.2.3 El Videoclip

Para sustentar el trabajo práctico de esta investigación haremos un recorrido desde el nacimiento del videoclip hasta nuestros días, abordando algunas definiciones que encontramos de “videoclip”.

En la década de los 40s, aparece uno de los antecedentes directos, en cuanto a elementos técnicos, del videoclip: el panoram, parecido a lo que se conoció en México como rocola y que funcionaba como una caja musical o jukebox. Este contaba con una pantalla en blanco y negro que proyectaba imágenes del artista cuya canción se había elegido para ser escuchada.

En 1960 Francia realizó una mejor versión del panoram, llamado scopitone. Este aparato ofrecía algunas innovaciones destacando la capacidad para proyectar imágenes a color a través de una pantalla de 16 pulgadas en 16mm (Gifreu, 2009). Con el scopitone por lo general, usaban la figura femenina, tratando de trasladar la cultura ye-yé a la pantalla. Este también tuvo mucho éxito en Europa porque les permitía a los grupos sociales marginados por la televisión, como los jóvenes, y a los géneros musicales segregados como el rock, tener un espacio donde poder recurrir para expresarse visualmente.

Figura 3

Scopitone, Wikipedia la enciclopedia libre (2019)



Aunque la lista de producciones con scopitones es extensa, resulta difícil revisar los trabajos por su falta de calidad y catalogación, pero sin duda este formato fue el más profesionalizado a diferencia de los anteriores soundies⁴. Evidentemente los soundies y los scopitones son el origen sobre el que se asientan las narraciones visuales haciendo incidencia en el cine y en la televisión en el formato “promo”⁵.

Richard Lester, productor de *A Hard Day’s Night* del cuarteto de Liverpool “The Beatles”, sentó las bases de lo que posteriormente sería el video musical, plasmando en este trabajo situaciones surrealistas y cómicas que intentaban mostrar el día a día de la banda en un estilo casi documentalista. Este trabajo dio como resultado el primer gran conjunto de videoclips de la historia en un largo metraje. Según Austerlitz, *“los Promo-videos de Lester corren fuera de control por el terreno del humor tontaina, el surrealismo, y lo cómico. Ni qué*

⁴ Proyector con pantallas de 12 pulgadas y altavoces en los que se podía ver y oír la interpretación de una canción por unos centavos.

⁵ Promocional.

decir tiene que estas cualidades, en muchos aspectos, convirtieron a Lester en el abuelo del vídeo musical” (2007, p. 18). Después de *A Hard Day’s Night* llegarían, *Help*, *Yellow Submarine*, *Let it Be* y finalmente *Strawberry Fields Forever* en 1967 dirigido por el sueco Peter Goldman. Este último se convirtió en el ejemplo de lo que posteriormente sería el video musical, apostando por la variabilidad del audiovisual postmoderno y convirtiendo al promo-video en sustituto del grupo, debido a que no podían cubrir la gran demanda en programas televisivos y conciertos. De esta forma tanto compañías discográficas como músicos, vieron en el promo-video la oportunidad de darse a conocer y poco a poco lanzarse a la producción de este tipo de trabajos.

En 1970, aparece el sencillo de The Beatles: "Captain Beefheart and His Magic Band", el cual será el primer sencillo que se promociona como tal en formato de video en la televisión. Pero no fue hasta 1975 que la "Bohemian Rhapsody", sencillo del disco *A Night at the Opera* del grupo Queen, fue concebida y convertida en videoclip por el director Bruce Gower, con el fin de promocionar el álbum. Dicho video obtuvo excelentes resultados de acuerdo con sus objetivos, ya que elevó las ventas del disco de una manera impresionante. A pesar de este éxito, la necesidad de realizar estos trabajos chocaba muchas veces con la negativa de las disqueras que aún no veían la rentabilidad de invertir en ellos.

Por otra parte, la CBS lanzó los videoclips de los sencillos *Billie Jean* y *Beat it*, con el fin de averiguar la influencia de estos en la venta de discos. En 1983, se lanzó el video de *Thriller*, dirigido por John Landis, quien en este clip extendió el tamaño fuera de los límites del tema musical, para convertirlo en una especie de cortometraje de relato complejo y elaborado. Esta táctica constató la eficacia de la formula y el disco de Michael Jackson "Thriller" vendió más de ocho millones de copias. A partir de aquí, los videoclips fueron evolucionando, convirtiéndose en un género artístico en sí mismo y de una calidad cinematográfica.

En relación con estos antecedentes, John Mundy, describe al Videoclip como una continuación de la historia de la relación entre la música y la imagen durante todo el siglo XX, gracias a la tecnología y la industria cultural. De esta forma tenemos que el Videoclip, es el resultado de un producto audiovisual grabado en video y que, por lo general, es realizado para promocionar la música popular urbana, con la intención de hacer llegar una canción a un gran número de espectadores, sin que la presencia del artista sea necesaria en un escenario o un set de televisión. Debido a su carácter pragmático, y a la confluencia de los medios audiovisuales, el videoclip es una ventana de promoción y representación visual de los cantantes.

De igual forma Juan Anselmo Leguizamo, recurre en mayor medida al aspecto publicitario de la obra audiovisual, resaltándolo como producto y dejando en claro que el objetivo del videoclip es la comercialización de la obra musical de un artista.

Leguizamón afirma que el videoclip, es un producto insertado en una estrategia de comercialización, que responde a la potenciación de la obra musical a través de una obra visual que se ensambla con la forma musical. Esta marca de nacimiento formal lo constituye como una música visual (1998, p. 23).

Uno de los autores más importantes del audiovisual es el francés Michael Chion, quien, en su libro *La audiovisión*, dedica parte de su estudio al lenguaje del videoclip. Para Chion el videoclip se sirve de una base musical que reina sobre el conjunto, con la única limitación de sembrar aquí y allá unos puntos de sincronización para unir la imagen y la música de forma flexible. Esto permite a la imagen pasearse a su gusto por el tiempo y el espacio. (Chion, 1993, pp.156-158).

Sin embargo, para Sánchez López el Videoclip se trata de una creación audiovisual de vocación cinematográfica surgida al calor del mundo contemporáneo y el vendaval mass-mediático, un testigo excepcional de las expectativas e inquietudes de las subculturas y tribus urbanas, un reclamo consumista para la juventud en su calidad de soporte publicitario de los

productos de la industria discográfica y un vehículo para la autoafirmación y/o difusión y/o propaganda de los respectivos grupos y movimientos que alientan e inspiran su génesis al identificarse con una declaración de intenciones, un código 'ético' y una forma determinada de vivir, comportarse y pensar, siendo también consecuentemente un documento antropológico polivalente, contradictorio y versátil (2002 p. 566).

A partir de la inclusión de los videoclips en las transmisiones de televisión, la multinacional Warner Communications, de Steve Ross y la multinacional American Express de James Robinson III, establecen una alianza por medio de la creación de una empresa, encargada de la organización y puesta en marcha de una televisión por cable en EE.UU. dedicada a la exclusiva emisión de videoclips, la Warner Amex Satellite Entertainment Company. Los ejecutivos de esta empresa concibieron la primera estación de videos musicales, la MTV (Music Televisión), donde se reproducían videoclips durante las veinticuatro horas del día. Esta se inauguró el 1 de agosto de 1981 con unos cuatro millones de suscriptores iniciales (Sedeño, 2006).

De esta forma podemos ver al videoclip entendido como parte de una estructuración jerárquica en la que la televisión es su mayor contenedor, sin tener en cuenta las posibilidades extra televisivas del mismo y resaltando su polémico origen como una pieza de sesgada intencionalidad televisiva. También debe ser visto como elemento promocional ya que nació destinado a las compañías discográficas para que descubrieran nuevos talentos, por un lado, y, por otro, como herramienta de marketing y entretenimiento público. De esta forma se considera a los scopitones como los primitivos videoclips, pero se demuestra que la televisión y sus programas de Radiofórmula musical fueron definitivos para la expansión, definición y consolidación del producto.

Por otra parte, de acuerdo a los estudios de Diane Railton y Paul Watson (Railton & Watson, 2011), el video musical no debe analizarse como un campo de los estudios sobre televisión ya que aunque su relación con la música popular y su explícita función comercial lo relaciona con el entretenimiento, instituciones como el Museo de Arte Moderno de Nueva York o el British Film Institute de Londres están adquiriendo y exhibiendo videoclips, con la consecuente institucionalización, canonización y patrimonialización de este género audiovisual. Dada la característica de no ser definido en algún tipo de formato o género, ya que su naturaleza excede cualquier patrón clásico taxonómico, la variedad estilística de la obra vídeo musical muestra sus más apreciadas virtudes: la mutabilidad o hibridación y su consecuente capacidad inter-géneros.

A pesar de los esfuerzos de artistas como Michael Jackson y Madona en los 80's, por integrar en este formato contenido meticulosamente elaborado y como complemento para escuchar sus álbumes, los videoclips disminuyeron su calidad considerablemente, haciendo juego con la poca exigencia del público hacia el nivel de los artistas. Esto generó que la combinación de elementos sexistas bien definidos con una clara incitación a escapar de las responsabilidades sociales y el consumo de sustancias ilegales, se concibiera como una fórmula de video exitoso.

Debido a esto y a los problemas de archivar audio y video, junto al gran auge del Internet, el videoclip como video breve se posicionó como uno de los atractivos principales de la red, con usuarios que buscan información o entretenimiento en videos de pocos minutos. Así mismo, la posibilidad que le ofrece el internet a cualquier usuario de convertirse en productor de contenidos audiovisuales permite que existan millones de videoclips con temáticas muy variadas, desde temas familiares, culturales e informativos, hasta humorísticos.

Si hablamos de videoclips y de almacenamiento de videos, no podemos pasar por alto a la plataforma más importante de distribución de audiovisuales en el mundo, “YouTube”. Esta plataforma cuyo dominio fue activado el 15 de febrero de 2005, fue fundada por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim. El 23 de abril fue cargado el primer vídeo, Me at the Zoo (‘Yo en el zoológico’). Dicha grabación mostraba un evento de bajo impacto, exactamente, a Jawed Karim hablando de espaldas a un grupo de elefantes en el zoológico de San Diego (Cicco, 2008) y con ello cambia el paradigma comunicativo de la industria audiovisual. Actualmente en esta plataforma podemos encontrar desde producciones millonarias hasta realizaciones de video caseras, trailers de películas recientes, videos musicales de bandas y solistas de renombre internacional, noticias, series televisivas y una multitud de publicaciones en video de cómicos, cantantes, instrumentistas y compositores que consiguieron darse a conocer gracias a esta plataforma.

La adopción del videoclip por el internet es un fenómeno que ha tenido repercusiones:

El videoclip ha dejado de ser un producto televisivo para encontrar un espacio en internet, donde las posibilidades de la web 2.0 han dado lugar a una audiencia creativa que ha desarrollado nuevas tipologías (Lip dub, mash-up, literal video, etc.) y ha transformado el modelo de autoría y las dinámicas tradicionales en las industrias culturales (Viñuela, 2013)

Hoy por hoy, no hay artista musical que no tenga alguna obra en vídeo que ilustre su trabajo, usándolo como herramienta para vender una imagen que busca identificarlo con un público que consumirá música.

2.3 Pantalla verde

La Pantalla verde o croma, es una técnica audiovisual en la cual se extrae un color específico de la imagen (usualmente verde o azul), para reemplazar el área que ocupa ese color por otra imagen o video. Esta técnica se usa desde los años treinta de diferentes formas: pantalla

azul, pantalla amarilla y pantalla verde. A pesar de que todas estas tienen el mismo fin, cada una tiene sus ventajas dependiendo del medio en el que se utilice (digital o cine). Este proceso se realiza con ayuda de un equipo especializado o una computadora personal.

El objetivo de este procedimiento es rodar al personaje en el escenario deseado cuando este es muy costoso o inasequible. Para que esto funcione, la ropa del actor o lo que se quiera que este adelante del fondo, no puede ser del mismo color al que se va a extraer. Actualmente el color verde se utiliza más que cualquier otro color, puesto que los sensores de imagen en cámaras de video digitales son más sensibles al verde. Además, este color se ha visto favorecido debido a que el fondo azul puede coincidir con el color de ojos del sujeto o elementos tan comunes como los pantalones vaqueros (Electrópolis, 2017).

2.4 Cómo influye en nuestra percepción la relación entre imagen y sonido

Como argumento de la forma en que potencia la música a la imagen y viceversa señalo trabajos de algunos autores que han investigado sobre esta tan estrecha relación que puede hacer mover masas de una forma impresionante.

En los trabajos audiovisuales (específicamente el cine), se encuentra sumamente relacionado lo visual con lo auditivo, logrando así un impacto mayor en el espectador y generando en él imágenes específicas que lo lleven a magnificar su experiencia sensorial.

Chion, Michel (1993) da ejemplo con un pequeño filme de Ingmar Bergman, "Persona", el cual inicia con imágenes de un borrego siendo desangrado y martirizado al igual que otros animales y de pronto una mano es clavada. Después aparece la imagen de un bosque, una cerca y una construcción parecida a una cárcel y dentro de ella varios cuerpos de personas mayores al parecer muertas. Un niño que parece al principio un cuerpo como los demás, pero que en realidad no lo es, intenta tapar su cuerpo, se desespera, intenta leer un libro, se sienta y mira a su alrededor, acerca su mano a la superficie de la pantalla, y esa mano parece modelar el rostro de una mujer muy hermosa. A este filme de apenas 5 minutos lo rebobinaron y le quitaron el

audio, el resultado fue una representación distinta. En primer lugar, el plano de la mano clavada: en el silencio, revelaron que se trataba de tres planos distintos, cuando no se había visto sino uno, por la influencia del sonido, y, sobre todo, al carecer de sonido, la mano clavada era algo abstracto. Con la escena sonorizada, la impresión es real, aterradora. Sobre las imágenes del depósito, al carecer del sonido que las enlazaba (un goteo de agua), descubrieron en ellas una serie de fotografías fijas, fragmentos de cuerpos humanos aislados los unos de los otros, desprovistos de espacio y de tiempo. Además, la mano derecha del muchacho, sin la nota vibrante que acompaña y estructura su exploración, ya no da forma al rostro, evoluciona simplemente al azar, sin finalidad. El resultado de este experimento es que la ausencia del sonido provoca que la secuencia pierda su unidad y su ritmo.

Chion da otro ejemplo con una conocida secuencia de Tati, *Las vacaciones de Monsieur Hulot*, en la cual primero se observan las imágenes y después a estas imágenes le añaden su audio. En esta secuencia hay una pequeña playa, donde se desarrollan unas sutiles bromas que hacían reír a los veraneantes quienes se ven tan graciosos con su aspecto cohibido, aburridos, inquietos y... ¡sorpresa! Al quitar la imagen de la secuencia aparece otra película: gritos de niños que se divierten y que juegan, el sonido de voces en un espacio abierto, todo un mundo de diversión y alegría. ¡Todo esto estaba allí, en el sonido, y sin embargo no estaba allí! (1993 p.12). Por estas razones para Chion, el cine es una ilusión audiovisual ya que se genera del valor expresivo e informativo con el que un sonido enriquece una imagen dada, hasta crear un impacto inmediato de ella o el recuerdo que de ella se guarda, pretendiendo que esta información o esta expresión se separa de modo natural de lo que se ve, y está ya implícita en la sola imagen. Esto crea la impresión, injustamente, de que el sonido es inútil, y que reduplica el significado que en realidad genera y establece, sea totalmente, sea por su diferencia misma con relación a lo que se ve.

Las percepciones sonora y visual son más dispares de lo que uno piensa. Estas percepciones se influyen mutuamente, y se prestan la una a la otra, por proyección y contaminación, sus propiedades respectivas. La diferencia entre estas dos relaciones tiene que ver fundamentalmente con el movimiento y la inmovilidad, puesto que el sonido supone entrada de movimiento, contrariamente a lo visual. “Por ejemplo, en una imagen cinematográfica algunas cosas se mueven mientras otras pueden permanecer fijas. El sonido por su parte, aunque puede sugerir fijeza, normalmente implica por su naturaleza un desplazamiento” (Chion, 1993, 17). Así mismo el sonido puede tener o bien un sentido abstracto, o simplemente una función de presencia sin resonancia emocional precisa.

Como se ha hablado antes, en el caso del videoclip la relación entre música e imagen es de mutua dependencia, ya que la ausencia de uno de estos lenguajes imposibilitaría la identificación de este género. Es decir, sería difícil concebir la existencia de un videoclip mudo, como sucede en el cine. Por tanto, la unión del audio y la imagen puede agregar valor a un trabajo audiovisual, que dependiendo como esté elaborado, va a tener el impacto que el productor desee en el público. Con esto podemos intuir, que, en el videoclip a realizar en este proyecto, se debe cuidar a detalle la producción tanto visual como auditiva para asegurar el mensaje que se espera dar.

2.5 Diferencia entre la velocidad perceptiva sonora y la visual

Tanto las percepciones sonoras como las visuales tienen cada una su ritmo medio propio: el oído, trabaja y sintetiza más rápido que la vista. Por ejemplo, si se toma un movimiento rápido de la mano y se compara con el trayecto sonoro súbito de la misma duración, el movimiento visual no formará una figura clara, no será memorizado un trayecto preciso. En cambio, el trayecto sonoro podrá dibujar una forma nítida y consolidada, individualizada, reconocible entre todas. Aunque se repita diez veces este movimiento la imagen no podrá ser memorizada ya que no tiene por si misma animación temporal. Por otro

lado, si se repite diez veces un trayecto sonoro súbito, su percepción se afirma y se impone cada vez mejor.

Hay varias razones para esto: ante todo, para los oyentes, el sonido es el vehículo del lenguaje, y una frase hace bajar al oído muy deprisa (comparativamente, la lectura con la vista es sensiblemente más lenta, salvo entrenamiento especial: en los sordos, por ejemplo). Por otra parte, si la vista es más lenta, es porque tiene más que hacer: trabaja a la vez en el espacio, que explora, y en el tiempo, al que sigue. Se ve, pues, pronto superada cuando ha de asumir los dos.

El oído, por su parte, aísla una línea, un punto, de su campo de escucha, y sigue en el tiempo este punto, esta línea. Por otro lado, si se trata de una partitura familiar al oyente, la escucha de éste deja más fácilmente el hilo temporal para pasearse espacialmente. Grosso modo: en un primer contacto con un mensaje audiovisual, la vista es, pues, más hábil espacialmente y el oído temporalmente (Chion, 1993, p.17).

Como podemos ver la percepción del tiempo de la imagen puede ser considerablemente influida por el sonido porque la suma de imágenes fijas, carentes de temporalidad, se vuelven claras incluso por el ruido de un goteo, que las une y las acomoda en el tiempo.

Capítulo 3 Producción del video performance audiovisual

3.1 La elección del músico intérprete

Teniendo en cuenta que mi preparación profesional durante ya casi 26 años ha sido enfocada a la guitarra clásica, decidí que este sería el instrumento para interpretar en este proyecto.

Por la gran admiración que le tengo como intérprete, su larga trayectoria y una gran amistad, me fue de cierta manera fácil decidir que el maestro Manuel Espinás realizara la interpretación de una pieza del repertorio de la guitarra clásica para este proyecto. Después de que él aceptara mi propuesta, le platiqué sobre mi interés de catapultar, de una forma más actual, los videos de música clásica en las plataformas de video streaming, con un mensaje visual que aportara más sobre la pieza interpretada.

También le di una breve explicación sobre el proyecto y la utilización de herramientas tecnológicas de fácil acceso, ya que de esta manera el trabajo de producción no es tan prolongado y el costo del producto se reduce, recalcando también que el objetivo es producir videoclips donde la música sea lo más importante pero potencializada por la imagen.

3.2 La elección de la pieza a interpretar

Después de la charla con el maestro Manuel Espinás, escogimos el estudio XVI, del compositor cubano Leo Brouwer, de la serie de sus 20 estudios simples para guitarra, ya que estos conforman en buena medida el repertorio técnico de los alumnos en sus primeros años.

3.2.1 Leo Brouwer, el compositor

Mejor conocido como Leo Brouwer, Juan Leovigildo Brouwer Mesquida (La Habana, 1 de marzo de 1939), inició sus estudios de guitarra a la edad de 13 años bajo la tutela de Isaac Nicola, quien fue alumno de Emilio Pujol, a su vez alumno de Francisco Tárrega.

Luego se movió a USA para estudiar música en la facultad de Hartford y más adelante en la Juilliard School, donde estudia composición con Stefan Wolpe. A la edad de 17 años, sus creaciones ya empezaban a despertar interés. Preludio (1956) y Fuga (1959), entre otras obras, nos muestran su temprana comprensión de música no característica de la guitarra (Wikipedia enciclopedia libre, 2020). Sus obras comprenden una gran cantidad de piezas para guitarra, varios conciertos y más de cuarenta obras musicales para cine.

En lo que refiere a estos estudios compuestos para guitarra Brouwer no realizó los veinte en una sola edición, los 5 primeros los compuso en 1961 y después de varios años terminó de componer toda la serie de 20 estudios. La idea principal de componer estos estudios fue hacer que estos pudieran ser interpretados inclusive por niños. Este objetivo se logró ya que en un viaje que hizo a Japón en los años 70s, Brouwer quedó sorprendido al escuchar a niños de 5 y 6 años interpretando sus estudios. Brouwer comenta que los estudios para guitarra compuestos por grandes maestros del siglo XIX como Carcassi, Coste o Sor, tienden a tener un nivel de dificultad que los deja fuera del alcance de los principiantes. Al igual que los estudios de otros autores, Brouwer compuso sus estudios para ampliar los requerimientos técnicos de ejecución en la guitarra y la designación de simples hace referencia a una forma simple de tocarlos, si bien musicalmente son exigentes. Es decir, con estos estudios, Brouwer produjo una obra mayor en el desarrollo de la técnica en la guitarra, haciéndolos no sólo técnicamente eficientes sino también altamente musicales (Ecos del sonido, 2020).

3.2.2 Análisis técnico y pedagógico del estudio XVI

El estudio XVI es el primero de la última serie de los 20 Estudios Sencillos y el primero en usar una afinación diferente (sexta cuerda en D). En términos de técnica y estilo, este estudio está más relacionado con los números XIII y XIV que con su predecesor inmediato ya que en

estos estudios que funcionaron como lecciones de práctica de interpretación integradas en las obras, combinaron elementos de “El Son” con una articulación sofisticada y algunos adornos. En contraste, este estudio muestra abiertamente su propósito con un subtítulo que dice: "Para los ornamentos".

Figura 4

Primer pentagrama Estudio XVI, Brouwer (1972)

XVI
Para los ornamentos

duración total: 11'10" circa

6^a = Re

En este estudio los elementos afrocubanos disminuyen para dar espacio a modismos y prácticas de interpretación barroca específicas. La partitura ofrece en varias secciones dos opciones de interpretación al incluir un pentagrama extra debajo del principal.

Figura 5

Segundo pentagrama Estudio XVI, Brouwer (1972)

Los adornos incluyen dos mordentes, un giro ascendente y una apoyatura que estimula a otro mordente. El ritmo de corchea con doble puntillo y los grupetos rápidos y cortos sugieren que Brouwer está recreando un estilo barroco francés.

En la figura 6 se puede observar como la melodía en el bajo aparece de forma más destacada.

Figura 6

Compás del 5-8 Estudio XVI, Brouwer (1972)

Como se puede ver en los compases 6-8, la línea del bajo mantiene la melodía en un movimiento descendente que se asemeja al "lament bass" barroco, un tipo de bajo obstinado en el que se da un descenso de la tónica a la dominante y donde cada nota tiene una diferente armonía. El característico "desprendimiento" francés está representado por los rápidos grupetos anteriores que deben ejecutarse a tiempo. Según las articulaciones escritas en la partitura, los grupetos deben tocarse como una sola línea. No hay indicios de que algunas notas deban sostenerse, a diferencia de los pasajes que implican el mantener las notas, ya que el guitarrista supone que se producen a partir de formas de acordes sostenidas por la mano izquierda.

Los grupetos no sólo se tocarán como una sola línea, sino también las líneas de graves y agudos que muestran la figura recurrente de doble punto. Técnicamente, esos pasajes requieren un fuerte impulso en ambas manos. La técnica de silenciamiento es la lección oculta en este estudio. Suponiendo que el estudio comienza en la primera posición, la primera nota que debe silenciarse es la primera nota del estudio, un (E) abierto:

Figura 7

Compás 1 Estudio XVI, Brouwer (1972)

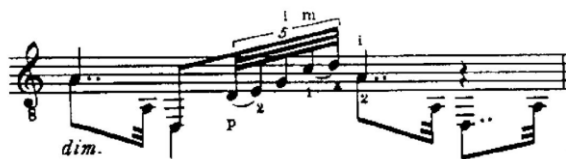


Se supone que la cuerda E está abierta ya que la siguiente nota (D) se debe tocar en la segunda cuerda con el cuarto dedo. El procedimiento técnico para tocar el primer ritmo del estudio podría ser el siguiente:

- Colocar la mano izquierda sobre la primera posición con el cuarto dedo tocando el (D) en la segunda cuerda, el tercer traste.
- Plantar los dedos de la mano derecha sobre las cuerdas entre la posición resonante y el sul tasto, buscando una intención de marcato. El dedo "a" se plantará sobre la primera cuerda, el dedo "m" se plantará sobre la segunda cuerda y la "p" sobre la sexta cuerda.
- Tocar la nota E en la primera cuerda abierta con un ataque apoyado (tocar y apoyar el dedo sobre la cuerda superior) del dedo anular de la mano derecha.
- Para tocar la nota D del bajo y el alto y al mismo tiempo silenciar el E abierto anterior de la primera cuerda, se debe recostar el cuarto dedo de la mano izquierda. La cuerda de bajo requiere silenciamiento constante en todo el estudio. Los puntos más críticos son aquellos donde las notas de treintaidosavos son seguidas por una corchea de doble punto:

Figura 8

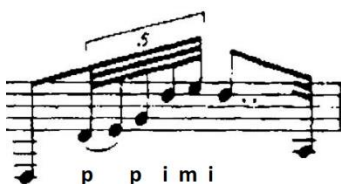
Compás 5 Estudio XVI, Brouwer (1972)



Si ambas notas en el bajo se tocan con el pulgar, entonces un ataque de apoyado sería apropiado para la nota D baja, ya que silencia automáticamente la nota A. También es posible silenciar la nota A con el dedo "i". Los grupetos probablemente representan el mayor desafío aquí ya que requieren velocidad, articulación y silenciamiento. El silenciamiento adecuado beneficiará la articulación, ya que al no permitir que las notas se superpongan eliminan las disonancias no deseadas. Dos habilidades básicas son necesarias para desarrollar un buen silencio aquí. Primero, el pulgar (p) debe poder ejecutar ataques libres y descansar con igual facilidad, así como detener la vibración de las cuerdas adyacentes usando la parte posterior del dedo para detener una cuerda debajo, o la carne alrededor de la uña para una cuerda arriba. En segundo lugar, cualquier dedo de la mano derecha debería poder detener la cuerda que se tocó de inmediato, lo que también es una forma de volver a la posición de preparación. El grupeto del compás 10 es un claro ejemplo de la técnica descrita anteriormente.

Figura 9

Compás 10 Estudio XVI, Brouwer (1972)



La sucesión de dedos podría ser la siguiente:

- Con un apoyado, el pulgar tocará la nota D que se convertirá en una E por un ligado.
- El mismo pulgar caerá en la nota G y, mientras la nota E anterior está articulada por la mano izquierda, espere a tocar la nota G a tiempo.
- Cuando el índice toca la siguiente nota, el pulgar volverá a la secuencia G silenciando y también a la cuarta secuencia con la carne alrededor de la uña.
- La última nota del grupeto (la nota E abierta) se reproduce con el dedo medio, que también será silenciado por la misma, después de que el índice toque la D en la segunda cuerda. La idea detrás de este estudio continuará hasta los estudios XVII y XVIII.

De este breve análisis técnico, podemos decir, que este estudio tiene un carácter abstracto donde resalta su estilo barroco francés. Tomando esto como referencia para nuestra selección de imágenes, decidimos insertar fotos de monumentos arquitectónicos pertenecientes a este estilo artístico.

3.3 Desarrollo y procedimiento del video performance

Como se mencionó en el primer capítulo, desde el siglo XVIII el formato de conciertos de música clásica sigue presentando las mismas características, a pesar de los cambios que se han reflejado de una manera más significativa en los recintos donde se acostumbra a realizar estos eventos.

Así como las salas de concierto se han adaptado de acuerdo con los avances tecnológicos, los músicos deberían actualizarse a las más importantes formas de consumo actuales. Desafortunadamente, este género musical está perdiendo importancia dentro de la sociedad aun sabiendo de todos los beneficios que se pueden obtener al escucharlo.

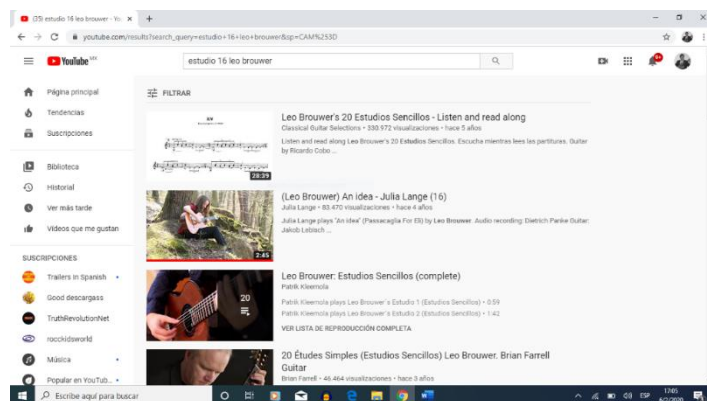
Actualmente los avances tecnológicos de audio, video y comunicación van teniendo grandes cambios año con año o en ocasiones mes con mes, como se menciona en el segundo capítulo y hacen que los costos para realizar una producción audiovisual de calidad sean considerablemente bajos.

Los formatos audiovisuales de música clásica muestran producciones muy básicas, que inclusive se pueden realizar sólo con la ayuda de un smartphone y ser compartidas directamente a la plataforma YouTube u otras. Por consiguiente, para adaptar estas presentaciones a la forma de consumo actual, es necesario vincular en el audiovisual el punto de vista artístico (música en este caso), el tecnológico, el histórico y el visual.

Reflexionando sobre los cambios tecnológicos en audio y video mencionados en el capítulo anterior, así como sobre los cambios del formato de concierto en la música clásica y los nuevos métodos de consumo musical, la realización de este producto audiovisual vincula el trabajo artístico del intérprete, al análisis y crítica del musicólogo, junto con las aportaciones de la ingeniería de audio y video para realizar una nueva forma de videoclip de música clásica. Con esta idea, en este apartado se describirá el proceso para la elaboración del videoclip producto de esta investigación.

Figura 10

Captura de pantalla, búsqueda en YouTube, YouTube (2019)



Para contextualizar un poco la escasa producción que tienen los videos de música clásica, utilizaremos capturas de pantalla de los tres videos con el número más alto de reproducciones de la misma obra que produjo este proyecto “Estudio XVI de Leo Brouwer”.

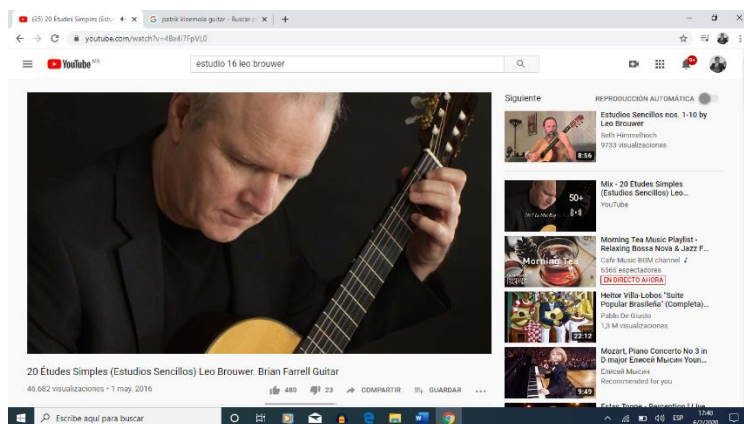
En la imagen anterior se puede observar la captura de pantalla donde se muestran los resultados de la búsqueda de la obra Estudio XVI de Leo Brouwer, se utilizó un filtro para que en la lista aparecieran los videos con mayor número de visualizaciones para realizar un pequeño análisis.

En el primer video de la lista, con 331,692 visualizaciones obtenidas en 5 años, aparece la compilación de la serie de los veinte estudios que escribió Brouwer en primera instancia. El video sólo muestra la partitura de dichos estudios al mismo tiempo que se escucha la música extraída del álbum BROUWER: Guitar Music, Vol. 1 - Estudios sencillos / Tres apuntes / Canción de cuna, interpretado por el guitarrista colombiano Ricardo Cobo.

Como se puede observar la producción de este video es muy simple, se captura la imagen de la partitura, se extrae el audio de la pieza de un cd o de un archivo y se edita fácilmente utilizando el software o aplicación de un ordenador o un smartphone. Es decir, cualquier persona ordinaria (menor de 40 años) podría hacer un trabajo de estos en casa. Este video, por su contenido, sería de mayor relevancia para quien estudia música, específicamente para los guitarristas clásicos.

Figura 11

Captura de pantalla, búsqueda en YouTube, YouTube (2019)

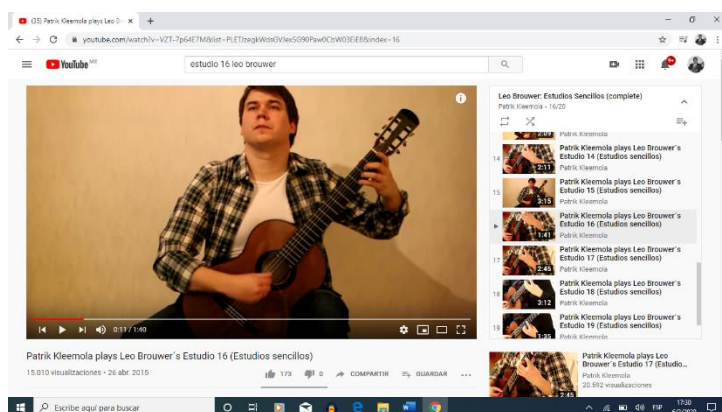


El segundo video con 46,683 visualizaciones en 4 años, lo interpreta el guitarrista Irlandés Brian Farrell. En el video la fotografía del guitarrista acompaña el audio que además es utilizado para promocionar su página en internet.

Al igual que en el video anterior, la producción visual es muy simple porque solamente muestra una imagen estática del guitarrista, algo que es frecuente en los videos de este género.

Figura 12

Captura de pantalla, búsqueda en YouTube, YouTube (2019)



El tercer video de la lista con 15,010 visualizaciones a lo largo de 5 años está a cargo del guitarrista Patrik Kleemola. Como en la mayoría de los videos caseros de instrumentistas

que se encuentran en YouTube, el intérprete ejecuta su instrumento en una sola toma abierta, con una calidad de audio y video que no tienen prioridad alguna.

Como podemos ver en ninguno de los tres casos, la producción audiovisual es buena, por un lado, los dos primeros videos cuentan con calidad de audio profesional, ya que lo que se escucha es la grabación de audio de un disco compacto, pero la imagen es estática o de un contenido dirigido a guitarristas. El tercer video no cuenta con calidad de audio y mucho menos de video, este hecho hace que la atención se pierda en el espectador dado que la monotonía visual y la mala calidad de audio no atrapan por completo al video-escucha.

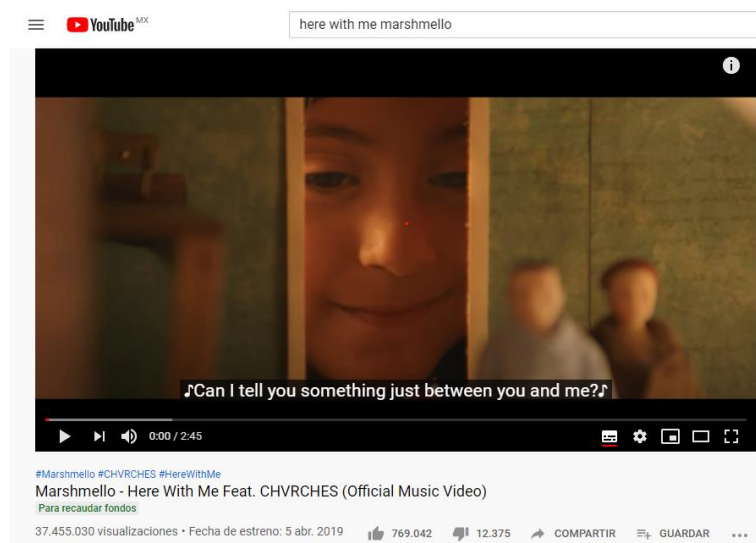
En relación con la diferencia de visualizaciones, probablemente tanto el primero como el segundo video, tienen más aceptación por la calidad de audio, aunado a que los intérpretes cuentan con un mayor renombre respecto al guitarrista del tercer video.

Al observar el impacto que han logrado estos tres videos a lo largo de 4 y 5 años, respectivamente, podemos deducir que muy probablemente las visualizaciones de estos, en gran medida son por guitarristas o estudiantes de música. Al mismo tiempo si los comparamos con alguno de los videos de música comercial la diferencia será considerablemente grande. Por ejemplo: la canción *Here with me*, del D.J. Marshmello, después de ocho meses en la plataforma, tiene más de 37 millones de visualizaciones y en lo que respecta a la música en español, el cantante Ricky Martin con su canción *Fiebre*, tiene más de 107 millones de visualizaciones a lo largo de casi dos años.

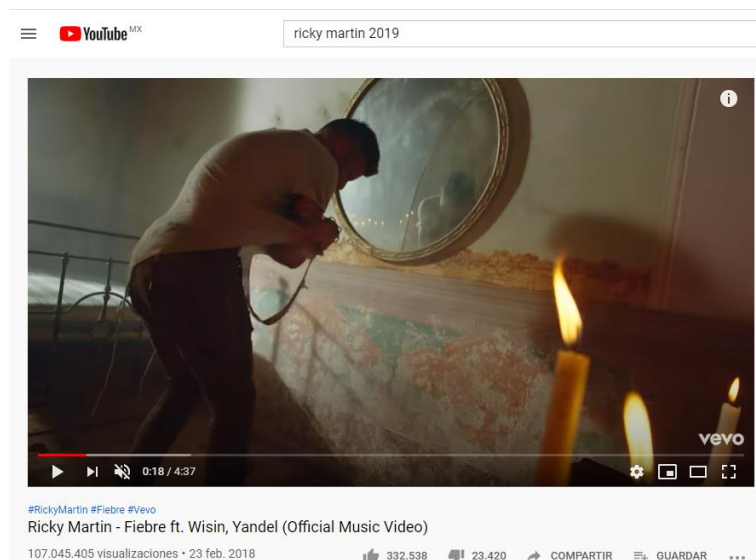
Ahora bien, en la comparación audiovisual, las producciones de música comercial invierten muchos recursos, tanto económicos, visuales, de audio y de marketing, hecho que también sobrepasa por mucho la forma en la que se producen los audiovisuales de música clásica y aún más cuando estos son videos caseros.

Figura 13

Captura de pantalla, búsqueda en YouTube, YouTube (2019)

**Figura 14**

Captura de pantalla, búsqueda en YouTube, YouTube (2019)



A diferencia de estos casos precisos de videos caseros o de una producción simple de música para guitarra clásica, en la propuesta de este proyecto se cambia el paradigma de producción utilizando todas las ventajas que actualmente nos brinda la tecnología, al mismo tiempo que se vincula la parte artística e histórica de la pieza musical seleccionada. La particularidad de este modelo de producción es mejorar la calidad de audio y video para romper

con la monotonía reforzando los aspectos visuales con imágenes que se relacionen con la música pero que a su vez no requiera una inversión económica estratosférica ni de tiempo excesivo.

3.3.1 Argumento y Guion

Gracias a que el sonido y las imágenes son potencialmente las formas más utilizadas para comunicarnos, en este proyecto es imprescindible fusionar ambos con un producto audiovisual que enmarque al sonido (interpretación musical) dentro de un ambiente adecuado (imágenes) en el que encaje y que, por supuesto, incite a continuar disfrutando del producto creado.

Para romper con el paradigma de producción en los videos de música clásica y proyectarlos mediante “YouTube”, la plataforma de video streaming más usada actualmente, es necesario realizar un cambio en el aspecto visual de estos. Las imágenes son mucho más fáciles de captar, de recordar y de reproducir. Ello es así porque nuestro cerebro se ha pasado millones de años evolucionando para registrar las imágenes con más viveza y duración que las ideas abstractas. No en vano, en la época prehistórica a nadie le preocupaba que se lo comiera una idea abstracta, pero los leones sí les preocupaban y mucho.

Un video debe atrapar al video escucha, dar información por medio de la imagen y fortalecer datos importantes como el nombre del autor y de la obra junto con el periodo histórico al que pertenece. Todo esto puede ser enriquecido por la calidad en la captura de audio y video del músico que interpreta la obra. Coyle recomienda que “siempre que sea posible, crea una imagen nítida e impactante de cada uno de los segmentos que desees aprender. Esas imágenes no tienen por qué ser elaboradas. Basta con que te resulten fáciles de ver y de sentir” (2013, p. 49).

Basados en la duración del audio y video de la pieza interpretada por el guitarrista, se hizo el cálculo del tiempo disponible para organizar la secuencia de imágenes a insertar sobre la pantalla verde y formar el guion visual. Debido a que la pieza musical tiene una duración de 1:52, el número de imágenes consideradas a insertar en este periodo fueron 4, con la finalidad de que el espectador tenga el tiempo de captar la información visual y que al mismo tiempo esta no se vuelva tediosa o monótona.

Considerando el análisis histórico y musical de la obra Estudio 16 de Leo Brouwer, junto con los resultados de los cuestionarios y en particular el aplicado al público en general, se conformó la secuencia de estas imágenes para el guion visual explicado más adelante.

Este guion deberá acoplarse de acuerdo con las frases o cadencias que se encuentren en la obra musical, cuidando de no desvirtuar a la misma, puesto que nuestro interés primordial es que la pieza interpretada no pierda protagonismo.

3.3.2 Filmación

Al ser una de las partes más importantes de este trabajo, en la filmación es de suma importancia cuidar la calidad de captura de audio y video para hacer la diferencia entre este y la mayoría de los videos que circulan en YouTube en cuanto a música clásica se refiere. En ellos es notable la falta de producción, ya sea por la inmediatez que ahora dan los teléfonos móviles o por el poco uso de la tecnología a la que actualmente es más fácil tener acceso.

El desarrollo del producto de esta investigación inicia con la captura de video y audio del intérprete de guitarra. La grabación se realizó en la caja negra con pantalla verde (croma) que se encuentra en el edificio multiaulas EMA 1, de la Facultad de Artes de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Esto permitió realizar la manipulación de imágenes posteriormente.

La captura de las tomas de video requirió cuidar el aspecto de la iluminación. Con ese fin, se utilizaron dos reflectores de luz fría que equilibran la iluminación y evitan la generación de sombras. Esta técnica logró evitar manchas al momento de quitar el fondo al video y permitió establecer el espacio específico desde donde el maestro Manuel Espinás interpretó la pieza.

Se colocaron dos micrófonos de condensador modelo shure SM137 sobre un pedestal con base doble en posición A-B utilizando la regla del 3:1, que consiste en que la distancia entre micrófonos debe ser al menos el triple de la distancia que hay entre la fuente y el dicho transductor.

Figura 15

Micrófono Shure SM137, Shure México (2019)



Estos micrófonos se conectaron en una interfaz de audio Tascam US-122 para capturar el sonido en formato estéreo y la captura de audio se guardó en calidad WAV⁶ (16-bit/44.1 kHz) para no tener compresiones.

⁶ De Waveform Audio File Format

Figura 16

Tascam US-122, Hispasonic (2019)



En el proceso de grabación se utilizaron dos cámaras de video que fueron colocadas al frente y al lado derecho del interprete. Debido a la falta de camarógrafos y pensando en no alargar el trabajo de edición y masterización, las tomas se hicieron fijas y sin cambios de ángulo o de enfoque. La técnica que se utilizó es el flo-mo o bullet time y consiste en rodar un mismo plano con múltiples cámaras fotográficas fijas, para captar la misma acción desde distintos ángulos de vista y al mismo tiempo.

Teniendo todos los instrumentos tecnológicos preparados y todo en orden, se procedió a la grabación del Estudio XVI de Leo Brouwer a cargo del maestro Manuel Espinás. En un proceso que duro aproximadamente una hora, se realizaron dos tomas por separado y se escogió la segunda a petición del intérprete.

Figuras 17 y 18

Preparación y pruebas del espacio de grabación, Cortés (2019)



3.3.3 Montaje del videoclip y difusión

Gracias a la colaboración del maestro Eduardo Garrido, se logró tener una referencia musicológica para realizar el “storyboard”, en este caso contado por la obra musical y tomando en cuenta los resultados de los cuestionarios, para que la secuencia visual sea basada en la música dando dinamismo, pero sin llamar demasiado la atención ya que la música debe ser la protagonista.

Considerando que la idea fundamental de este trabajo es el atraer audiencia para los conciertos de música clásica, a continuación, se muestra un resumen de los datos duros arrojados por los cuestionarios:

En cuanto al que estaba dirigido al público en general, de las 100 personas encuestadas el 81.8% ingresa a la plataforma YouTube por lo menos de 10 a 20 veces por semana buscando videos musicales para verlos y escucharlos. Un 80% dijo que, si han visto videos de música clásica, aunque solo el 50% los escucha completamente. A la mayoría, 80%, les parece buena la calidad de audio, pero dentro del aspecto visual hubo un poco de contradicción ya que al 70% le pareció que era atractivo, aunque el 77.8% cambiaria la monotonía visual en estos videos. Las interrogantes de los reactivos 9 y 10 con opción a una respuesta abierta, mostraron cierta controversia. Cabe destacar que no todos los participantes respondieron a ellas, pero varias de estas reflejan la falta de producción visual, principalmente, comparados con los de la música comercial.

De esta comparación hacia la música comercial podemos hacer una diferenciación con relación a este trabajo, ya que en general los productos audiovisuales de los videoclips de música comercial, de acuerdo con Oscar Landi, tienen en el marketing su marca de origen para vendernos ideas y estilos de vida narrados (1992, p.37), por tanto, la relación entre musica e imagen no siempre los mantiene íntimamente relacionados. En cambio, la apuesta para el

producto audiovisual de este trabajo es mantener una estrecha relación entre música e imagen, vinculando el valor agregado que la imagen pueda aportar a la música y viceversa.

Por otro lado, en cuanto al cuestionario aplicado a los profesionales de la música, solo se encuestaron a 20 guitarristas puesto que la obra interpretada en nuestro proyecto es para la guitarra clásica. Los resultados nos muestran que, aunque la mayoría, 90%, tiene cuenta en YouTube y en general la utilizan para promocionarse profesionalmente, las producciones que utilizan son presentaciones en vivo o caseras. En promedio suben a la plataforma un video cada seis meses y sólo un 22.2% tiene más de 30 videos en ella.

Teniendo en cuenta que la música instrumental, en su mayoría, tiene un sentido abstracto y que el cerebro necesita cierta madurez para poder decodificar el mensaje que se está comunicando, en este proyecto se usaron las imágenes de una forma contraria a lo que normalmente se acostumbra en el cine o en los audiovisuales, es decir, poniendo a la música en primer plano para ser reforzada visualmente. Entonces el resultado de la selección de imágenes fue el siguiente:

Usualmente el público en general no recuerda ni el nombre del autor ni el de la obra que escuchan, por lo que el video inicia con el texto del nombre de la pieza y del nombre del compositor. Como una segunda forma de dar refuerzo a este aspecto, también usaremos un cintillo que aparecerá en otro momento a lo largo de la pieza.

Figura 19

Palacio de Versailles (Pixabay, 2020)

**Figura 20**

Pabellón Francés (Wikipedia La enciclopedia libre, 2020)

**Figura 21**

Salón de los espejos *Palacio de Versailles* (Wikipedia La enciclopedia libre, 2020)



Estas imágenes fueron seleccionadas considerando dos aspectos: por un lado, el análisis musical realizado que muestra la relación de la obra con el estilo musical del barroco francés, y por otro, el cuestionario aplicado al público en general donde los video-escuchas muestran preferencias por la relación de la música con imágenes, con una historia y con una variedad de tomas. Es decir, la impresión generalizada de los encuestados es que los videos de música clásica mostraban monotonía visual y poco trabajo en la producción.

Opuestamente a las producciones cinematográficas, donde la música es uno de los elementos que mejor acompaña al relato, creando ambientes, anticipando la aparición de un personaje, potenciando las imágenes nutriéndolas de efectividad psicológica para el espectador y en general llegando a ser esencial para la historia, en este trabajo las imágenes fortalecerán al relato musical, creando una atmósfera en la cual converjan de forma armónica, estilo, historia y forma evitando la monotonía visual, de manera que el video escucha no pierda interés en el video clip.

Como anteriormente se menciona, la música es una forma de comunicación abstracta y en ese sentido, el proceso de selección de imágenes para el storyboard fue un poco complejo, determinando al final que estas sólo tuvieran una relación general con el estilo de la pieza y que proporcionaran datos de esta, insertándolas en la pantalla verde por periodos cortos de tiempo, pero con la finalidad de mostrar el mensaje correctamente. En este caso específico el mensaje es relacionar el estilo del barroco francés y recordar el nombre de la obra y el del compositor.

Para el montaje, de acuerdo con la secuencia del storyboard, las imágenes elegidas aparecerán detrás del intérprete, gracias a la técnica de pantalla verde, en intervalos de tiempo definidos y cuidando la entrada de cada una de estas para evitar saltos visuales. De esta forma, el video inicia con un despliegue de texto que informa sobre el nombre del autor y el título de la obra. La primera imagen entonces inicia desde el segundo 0:05, acompañada por un cintillo

de texto con el nombre del intérprete y termina hasta el segundo 0:33. La segunda imagen abarca del segundo 0:33 hasta el minuto 1:17, e incluye otro cintillo de texto, recordando nuevamente el nombre de la obra y del autor. La tercera imagen inicia en el segundo 1:17 y culmina al final de la pieza para dar espacio a los créditos de la producción. A partir de este punto es fundamental el trabajo de un ingeniero de audio y video (que de ser posible también sea músico) para realizar la edición de las capturas de video y audio siguiendo el orden sugerido en el storyboard antes realizado. La duración del montaje debe corresponder a la duración de la música grabada por el intérprete. Después de terminar con el montaje y estar conforme con el resultado, se puede exportar el trabajo a un formato comercial de video como .avi, .mpg, .wmv, etc. Finalmente, para difundir de manera global el videoclip terminado, se cargará a la plataforma de video streaming, YouTube.

De la fecha en que el video esté disponible en YouTube, se registrarán el número de vistas y likes que reciba este videoclip para hacer una comparación cuantitativa con el video que cuente con más vistas en la cuenta de YouTube del maestro Manuel Espinás.

Conclusiones

Este trabajo trajo como resultado demostrar que, si los formatos de los conciertos de música clásica no muestran cambios, en la forma de consumo actual y con la tecnología tan a la mano, las producciones de videoclips de música comercial siempre tendrán un atractivo mucho mayor. Por el contrario, si se invierte un poco en la producción audiovisual, los videoclips de música clásica podrían aumentar su distribución en las plataformas de video streaming y en consecuencia funcionar como una forma de difundir y por qué no, hasta de vender la música clásica.

Con base en lo que experimentamos en este trabajo, obtuvimos resultados satisfactorios sobre el audiovisual realizado del Estudio XVI del compositor Leo Brouwer. Después de haberlo cargado en la plataforma YouTube, obtuvimos los siguientes datos: En cuanto a las visualizaciones de nuestro audiovisual, Estudio XVI, comparado con el video con más visualizaciones en el canal de YouTube del maestro Manuel Espinás, La Flor de la Canela, que solamente presenta la grabación de un recital en vivo y con una nula producción, tenemos que, el Estudio XVI en dos meses obtuvo 347 visualizaciones y 21 me gusta (figura 22), lo que promedia un total de 5.7 vistas al día, mientras que La flor de la canela, alcanzó a lo largo de 11 años 30,254 vistas, 95 me gusta y 6 no me gusta, promediando 7.5 visualizaciones por día (figura 23). Es necesario tomar en cuenta que, en el canal de YouTube del maestro Manuel Espinás, los videos con más visualizaciones son de arreglos de música no académica. Sin embargo, la obra La Catedral (repertorio académico) tiene 5088 visualizaciones 35 me gusta y 5 no me gusta en 12 años de haberse publicado, promediando 0.86 vistas diarias (figura 24). Otra comparativa fue la realizada con el video del guitarrista Daniel Nabil, ya que éste tiene seis meses de ser publicado y de esta forma la comparativa es más equitativa con respecto a nuestro video, esta publicación tiene 99 visualizaciones en seis meses, lo que promedia 1.88

vistas diarias (figura 25), además este video no tiene ningún tipo de producción, es decir, solamente se muestra al guitarrista tocando.

Como el videoclip se publicó en la red social Facebook, también obtuvimos resultados positivos a partir de los comentarios que publicaron los contactos que vieron el video (figuras 26 y 27), algunos referentes a la interpretación del maestro Manuel y otras relacionadas con la producción del video. Como se puede observar en la parte audiovisual gracias a las plataformas de video streaming si se pudo observar una aceptación positiva.

Figura 22

Captura de pantalla, búsqueda en YouTube, YouTube (2019)



Figura 23

Captura de pantalla, búsqueda en YouTube, YouTube (2019)



Figura 24

Captura de pantalla, búsqueda en YouTube, YouTube (2019)



Figura 25

Captura de pantalla, búsqueda en YouTube, YouTube (2020)



Figura 26 y 27

Capturas de pantalla, Facebook, Facebook (2020)



También se lanzó una encuesta sobre la apreciación del público no músico, con relación al video realizado en esta investigación. Los resultados de esta encuesta, la cual contestaron 150 personas, arrojaron los siguientes datos⁷:

En cuanto a la calidad de audio, nuestro videoclip mostró una gran aceptación con un 90% de personas opinando que es de muy buena calidad y el restante 10% de los encuestados comentando que el audio es de buena calidad.

De la misma manera la calidad de video obtuvo excelentes resultados. El 85% contestó que es de muy buena calidad y el otro 15% que es de buena calidad. No hubo respuestas en los reactivos de regular y mala.

En la interrogante sobre la monotonía visual el 99% contesto que no hay tal y sólo el 1% dio respuesta diferente a si o no.

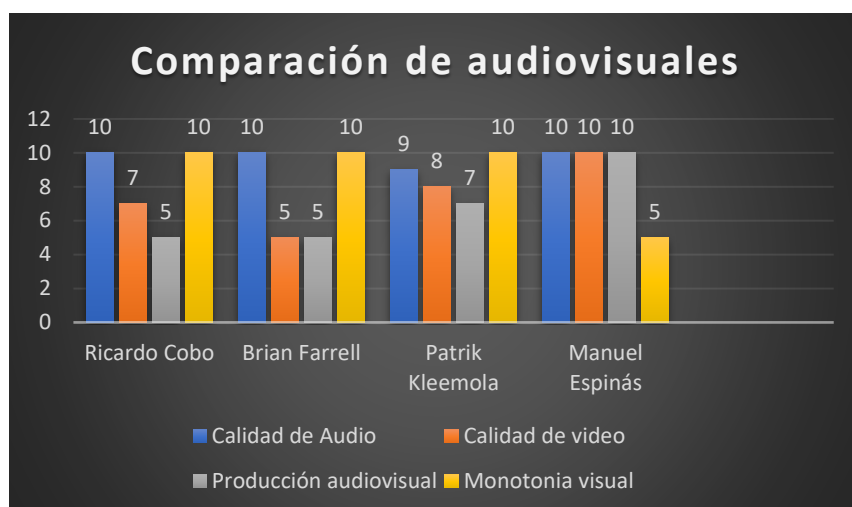
Se realizó una pregunta sobre la información adicional que proporciona el videoclip, en este aspecto el 83% respondió que es buena y el 17% que es regular (figura 28).

Como podemos ver, la aceptación hacia esta manera de producción audiovisual a lo largo de dos meses nos muestra un porcentaje de aceptación cinco veces mayor aproximadamente, con relación al video del maestro Espinas que no tenía ningún trabajo de producción. También la respuesta en cuanto a los “me gusta”, nos habla que hay un interés marcado en este tipo de producción audiovisual.

⁷ Las gráficas descriptivas se encuentran en los anexos.

Figura 28

Gráfica comparativa de los audiovisuales



En esta gráfica comparativa de los cuatro videos de la obra musical usada como ejemplo en nuestro trabajo, se puede apreciar que, con la ayuda de herramientas tecnológicas y una historia visual que fortalezca el contexto auditivo de una obra musical, se pueden lograr cambios significativos en el resultado final de un audiovisual de música clásica. Los resultados fueron obtenidos de la visualización de los 4 videos por parte de alumnos Guitarristas de la licenciatura en música de la Facultad de Artes de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, calificando con escala del 1 al 10 los cuatro puntos evaluados: Calidad de audio, Calidad de video, Producción audiovisual y Monotonía visual.

Otro punto importante que hay que resaltar es la flexibilidad que se le puede dar a la información de los guiones visuales en estos trabajos, porque de esta forma es posible dar el giro requerido a los audiovisuales, desde pedagógicos hasta programáticos.

De acuerdo con los resultados obtenidos de los cuestionarios, la mayor causa para la falta de consumo de audiovisuales de música clásica es la monotonía visual. A esto se le puede agregar la práctica común de publicar videograbaciones caseras o presentaciones en vivo de forma espaciada hasta por 6 meses. Hay múltiples razones para adaptarse a los cambios

mediáticos y tecnológicos, realizando audiovisuales con producciones donde la imagen sea el vínculo para mantener al espectador de principio a fin en la reproducción de estos.

Anexos

Anexo 1 Guía de usuario

Para la realización de audiovisuales con el diseño propuesto en esta investigación, se deben tener en cuenta los siguientes pasos:

La obra y el intérprete

Por ser los protagonistas del video clip, es muy importante tener bien definida cual será la obra musical y quién la va a interpretar. Es necesario tener una buena comunicación con el intérprete, para mantenerlo al tanto del tipo de proyecto a realizar y de las fechas y horarios en los que se realizará la captura de audio y video.

El espacio

El espacio, es el lugar donde se realizará la captura de audio y video. Este lugar debe contar con los requerimientos necesarios de amplitud, si se trata de un ensamble, y de preferencia estar aislado de ruido y reverberación, esto último ayuda a que el proceso de mezcla de audio sea más rápido. Por las características del proyecto, el espacio debe contar con una pantalla verde.

El equipo

Para tener óptimos resultados, la calidad de nuestros dispositivos electrónicos debe ser la mejor que tengamos a nuestra disposición y para ello debemos tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

Para la calidad del audio, es necesario una interfaz de audio y dos micrófonos de condensador o mejores en el caso de un solo interprete. Si el proyecto necesita más de un

intérprete, queda a consideración del responsable el número de estos. Es importante saber las especificaciones técnicas de los micrófonos para poder colocarlos de manera adecuada y obtener la mejor captura de frecuencias.

La captura de audio se enviará de la interfaz a un ordenador (PC, Laptop) y para este propósito existen múltiples programas de edición de audio. En caso de no contar con alguno, se recomienda Audacity que es de libre código y se puede descargar desde su página oficial gratuitamente. Dado que los instrumentos a los que está dirigida esta guía son acústicos, sugerimos que la mezcla del audio sea lo más natural posible y sólo se agregue la ecualización, el volumen y la reverberación necesarios.

Para la captura de video, es necesario tener por lo menos 2 dispositivos que capturen video en calidad Full HD 1920x1080p para obtener tomas diferentes. Estos dispositivos, de ser posible, deberán ser iguales para que la captura utilice los mismos valores de ajuste de exposición, color y temperatura ahorrando tiempo en la mezcla. Asimismo, son necesarias 4 lámparas led o de luz fría, estas son indispensables ya que mejoran la captura de video para que se manipule mejor la mezcla.

En cuanto a la pantalla verde, esta puede ser una pared lisa pintada de un color uniforme de verde, una tela verde que no refleje luz o cualquier telón de fondo que sea verde.

El storyboard

Dependiendo del estudio de caso de la obra musical y los resultados históricos y musicológicos de esta, la selección de imágenes (fijas o en movimiento), tiene que vincular conceptos estéticos, culturales, sociales y estilísticos, o narrar una historia íntimamente relacionada con la obra a interpretar. Posteriormente estas imágenes se insertarán en la

grabación, en el tiempo y orden específico para dar movilidad visual y generar la mejor relación entre música e imagen.

Recomendamos utilizar imágenes libres de derechos, para no tener problemas legales.

Existen varias opciones, pero se recomiendan los siguientes enlaces:

<https://pixabay.com/es/>

<https://stocksnap.io/>

<https://www.lifeofpix.com/>

La captura de audio y video

Una vez acordado el espacio, la fecha y hora de la grabación con el intérprete, se debe seguir el siguiente orden antes de proceder a la captura.

La pantalla verde debe estar lo más lisa posible, teniendo en cuenta que cualquier sombra o arruga podría causar problemas en el proceso de extracción de la imagen. Con dos de nuestras lámparas iluminaremos la pantalla verde buscando lograr un tono parejo y evitar sombras.

Teniendo lista la pantalla verde, colocaremos al intérprete en el lugar donde las tomas tengan claridad y no se produzcan sombras. También se debe cuidar que no se interponga en el ángulo de la toma algún objeto no deseado como micrófonos, bases de iluminación, etc.

Una vez lista la pantalla y el lugar del intérprete, podemos proceder al mismo tiempo con el resto de la iluminación y la colocación y prueba de micrófonos. En esta parte de la iluminación, la referencia de luz debe ser tomada de las imágenes que posteriormente se insertarán, puesto que, de no ser así, podrían generar incongruencia visual. Los micrófonos se colocarán enfrente del intérprete usando la posición A-B, esta técnica consiste en poner dos

micrófonos a la misma altura de la fuente a grabar. La distancia entre ambos micrófonos no debe ser mayor ni menor a un punto en donde puedan alcanzar a capturar los armónicos naturales del instrumento, pero sin que se filtre demasiado ruido no deseado.

Terminada la colocación de luces y micrófonos, procedemos a preparar los dispositivos de grabación de video. Estos dispositivos estarán colocados en bases fijas para evitar desestabilización y buscando el ángulo deseado para cada toma. Procedemos a configurar los dispositivos con los mismos parámetros, si no contamos con dispositivos iguales, la configuración será visual a modo de obtener el mismo brillo, color y temperatura de la captura.

Es importante comprobar que todos nuestros dispositivos electrónicos, cuenten con el suministro de energía y la capacidad de espacio disponible para la grabación, así mismo los dispositivos externos que generen algún tipo de ruido, debemos apagarlos o ponerlos en silencio.

Al proceder a realizar la grabación, se debe contar preferentemente con 3 personas: una en cada dispositivo de video y otra controlando el equipo de audio. En caso de contar con interpretes profesionales, lo ideal es realizar tres tomas de la obra para después poder elegir la mejor de estas.

La mezcla

Una vez terminada la captura de audio y video, este material se entrega al ingeniero audiovisual. Primero trabajará con el audio, donde buscará obtener el sonido más natural posible del instrumento y para este proceso se utilizará el software de audio de su preferencia. Se recomienda solamente ajustar volumen, ecualización y reverberación.

Después de esto, se procede a la mezcla de las dos tomas de video. De la misma manera que en el proceso de audio, dejamos a libertad el software de su preferencia que cuente con la

opción de pantalla verde y se recomienda Final Cut Pro o Filmora. El primer paso consiste en insertar en el editor ambos videos y cuadrarlos perfectamente. En seguida, se harán los cortes necesarios de ambos videos, para obtener la secuencia requerida de tomas. Posteriormente, se silenciarán ambos videos y se insertará en el editor el audio previamente trabajado para sincronizarlo con el video. A continuación, se agregan las imágenes del storyboard, seleccionadas en el orden y duración, para ajustarlas al video e insertarlas en la pantalla verde. Por último, se procede a colocar los títulos, cintillos y créditos pertinentes.

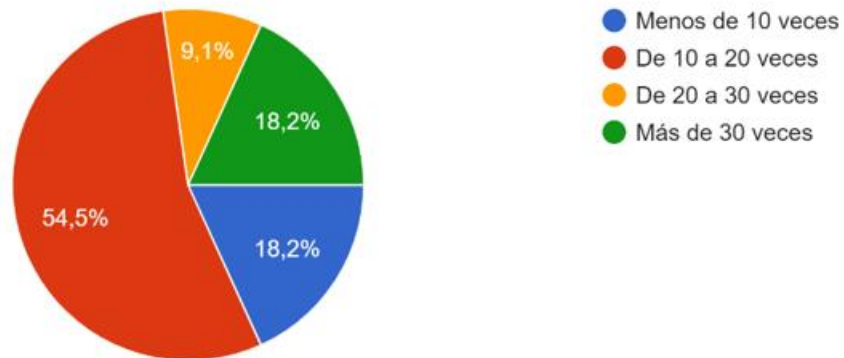
Cargar el video a YouTube

Para este último paso, es necesario contar con una cuenta en YouTube. Si no se cuenta con una, se puede generar vinculando o creando una cuenta de Gmail que es gratuita y fácil de crear. Ya desde la cuenta, el sistema describe los pasos para subir el video y ofrece varios apartados con diferentes características aplicables al mismo. Es decir, se puede monetizar o escoger la calidad de audio y video entre otras opciones.

Anexo 2 Cuestionario para personas que no son profesionales de la música.

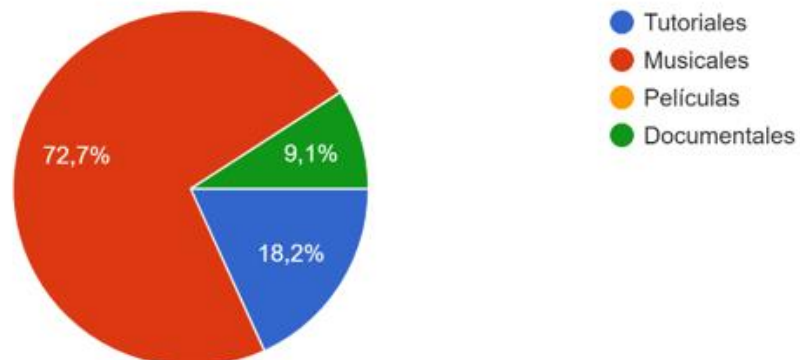
1.- ¿Cuántas veces a la semana entra a la plataforma YouTube?

100 respuestas



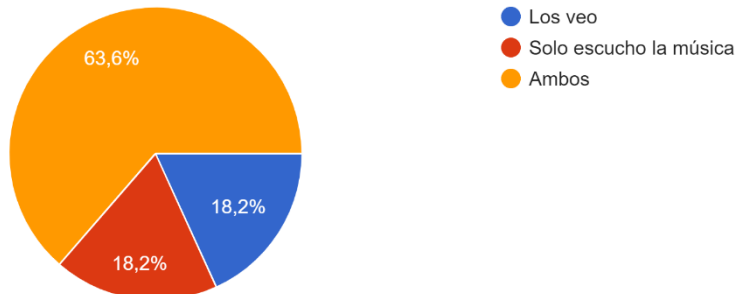
2.- ¿Qué tipo de videos usualmente busca más en YouTube?

100 respuestas



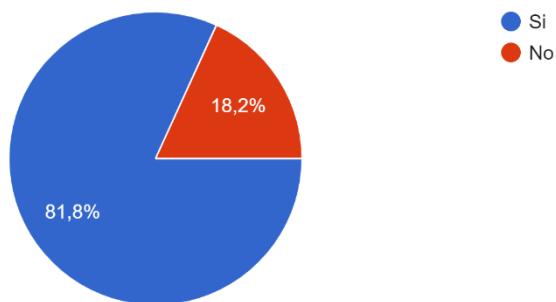
3.- Cuando busca videos musicales ¿Los busca para verlos o solo para escuchar la música?

100 respuestas



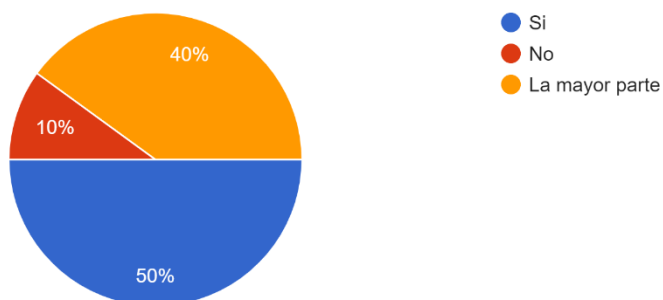
4.- ¿Ha visto videos de música clásica?

100 respuestas



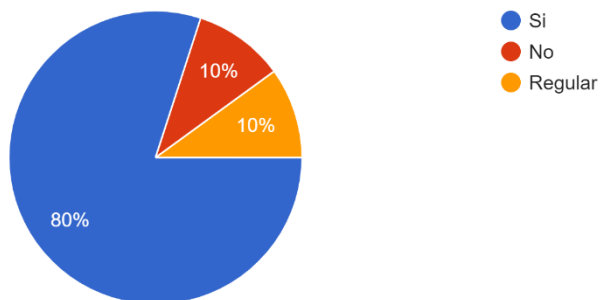
5.- Si los ha visto, ¿Los escucha completos?

100 respuestas



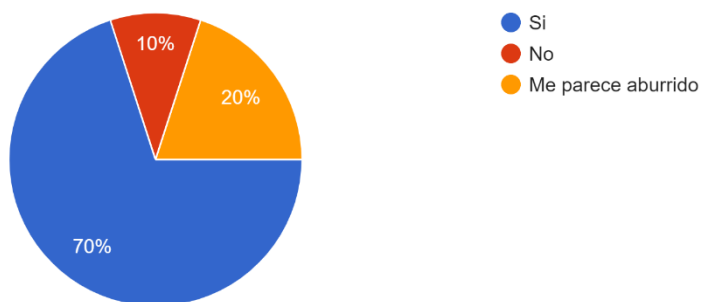
6.- ¿Le parecen de buena calidad de audio?

100 respuestas



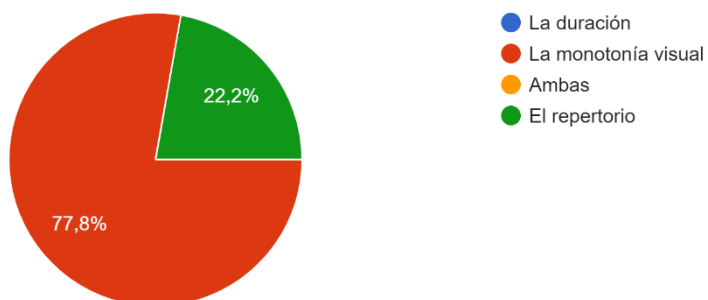
7.- ¿El aspecto visual le parece atractivo?

100 respuestas



8.- ¿Qué cosas cambiaría a las producciones audiovisuales de música clásica?

100 respuestas



9.- ¿Qué diferencia, aparte del género musical, tienen los videoclips de música comercial con los videos de música clásica?

Hay buenos y no tan buenos en ambos

Siguen un plan, tienen un guion, un storyboard o al menos marcadas las secuencias y tomas

Tienen mayor producción los de música comercial

Frescos

Coreografías, paisajes, distintos lugares.

Que los videos de música comercial tienden a contar la historia de la canción, y los de clásica en su mayor parte sólo se ve la instrumentación.

Los de música comercial suelen tener contenido sexual explícito

No me gusta el ritmo

Ruidosos.

10.- ¿Qué características, a su parecer, deben tener los videos de música clásica para ser más atractivos en los medios de video streaming?

Imágenes de nuestro mundo alusivas a la interpretación

Deben buscar una nueva estética visual.

Mejorar la producción

Que vayan cambiando de escenarios y variedad de tomas.

Expresar con imágenes la pieza clásica.

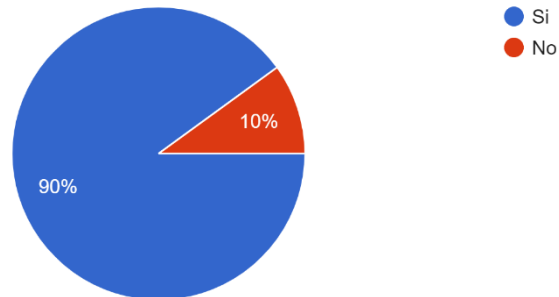
Alguna historia

Definición de audio.

Anexo 3 Cuestionario para músicos profesionales

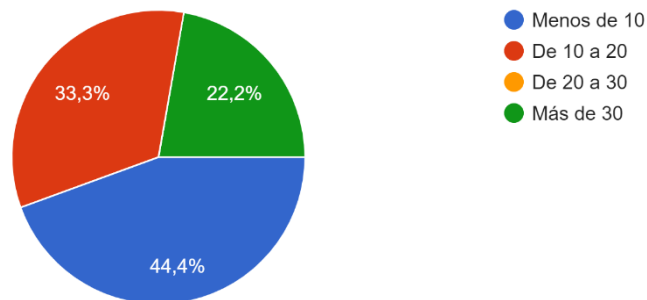
¿Tiene cuenta de YouTube?

20 respuestas



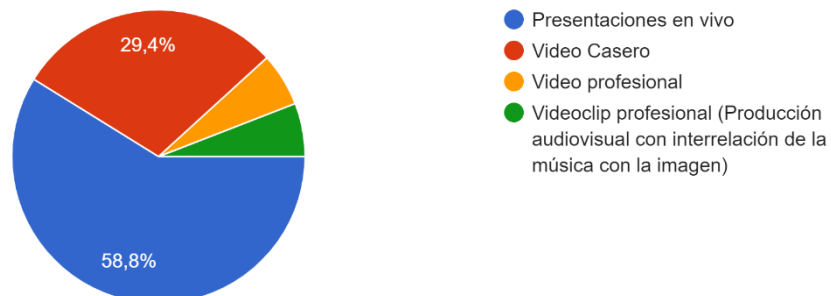
Si tiene cuenta ¿Cuántos videos ha subido a la plataforma?

18 respuestas



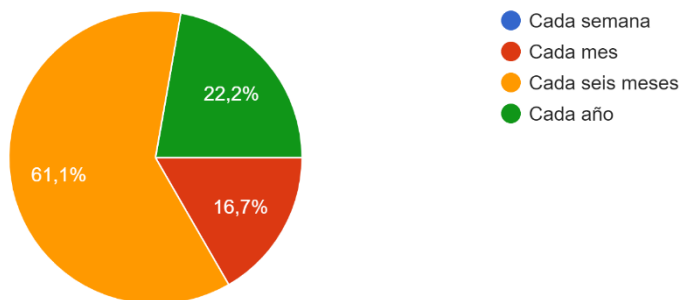
¿Qué tipo de producción utiliza?

17 respuestas



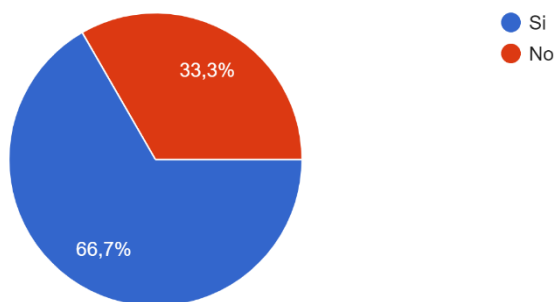
¿Con qué frecuencia sube un video a YouTube?

18 respuestas



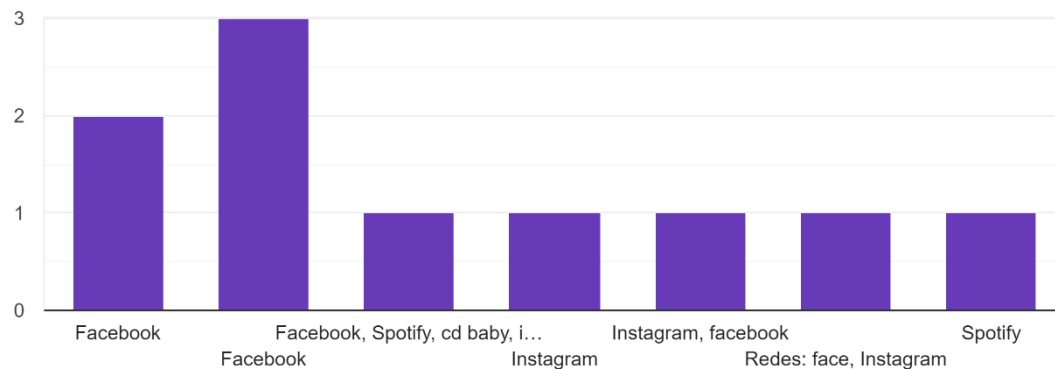
¿Usa la plataforma para promocionarse profesionalmente?

18 respuestas



¿Utiliza otra plataforma? Especifique cual:

10 respuestas



¿Qué respuesta esperas de los videos que subes a la plataforma?

- Ninguna en específico
- Mayor acercamiento a repertorios nuevos

Inmediata.

Visualizaciones, comentarios

Más que respuesta, espero me sirva como plataforma para poder mostrar la propuesta a interesados en ésta.

Recurrente

El conocimiento de nuevos lenguajes para guitarra

Guste mi trabajo

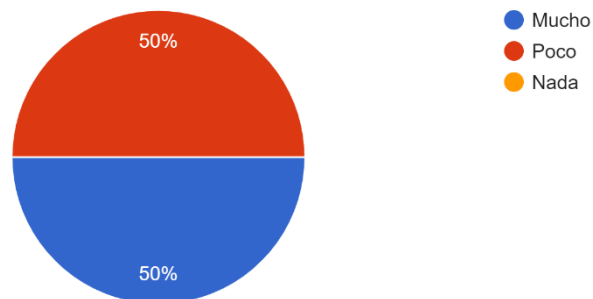
Que se vea que sigo activo

Intercambio musical, cultural

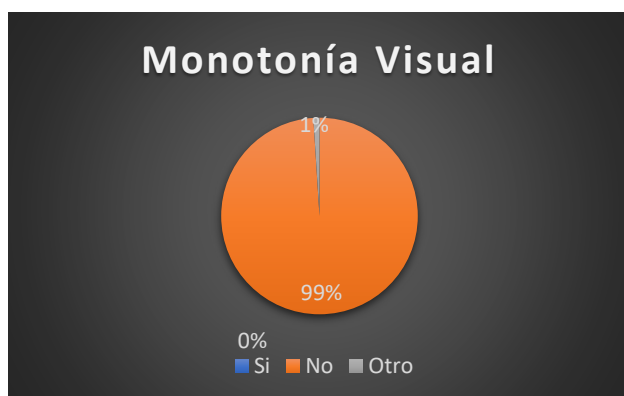
Difusión de mi obra como compositor

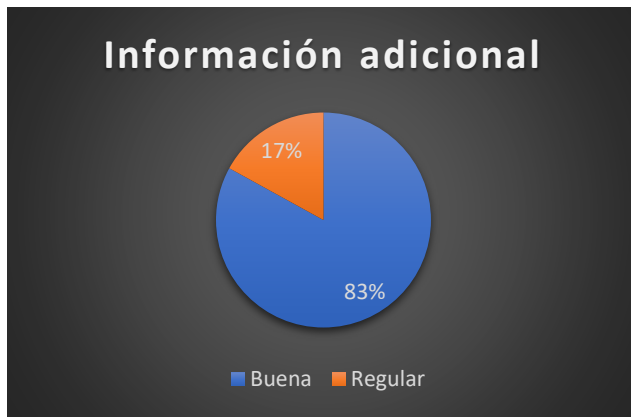
¿Qué tanto le han ayudado los videos que sube a YouTube en su carrera profesional?

18 respuestas



Anexo 4 Resultados sobre la apreciación del público no músico, con relación al video realizado en esta investigación





Referencias bibliográficas

- Alonso, R. L. (2015). *Historia de la música en 6 bloques*. Madrid: Visión Libros.
- Austerlitz, S. (2007). *Money for Nothing. A History of the Music Video from the Beatles to the White Stripes*. New York: The Continuum International Publishing Group.
- Beale, R. (2016). *Charles Hallé*. New York: Routledge.
- Bonilla, K. A. (2015). *Arte y Tecnología espacios digitales interactivos: Santiago Ortiz*. Bogotá: Universidad Nacional De Colombia.
- Brouwer, L. (1972). *20 estudios sencillos para guitarra*. París: Max Eschig.
- Burkholder, J. P. (2001). *Historia de la música occidental*. Madrid: Alianza.
- Cameron's, J. (2020). *Google*. Obtenido de (Fotografía): Recuperado de [https://www.google.com.mx/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fjames-camersons-avatar.fandom.com%2Fes%2Fwiki%2FAvatar_\(pel%25C3%25ADcula\)&psig=AOvVaw2LPTizbk-6_31X4Q-jRwVq&ust=1591466493040000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCOix6_Cg6-kCFQAAAAAdA](https://www.google.com.mx/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fjames-camersons-avatar.fandom.com%2Fes%2Fwiki%2FAvatar_(pel%25C3%25ADcula)&psig=AOvVaw2LPTizbk-6_31X4Q-jRwVq&ust=1591466493040000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCOix6_Cg6-kCFQAAAAAdA)
- Charosh, P. (1995). *Berliner Gramophone Records: American Issues, 1892-1900*. Michigan: Greenwood Press.
- Chion, M. (1993). *La audiovisión, Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Barcelona: Paidós.
- Cicco, J. D. (2008). YouTube: el archivo audiovisual de la memoria colectiva. *Ciencia y tecnología*, 29-35.
- Cisneros, J. P. (2015). *Diseño y ejecución de un performance de video para una presentación musical*. Cuenca Ecuador: Universidad de Azuay.
- Coyle, D. (2013). *El pequeño libro del talento*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial, S. A. U.
- Darwin, C. (2014). *El origen de las especies*.
- Dime Cuba. (2019). *Dime Cuba*. Obtenido de <https://www.google.com.mx/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.dimecuba.com%2Frevista%2Fcubanos%2Fbiografia-de-leo-brouwer%2F&psig=AOvVaw1kZuYTp7La8Hon0PC8-DwJ&ust=1591505120414000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCNCz8t-w70kCFQAAAAAdAAAAABAD>
- Ecos del sonido. (2020). *Métodos completos para guitarra*. Obtenido de <https://www.ecosdelsonido.com/partituras/métodos-completos-para-guitarra/>
- Electrópolis. (07 de Julio de 2017). *Electrópolis*. Obtenido de El chroma key y su amplio uso para videos y fotografía: <https://www.electropolis.es/blog/el-chroma-key-para-videos-y-fotografia/>

- Encabo, E. (2018). *Más allá de la pantalla: música, sonido, imagen*. Elpoblet edicions.
- Escuela Superior de Diseño de Barcelona. (29 de Abril de 2019). *ES DESIGN*. Obtenido de ¿Qué es y cómo crear un storyboard?: <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/que-es-y-como-crear-un-storyboard>
- Freeman, R. (2014). *The Crisis of Classical Music in America: Lessons from a Life in the Education of Musicians*. London: Rowman & Littlefield.
- G. Downs, P. (1994). *La música clásica: la era de Haydn, Mozart y Beethoven*. Madrid: Akal.
- García Canclini, N. (1999). *El consumo cultural: una propuesta teórica*. Colombia: Convenio Andrés Bello.
- Gifreu, A. (2009). *Seminario Historia del videoclip*. Obtenido de http://www.agifreu.com/docencia/seminario_videoclip.pdf
- González, C. P. (2016). *La estética y narrativa del vídeo musical como representante del discurso audiovisual hipermoderno*. Madrid: Universidad Complutense de Madris.
- González, D. (2017). *El fonógrafo: entre el registro etnográfico y el anuncio de lo radiofónico*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, Argentina.
- González, T. (26 de Diciembre de 2015). *La crisis de audiencia en la música clásica*. Obtenido de Gran Pausa: <http://granpausa.com/2015/12/26/la-crisis-de-audiencia-en-la-musicaclasica/>
- Gutiérrez, A. A. (2005). *El jardín de las emociones musicales*. Madrid: Real Conservatorio Superior de Música de Madrid.
- Hannah, E. (15 de Junio de 2016). *Science World Report*. Obtenido de Children's Brain Develop Faster With Exposure To Music, Study Proves: <http://www.scienceworldreport.com/articles/42317/20160615/childrens-brain-develop-faster-exposure-music-instruction.htm>
- Hispasonic. (2019). *Hispasonic*. Obtenido de (Fotografía): Recuperado de <https://www.google.com.mx/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.hispasonic.com%2Fproductos%2Ftascam-us-122%2F13733&psig=AOvVaw3USzGahREFOTyheCmW69ah&ust=1591472177438000&source=images&cd=vfe&ved=OCAIQjRxqFwoTCODF6oy26-kCFQAAAAAdAAAAABAD>
- Huotilainen, M. (2015). Promises of Formal and Informal Musical Activities in Advancing Neurocognitive Development throughout Childhood. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 153–62.
- Huotilainen, M. (2018). Insights of brain research in education – music practice and embodiment to enhance learning. *Journal of Finnish Universities of Applied Sciences*.
- Institute, B. a. (19 de 06 de 2016). *Music Education Works*. Obtenido de <https://musiceducationworks.wordpress.com/2016/06/19/a-childs-brain-develops-faster-with-exposure-to-music/>
- Intxausti, J. C. (2013). La Educación Artística en Nicaragua una Investigación en el marco de la Cooperación Educativa Iberoamericana. *Revista Ibero-Americana de Educación*. N.º 61, 143-158.

- J. Peter Burkholder, D. J. (2011). *Historia de la música occidental*. Alianza Música.
- Kanduri, C. (13 de Marzo de 2015). *El País*. Obtenido de Vida actual: <https://www.elpais.com.uy/vida-actual/cerebro-escuchar-musica-clasica.html>
- Kasulin, A. (2013). *Video música; Intersección entre la música visual y el video arte*. Buenos Aires: IUNA.
- Kolb, B. (2005). *Marketing for Cultural Organisations*. Pennsylvania, USA: Thomson.
- Landi, O. (1992). *Devórame otra vez, que hizo la televisión con la gente, que hace la gente con la televisión..* Buenos Aires: Planeta.
- LCG, S. (14 de Julio de 2015). *Dagnemeton*. Obtenido de !Más de 3 horas de la mejor música clásica! Beneficios: <https://dagnemeton.wordpress.com/author/susanalcg/>
- Leguizamón, J. A. (junio de 1998). *El videoclip como formato o género h*. Obtenido de www.archivo-semiotica.com.ar/Leguiz.html
- López, J. M. (08 de Diciembre de 2018). *Hipertextual*. Obtenido de El primer año de YouTube: <https://hipertextual.com/2018/12/nacimiento-youtube>
- Luciani, A. (2014). Campaña para atraer a los jóvenes al teatro, la danza y la música. *El País*, 01.
- Melzer, C. (09 de Noviembre de 2014). La música clásica está en crisis. *Prensa libre*, págs. Recuperado de: <https://www.prensalibre.com/revista-d/musica-clasica-orquesta-sinfonica-de-montreal-0-1244275784/>.
- Mercado Libre México. (2020). *Google*. Obtenido de (Fotografía): Recuperado de https://www.google.com.mx/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Farticulo.mercadolibre.com.mx%2FMLM-649598253-un-perro-andaluz-luis-bunuel-pelicula-dvd-_JM&psig=AOvVaw3Kw_RjqZno3Nf-f7lnB4iP&ust=1591465733417000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCJjU
- Mercado Libre México. (s.f.). *Un perro Andaluz*. Obtenido de Fotografía: Recuperado de: https://www.google.com.mx/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Farticulo.mercadolibre.com.mx%2FMLM-649598253-un-perro-andaluz-luis-bunuel-pelicula-dvd-_JM&psig=AOvVaw3Kw_RjqZno3Nf-f7lnB4iP&ust=1591465733417000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCJjU
- Morábito, D. (04 de Febrero de 2016). *¿Cómo hacer que vuelvan los grandes públicos a los conciertos de música clásica?*. Obtenido de El público, la sala de concierto y la música clásica: <http://www.letraslibres.com/mexico-espana/el-publico-la-sala-concierto-y-la>
- Muurinen, H. (11 de mayo de 2015). *University of Helsinki*. Obtenido de Musicians' brains on display: <https://www.helsinki.fi/en/news/education-news/musicians-brains-on-display>
- Näätänen, R., Erich, S., Sirel, K., Mari, T., & Petri, P. (1993). Development of a memory trace for a complex sound in the human brain. *Neuroreport: An International Journal for the Rapid Communication of Research in Neuroscience*, 503-506.
- Nava, A. (22 de Agosto de 2018). *Dinero manda: estas son las películas más taquilleras de la historia*. Obtenido de <https://www.gq.com.mx/actualidad/cine-tv/articulos/las-peliculas-mas-vistas-y-taquilleras-del-cine/12414>

- Nilsson, U. (2009). Soothing music can increase oxytocin levels during bed rest after open-heart surgery: a randomised control trial. *Journal of Clinical Nursing*, 2153-2161.
- Ornia, J. R. (1991). *El arte del vídeo: introducción a la historia del vídeo experimental*. Madrid: Serbal.
- Pinzon, D. (01 de Agosto de 2019). *IDIS*. Obtenido de Música Visual: <https://proyectoidis.org/musica-visual/>
- Pixabay. (2020). Obtenido de <https://www.google.com.mx/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fpixabay.com%2Fes%2Fphotos%2Fpalacio-de-versalles-par%25C3%25ADs-versalles-2979331%2F&psig=AOvVaw2W4Dx-gOlfo3ahYeleeVfQ&ust=1591556687749000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTKCKCvqfPw7ekCFQAAAAAdAAAA>
- Plá, L. (19 de Noviembre de 2013). *Tecnología, información y comunicación empresarial*. Obtenido de Vídeo digital – evolución del vídeo – Cap. I: <https://www.informacionycomunicacion.es/2013/11/video-digital-evolucion-del-video-cap/>
- Platón. (1995). *Diálogos de Platón. (Tomo V) - La República*. Ediciones Ibéricas.
- Railton, D., & Watson, P. (2011). *Music Video and the Politics of Representation*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Rocca, A. V. (05 de Agosto de 2009). *Homines.com*. Obtenido de Fluxus y Beuys: de la acción de arte a la plástica social: https://homines.com/arte_xx/fluxus_y_beuys/index.htm
- Rodowick, D. N. (2007). *The Virtual Life of Film*. Cambridge: Harvard University Press.
- Rojas, E. (6 de Agosto de 2013). *MCPRO*. Obtenido de Las comunicaciones por vídeo ganan peso entre los jóvenes directivos: <https://www.muycomputerpro.com/2013/08/06/comunicaciones-video-jovenes-directivos>
- Ruiz, J. (1995). *Anuario de la música*. Mislata, España: El País.
- Sánchez, J. A. (1999). *La escena moderna*. Madrid: Akal, S.A.
- Sánchez, J. A. (2002). Basquiat y El Bosco recuperados. El mito de la culpa y la caída en imágenes de video-clip: "Until it sleeps", Metallica, 1996. *Boletín de Arte*, núm. 23, 565-600.
- Science Museum Group. (2020). *Science Museum Group*. Obtenido de Bell and Howell 2709 Model B 35mm cine camera: <https://collection.sciencemuseumgroup.org.uk/objects/co8084602/bell-and-howell-2709-model-b-35mm-cine-camera-cine-camera>
- Sedeño, A. M. (2006). Videoclip musical: Desarrollo industrial y últimas tendencias Internacionales. *Ciencias Sociales on line*, 47-57.
- Serra, J. (2013). Juventud y Música Clásica. *Revista Scherzo*, 92.
- Shure México. (2019). *Shure*. Obtenido de (Fotografía): Recuperado de https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.shure.com%2Fen-US%2Fproducts%2Fmicrophones%2Fsm137&psig=AOvVaw2WX95yQo9hLnc2Sxgqksc_&ust=1591471870171000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCNi5uPO06-kCFQAAAAAdAAAAABAD

- Sky Chafin, M. R. (2004). Music can facilitate blood pressure recovery from stress. *British Journal of Health Psychology*, 393-403.
- Team, R. (22 de 04 de 2012). *Infographic – The history of digital video files formats*. Obtenido de <https://blog.real.com/digital-video-file-formats/>
- Tic Beat. (24 de Abril de 2012). *La historia del vídeo digital*. Obtenido de <https://www.ticbeat.com/tecnologias/historia-video-digital-infografia/>
- Torppa, R., & Huotilainen, M. (2019). Why and how music can be used to rehabilitate and develop speech and language skills in hearing-impaired children. *Elsevier*, 108-122.
- Valdellós, A. M. (2012). Música e Imagen: Aproximación a la historia del video musical. *Área abierta*.
- Villanueva-Benito, I. L.-M. (julio-agosto de 2012). *El profesional de la información*. Obtenido de Actualización de la ópera y sus nuevos modelos de comunicación digital: <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/epi.2012.jul.14/17908>
- Viñuela Sánchez, E. (2013). *El videoclip del siglo XXI: el consumo musical de la televisión a internet*. Oviedo: Universidad de Oviedo. Dpto. de Hª del Arte y Musicología.
- Virtala, P. (2015). *The neural basis of Western music chord categorisations – effects of development and music expertise*. Helsinki: Cognitive Brain Research Unit Institute of Behavioural Sciences University of Helsinki.
- Wikimedia Commons. (2020). *Palais du Luxembourg, Sénat, galerie des conférences*. Obtenido de https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Palais_du_Luxembourg,_S%C3%A9nat,_galerie_des_conf%C3%A9rences.jpg
- Wikipedia enciclopedia libre. (2020). *Wikipedia*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Leo_Brouwer
- Wikipedia la enciclopedia libre. (2019). *Wikipedia*. Obtenido de (Fotografía): Recuperado de https://www.google.com.mx/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fes.wikipedia.org%2Fwiki%2FScopitone&psig=AOvVaw1UFEAk4d01V2GqnxzaCgit&ust=1591468276746000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCLi_7M2n6-kCFQAAAAAdAAAAABAD
- Wikipedia La enciclopedia libre. (2019). *Wikipedia*. Obtenido de (Fotografía): Recuperado de <https://www.google.com.mx/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fes.wikipedia.org%2Fwiki%2Ffon%25C3%25B3grafo&psig=AOvVaw3eL3RbrZAC51Y-gZYPTsp1&ust=1591468035271000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCNCL4Mum6-kCFQAAAAAdAAAAABAD>
- Wikipedia La enciclopedia libre. (2020). *Chateau de Versailles 2011 Galerie des Glaces*. Obtenido de https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Chateau_de_Versailles_2011_Galerie_des_Glaces.jpg
- Wikipedia La enciclopedia libre. (2020). *Wikipedia*. Obtenido de Archivo:Petit Trianon - Pavillon français - Salon central: https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Petit_Trianon_-_Pavillon_fran%C3%A7ais_-_Salon_central.jpg
- YouTube. (2019). *YouTube*. Obtenido de (Fotografía): Recuperado de https://www.youtube.com/results?search_query=leo+brouwer+estudios+sencillos+16

