



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN

LOS ESTILOS CREATIVOS QUE HA UTILIZADO MADONNA EN LA
PRODUCCIÓN DE SUS VIDEO CLIPS DURANTE SU CARRERA
ARTÍSTICA DE 1982 A 1999 POR MEDIO DE UN REPORTAJE
DESCRIPTIVO - NARRATIVO ELABORADO ENTRE JUNIO 2003 Y
AGOSTO 2004

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PERIODISMO
Y COMUNICACIÓN COLECTIVA

PRESENTA
GLADIS URANIA CARBAJAL MAGAÑA

Asesor: MIGUEL ÁNGEL MACIEL GONZÁLEZ

Fecha: Marzo 2005

m 348505



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A mi familia.

En especial a mis padres Silvia y Feliciano.

A Philippe muchas gracias por su apoyo y amor.

Agradezco:

A Imelda por haberme presentado a Miguel.

A Miguel por orientarme y aconsejarme incondicionalmente.

A Dayna y Cuqui por su preocupación y ayuda cuando más lo necesitaba.

Para todos los entrevistados va mi gratitud pues sin su colaboración nada hubiera sido posible.

Gladis Urania Carbajal Magaña.

Índice

Introducción.....	I
1. El universo creativo y narrativo que se encuentra en la realización del video clip.....	I
Madonna: nunca es demasiado tarde para recapacitar.....	14
2. Madonna: el video clip, la música que se ve y las imágenes que se oyen (Estilos creativos, tipo: A, B y C).....	21
Everybody, un sueño hecho realidad (Estilo creativo tipo "A").....	22
Holiday, un cambio de planes (Estilo creativo tipo "A").....	24
Lucky Star, un ombligo al descubierto fue su estrella de la suerte (Estilo creativo tipo "A").....	28
Dress You Up, todas somos Madonna (Estilo creativo tipo "A").....	30
Crazy For You, la razón se pierde por amor (Estilo creativo tipo "A").....	33
Gambler, semejante pero diferente (Estilo creativo tipo "A").....	35
Borderline, al filo de la incertidumbre (Estilo creativo tipo "B").....	37
Papa Don't Preach, ¿sexo desenfrenado? (Estilo creativo tipo "B").....	39
Oh Father, ajuste de cuentas (Estilo creativo tipo "B").....	42
Bad Girl, el que mal hace mal acaba (Estilo creativo tipo "B").....	44
Secret, el misterio de la "Diva" (Estilo creativo tipo "B").....	47
Like A Virgin, todo empieza desde cero (Estilo creativo tipo "C" división "1").....	49
Material Girl, sátira fallida (Estilo creativo tipo "C" división "1").....	52
Cherish, el abrigo de un nuevo amor (Estilo creativo tipo "C" división "1").....	56
Rain, después de la tormenta viene la calma (Estilo creativo tipo "C" división "1").....	58

Fever, inesperada falta de originalidad (Estilo creativo tipo “C” división “2”)	60
Human Nature, vivir sin complejos (Estilo creativo tipo “C” división “2”)	62
Love Don’t Live Here Anymore, complejidad y sencillez unidas (Estilo creativo tipo “C” división “2”)	64
Nothing Really Matters, el amor es lo más importante (Estilo creativo tipo “C” división “2”)	66
Madonna: el encuentro con una tormenta	68
Keep It Together (Manténla unida)	69
I’ll Remember, las memorias de una estrella	74
La música, el sound track en la vida de Madonna	76
Como un camaleón	79
El corazón doliente de la “Emperatriz Pop”	82
¿Cuánto cuesta aparecer en la prensa?	83
3. El video clip: música para verse	87
Antecedentes del video clip	87
La Industria del video clip: las imágenes pueden convertirse en una enorme fortuna	97
4. Consideraciones finales	109
5. Consultas	112
Apunte de clase	112
Bibliografía	112
Enciclopedias y diccionarios	113
Entrevistas	114
Internet	116
Programas de televisión	118
Videografía	118

Introducción

Se llama tesina al trabajo monográfico, en donde, mediante una investigación documental, se selecciona, organiza y analiza información. Dicha indagación requiere de un absoluto trabajo intelectual y reflexivo, el cual integrará la búsqueda obtenida de distintas fuentes. Esto servirá para generar una propuesta contextualizada original, valiosa y necesaria para solucionar un problema delimitado que contribuya al progreso disciplinario y al enriquecimiento cultural de la comunidad. De esta manera, es importante poner en práctica todos los conocimientos, habilidades y actitudes que fueron adquiridos a lo largo de una licenciatura.

El presente trabajo se lleva a cabo mediante la modalidad de tesina reportaje, la cual describe, relata y cuenta, sin intentar dar una opinión personal o editorializar, pues el lector es quien formará un juicio propio sobre la información contenida.

Este reportaje posee elementos noticiosos, declaraciones de diversos personajes, ambientes, color y que fundamentalmente tiene un carácter descriptivo. Su propósito es detallar los estilos creativos que ha utilizado Madonna en la producción de sus video clips durante su carrera artística de 1982 a 1999.

El reportaje integra entrevista, anécdotas, descripción, narración, juicios, crítica y contiene todo lo necesario para hacer una indagación, tanto documental como de campo.

Como dice Gonzalo Martín Vivaldi en el libro "Géneros Periodísticos", "podría ser, pues, definido el reportaje, como el relato periodístico esencialmente informativo, libre en cuanto al tema, objetivo en cuanto al modo y redactado preferentemente en estilo directo, en el que se da cuenta de un hecho o suceso de interés actual o humano o también: una narración informativa de vuelo más o menos literario, concebida y realizada según la personalidad del escritor - periodista" (Martín Vivaldi, 1981:65).

El presente reportaje, muestra datos de interés humano, que se generaron en torno a los estilos creativos que Madonna utilizó en su carrera artística.

Como dice José Luis Martínez Albertos en su libro “Curso general de redacción periodística: Lenguaje, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, televisión y cine”, “en el lenguaje periodístico, el interés humano es ingrediente fundamental para lograr la captación de la atención del lector” (Martínez José, 1992:331).

Esta investigación despierta la curiosidad del público, por la novedad del uso de los estilos creativos en el video clip y la influencia que tiene sobre ellos la vida sentimental, familiar y laboral de la llamada “Reina del Pop”.

La investigación ofrece información detallada sobre el fenómeno musical Madonna – video clip, para gente que esté interesada en los campos de cine, comunicación, publicidad y mercadotecnia.

A partir de la década de los 80, presenciamos el nacimiento de un nuevo lenguaje dentro de los medios de comunicación, una expresión que se ha ido configurando con el paso de los años, que ha ido creciendo dentro del terreno que lo vio nacer, el audiovisual, pero que a pesar de compartir elementos con otras expresiones como el teatro, el cine, la música y la televisión, ha adoptado sus propias características al grado de proponer nuevas maneras de escuchar, de ver y de pensar. Es un fenómeno que ha evolucionado la manera en la que el espectador se hace partícipe de lo que observa, que le exige un nuevo tipo de concentración, de abandono y a la vez de búsqueda, un idioma que pide al público entendimiento para poder hablarlo, el idioma del video clip, el cual contiene diferentes estilos creativos.

El video clip surge como respuesta a distintas necesidades musicales, que van desde la economía hasta el interés estético, y que al irse desarrollando ha rebasado las expectativas con las que en un principio surgió, hasta convertirse en un lenguaje particular.

El interés de esta investigación surge al observar las particularidades de dicha expresión icónica, y sus diferencias con otros lenguajes audiovisuales, por lo que primero se realizó

un trabajo de investigación acerca del surgimiento de los elementos básicos del clip: La música Pop y la imagen.

Al averiguar sobre dichos elementos, fueron surgiendo distintas ramas de información, como por ejemplo el problema que enfrenta el video clip para ser tomado en cuenta como un producto artístico, que se divide en varios estilos creativos, los cuales son ignorados en la práctica por los productores mexicanos, pero los estudiosos de la Universidad Nacional Autónoma de México, como Lourdes López, quien es Maestra de tiempo completo en la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, han manifestado que existen, esta situación permitió llegar al núcleo de la investigación aquí presentada.

En el video clip existen algunos estilos creativos; como estilo entendemos el carácter propio que da a sus obras un artista plástico o un músico; por creativo se conoce a la persona que posee o estimula la capacidad de inventar o crear algo.

Estilo creativo es entonces, el toque propio o particular que le da un artista a su creación.

En el video clip hay por lo menos tres estilos creativos, según las clasificaciones existentes hasta el momento.

En el estilo creativo tipo "A", se emplean escenas de conciertos en vivo. Años atrás se utilizaron fragmentos de películas musicales como "El Submarino Amarillo" (UK/USA, 1968) de la agrupación inglesa The Beatles, o de la presentación de las estrellas del espectáculo en los programas de variedades como el Show de Ed Sullivan. La presentación fue y es muy simple, hay un maestro de ceremonias que da la pauta para la aparición en el escenario del artista, el cual, interpreta su número. Las cámaras le toman en diversos encuadres y movimientos. A veces se presenta alguna coreografía. Las imágenes no narran nada, no hay una historia visual que se relacione con la letra de la canción, no hay un trabajo completo de preproducción, esto se define de la siguiente manera: canción con historia \emptyset (conjunto vacío) imágenes en vivo.

Los video clips con estilo creativo tipo "B" contienen características que los hacen únicos y diferenciables con otros géneros televisivos, su propósito es promover al artista y su disco.

Aparece una narración icónica, la historia que cuenta la canción es la misma que narran las imágenes y se representa así: canción con historia = (igual) imágenes de video.

Por último, ya definido como tal, el video clip empieza a variar, los productores comienzan a experimentar, así usan el estilo creativo tipo "C". Éste les permite jugar con las imágenes y la letra de la pieza musical (si es que la hay), ya no les interesa tanto el relato de la canción, ahora tratan de narrar visualmente otro tipo de anécdota. La actuación se centra en los ejecutantes, la melodía y la historia pasan a un segundo plano o bien desaparecen. Algunos creativos utilizan una serie de íconos que no cuentan nada y no tienen relación con la letra de la canción. En este estilo tipo "C" hay tres divisiones:

División 1: canción con historia \neq (distinto) historia narrada en las imágenes del video.

División 2: canción con historia \exists (existe) imágenes del video sin historia.

División 3: canción sin historia (puede ser instrumental o cantada) \forall (para todo) imágenes del video con o sin historia visual.

(La simbolización de los estilos se realizó para su mejor comprensión).

En el mundo de la música Madonna ha usado estos tres estilos creativos. La intérprete Pop tiene la profesión de ser cantante o intérprete musical. Como cantante entendemos a la persona que forma sonidos melodiosos con la voz, los cuales pueden ser acompañados con música.

La "Chica Material", como se le llama a raíz de uno de sus videos, aparte de cantar, también participa en sus coreografías, produce sus espectáculos, escribe la mayoría de sus canciones, interviene en la realización de sus video clips y en la producción de sus discos. Su nacionalidad es la norteamericana, pero su ascendencia es italiana por parte de padre y francocanadiense por su madre. Nació en Bay City, Michigan y el género musical que interpreta es el Pop.

El término Pop se refiere a la corriente artística que abarcó tanto música, moda y pintura, también es llamada Pop Art o Arte Popular.

El Arte Pop, es el movimiento artístico nacido hacia el año 1960 en Nueva York y Los Angeles, pretendió ser accesible a todos, tomando como temas los objetos cotidianos de la

vida contemporánea, desde latas de sopa hasta rostros famosos a gran escala. El artista más conocido de esta tendencia fue Andy Warhol.

Fue en Estados Unidos donde nació este movimiento, a pesar de la resistencia y de las dudas iniciales, el Pop acabó por implantarse y consiguió llegar al público.

En la música, el término Pop se refiere al género que se popularizó y se puso de moda en el Hemisferio Occidental.

En el cine la música Pop, incursionó en el año de 1952, con la canción "Do Not Forsake Me Oh My Darlin'", cantada por Tex Ritter, ésta se incluyó en los créditos de la cinta "High Noon" dirigida por Fred Zinnemann, lo cual provocó que los creadores ingresaran a sus producciones melodías con este género, pues "Do Not Forsake Me Oh My Darlin'" generó una gran cantidad de dinero.

Hoy en día es fácil confundir la música Pop con el Rock, ya que el Pop acepta influencias de cualquier folclore.

Madonna distribuye su música Pop mediante imágenes, éstas son plasmadas en video y contienen los estilos creativos antes mencionados, los cuales fueron tomados de una cátedra impartida por la Maestra María de Lourdes López, en la FES Acatlán, el 30 de noviembre de 1998.

Para esta investigación es trascendental aclarar dos puntos importantes respecto al por qué se seleccionaron estos estilos y Madonna; el primero es que lo estudiado por Lourdes López es innovador, pues hasta este momento sólo se conoce el trabajo que tiene ella con respecto a la creación y categorización de estilos creativos del video clip a nivel nacional.

El segundo punto es que Madonna comenzó a utilizar el video clip como estrategia de promoción mundial en los 80 y hasta la actualidad se ha mantenido vigente a diferencia de otros cantante, por tal motivo para esta investigación, se tomó la carrera artística de 1982 a 1999, pues en este periodo se manifiestan los tres estilos creativos mencionados por la Maestra Lourdes López, específicamente en 19 videos seleccionados de las colecciones "The Immaculate Collection" y "The Video Collection 93-99", que abarcan los inicios de su carrera y la máxima popularidad mundial que alcanzó la cantante.

Es importante aclarar que después del año 99, la cantante realizó sólo videos con el estilo creativo tipo "C", en este lapso retoma algunas características, musicales y visuales, que la hicieron famosa en los 80 y principio de los 90. Así que de 1985 a 1999 se ve una innovación de su trabajo musical, visual y profesional.

Para la realización de este trabajo se pusieron en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, así como los obtenidos en el taller de "Edición Electrónica de Video" cursado en TV UNAM, éste sirvió para sacar fragmentos fotográficos más representativos de cada video clip, y ser incluidos en el reportaje.

La información proporcionada fue resultado de la utilización de dos técnicas de investigación, la documental y la de campo.

El empleo de cada una de ellas ayudó para elaborar de mejor manera este reportaje, pues fue necesario reunir material visual y documental, desde libros especializados en video clips, noticias, biografías de Madonna, hasta colecciones de sus clips. Con lo recopilado se ubicó y contextualizó el tema. Por otro lado, resultó esencial la realización de entrevistas a especialistas en videos musicales, tanto de casas productoras reconocidas como independientes, observadores de la carrera de Madonna, locutores especializados de radio, ingenieros en nuevas tecnologías, psicólogos, músicos, maestros, periodista expertos en video clip y espectáculos.

La recopilación, análisis y observación de los videos musicales de la intérprete de "Material Girl", ayudaron mucho al desarrollo y descripción del reportaje, así como el método de observación sugerido por el productor Alejandro González Iñárritu, quien plantea bajar el audio del video para saber si las imágenes cuentan visualmente una historia.

Hubo documentación previa sobre el tema y se prepararon las preguntas que debían formularse a los entrevistados.

Con la información obtenida, se estructuró el reportaje por capítulos agrupados en temas y subtemas, que no se encuentran numerados e inician con una breve introducción, para posteriormente abundar en ellos. Cada apartado es un reportaje corto que facilita la comprensión del tema.

Por otra parte, se considera oportuno mencionar que debido a la extensión de la investigación, es poco factible que sea publicado en un solo número de un periódico; pero sí puede llevarse a cabo mediante capítulos; los cuales, si bien, en conjunto construyen una historia, no pierden su sentido al ser tomados como escritos independientes. De tal forma, el lector no se sentirá extraviado si decide o se interesa por leer sólo una de las partes que lo integran.

Por la temática que aborda el trabajo, éste podría publicarse en la sección de espectáculos de un diario o revista.

La investigación consta de 3 capítulos, el primero alude a las distintas características definitorias, estructurales así como a la narrativa y censura del clip musical.

El segundo contiene los estilos creativos que Madonna ha empleado en cada etapa de su carrera artística y cómo sus vivencias intervienen en la utilización de cada estilo.

También se reproducen declaraciones de gente que ha trabajado cerca de ella, amigos, músicos, familiares, partidarios y periodistas.

El tercero versa sobre los antecedentes, historia así como el surgimiento e industria del video clip, tratando de ofrecer un panorama que sirva de complemento para percibir y comprender a los estilos creativos del clip.

Por último encontramos las consideraciones finales que se obtuvieron del primero, segundo y tercero capítulo. En este apartado no se busca hacer una evaluación o propuesta general, sino sólo una reflexión en donde quede implícita la visión personal de la investigadora respecto al surgimiento, distribución y uso de los estilos creativos en la carrera de Madonna.

Debido a las características de este trabajo, en cada capítulo se sugiere realizar una lectura tanto de las imágenes como del texto, pues ambos son complemento, ya que la descripción de algunas noticias, que por su relevancia no pueden ser excluidas, enriquecen lo presentado en las fotografías.

Resta decir que actualmente gracias a los estilos creativos, el video clip es la música que se ve y las imágenes que se escuchan.

El universo creativo y narrativo que se encuentra en la realización del video clip

“Se puede decir que en el video clip existen estilos creativos”, aseguró Lourdes López, Maestra de tiempo completo en la Facultad de Estudios Superiores Acatlán de la Universidad Nacional Autónoma de México. En una cátedra impartida por López, en la FES Acatlán, el 30 de noviembre de 1998, ella clasificó tales estilos:

-Estilo creativo tipo “A” canción con historia \emptyset (conjunto vacío) imágenes en vivo.

-Estilo creativo tipo “B” canción con historia = (igual) imágenes de video.

-Estilo creativo tipo “C”, en éste hay tres divisiones:

*Canción con historia \neq (distinto) historia narrada en las imágenes del video.

*Canción con historia \exists (existe) imágenes del video sin historia.

*Canción sin historia (puede ser instrumental o cantada) \forall (para todo) imágenes del video con o sin historia visual. (La simbolización de los estilos se realizó para su mejor comprensión).

Es pertinente revisar la definición de estilo y creatividad, para comprender claramente la clasificación realizada por la Maestra Lourdes López.

Comencemos por dar un vistazo a la ilustración que nos ofrece La Real Academia Española sobre estos conceptos.

Se entiende por estilo al carácter propio que da a sus obras un artista plástico o un músico; y se especifica como creativo a la persona que posee la capacidad de inventar algo.

A partir de lo anterior, podemos deducir que estilo creativo es entonces, el toque propio o particular que le da un artista a su invento.

La creatividad se define como la facultad o capacidad que tiene una persona de crear algo. Así, los productores de video clips crean ese algo por medio de la narración iconográfica en movimiento, la cual se acompaña con música.

En entrevista, Gerardo Ramírez Aguilar, quien es asistente de producción en SICO TV y actor, define a la narración *videoclipera* como: “la manera en la que cuentas una historia con imágenes las cuales dan significados diversos. Se debe tomar en cuenta la historia de la canción, para poder contarla visualmente”.

La narración visual se parece mucho a la narración verbal, pero en lugar de palabras se utilizan imágenes. La verbal es y será siempre parte de nuestras vidas, no importa el idioma o lenguaje que utilicemos. Cuando le contamos o le relatamos algo a alguien, estamos narrando. Tenemos la habilidad de transmitir los sucesos a otras personas, detallamos los hechos cuando damos excusas, pretextos, contamos alguna historia o cuento.

José de Jesús Bazán Levy dice al respecto: “narrar forma parte de la cultura de los hombres de todos los tiempos y de todos los pueblos. Contamos acontecimientos, dramáticos o triviales, en las conversaciones diarias en casa, en el trabajo: lo que hicimos el fin de semana; cómo terminó la lucha libre; lo que sucedió con un cliente y por qué anuló un pedido” (Bazán Levy, 1992:263).

En la literatura, toda narración contiene una historia, ésta tiene la serie de acontecimientos que cada relato particular nos ofrece. Estos acontecimientos pueden ser reales o también imaginarios y ficticios.

Como hemos visto, la narración se usa efectivamente en la vida cotidiana y en la literatura, pero también es utilizada en el cine, radio, televisión y prensa.

En la televisión tenemos una inmensa variedad de programas, desde caricaturas, telenovelas y deportes hasta musicales. Cada uno tiene una narración en especial, los musicales transmiten video clips, estos cuentan una historia (como en la literatura), pero con imágenes y música. Los productores de video clips deben ingeniárselas para tratar de realizar una buena narración *videoclipera*, como ellos le llaman.

El video clip ocupa una forma parecida de contar, como la que tiene la televisión y el cine.

Según Arturo Greene, productor ejecutivo de Filmmates Grupo Pedro Torres y Asociados (PTA), "la forma de relatar en el cine tiene las bases de la literatura, ya que la narración filmica usa un texto escrito, un guión, que será convertido en imágenes, ese texto o guión contiene signos, los cuales son lingüísticos como los que usa la narrativa literaria. Lo mismo sucede en el video clip, la letra de la música contiene signos los cuales son transformados en imágenes, todo depende del efecto o de las sensaciones que se quieran provocar en los espectadores, así como cuando hablamos realizamos una narración, lo mismo sucede con los íconos que percibimos en una pantalla de cine o de televisión. Por el contrario el video arte y el cine de vanguardia no coincide con esta base narrativa".

La narrativa filmica tomó del teatro sus bases de expresividad, la herencia teatral resultó gracias al primer plano, que permite mayor dramatismo en los actores, en los objetos, y a la multiplicidad de ambientes que el filme logra proyectar. El teatro los debe apuntar o los acota a través del diálogo, pero tiene limitantes en comparación con la escenografía cinematográfica.

En el cine los directores se pueden extender narrando la historia de la película, pues tienen tiempo, por el contrario esto en el video clip se ve limitado, ya que la duración va de tres a cuatro minutos, en ese espacio los productores deben de presentar la escenificación de la canción.

"Gran parte del impacto de los video clips reside en las formas que emplea para ser breve" (Durá Grimalt, 1988:127).

Para muchos productores, como Arturo Greene, el video clip y sus estilos creativos son novedad, y algunos catedráticos de la Universidad Nacional Autónoma de México se han dado a la tarea de dividirlo y clasificarlo, como explica María de Lourdes López, al principio de este tema.

Hay quienes coinciden con lo planteado por Lourdes López, tal es el caso de Iñigo Sarrigarte Gómez, investigador de la Universidad del País Vasco.

Sarrigarte asegura, en el texto "Conexiones entre el videoclip y el videoarte", que hay tres formas en el video clip, la actuación, la narrativa y la conceptual. "A principios de los años ochenta las dos primeras resultan las más explotadas. En la primera, la imagen sólo es testigo del hecho musical, ya sea en el concierto o en el estudio; en la segunda, se presenta una secuencia de eventos, donde se narra una historia bajo la habitual estructura dramática, en la cual la relación de la imagen con la música puede ser lineal (la imagen repite punto por punto la letra de la canción), de adaptación (se estructura una trama paralela a partir de una canción) y de superposición (se cuenta una historia que puede funcionar independientemente de la canción, aún cuando en conjunto provoque un significado cerrado); la tercera se apoya sobre una forma poética, de hecho, no se cuenta una historia de manera lineal, lo que se hace es crear cierto ambiente o estética. Puede ser una secuencia de imágenes basadas en colores o formas que unidos por la música forman un entramado semiótico, que expresa el contenido de la música y no exactamente la letra de la canción".

Otro especialista que opina del tema es el cineasta Alejandro González Iñárritu, quien divide al video clip en dos partes: "hay 2 grandes mundos en los video clips:

1. "Los **video clips serios**: que son como que pensados mucho en la canción, en la propuesta que hace el artista, en la estrategia que tuvo la disquera, están muy bien planeados, muy bien hehechitos.
2. "Los **video clips que se hacen para salir del paso**: como que dicen 'hay una canción', pon cualquier imagen, repítela 32 veces, haz cualquier trabajo de post-producción, y ya".

En contraposición a lo dicho por Lourdes López, Arturo Greene quien es ejecutivo de la casa productora Filmmates Grupo PTA, señaló en conversación lo siguiente: "en la práctica al narrar un video clip, para mí no existen estilos creativos definidos o estandarizados, se hace realmente lo que el cliente pide, por ejemplo cuando dirigí el

video de Cristián Castro 'Azul', lo que le importaba más a la compañía de discos era que Cristián se viera atractivo, que apareciera siempre su cara en la pantalla, así que estilos creativo ellos no los toman en cuenta ni nosotros en la productora. Hay tantos estilos como directores, no hay nada marcado, los creativos explayan lo que tienen dentro, no se guían en si hay tres o cuatro estilos marcados”.

Lucas, director cubano, coincide con Greene en lo de las disqueras, pero por otro lado, si cree que hay una estructura definida para hacer clips, En conversación para el periódico “La Habana” aseguró: “Existe esta especie de estructura, una especie de ABC. Eso existe, pero a partir de ahí no hay ningún tipo de esquema, no hay ningún tipo de fórmula. Tú puedes ser el más experimental de los realizadores, tú puedes ser el más vanguardia en tu proyección visual, pero la disquera te dice ‘a mi tú no me pones eso, porque yo quiero vender este disco y si no me sale la mulata aquí, la rumba aquí, la palma o el solar, eso para nosotros no vende’. Entonces los realizadores de videoclip, del mundo entero, y por supuesto en Cuba también, tienen que congeniar sus intenciones artísticas, sus intenciones creadoras, con la intención comercial pura de la discográfica. Esas empresas lo que quieren es vender el disco y no correr el riesgo de que la gente se pierda con una cosa muy de vanguardia.”

Hay que dejar claro que en la teoría sí existen los estilos creativos o una clasificación como dice, Iñigo Sarriguarte Gómez, Lucas y Lourdes López, esta última ha observado los estilos en diferentes video clips, aunque en la práctica como dice Arturo Greene, algunos productores no los toman en cuenta, se basan en las peticiones del cliente.

Raúl Durá coincide con lo mencionado por Arturo Greene y Lucas, respecto a que las compañías de discos siempre quieren que su producto, el interprete, se venda, aparezca siempre, “como un Dios, el cantante tiene el poder de aparecer en cualquier momento, sin necesidad de justificar de modo alguno su presencia” (Durá Grimalt, 1988:115).

Claro ejemplo de esto son los videos de la cantante Madonna, en los cuales, ella aparece constantemente con vestuario llamativo, maquillaje y cabello de diferentes tonos, rodeada

de bailarines, siendo la protagonista siempre, sin embargo en sus clips se pueden ver claramente los estilos creativos de la Maestra López, pero haremos mención de ellos en el tema llamado: “Madonna: el video clip, la música que se ve y las imágenes que se oyen (Estilos creativos, tipo: A, B y C)”.



Madonna como protagonista en sus diferentes videos.

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acaflán.
México.

Respecto al trabajo visual de la cantante, Arturo Greene expresa: “me encantan los video clips de Madonna por muchas cosas, tienen buena fotografía, tomas sugerentes, buen maquillaje, son vanguardistas, estéticos y muy bien cuidados, a veces nosotros en la productora Filmmates vemos sus videos para aprender cosas nuevas y después nos sirven de inspiración cuando hacemos algunos comerciales”.

Gerardo Ramírez Aguilar, producción y actor, define los elementos que componen a los video clips de la cantante Pop: “la fotografía en los trabajos visuales de Madonna es muy importante, porque con la luz que se maneja en ellos logra que el espectador enfoque su vista hacia ciertos puntos, da también estados de animo, ambientes y la foto soporta todo el peso que el producto tiene. Respecto a las tomas sugerentes, la palabra lo indica todo, te da a entender muchas cosas sin mostrarlas explícitamente, como un acto sexual por ejemplo. Gracias al maquillaje en sus clips, descubres el carácter, la ideología, personalidad y todo acerca del personaje representado por la cantante. Sobre lo estético

de sus video clips, no siempre tienen que ser artísticos, si esa no es la intención, la cabeza olmeca no es una hermosura, peor eso no le quita que sea bella. Ahora los clips de la intérprete son calificados de vanguardistas por el uso de nuevas tecnologías en cuanto a efectos visuales”.

Acerca del equipo creativo, la disquera y los productores que deciden el trabajo *videoclipero* de la cantante pop, se mencionará en el capítulo llamado: Madonna: el video clip, la música que se ve y las imágenes que se oyen (Estilos creativos, tipo: A, B y C.)

Así como Madonna aparece indistintamente en sus trabajos visuales e inspira a otros artistas, algunos expertos consideran que esta característica es importante en todo clip. Raúl Durá comenta al respecto: “la alternancia de las apariciones del cantante es una de las particularidades narrativas más características del clip. Entre aparición y aparición puede darse cualquier salto espacio temporal” (Durá, 1988:114).

Las producciones visuales de la “Chica Material” actualmente cuentan con altos presupuestos, pero cuando surgieron los video clips, con el cine Rock, no había mucho dinero, sin embargo, con el transcurso de los años, y al llegar la década de los 70 y 80 se empezaron a realizar más videos musicales, pero no tenían una narrativa como la actual, eran sencillos y de bajo costo. Como ejemplo tenemos el clip desprendido de la película “Flashdance” (USA, 1983), el cual fue concebido como parte del recién nacido lenguaje del video clip. La cinta estuvo dirigida por Adrian Lyne, quien realizó filmes como “Nine 1/2 Weeks” (USA, 1986), el video fue un collage de tres minutos que contenía escenas del largometraje.

Al respecto, en el libro “Los videoclips. Precedentes, orígenes y características”, Raúl Durá comenta: “a lo largo de los 70 las formas habituales de presentar a la música en el momento de la actuación interesaban cada vez menos al espectador. Dejó de interesar en la medida en que no reflejaban suficientemente las diferencias latentes en las canciones, y -sobre todo- porque no transmitían las sensaciones propias de los ambientes propuestos” (Durá, 1988:112).

Claudia Arellano locutora de CNI canal 40, coincide con lo dicho por Raúl Durá respecto a la baja inversión en las producciones y añade: “en los años 80 el furor del video llegó hasta Hollywood y de ahí que directores de cine empezaran a hacer videos como los de Bruce Springsteen o The Cars. En ese momento la temática seguía siendo no del todo audaz, faltaban temas mucho más candentes, mucho más agresivos que propositivos. Durante esta década, los videos contaban historias, pero con presupuestos y con ideas poco realistas, basadas en cosas no creíbles, como los animales imaginarios, el hielo seco, las cascadas de agua que caían encima de la gente, en video clips que duraban 3 minutos y medio. De esa fase surgieron reconocidos directores, después de haber pasado por el cine incursionaron en los videos y nos hicieron bailar con la música de Billy Idol o nos mostraban las piernas más torneadas de Texas con algún video de ZZTop”.



The Cars – Video clip, You Might Think (1985).

Fotografía. Tesina, Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.
México.

Respecto a la creatividad de los años 80, Lucas, productor cubano, en entrevista para el periódico “La Habana” explicó: “Por ejemplo, un video clip de los 80, cuando tú ves uno

del 85, y uno de los 90, se nota la diferencia de lenguaje. Ya no se utiliza este tipo de encuadre, de cámara lenta, de disolvencia, cinco años de diferencia, tú los notas”.

En el caso de México la evolución temática y narrativa de los videos musicales fue dándose poco a poco en los 90, gracias a la preocupación, al trabajo conjunto de realizadores y artistas por generar un estilo diferente de contar la historia de una canción. Esto lo aseguró el productor Ángel Flores, en entrevista para CNI: “cuando hice el video de Jaguares llamado ‘Jaguar’, queríamos comunicar algo más, no sólo el video del grupo, sino la presencia de la selva, el tipo de conexiones que tienes cuando estás en un lugar místico, obviamente de la manera más digna se involucró al grupo, le dimos un contexto. La decisión fue dura, estuvimos un rato arreglando el lugar, pues eran unas minas lacandonas en plena selva. Sacamos ríos con la cámara, lluvia. Para nosotros sí fue congruente el proyecto, lo que queríamos proyectar, claro que viéndolo desde afuera siempre hay 30 mil versiones”.



Integrantes del grupo mexicano “Jaguares”.

“Jaguares” (Imagen digitalizada).

<http://www.jaguaresmx.com/home.asp>

10 agosto 2002

Luis de Velasco en entrevista par Telehit, coincide con Ángel Flores, y piensa que la música es la base para realizar un video clip. En la narración intervienen muchos factores: “la música te dice mucho del artista, cuando éste selecciona su material, expresa lo que es él y lo que quiere representar, entonces de la misma manera cuando tu oyes la música, conoces al artista, y se trata de hacer una fusión, entre música y gustos del cantante o grupo. Cuando realizo un video clip, no me cuesta tanto trabajo, porque no vas

en función a tu gusto, sino en función a contar una historia, a dar una imagen, es un propósito. Ahora, hay artistas a los que les digo que no les produzco un video clip porque yo no puedo traer imágenes a mi mente. De repente oyes una canción y te pones a pensar que no te dice nada”.

En contraste, Lenin Huerta, productor de TV Azteca, piensa que la canción es importante pero “si la letra no te proporciona nada es donde la creatividad del productor entra, se pueden hacer maravillas, depende todo de la imaginación de cada quien”.

Muchas veces hay que escuchar la canción, ver desde el vestuario hasta la portada del disco para realizar un clip. Paco Guerrero director de video clips, cuenta sus experiencias para CNI canal 40: “siempre que trabajo para hacer un video o en la idea de un video, me tengo que empapar primero de la canción, para saber lo que vamos a dar, de ahí parte todo, no me cierro a un mismo estilo de entrada, no me clavo en hacer cosas iguales, creo que no tengo un estilo propio, me gusta que mis videos no se parezcan unos con otros, aunque sean del mismo género musical”.

La narrativa del video clip puede resultar tan sencilla o compleja como el director quiera, pero recordemos que el video clip actual está más dirigido a los jóvenes y es un lenguaje que a muchos adultos les es difícil comprender. Al respecto en el texto “Fragmentación, simultaneidad, choque o contraste y modularidad en la videoesfera”, de Ricardo Duque, expresó: “todos hemos tenido la experiencia de sentarnos con otras personas frente al cristal de un televisor, en silencio. Esta afirmación, por estúpida que parezca marca un cambio incalculable en los mecanismos de comunicación de la cultura. Y se hace aun más evidente cuando se mira un videoclip o una animación con un niño de siete años y su abuela de 70, es como si la retina del niño se hubiera acostumbrado a captar mas imágenes por segundo y a procesarlas mas rápido, mientras la abuela se queda desconcertada y abrumada mientras ve como saltan vertiginosamente imágenes cortas, que no termina de asimilar, para poder encontrar un hilo narrativo como en las películas que veía en el cine de antes”.

La historia de un video es la canción, y después se integran más elementos que hacen de los clips productos distintos entre ellos, aunque sean del mismo productor, o del mismo género musical o grupo, cada narrativa es diferente.

Se necesita primero de creatividad y de conocimiento, tanto de iconografía como de la historia misma de la canción, saber qué es lo que se quiere proyectar, contar con un equipo creativo que de opiniones, tener comunicación tanto con la disquera, como con los integrantes del grupo o con el solista.

Ya discutidas las ideas y al tener algo concreto, se procede a la realización del video clip. Después debe realizarse la edición, conocer qué es lo que se va a dejar en el video y en qué orden, muchas veces, “de la edición depende que el video sea bueno o no”, como explicó en entrevista Gerardo Ramírez Aguilar, quien es asistente de producción en SICO TV y actor.

Por ultimo viene la transmisión por televisión, es donde el público acepta o no el trabajo.

En la actualidad, los video clips pueden ser sofisticados, con efectos visuales, con extras, actores o modelos; o nos pueden sorprender siendo sencillos, pero innovadores.

Muchas veces, según los productores como Arturo Greene, un buen video puede hacer que una mala canción tenga éxito o al revés, que una buena canción no tenga éxito porque el video es malo.

En ocasiones se requiere de mucha investigación en libros, si se van a hacer tomas en locación se debe conocer el terreno, la zona geográfica, el clima, para saber en qué condiciones se va a grabar.

Sin embargo, no siempre le va del todo bien a los videos, pues a veces al narrar un clip se da la autocensura por parte de los creativos. Según algunos directivos de las televisoras, no se pueden transmitir ciertas imágenes en los medios de comunicación, porque pueden ser fuertes, ofensivas o violentas para cierto tipo de personas, así que la creatividad se ve limitada.

Alejandro Pleuger productor del canal de videos musicales Telehit, dijo en entrevista para el programa de televisión "Aullido": "nosotros requerimos que los videos tengan mucha calidad, no sólo una buena historia, si te das cuenta, hay videos que no la tienen, a veces los vemos y no sabemos de qué se tratan. No censuramos ningún video, e inclusive si nos ha llegado a pasar, que hemos prohibido nosotros mismos un video de violencia, pero a veces los dejamos pasar tal cual, como sucedió con el grupo Molotov. Hay un video de Paulina Rubio que habla de la homosexualidad, nosotros no estamos cerrados en esa faceta de poder rechazar un video nada más porque nosotros queremos o porque está muy fuerte, era lo que te estaba diciendo, nosotros nunca pensamos que transmitiríamos sólo para México, nuestra transmisión es a nivel internacional".

Sobre la censura y los directivos de las televisoras, José Luis Hernández, productor de promocionales de TV Azteca, explicó en entrevista para esta investigación: "la censura no te la dan los directivos, sino el mismo público y las instituciones, como ya conocemos, por experiencia, lo que puede molestar a los grupos religiosos y políticos, mejor no metemos en comerciales ciertas imágenes que puedan causar problemas. Recuerdo cuando realicé un *promo* para la película 'El sexto sentido', puse una escena con cruces y santos que trae la misma filmación, al día siguiente de que el promo salió al aire, llegaron un montón de cartas reclamando y pidiendo que quitáramos las escenas religiosas del comercial, obviamente las borramos y no me molestó tanto, aunque la acción visual era muy descriptiva para vender la película, pero es un promo de 10 ó 20 segundos y se arregla sin problema, en el caso del video clip sí hay que tener cuidado porque dura tres o cuatro minutos según la canción y en ese caso me daría mucho coraje que me censuraran la creatividad".

Ángel Flores, quien es realizador de videos musicales, contó en entrevista para CNI, su experiencia con la censura de un clip de la agrupación La Maldita Vecindad, el corto musical se tituló "Ojos negros": "nosotros teníamos una idea con respecto al video, que era crear un personaje que tocara metáforas, las cuales dan los aspectos visuales que proporcionan información extra del tema, como el camino, como el sendero, poniendo secuencias encontradas, como verlo en un entorno, en la cárcel sin posibilidad de camino,

de repente viendo hacia el horizonte, el porvenir, y relacionarlo de alguna forma. Pusimos como contexto la matanza de 'Aguas blancas', conseguimos el material, teníamos el master, que nos hizo favor de llegar Ricardo Rocha de una manera muy amable e hicimos nuestra versión de un personaje, que se ve que está trabajando al principio, en algún momento levanta la mirada y sin ninguna explicación, vemos que emprende el camino, se va al sendero y todo el video pasa por distintas representaciones de lo que es el andar, y de pronto en medio entraba lo de 'Aguas blancas', una sobre imposición, sin decirte exactamente cuál es la relación, tu evidentemente te vas a un contexto, y le das como un peso social al video, que es una cosa que pasa mucho en los video clips. La cosa es que metimos lo de 'Aguas blancas' exagerando cuál era la justificación creativa, pero como que no estábamos preparados para el entorno, para el país, obviamente hubo opiniones encontradas. La disquera no quiso, el manager no quiso y nosotros no teníamos realmente el valor de poner la lanza, el escudo y aferrarnos. El video salió sin lo de 'Aguas blancas' y eso le quitó todo el sustento conceptual, salió un tipo muy bien fotografiado, estético, que va andando, pero después de dos minutos, se pierde el video, siendo un trabajo que era para nosotros originalmente la 'neta' que queríamos decir en aquel universo y pues nunca se dio, entonces obviamente fue un error el no habernos aferrado, no es justificación el que los medios se imponen, la cosa acabó siendo un video de una plataforma demasiado abierta".

En México por ejemplo, la represión en los canales de video clips se da de la siguiente manera, según nos cuenta Gabriela García, quien labora como asistente de producción en el canal de video clips Ritmoson Latino: "son censurados los video clips que contienen escenas fuertes, como sexuales, desnudos, violencia o agresividad para el público y quien decide censurar o no transmitir un video en el canal es el productor ejecutivo o el general".

En otros países como España, en la empresa Televisión Española (TVE), los video clips no son aceptados por ciertas normas: "existen una serie de restricciones para que un clip pueda acceder a los canales internacionales de difusión de imágenes:

- a) "Ser cantado en inglés -Idioma único internacional en la industria audiovisual

- b) “Superar unos niveles mínimos de calidad técnica – Formatos profesionales, que permitan que las copias sean de alta calidad y que su emisión sea posible en condiciones de alta definición.
- c) “Tener cierta calidad artística – Nivel de calidad constante por parte de los realizadores profesionales, especializados y conocidos en el ambiente” (Durá Grimalt, 1988:91-93).

En Estados Unidos pasa algo similar con la censura y autocensura, quien ha tenido que vivir con ella y hasta sacarle provecho, es la cantante Madonna.

Madonna: nunca es demasiado tarde para recapacitar

Un niño árabe, de ojos grandes y tristes, marcha por la pasarela de modas. Él muestra su cuerpo cubierto de harapos, mientras porta una pesada canana repleta de balas. Al fondo se ve la ciudad cubierta en llamas. Cientos de luces confunden a sus ojos, son varios reporteros que toman fotos, ellos se amotinan para capturar el rostro verdadero de la guerra. Diversos lanza misiles, bombarderos, helicópteros y aviones, disparan a la población, dos niñas descalzas y vestidas de negro caminan solas sin orientación alguna. Esta escena es parte del video clip “American Life”, el cual abraza la estética militar.

La “Ex Chica Material”, como se le conoce hoy en día por su apego al espiritualismo, aparece vestida muy al estilo del Ché Guevara. Ella canta y baila en un desfile de modas, el cual tiene como escenario una pantalla gigante que proyecta escenas de la guerra en Irak. El video fue dirigido en el año 2003 por Jonas Åkerlund, quien ha trabajado con U2 y Moby, en él se critica al materialismo que impera en la sociedad norteamericana.

En un momento del desfile, la cantante lanza una granada contra un doble del presidente George W. Bush, quien se encuentra en el lugar como espectador. El caos se apodera del público, para finalizar el video, el presidente atrapa la granada, sonríe felizmente y la utiliza para encender un puro, mostrando su indiferencia ante la guerra.

Por el contenido del clip, "American Life" se sitúa en el tercer estilo creativo tipo "C" división "1", recordemos que en esta parte la narración visual cuenta una historia diferente a la presentada en la letra de la canción, en este caso las imágenes se centran en el desfile de modas, y se representa así: canción con historia ≠ (distinto) historia narrada en las imágenes del video.

Y la canción dice: "¿Tengo que cambiarme el nombre? ¿Me llevará más lejos? ¿Debería perder peso? ¿Voy a ser una estrella? Intenté ser un chico, intenté ser una chica, intenté ser un desastre, intenté ser la mejor, supongo que lo hice mal y por eso escribí esta canción. ¿Este tipo de vida moderna es para mí? ¿Este tipo de vida moderna es gratis? Fui a un Bar buscando simpatía, un poco de compañía, intenté encontrar un amigo. Es más fácil decir que siempre ha sido igual. ¿Este tipo de vida moderna no es para mí? ¿Este tipo de vida moderna no es gratis? Vida americana, vivo el sueño americano. Eres lo mejor que he visto, no eres sólo un sueño..."



Escenas del video clip "American Life" (2003).

russ@mindpollen.com "Images from "American Life," the Video Madonna Won't Release." (Imagen digitalizada). 2003.

<http://www.thememoryhole.org/arts/american-life.htm>

23 de octubre de 2003

De nueva cuenta, con "American Life", la "Reina del Pop" llamó la atención del público, pues el video duro sólo un día en las pantallas de MTV Latinoamérica, después de que la solista decidiera ya no trasmitirlo por "respeto a las tropas estadounidenses".

La cantante de "Like a Virgin" divulgó el siguiente comunicado: "he decidido no estrenar mundialmente mi video. Se filmó antes del inicio de la guerra y no encuentro apropiado transmitirlo en estos momentos. Debido al volátil estado del mundo, por sensibilidad y respeto a las fuerzas armadas por quienes rezo, no quiero arriesgarme a ofender a cualquiera que pueda malinterpretar el significado de este video, que es puramente materialista".

El trabajo visual estaba programado para ser estrenado en Europa y Estados Unidos por la cadena VH1, pero no pudo llegar a las pantallas de televisión, lo que deja a MTV Latinoamérica como el único canal en divulgar el clip.

Los videos de la actriz, bailarina, productora, cantante y compositora, en su mayoría, han sido tachados por los medios, pero éste en particular contenía imágenes que podían ser ofensivas para las familias de las tropas que están en Irak, esto provocó una autocensura por parte de la cantante.

Algunos críticos musicales, como Jesús Carrera, profesor de piano en el Conservatorio Nacional de Música, sospecha que todo este caos en torno al video "American Life" forma parte de una estudiada campaña de marketing. Una táctica que a la "Ambición Rubia" siempre le ha reportado resultados y en la que es una verdadera experta.

Idzi Dutkiewicz, experto en música Pop y Rock, quien es locutor de la estación mexicana Alfa 91.3 FM, no se sorprende por este bullicio formado en torno al corto musical: "no es una novedad lo que está pasando con el video, Madonna se distingue por este tipo de críticas y polémicas en sus trabajos visuales".

En contraste con lo declarado por Carrera y Dutkiewicz, Feliciano Carbajal, profesor de ciencias experimentales, ciencias exactas, música y canto, asegura: “El estatus como artista internacional que Madonna ha alcanzado, le permite que haga las críticas que ella considere necesarias, porque es una ciudadana del mundo y el problema de Irak concierne a toda la humanidad.”

Por otro lado, los especialistas piensan que la autorepresión provocada hacia el clip de la cantante, no es idea de ella, sino que hay otras mentes detrás, que generan esas críticas, como aseguró, en entrevista Arturo Macías locutor del “Grupo Radio Centro” y conductor de televisión en “TV Azteca”: “lo que pasa y deja de pasar en los videos no es cuestión de Madonna sino de la disquera, la cual decide qué es lo que funciona más para vender y en este caso el caos provocado por ‘American Life’ no es una coincidencia”.

Hay comunicadores que también defienden a la intérprete de “Vogue” (USA, 1990) y no creen que haya un teatro armado para generar publicidad, como aseveró, en conversación, Fernando Martínez, experto en espectáculo y presentador de la estación Universal Stereo 92.1 FM: “realmente no sé si fue publicidad o no, creo que Madonna conservó su filosofía de mantenerse firme en sus creencias y retirar el video del aire”.

Como toda producción visual, está expuesta a la crítica y hay comunicólogos que creen injusta la retirada del clip. Luis Ángel Gómez López, columnista, profesor y fotógrafo del Diario de Sinaloa y el Sol del Pacífico, expresó en entrevista para esa investigación: “Yo creo que Madonna quiso expresar su opinión acerca del conflicto Estados Unidos versus Irak, pues en realidad ella no necesita tanta publicidad a estas alturas, cualquier cosa que haga, es ampliamente difundida, pero claro, como buena estratega de su carrera, la publicidad ya le viene por añadidura”.

No sólo ha recibido ataques positivos y negativos, también colegas del mundo musical han emitido sus opiniones sobre el tema, tal es el caso de Shakira, quien dijo que hubiera creído que la actriz y cantante tenía más fuerza de carácter, al referirse sobre el retiro del rodaje. Aseguró que la “Chica Material” debió dejar el video al aire. “Habría esperado un

poco más de fuerza de carácter de parte de Madonna. La buena música Pop siempre es política en tiempo de crisis”, aseguró la colombiana, agregando que la “Diva del Pop” debería haber mantenido al aire su reprochado clip (“Un éxito que no conoce fronteras.” (Noticia). 2003. <http://www.terra.com.uy/canales/musica/68/68189.html> 28 de abril de 2003).

Gabriel Imparato, periodista colaborador de la revista electrónica “Todo Mar del Plata Turismo en imágenes y hoteles de Mar del Plata 2”, escribió a propósito del audiovisual: “Madonna lanzó casi a horas del primer ataque aliado a Irak el video del primer sencillo y debió retirarlo de las cadenas musicales para suavizar su visión de Bush & CIA, no porque tema a las presiones patriotas sino sencillamente a causa de querer seguir vendiendo discos en un delicado momento.”

El hecho de quitar el video clip de las televisoras especializadas en música, ocurrió en un momento particular para las artes y los medios de comunicación en general, dentro de un país que se caracteriza por la libertad de expresión, que la comprende como derecho constitucional, sin embargo, como dijo Ramón Fragoso, conductor del noticiario Hechos 7 de TV Azteca, “Estados Unidos se define por ser un país libre, contradictoriamente en los medios no se aplica este derecho, pues no se habla abiertamente de la censura, pero existe, tal es el caso de la información que llega desde la zona de conflicto en Irak y Medio Oriente”.

La cantante de “Erótica” (1992), no fue la única en justificar su trabajo y declaraciones anteriores, también el grupo femenino de música country “The Dixie Chicks”, quienes fuera en el año 2000 triunfadoras en la entrega de premios de la Academia de la Música Country al conseguir dos galardones, al mejor grupo y al mejor álbum. La agrupación se vio obligada a ofrecer disculpas por los comentarios que hiciera su solista Natalie Maines, quien dijo: “estamos avergonzados de que el presidente Bush sea de Texas”.

El retiro de la producción visual, dice MTV Latinoamérica en su página de Internet, es sólo por parte de Madonna misma y no de la cadena televisora. Si ella decide que pasado un tiempo se transmita de nuevo, seguramente formará parte de la programación musical. Expresa la cadena televisora que lo ofensivo del video fue la interpretación que la gente le podía dar, pues incluye imágenes alusivas a la guerra, al ejército estadounidense, y al presidente de Estados Unidos, George Walker Bush.

Previamente al lanzamiento del clip, en conversación para el diario italiano "Corriere della Sera", Madonna declaró que no tenía miedo a la censura, "Estamos en Estados Unidos y la esencia máxima de nuestro país se expresa en el derecho constitucional de decir todo lo que pensamos aún cuando esté en contra de lo que sostiene el gobierno. Espero que no haya censura ni boicot. Si algo ocurre, alguien tendrá que explicarme cuál es la diferencia entre Estados Unidos y alguno de los tantos países fascistas que anulan la libertad de los ciudadanos". Una semana después esa explicación hay que buscarla en la declaración escrita por la "Reina del Pop" donde quita su video del aire por decisión propia, según ella.

El video de la canción "American Life" es el primer sencillo de la producción discográfica que lleva el mismo nombre, contiene 11 temas que fueron grabados durante 12 meses en estudios de Londres y Los Angeles, el material fue elaborado por Madonna y Mirwais Ahmadzaï quien ha compuesto temas como "Music" (2000) y "Die Another Day" (2002).

La prensa señala que este álbum ha sido clasificado como el más original e intenso de su carrera. Según palabras de la propia cantante: "todas estas canciones reflejan mi estado actual. Me siento como si acabara de despertar de un sueño y concibo emociones que varían desde la consternación y la furia, hasta la alegría y la seguridad. Espero haber logrado convertir mis inquietudes personales en emociones universales".



Portada del disco "American Life" (2003).

marvial@brfree.com.br. "Discografía." (Imagen digitalizada) 2000.

<http://www.marvial.hpg.ig.com.br/esp/Madonna/discografia.html>

18 de marzo de 2003

Autocensura, táctica publicitaria o no, eso será un misterio, pero Madonna con este acto, acapara de nuevo la atención del público mundial, quizás pretendiendo demostrar que es un ser humano con sentimientos y una cantante que podría calificarse de conservadora, precavida o apegada a las leyes de su país, pero eso sólo lo sabe ella.

Madonna: el video clip, la música que se ve y las imágenes que se oyen (Estilos creativos, tipo: A, B y C)

Se han cerrado las elecciones, la gente ya voto por su favorito y no hay marcha atrás, llegó la hora de anunciar al ganador de las mejores producciones visuales. Una mujer de esbelta figura, que porta con elegancia un vestido negro de satín y guantes largos, toma un sobre y da a conocer al ganador. La música se eleva, la expectación es grande y... la mujer de se acerca al estrado, acomoda su micrófono y anuncia pausadamente que... la... ganadora... de... la... encuesta... fue... ¡Madonna!

“La ‘Ex Chica Material’, tiene colocados cuatro clips, entre ellos ‘Ray of Light’, dentro de los 100 más votados por la audiencia de MTV. Esto pone el trabajo de la ‘Reina del Pop’, por delante de Michael Jackson, quien sólo cuenta con 3 videos en el TOP 100”, asegura el productor ejecutivo José María Noriega, en su Web “VideoWorld”.

El también director de fotografía agrega al respecto de las producciones visuales de Madonna: “sus primeros video clips, en los que nunca se escatimaron gastos monetarios, llegaron a convertirse en ‘la moda’ que otros miles de artistas siguieron, podemos considerar que su aparición contribuyó al éxito de los canales MTV y VH1”.

MTV asegura que la actriz norteamericana, fue una de las primeras artistas que realizaron video clips en donde se mezclaban historias con la música de sus canciones.

Por su interesante carácter visual, veamos a continuación, cuáles y cuántos estilos creativos ha utilizado Madonna en la producción de sus video clips durante su carrera artística de 1982 a 1999, (recordemos que la definición de los estilos creativos de la Maestra Lourdes López la revisamos en el capítulo: “El universo creativo y narrativo que se encuentra en la realización del video clip”).

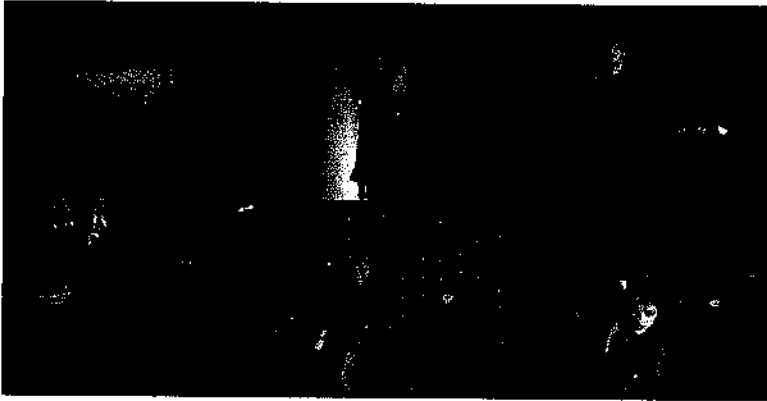
La investigación de los estilos creativos, se realizó mediante el método de observación planteado por cineasta mexicano Alejandro González Iñárritu, el cual propone bajar el audio del video para saber si las imágenes cuentan visualmente una historia.

Everybody, un sueño hecho realidad (Estilo creativo tipo "A")

"Madonna creó a MTV y MTV creó a Madonna" así asegura la cadena televisiva en uno de sus programas de aniversario, pues el video "Everybody" (USA, 1982), se consideró por la empresa como el primero clip con preproducción y cortes de cámara que en la época de los 80 no se hacía, de la misma forma admite la televisora, que su principal artista es la intérprete de "Like a Virgin".

Al bajar el audio al video para saber si las imágenes cuentan visualmente una historia, se observa que es una presentación en directo, realizada en la discoteca "The Paradise Garage Club", de Nueva York. En la filmación, la cantante realizó una coreografía con dos bailarines, uno de ellos es su hermano Christopher Ciccone, quien tiempo después se convertiría en su director de arte y productor de diseño en sus conciertos; y el otro es la diseñadora Erica Bell, quien posteriormente trabajara con Madonna en los video clips "Lucky Star" (USA, 1983) y "Papa Don't Preach" (USA; 1986).

"Everybody" se enfoca sólo en la música y en el baile, dejando a un lado la historia de la canción, la cual relata la alegría que la intérprete pregonaba en esa época con un coro que dice así: "...Sé que has estado esperando, sí, te he estado observando, sí, sé que quieres levantarte, sí. Vamos todos, vamos, bailen y canten. Todos, levántense y hagan lo suyo. Deja que la música tome el control, encuentra una rutina y déjate llevar..." Esto ubica al clip en el primer estilo creativo tipo "A", pues la canción aunque contiene historia no es narrada en las imágenes, éstas sólo muestran una presentación coreográfica, y se simboliza así: canción con historia \emptyset (conjunto vacío) imágenes en vivo.



Madonna – Everybody (Presentación en vivo, 1982).

Fotografía. Tesina. Gládis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.
México.

El rodaje del clip fue dirigido por Ed Steinberg en 1982, con un presupuesto de mil quinientos dólares, costó unas tres mil veces menos que su video “Express Yourself” (USA, 1989). Las tomas que más destacan en la presentación son: American Shot, Medium Shot, Full Shot, y Group Shot, éstas dan a entender que los protagonistas del video son todos los presentes en el club junto con Madonna, haciendo alusión a título de la canción. En cuanto a los movimientos de cámara sólo se usa Travelling Left y Right. En cuestión de edición, las transiciones entre imágenes son a corte y con disolvenencia, las tomas y movimientos eran los más usados en la época de los 80.

Sobre la presentación David Juárez, observador de la vida y obra de Madonna, comentó: “En realidad eran tres bailarines que debían aparecer en escena, pero uno de ellos no se presentó en el rodaje por lo que Madonna tuvo que rediseñar la coreografía en plena grabación”.

“Everybody”, se puede encontrar actualmente en los discos “Pre-Madonna” (1996) o “In The Beginning” (1998) y “MADONNA” grabados con Sire Records en julio de 1983.

La canción no alcanzó el éxito de la noche a la mañana, aunque llegó a vender una cantidad de 80 mil ejemplares en los primeros meses. La gente daba por supuesto que Madonna era una cantante negra, por la ausencia de su imagen en la portada del sencillo y gracias a que las emisoras de Rhythm and Blues programaron más la canción a comparación de otras estaciones.

Para Madonna esta melodía no sólo trajo éxito y su primer video clip, también incitó un problema con su baterista Stephen Bray, quien colaborara posteriormente en la musicalización del filme "Who's That Girl?" (USA, 1987). Desde un primer momento supuso que sería Bray quien produciría la canción, pero su inexperiencia hizo que Sire y Madonna eligieran al Disc Jockey Mark Kamins como productor, tiempo después él trabajaría con Beastie Boys y Sinéad O'Connor. Esto llevó a una fuerte discusión entre ella y Bray, incluso provocó que dejaran de hablarse durante una época.

Holiday, un cambio de planes (Estilo creativo tipo "A")

"El video original de 'Holiday', no se utilizó pues era tan malo, que se decidió vender la actuación en concierto", explicó en entrevista David Juárez, conocedor de la vida y obra de Madonna.

Ángel Iván Araujo, ingeniero en sistemas y experto en el trabajo visual de la cantante, coincide con David Juárez en que la filmación original de "Holiday" (1983), era muy pobre y agregó: "el primer rodaje de la canción fue filmado en Nueva York, era el segundo que Madonna grababa. Éste nunca fue comercializado y es prácticamente imposible conseguirlo o verlo actualmente. Recuerdo que un día lo presentaron en MTV a propósito de festejar los 40 años de edad de la 'Diva del Pop'. El fragmento que se pasó fue mínimo y mostraba el típico look que ella usaba en esa época, con mallas. El clip sólo la mostraba cantando el tema con un micrófono en la mano y luces negras en el escenario".



Video clip original de "Holiday" (1983).

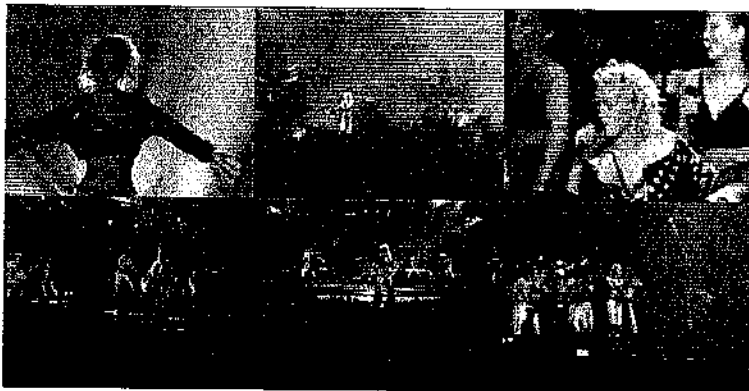
Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.

México.

El video que se decidió distribuir de la canción "Holiday" el cual conocemos actualmente, fue tomado de la gira "The Blonde Ambition Tour" (USA, 1990), dirigido por Alek Keshishian, quien realizó años más tarde la película "With Honors" (USA, 1994). Las tomas más usadas en el clip son: Extreme Long Shot, Medium Shot, American Shot, Long Shot y Group Shot, como es un concierto se muestra la audiencia y a la cantante todo el tiempo. Los movimientos de cámara son realizados por medio de una grúa y los que destacan son: Boom Up, Boom Down, Tongue Left y Tongue Right. En cuanto a la edición, las transiciones de imágenes son a corte.

El video de "Holiday", está ubicado en el primer estilo creativo tipo "A", pues sólo nos presenta una actuación en vivo con coreografía, esas imágenes no contiene historia ni relación con el relato que nos muestra la melodía, la cual dice: "...vacaciones, celebrar, si tomamos unas vacaciones, tomamos algún tiempo para celebrar, sólo un día en la vida,

sería, sería tan bonito. Que todos propaguen el rumor, vamos a tener una celebración alrededor del mundo, en cada nación. Es hora para los buenos tiempos, olvidar los malos...” La no relación entre imágenes y melodía se representa así: canción con historia Ø (conjunto vacío) imágenes en vivo.



Madonna – Holiday (Presentación en vivo, The Blonde Ambition Tour, 1990).

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.

México.

Dany, presidente del Club internacional “Imperio Madonna”, dice sobre “Holiday”: “está muy bien editado el video y se transformó en un clásico. Proyecta frescura, mucho ánimo, aunque por desgracia con demasiados bailarines en escena”.

Al parecer, en sus inicios artísticos por falta de presupuesto la cantante concibió esta clase de clips en vivo. Como siempre hay a quienes no les gusta el trabajo realizado de un concierto, como explica en entrevista para CNI, Ángel Flores, productor mexicano de videos: “yo no haría una clip en vivo, porque es sólo una exposición de tocaditas anteriores que realizó el artista o grupo, en el que se refleja lo que está pasando en un concierto. Ese tipo de filmaciones se puede decir que no tienen director, pues la realización es sólo el artista tocando con una buena fotografía. Para mí no hay realmente una dirección, la edición le da ritmo y nada más”.

Por otro lado, algunos consumidores de los clips de Madonna, como Lorena Vargas, contadora pública y experta del trabajo visual de la “Reina del Pop” desde hace más de 10 años, no comparte el pensamiento de Ángel Flores, pues piensa que “las presentaciones en vivo están bien ya que acercan más al público con el artista que no pueden ver en sus países, de esta forma se dan una idea de lo que es tener en concierto a su ídolo”.

Respecto a la canción, ésta fue compuesta por Curtis Hudson y Lisa Stevens, quienes más tarde crearían la melodía “Not Today” incluida en la cinta “Barbershop 2: Back in Business” (USA, 2004), para grabarla en el disco llamado “MADONNA”, producido con la compañía Sire Records en julio de 1983.

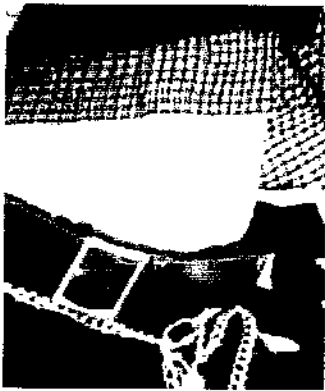
La intérprete de “Material Girl” recuerda la inserción de este tema en el álbum: “ya teníamos siete canciones, para completarlo nos dijeron que usáramos la melodía “Aint’ n No Big Deal”, pero no logró gustarnos. “Holiday” fue traída a nosotros por el Disc Jockey John Jellybean Benítez, quien era mi amigo. Él tenía varias maquetas de artistas que acudían a su estudio para que les abriese camino en la música. Yo quedé fascinada con “Holiday” y persuadí a los directivos de Sire para que la incluyeran en el disco y producirla el mismo Jellybean. De esta forma conseguí que el álbum tuviera tres productores en sus créditos, lo cual no estaba mal para una debutante en esos años”.

Algo que le ha sucedido a Madonna, con esta canción en particular, comenta David Juárez, conocedor de la vida y obra de Madonna, “es que le tiene un especial cariño, pues ‘Holiday’ es la melodía que más veces ha interpretado en directo, de hecho ha estado incluida en todas sus giras”.

Lucky Star, un ombligo al descubierto fue su estrella de la suerte (Estilo creativo tipo “A”)

“Hubo un tiempo, durante la juventud de la artista, que las adolescentes vestían como ella, como ahora sucede con Britney Spears. La juventud siempre ha sido, en su mayoría, propensa a imitar el vestir de sus ídolos por ser una manera de identificación con ellos, y el clip ‘Lucky Star’, hizo que las ombligueras se pusieran de moda y la fama de la cantante creciera”, aseguró en entrevistas Luis Ángel Gómez López, columnista, profesor y fotógrafo del Diario de Sinaloa y el Sol del Pacífico.

Mostrar el ombligo en la época en que salió este clip era una novedad, por tal motivo “el video clip de ‘Lucky Star’ hizo que a Madonna se le conociera por enseñar esa parte de su cuerpo. Ella misma dice que es la zona más erógena de su organismo y que es perfecto”, asegura David Juárez.



Ombliigo de Madonna en el video clip “Lucky Star”

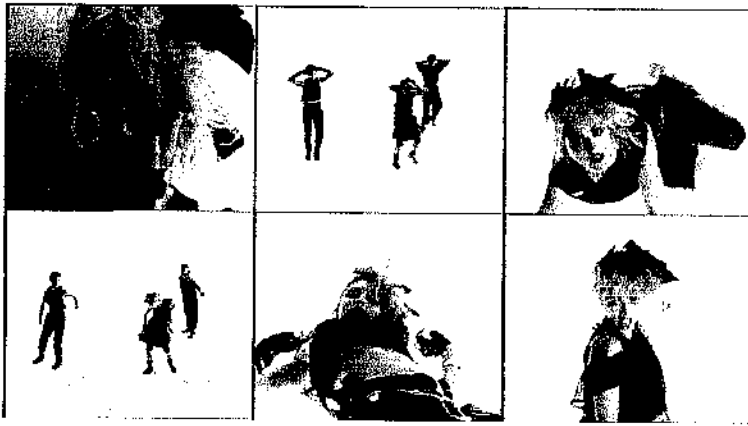
Fotografía. Tesina. Gládis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.

México.

La secuencia musical, fue dirigida en Los Angeles por Arthur Pierson, él trabajó en 1987 con el grupo R.E.M.; y producida por Glenn Goodwin, quien realizara en 1989 el programa de televisión “Olivia Newton-John: Warm and Tender”. La dirección artística corrió por

parte de Madonna. En cuanto a las tomas, destacan: Medium Close Up, Group Shot, Tight Shot del ombligo de la intérprete, Medium Shot y Close Up. Como es un video provocativo, la protagonista es Madonna y aparece todo el tiempo a cuadro. En esta producción visual se comienza a dar uso de algunas técnicas de encuadre como la toma picada y contrapicada. En la edición, se usaron ciertas transiciones de imagen como corte, disolvencia y wipes.

Existen dos versiones del video clip, la primera contiene una interpretación editada de la canción que se grabó para el álbum "The Immaculate Collection", tiene una duración de tres minutos con 55 segundos. La segunda, proviene de la producción "U.S. Remix Edit", la cual se puede localizar en la recopilación "Madonna EP" y dura cinco minutos con cuatro segundos. Ambos clips pertenecen al estilo creativo tipo "A", pues la canción aunque contiene una historia, ésta no es narrada en las imágenes. La balada se basa en el amor, fue escrita por la propia Madonna, en ella se halaga a un chico, el cual significa la estrella de la suerte para la intérprete. "...debes ser mi estrella de la suerte, porque haces que la oscuridad parezca estar lejos. Cuando esté perdida serás mi guía. Tan pronto como me de la vuelta estarás a mi lado. Luz estelar, brillo estelar. La primera estrella que veo está noche." Este es el coro de "Lucky Star". Las imágenes del video sólo muestran una presentación coreográfica, de dos bailarines que acompañan a Madonna mientras ella canta y se mueve en el escenario, la no relación entre música e iconos y se simboliza así: canción con historia \emptyset (conjunto vacío) imágenes en vivo, Hay que recalcar que aunque el video no es una presentación en concierto tiene todas las características para enmarcarlo en estilo creativo "A".



Madonna – Lucky Star (video clip, 1983).

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.
México.

Respecto a la balada, se encuentra incluida en el disco “The First Album” (1983), producido por Madonna y Reggie Lucas quien realizó tiempo después la canción “Never Knew Love Like This Before” contenida en la cinta “Deliver Us from Eva” (USA, 2003). Más tarde fue remasterizada por Shep Pettibone para el material “The Immaculate Collection” (1990). Pettibone compuso a continuación la canción “This Used To Be My Playground”, interpretada por la “Diva del Pop” e incluida en la película “A League of Their Own” (USA, 1992).

Dress You Up, todas somos Madonna (Estilo creativo tipo “A”)

En la calle cuatro chicas salen de la parte trasera de una camioneta, mientras un grupo más grande se ubica en las escaleras de un estadio, esperando a que comience el concierto.

Afuera no paran de llegar los autos llenos de admiradoras. Unas cuantas jóvenes gritan eufóricas, al unísono, se oye: ¡Madonnaaa! Algunas se percatan de la presencia de las

cámaras de televisión y están listas para modelar sus atuendos, los cuales son parecidos a los que usa su estrella favorita. Por fin llega el momento de entrar, las luces se encienden, la gente grita, una batería suena al fondo, alguien comienza a bailar arriba de unas escaleras blancas. Alguien grita: -¡Es... es ella! La cantante baja lentamente al ritmo de la música, se acerca al micrófono, entona una canción. A su lado están dos bailarines. Los músicos y las coristas, están al fondo del escenario listos para comenzar el show.

Así nos muestra Madonna su video clip “Dress You Up” (1985), dirigido por Danny Kleinman, quien ha trabajado con grupos como Pat Benatar y Van Halen. “Dress You Up” contiene una presentación en vivo de la cantante, extraída de la gira ‘The Virgin Tour’ (1985).



Madonna – Dress You Up (Presentación en vivo, The Virgin Tour, 1985).

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.

México.

El clip grabado en Detroit, ciudad donde pasó su juventud la llamada “Ambición Rubia”, se ubica en el primer estilo creativo tipo “A”, pues al tener una anécdota clara en la canción, el video presenta sólo imágenes en vivo que no se relacionan con el tema central de la

melodía. La historia de la canción cuenta como el amor puro, sincero y fuerte, puede vestir a una persona de pies a cabeza, como dice su estribillo: "...te vestirás con mi amor completamente, completamente. Vestirás con mi amor todo tu cuerpo, siente el sedoso contacto de mis caricias, ellas te mantienen luciendo tan fino y delicado. Déjame cubrirte con besos de terciopelo, crearé un estilo apropiado para ti...", la no relación entre el video y la canción se representa así: canción con historia \emptyset (conjunto vacío) imágenes en vivo.

Las tomas más usadas en el clip son: Extreme Long Shot, Medium Shot, American Shot, Long Shot, Medium Close Up y Group Shot, como es un concierto se muestra la magnitud de audiencia y la influencia que tiene Madonna sobre sus fans, en cuanto a moda se refiere. Los movimientos de cámara que destacan son: Boom Up, Boom Down, Tongue Left, Tongue Right, Tilt Down y Dolly Out. En la edición, las transiciones de imágenes son a corte y con disolución, estas tomas y movimientos fueron muy característicos en los videos de la cantante de los años 80.

Respecto a la correlación entre video y música, Lorena Vargas, experta en la carrera de Madonna, piensa: "'Dress You Up' es una balada rítmica muy hermosa y pegajosa, aunque por desgracia tiene un video muy sencillo, pero se puede ver a una Madonna juvenil, alegre con una apariencia que la hace ver irreconocible hoy en día".

La melodía que en español se llama "Vístete" se puede encontrar en el disco "Like a Virgin", realizado en noviembre de 1984 para la disquera Sire Records, de este modo fue incluido en el álbum recopilatorio "MADONNA", grabado sólo para Norteamérica el cual reúne éxitos de 1985 a 1990.

Crazy For You, la razón se pierde por amor (Estilo creativo tipo "A")

"...el salón se balancea cuando comienza la música, los extraños se mezclan en la oscuridad. De dos en dos, sus cuerpos se hacen uno. Te veo a través del aire lleno de humo. ¿No puedes sentir el peso de mi mirada? Estás tan cerca, pero aún hay un mundo entre los dos. Me muero por decirlo, puedes apostararlo, estoy loca por ti..." Así comienza la balada "Crazy For You", la cual habla de amor, seducción y romance. La historia básicamente se centra en una declaración de amor, por parte de una chica para un hombre y según algunos conocedores de la música Pop, como Ángel Iván Araujo: "la rola tienen una historia central a diferencia del video clip el cual sólo posee una presentación en vivo de Madonna en un Bar, con luces, humo y el grupo musical toca atrás de ella".

El video está ubicado en el primer estilo creativo tipo "A", pues la canción muestra una anécdota clara pero el video clip no, en él sólo hay una actuación en concierto en la que se llega a utilizar ciertas escenas de la película "Vision Quest" (1985), y se representa así: canción con historia \emptyset (conjunto vacío) imágenes en vivo.

Las tomas más usadas en el clip son: Tight Shot, Medium Shot, Long Shot, Medium Close Up y Extreme Long Shot, estas muestran escenas de la filmación y del Bar, donde la cantante sobre sale todo el tiempo. Los movimientos de cámara que destacan son: Travelling Right y Dolly Out. En cuanto a la edición, las transiciones de imágenes son a corte y con disolvencia, detalles característicos de la época de los 80.

Para algunos conocedores, "el video de 'Crazy For You' carece de creatividad, en lo personal yo no haría un video de una presentación en vivo que intercale escenas de una película, pues realmente no hay un trabajo de preproducción, sólo edición que pone las cosas bonitas, aunque la artista esté congelada en todas las escenas, como una estatua, no obstante hay que admitir que en la década de los 80 eso era válido pues no existía un mercado videoclipero como hoy en día", afirmó en entrevista Karla Medina, cineasta independiente.

Por otro lado hay quienes justifican el trabajo visual de “Loca por ti”, que sería su título en español, Lorena Vargas, afirma: “es un clip sencillo pero bueno, se hizo de esta forma por la falta de presupuesto, ya que Madonna comenzaba su carrera y a la par del lanzamiento del clip se emitió también ‘Materia Girl’ entonces no había mucho dinero”.



Madonna – Crazy For You (Presentación en vivo, 1985).

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.

México.

La melodía está incluida en la banda sonora de la cinta “Vision Quest” y fue grabada para la compañía Gaffen Records, También está contenida en el disco la “Isla Bonita (Super Mix)”, grabado en 1985 para la disquera Sire Records.

La película “Vision Quest” dirigida en 1985 por Harold Becker, quien en el año 2001 trabajó con John Travolta en el filme “Domestic Disturbance” (USA). “‘Vision Quest’ fue renombrada como ‘Crazy For You’ gracias al éxito que tuvo la canción, la cual subió como la espuma a diferencia del filme, pues no tuvo aceptación”, confirma Mariano Benedetti, músico argentino.

Gambler, semejante pero diferente (Estilo creativo tipo "A")

"La falta de presupuesto no justifica la carencia de creatividad en 'Gambler'", insistió Karla Medina, productora mexicana experta en la vida profesional de la bailarina norteamericana, quien recapacitó: "tal vez pudo ser esa la intención grabar dos videos semejantes para el sound track de la película, aunque en lo personal no lo creo. Fue más bien por falta de creatividad del director, una canción tan buena fue desperdiciada, aparte eran sus comienzos como solista y no había mucho dinero para hacer algo decente".

Hay quienes coinciden con Medina, y uno de ellos es Carlos Somontes, director de cine mexicano quien explicó en entrevista para CNI: "el video debe vestir a la música, le pones imagen, entonces con este trabajo creativo, se ha dado el caso en que el video le gana a la rola, pero creo que no son enemigos, el video es un punto de apoyo para la canción y cuando no lo hace, el trabajo no sirve".

A juzgar por Dany, presidente del club internacional "Imperio Madonna", "Gambler" tiene una minúscula diferenciación visual a comparación de "Crazy For You" y añade: "la filmación de 'Gambler' fue el segundo trabajo visual que se realizó de la película 'Vision Quest' (USA, 1985). Madonna aparece cantando en un club mientras suceden imágenes de la película, hay una sutil variación visual que coincide con el ritmo del tema, pero el resto es igual al anterior que se llamó "Crazy For You".



Madonna – Gambler (Presentación en vivo, 1985).

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.

México.

Al igual que “Crazy For You”, “Gambler” muestra a Madonna cantando en una especie de Bar semejante al que presenta la película “Vision Quest”, en el video se intercalan escenas del filme. Las tomas usadas en el clip son las mismas que en “Crazy For You”: Tight Shot, Medium Shot, Long Shot, Medium Close Up y Extreme Long Shot. Los movimientos de cámara que destacan son: Travelling Right y Dolly Out. En cuanto a la edición, las transiciones de imágenes son a corte y con disolvencia, pero tienen una diferencia con “Crazy For You”, pues “Gambler” posee una edición rítmica, las imágenes cambian al compás de la batería. Se agregan algunos efectos como cuadros congelados y en cámara lenta.

Al igual que “Crazy For You”, “Gambler” se instala en el primer estilo creativo tipo “A”, pues tiene una canción con historia que no se representa iconográficamente. El relato de la melodía expone a una mujer fría y calculadora, quien sabe lo que debe hacer para conseguir lo que desea, arriesgando y apostando todo. “Soy una apostadora, una apostadora, tu no eres feliz con la manera en que actúo, sería mejor que te des vuelta muchacho, no mires atrás. Estás enojado, sabes que puedo darme cuenta, sólo estás celoso porque no puedes ser

como yo...”, la no relación entre video y música se representa de la misma manera: canción con historia \emptyset (conjunto vacío) imágenes en vivo.

Respecto a la melodía, ésta se puede encontrar en el disco que lleva el mismo nombre de la película “Vision Quest”, grabado en 1985 para la compañía Gaffen Records. También fue incluida en el álbum “La Isla Bonita (Super Mix)”, realizado en 1986 para Sire Records.

Borderline, al filo de la incertidumbre (Estilo creativo tipo “B”)

“Madonna se sube a la azotea de un edificio para mostrarle al mundo que había nacido una leyenda”, de esta forma describió el trabajo visual realizado en “Borderline” (USA, 1984), Ángel Iván Araujo, y sobre el tema añadió: “este fue el primer video de Madonna en ser tomado en cuenta por su estética y contenido”.

La actriz y cantante interpreta en “Frontera”, que sería su título en español, a una chica de clase obrera que se convierte en modelo de revista, ella se deslumbra por el glamour que rodea este mundo de la moda y cambia su forma de ser, principalmente con su novio.

En la historia el galán de Madonna se siente desplazado y sus celos comienzan a aflorar, él le pide a ella que decida entre el trabajo y el amor. Con estos reproches la protagonista se siente al borde, en la línea divisoria, en la frontera de la relación. Al final del clip ella decide quedarse con el amor verdadero que le da el chico. La historia visual es clara y se relaciona con la letra de la canción la cual dice: “...algo en tus ojos me está ruborizando, cuando me tienes en tus brazos me quieres hasta que no puedo ver, pero entonces me dejas. Cuando miro a mí alrededor, cariño, no te puedo encontrar. Deja de alejarme, tan sólo quiero quedarme. Hay algo que tengo que decir, sólo trata de entender, he dado todo lo que puedo...” Por la correlación entre música y video, el clip se encuentra colocado en el estilo creativo tipo “B”, y se representa así: canción con historia = (igual) imágenes de video.

Las tomas más usadas en el clip son: Group Shot, Tight Shot, Medium Shot, Medium Close Up, Full Shot, American Shot y Plano Holandés, pues el video es muy descriptivo y estas tomas ayudan a comprender la historia. En cuanto a la edición, las transiciones de imágenes son a corte, por otro lado, se manejan escenas en blanco y negro, otras a color, para diferenciar el mundo real donde vive su novio y el ficticio en donde ella modela. Igualmente aparece la técnica de encuadre en primer plano, por primera vez en un video de la cantante.

Las imágenes del clip fueron grabadas en Los Angeles y nominadas al premio MTV como mejor video de una artista, pero perdió ante "Sweet Dreams" (UK, 1983) del grupo The Eurythmics.

Respecto al desenlace amoroso en donde Madonna se queda con el amor de su vida y deja la supuesta fama, Luis Ángel Gómez López, columnista, profesor y fotógrafo del Diario de Sinaloa y el Sol del Pacífico opinó: "Madonna no es conservadora, tan sólo quiere, como todo ser humano, una relación sentimental estable y tratar de alcanzar la felicidad. ¿Innovadora? La verdad, es que la mayoría de las veces, Madonna no nos ha presentado cosas nuevas, sino que ella ha retomado imágenes, looks, estilos de otras estrellas, e incluso hasta escenas de películas, fotografías y pinturas, eso sí, les ha impuesto su muy particular sello que los hace diferentes del resto".



Madonna – Borderline (Video clip, 1984).

marvial@brfree.com.br. "Borderline." (Imagen digitalizada) 2000.

<http://www.marvial.hpg.ig.com.br/esp/Madonna/video/eyvideo.html>

29 de marzo de 2003

Sobre la realización de este trabajo visual, Dany, presidente del club internacional "Imperio Madonna" y experto en los clips de la cantante opinó: "por la forma en que está filmado parece en ciertos tramos una película. Amor de barrio, cambios de hábito, seudo estrellato, es la historia de 'Borderline' con un video tranquilo como la melodía, esto lo hace un buen trabajo visual".

Los productores mexicanos coinciden con Dany, en que la mejor realización iconográfica puede ser aquella que por medio de las imágenes describe la canción, como sucede en una película con su guión, aunque en ocasiones la canción no se presta para hacer un buen trabajo visual o al menos así piensa Ángel Flores, director de cine mexicano, quien señaló en entrevista para CNI: "no hay buenos o malos clips, hay buenas o malas rolas. La verdad es que casi siempre lo que le pongas a tu trabajo va a estar bien, es muy difícil que te moleste o de plano la debe de haber regado el realizador, para que una canción que te gusta mucho el video lo detestes. Es fácil hacer un clip si sigues el guión del mismo, que sería la canción, como se hace en el cine".

La letra de "Frontera" corrió a cargo de Reggie Lucas, quien fuera el productor del disco "The First Album". La balada se encuentra en el álbum llamado "MADONNA" grabado formalmente con la disquera Sire Records en 1983. Acerca del disco, muchos pensaron que la cantante rubia era ambiciosa, pero más que nada soñadora, o así lo recuerda su amiga y actriz Debi Mazar, quien trabajó junto a Tom Cruise en la cinta "Collateral" (USA, 2004), en entrevista para MTV: "cuando ella estaba grabando su primer disco y me lo dijo, yo le comenté que estaba bien, pero no le creí".

Papa Don't Preach, ¿sexo desenfrenado? (Estilo creativo tipo "B")

"La melodía 'Papa Don't Preach' incita al sexo fácil y a la irresponsabilidad", decían los detractores de Madonna en 1986, según nos contó en entrevista Iván Araujo, ingeniero en

sistemas y experto en el trabajo visual de la también actriz norteamericana quien añadió: “ha sido uno de los videos más criticados pese a su excelente fotografía, pues en él la ‘Emperatriz del Pop’ interpreta a una chica que queda embarazada y decide tener a su bebé pese a quien le pese”.

La transmisión del clip causó polémica, grupos pertenecientes a la Iglesia Católica norteamericana se opusieron a su divulgación, sin embargo en lugar de causar la censura del trabajo, esto dio como resultado un éxito en ventas.

Respecto a la temática del clip, Luis Ángel Gómez, columnista, profesor y fotógrafo del Diario de Sinaloa y el Sol del Pacífico piensa: “Madonna refleja muchas veces su sentir, en cuanto a los hechos que vive la juventud, no se trata si son los valores que ella tiene o no, más bien toda su carrera ha copiado sucesos de la sociedad y le ha funcionado para vender, pero no por eso desmerece la originalidad que tienen sus trabajos”.

En la producción visual, la “Diva” se caracteriza como una chica de 16 años, proveniente de una clase obrera, quien vive en un barrio. El padre de la protagonista es encarnado por el actor Danny Aiello, cuyo personaje se enoja con su hija por estar embarazada del chico que a él nunca le agradó. Recordemos que Aiello trabajó en la cinta “The Last Don II” (USA, 1998) interpretando a Don Domenico Clericuzio.

“Papa Dont’n Preach” fue filmado en la isla de Staten de Nueva York, dirigido por James Foley, unos de los creadores de la serie televisiva “Gun” (USA,1997), y ubicado en el estilo creativo tipo “B”, ya que la historia visual es la misma que la presentada en la melodía, en ella se describe la preocupación de una chica por decirle a su padre que está esperando un bebé y que va a tenerlo, sin esperar un sermón ni un regaño por esto, cuando se entera su padre se desconcierta del hecho, pero al final la apoya. La melodía dice: “Papá sé que vas a estar enojado porque siempre fui tu niña, pero ya deberías saber que no soy un bebé. Siempre me enseñaste entre lo bueno y lo malo. Necesito tu ayuda, papá por favor sé fuerte,

puede ser joven mi corazón, pero sé lo que estoy diciendo. Ese del cual me advertiste, ese del cual me dijiste que me alejara, ambos nos metimos en un gran lío...” La compatibilidad entre música y video se simboliza así: canción con historia = (igual) imágenes de video. Las tomas más usadas en el clip son: Group Shot, Full Shot, Tight Shot, Medium Shot, Long Shot, Medium Close Up, American Shot y Extreme Long Shot, estas describen el lugar donde se desarrolla la historia y el dramatismo que muestra cada personaje. Los movimientos de cámara que destacan son: Zoom In y Boom Down. En cuanto a la edición, las transiciones de imágenes son a corte, y las escenas cambian al ritmo de la música, esto muestra un video más producido a comparación de sus primeros trabajos visuales.



Madonna – Papa Don't'n Preach (Video clip, 1986).

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.

México.

La producción ganó el MTV Video Music Awards al mejor video femenino, también estuvo nominado a la mejor interpretación y al mejor montaje, perdió ante “Sledgehammer” de Peter Gabriel (1986), y a la mejor fotografía, perdió ante “C'est La Vie” (1986) de Robbie Nevil.

La canción está incluida en el álbum "True Blue" grabado con Sire Records en noviembre de 1984, fue escrita por Brian Elliot y Madonna, la música es de Elliot y Jacobsen Music Pub. Co. ASCAP.

Oh Father, ajuste de cuentas (Estilo creativo tipo "B")

Afuera está helando, con tanta nieve apenas se puede ver a lo lejos que alguien ha muerto. El cementerio está cubierto de una alfombra blanca que la nieve dejó. Algunos ángeles de mármol toman vida y comienzan a cantar.

Así se muestra "Oh Father" (1989), video clip de la cantante Madonna, el cual nos relata la infancia e incomprensión que vivió la "Reina del Pop" junto a su padre Silvio Ciccone.

Para la prensa norteamericana, esta balada fue realizada para ajustar cuentas emocionales con su progenitor, quien se encontraba en la ciudad de Los Angeles, lugar donde se filmó el clip dirigido por David Fincher, conocido por haber realizado la película "Fight Club" (ALEMANIA/USA, 1999).

En el pasado la artista reconoció que la relación con su papá fue difícil, al grado de que no se podían ver a los ojos. Ese conflicto la llevó a abandonar a temprana edad su casa, pero a pesar de eso ha sido cautelosa en hablar a cerca de lo que ella llama "la más sensitiva y difícil relación" que ha tenido.

Ángel Iván Araujo, ingeniero en sistemas y experto en el trabajo visual de la también actriz norteamericana, considera al video "Oh Father": "como emotivo, pues enmarca una de las baladas más sentimentales y personales en la carrera de Madonna, pues mostró datos desconocidos de la vida personal de la cantante en esa época de su vida familiar. Realizado en blanco y negro, destaca muy bien la fotografía y eso lo hace un gran video".



Madonna – Oh Father (Video clip, 1989).

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.

México.

La mujer del corto musical vive abusos de autoridad por parte de su pareja y eso le trae recuerdos de su niñez, pues su padre también la lastimaba.

Esos maltratos representados en el clip, según la propia Madonna, los vivió con su exesposo Sean Penn, de quien se divorció, el 5 de enero de 1989.

“Oh Father” se encuentra ubicado en el segundo estilo creativo tipo “B”. La letra de la canción exhibe una anécdota clara y las imágenes dramatizan la misma. “...Oh padre, si tú nunca quisiste vivir así, si nunca quisiste hacerme daño, ¿por qué estoy huyendo? Tal vez algún día cuando mire atrás, podré decir: tú no quisiste ser cruel, alguien te hirió a ti también...” Así finaliza la historia relatada en “Oh Father”, que expone el sufrimiento tanto

emocional como físico que vivió la “Diva del Pop” junto a su padre. Esto lo vimos anteriormente en el apartado llamado “Keep It Together (Mantenla Unida)”. En el relato musical e icónico, hay una relación completa, esto se representa así: canción con historia = (igual) imágenes de video.

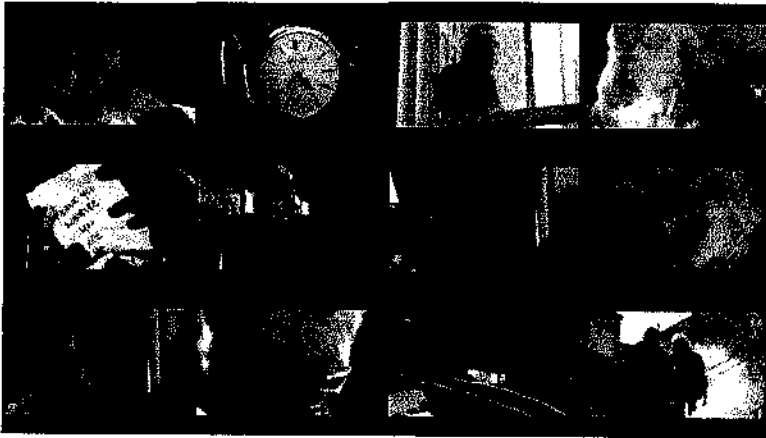
Las tomas más utilizadas en el clip son: Tight Shot, Medium Shot, Long Shot y Medium Close Up, éstas muestran una descripción visual amplia de la historia. Los movimientos de cámara que subrayan son: Travelling Right, Dolly Out, Dolly In, Zoom Out y Zoom In. En cuanto a la edición, las transiciones de imágenes son a corte, con disolvencia y Fade Cross. El video contiene actos conmovedores, para ello se han empleado diferentes factores de iluminación como: luz lateral, luz cenital, contra luz, algunos efectos en cámara lenta y técnicas de encuadre con tomas en primer plano y tomas picadas. Por lo anterior, en este clip se ve una descripción icónica más avanzada, que incluye diversos elementos que enfatizan la dramatización.

La canción fue escrita por Patrick Leonard, conocido por haber musicalizado la película “With Honors” (USA, 1994), y se encuentra en el disco “Like A Prayer”, grabado para la disquera Maverick en 1989. También se puede escuchar en el álbum “Something To Remember” realizado con la compañía Warner Bros en 1995.

Bad Girl, el que mal hace mal acaba (Estilo creativo tipo “B”)

Un ángel ha bajado a la tierra, éste regresa el tiempo para ver los últimos días de vida de una mujer ejecutiva que vive al límite y con excesos. Por su mal comportamiento, pagará caro sus abusos y será asesinada por un demente, que horas antes le brindó placer.

Esta es la historia central de “Bad Girl” (1993), basada en la vida de Sarah Jennings, protagonista del filme “Dangerous Game” (USA, 1993), y en Rebecca Carlson, personaje interpretado por Madonna en “Body of Evidence” (ALEMANIA / USA 1993).



Madonna – Bad Girl (Video clip, 1993).

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.

México.

En “Bad Girl” la nueva “Chica Espiritual”, como se le conoce por practicar el yoga, se muestra como una adicta al tabaco, alcohólica, promiscua que trata de ser “feliz”, pero no lo consigue nunca. Ella se relaciona con personas de dudosa reputación. Su cita final será con el ángel de la muerte, interpretado por el actor Christopher Walken, quien realizó el papel de Max Shreck en la cinta “Batman Returns” (USA / UK, 1992).

Para el músico Mariano Benedetti, resulta original la forma en que finaliza la historia del clip, pues la “Diva del Pop” y el ángel de la muerte se van juntos en una silla voladora mientras ella ve como una ambulancia se lleva su cadáver.

Luis Ángel Gómez, columnista, profesor y fotógrafo del Diario de Sinaloa y el Sol del Pacífico, piensa que el mensaje del clip es muy claro, “la elegante chica ejecutiva que termina entregándose a las manos de la muerte, por haber llevado una vida vacía, donde predominaba el tener sexo mas no hacer el amor”.

“Bad Girl” se ubica en el segundo estilo creativo tipo “B”, simbolizado: canción con historia = (igual) imágenes de video, pues la historia visual de la mujer fatal se apega completamente a la letra de la canción la cual dice: “Algo se está perdiendo y no sé por qué, siempre siento la necesidad de esconder mis sentimientos hacia ti. ¿Es de mí o de ti de lo que estoy asustada? Me digo a mí misma que te enseñaré de lo que estoy hecha, no puedo resignarme a dejarte ir. No quiero causarte dolor, pero te quiero lo mismo y tú siempre serás mi chico. En mi corazón sé que nos hemos separado y no sé por donde empezar. Qué puedo hacer, no me quiero sentir triste. Chica mala, borracha a las seis, besando los labios de otro, fumé demasiados cigarrillos hoy, no soy feliz cuando actúo así...”

Las tomas más usadas en el clip son: Tight Shot, Medium Shot, Extreme Long Shot, Full Shot, American Shot, Big Close Up y Medium Close Up, éstas describen las escenas que se relacionan con la canción. Los movimientos de cámara que se acentúan son: Travelling Right, Dolly Out, Dolly In, Zoom In, Panning Right, Panning Left, Tongue Right, Tongue Left, Boom Up y Boom Down. En cuanto a la edición, las transiciones de imágenes son a corte, con disolvencia y Fade Cross. El video contiene técnicas de encuadre con tomas contrapicadas y tomas picadas, un trabajo con más producción visual comparado con sus trabajos anteriores.

“Chica Mala” titulada en español, está filmada en New York por David Fincher, conocido por haber realizado la película “Alien³” (USA, 1992), la canción fue grabada con Maverick Records en octubre de 1992.

“Definitivamente ‘Bad Girl’ es el mayor trabajo que Madonna ha realizado en su carrera. La estética, el contenido, la fotografía, el guión, la belleza de este video ha perseguido a la cantante siempre y no ha podido superar este mega trabajo”, asegura Iván Araujo, ingeniero en sistemas y experto en el trabajo visual de la cantante.

Secret, el misterio de la "Diva" (Estilo creativo tipo "B")

Harta de que por años se le tachara de tener una sexualidad inconveniente y de una expresión censurada, un día Madonna decidió mandar a la basura todo aquello para comenzar con una nueva imagen, más sensual que erótica, más humana que diva y más familiar que inestable.

"El video clip de 'Secret' marcó el comienzo de una etapa emocional y laboral, más tranquila en la carrera de Madonna", asegura Iván Araujo.

Según la prensa norteamericana, la imagen de la cantante, quedó muy desgastada a consecuencia de sus trabajos discográficos, filmicos y literarios como: "Erótica" (1992), "Sex" (1992), y "Body of Evidence" (1993). Decidió entonces suministrar un nuevo giro a su carrera dando forma a un disco que se anunció como su álbum más romántico, con arreglos que lo acercaban al sonido Rhythm and Blues. El primer sencillo de esta nueva etapa fue Secret, estrenado el 20 de septiembre de 1994 y puesto a la venta el 6 de octubre. Para los seguidores fue una de sus mejores canciones, para los reporteros significó un sencillo flojo.

El clip de "Secret" fue rodado el 10 de septiembre de 1994, en blanco y negro. Como locación se tuvo el barrio de Harlem en Nueva York. La dirección corrió a cargo de la fotógrafa Melodie McDany, quien ha trabajado con el grupo irlandés The Cranberries.

Madonna expresó que eligió a Melodie para tutelar este clip porque "sólo una mujer puede entender esta canción" y sobre la filmación agregó: "seleccioné a Harlem por la imagen equivocada que se tiene de este legendario barrio: pobreza, delincuencia, marginación... quería mostrar el verdadero secreto de esta zona de Nueva York, un sitio alegre lleno de muchos aspectos desconocidos".

"Realmente Madonna eligió el sector de Harlem, por que ella vivió en un lugar similar, cuando abandonó su casa para ir a Manhattan. Este clip representa la moderna y glamorosa hippie que deambula, casi como trotacalles, en el barrio negro, muestra que la "Diva" salió

de lo más bajo para convertirse en reina”, asegura Luis Ángel Gómez columnista, profesor y fotógrafo del Diario de Sinaloa y el Sol del Pacífico.

En la secuencia la “Ex Chica Material” encarna a una cantante de centro nocturno adicta a la heroína que deja todo el pasado atrás para formar una nueva vida. La mayoría de la audiencia que ve su actuación es gente de color. Un hombre joven la mira desde una mesa cuando ella interpreta su balada, poco a poco se integran al clip, escenas de personas en la calle, las cuales tienen un secreto en sus vidas. En un momento Madonna es bautizada por una mujer negra. Al final la protagonista, sale del lugar, camina hacia su casa para encontrarse con su esposo, el hombre que en un principio la miraba desde una de las mesas del club nocturno, y ambos comparten su misterio, el cual sólo saben los dos, ya que él tiene un hijo que nadie conoce. Por la historia visual, el clip pertenecen al estilo creativo tipo “B”, pues las imágenes narran la misma ficción contenida en la letra de la canción, la cual dice: “...tu me devolviste el paraíso que creí perder para bien, me ayudaste a encontrar la razón. Me sorprendió que lo entendieras, tú conocías todo lo que yo nunca quise decir, hasta que aprendí a amarme a mi misma, no estaba amando a nadie más. La felicidad está en tus propias manos, me tomó demasiado tiempo entenderlo. Cómo podría ser, hasta que compartiste tu secreto conmigo. Mmmm mmm. Algo está ocurriendo, mmm mmm. Algo está ocurriendo, mmm mmm. Algo me está ocurriendo a mí, mmm mmm. Mi amor tiene un secreto...” La compatibilidad entre las imágenes y la canción se representa así: canción con historia = (igual) imágenes de video.

Las tomas más usadas en el clip son: Tight Shot, Medium Shot, Long Shot, Group Shot y Medium Close Up. El movimiento de cámara empleado es: Travelling Right. En cuanto a la edición, las transiciones de imágenes son a corte y con disolvencias. El video contiene actos conmovedores, para ello se han empleado diferentes factores de iluminación como: luz lateral y luz dura.



Madonna – Secret (video clip, 1994).

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña, Facultad de Estudios Superiores Acatlán.
México.

Existe otra versión del video de “Secret” que realizó Dan-O-Rama Productions, basada en la remezcla Junior’s Luscious Sencillo Mix, con las mismas imágenes que la versión original.

Según David Juárez, conocedor de la vida y obra de Madonna, la “remezcla de ‘Secret’ es uno de los trabajos que más se han podido ver en las cadenas musicales de televisión”.

Sobre la balada, ésta fue escrita por Madonna y Dallas Austin, quien trabajara con Michael Jackson en la cinta “Ghosts” (USA, 1997), se puede encontrar en los discos: Bedtime Stories (1994) y GHV2 (2001).

Like a Virgin, todo empieza desde cero (Estilo creativo tipo “C” división “1”)

“La canción para el video de ‘Like a Virgin’ no fue compuesta por ni para Madonna” asegura David Juárez, experto en la vida de la cantante, al mismo tiempo admite: “aunque no fue para ella en específico, se puede relacionar con la ‘Chica Material’ de esa época, la cual era provocadora y empezaba a encontrar en el sexo una de sus armas para llamar la

atención y escandalizar. El tema de la virginidad seguía siendo tabú en la puritana e hipócrita sociedad de los 80’.

Efectivamente la melodía no fue pensada en Madonna, pues la letra de la balada se le ocurrió al autor mientras conducía su auto, basándose en sus propias experiencias, ya que recientemente había finalizado una relación tormentosa y acababa de comenzar una nueva que le hacía sentir como si todo ocurriera por primera vez

La canción está incluida en el álbum que lleva el mismo nombre “Como una Virgen”, realizado en noviembre de 1984 para la disquera Sire Records, la letra estuvo a cargo de Billy Steinberg y Tom Kelly. La dirección visual es propiedad de Mary Lambert, y fue el primer video desprendido del disco. Lambert es conocida por el trabajo filmico que realizó con Bobby Brown y Janet Jackson.

Respecto al clip, “éste fue realizado, más que nada, para representar lo que ella, en lo personal, opina sobre la virginidad. Con este tema jamás se llega a un acuerdo, por tanto la virtud es controversial y polémica, una razón más, para que esta inteligente y lista mujer se aproveche de ella, retratándola en sus videos, canciones y declaraciones en entrevistas.” aseveró en conversación Luis Ángel Gómez, columnista, profesor y fotógrafo del Diario de Sinaloa y el Sol del Pacífico.

“Like a Virgin” (1984), tiene dos versiones visuales, una en vivo y otra en locación. Muchos recuerdan sólo la primera que se realizó en la entrega de premios MTV pero no toman en cuenta la del video oficial.



Madonna – Like a Virgin (Presentación en vivo MTV Video Music Awards, 1984).

Elizeche, Victoria. “Recuerdos Fotográficos.” (Imagen digitalizada) 2001.

<http://Madonnadreamscometrue.iespana.es/Madonnadreamscometrue/RECUERDOS.htm>

11 de enero de 2003

La versión original del video clip, pertenece al estilo creativo tipo “C” división “1”, pues la historia que se cuentan en las imágenes, de una mujer acosada, perseguida por un hombre al que no conoce y le teme, es diferente al que cuenta la canción de una mujer que se siente renovada por la conquista de un nuevo amor, la canción dice: “Atravesé el desierto, de algún modo lo atravesé. No sabía cuán perdida estaba hasta que te encontré a tí. Estaba derrotada, incompleta, había sido engañada, estaba triste y melancólica, pero me hiciste sentir, sí, me hiciste sentir brillante y nueva. Como una virgen, tocada por primera vez, como una virgen, cuando tu corazón late cerca del mío. Te voy a dar todo mi amor. Mi miedo se diluye rápido. Lo he estado reservando todo para tí, porque sólo el amor puede durar...” La diferencia entre canción e imágenes se representa así: canción con historia ≠ (distinto) historia narrada en las imágenes del video.



Madonna – Like a Virgin (Video clip, 1984).

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.

México.

La filmación fue realizada en Venecia, Italia, combinada con interiores en Nueva York. Las tomas más usadas en el clip son: Tight Shot, Medium Shot, Long Shot y Medium Close Up, las cuales describen la trama de la historia visual. Los movimientos de cámara que destacan son: Travelling Right, Travelling Left. En cuanto a la edición, las transiciones de imágenes son a corte y con disolvencia. El video contiene algunos efectos en cámara lenta y técnicas de encuadre con tomas en picada y contrapicada, esto refleja un trabajo de producción avanzado a comparación de su primer video clip “Everybody” (1982).

Material Girl, sátira fallida (Estilo creativo tipo “C” división “1”)

“La canción para el clip ‘Material Girl’ de la “Reina del Pop”, fue pensada en que iba a ser cantada por un hombre”, aseguró David Juárez, experto en la carrera musical de la “Ambición Rubia” y agregó: “Madonna adaptó la letra para ella misma y la cantó”.

Esta melodía definió, según algunos medios norteamericanos, la imagen de la “Diva” entre el público, quien la vio como una mujer calculadora, fría que se movía sólo por dinero y manipulaba todo a su alrededor.

A juzgar por la misma Madonna, “Material Girl” es realmente una sátira de la economía del gobierno de Reagan y las actitudes materialistas que patrocinaba, pero ese mensaje nadie lo entendió.

“Madonna siempre ha criticado a la política de su país y pienso que es por dos razones, una porque como ciudadana puede expresar libremente lo que piensa y otra por publicidad. Sin embargo su posición en contra del gobierno causa escándalo porque es famosa, pero las declaraciones no son las que producen polémica, sino los mismos medios son los que se encargan de hacer las cosas grandes”, aseguró e entrevista Philippe Thomassigny, músico y empresario, quien trabaja como consultor en e-Gobierno de la República Mexicana.

El video “Material Girl” es la recreación de una escena donde Marilyn canta aquello de “Los diamantes son el mejor amigo de una chica”, Madonna se caracterizó como la fallecida actriz, con un vestido rosa que dejaba desnudos los hombros y guantes largos hasta el codo, copia exacta del diseño de Bill Travilla que Marilyn lució. La coreografía está asimismo en esta línea, Madonna baila el tema musical con los brazos impulsados hacia lo alto, para revelar las axilas, característica que se convirtió en un clásico de Marilyn. La filmación musical es un homenaje que Madonna hace a unos de sus ídolos.

Para Dunia Rodríguez, productora independiente y maestra de inglés, este clip es “muy bueno, me gusta como tratan de revivir a Marilyn Monroe”.

Respecto al vestuario Madonna afirma: “Cuando canté ‘Material Girl’ o ‘Like a Virgin’, era una edad de piedra mía, como una ameba sin forma. Le tengo mucho cariño a esa etapa, sólo que no sabía el impacto que estaba causando”.

El clip está coprotagonizado por Keith Carradine, quien cae enamorado del personaje que interpreta la cantante Pop. El cineasta (Keith Carradine, conocido por el papel de Buffalo Bill Cody en la cinta "Wild Bill" (USA, 1995)), es un tipo rico que se hace pasar por pobre para ver si la rubia se enamora de él por lo que es realmente y no por su fortuna. El galán intenta ganar el corazón de la protagonista, la invita a dar un paseo en una camioneta vieja que él mismo rentó y al final ella se enamora del él, pues prefiere el amor verdadero que el dinero. El video clip de la cantante norteamericana, fue dirigido por Mary Lambert y se ubica en el estilo creativo tipo "C" división "1", pues la historia de la melodía, se refiere a una mujer pretenciosa y esto difiere a la narración presentada en las imágenes. La letra dice: "Algunos chicos me besan, otros me abrazan, creo que está bien. Si no me dan buen crédito, simplemente me largo. Pueden rogar y pueden suplicar, pero no pueden ver la luz, eso es porque el chico con dinero en efectivo siempre es el marido perfecto, porque vivimos en un mundo material y soy una chica material, sabes que estamos viviendo en un mundo material, y soy una chica material...". La diferencia entre el relato icónico y el lírico se simboliza de la siguiente manera: canción con historia ≠ (distinto) historia narrada en las imágenes del video.

Las tomas más usadas en el clip son: Tight Shot, Medium Shot, Long Shot, American Shot, Group Shot y Medium Close Up, la cuales dan descripción y dinamismo al clip. Los movimientos de cámara son: Dolly Out y Dolly In. En la edición, las transiciones de imágenes son a corte y con wipes. Esto demuestra un avance tanto tecnológico como de trabajo en la producción visual, por ello estuvo nominado a los MTV Video Music Awards como mejor video femenino, pero perdió ante "What's Love Got to do With it" (USA, 1984) de Tina Turner, y mejor dirección artística, perdió ante "The Boys Of Summer" (USA, 1985) de Don Henley.



Madonna – Material Girl (Video clip, 1985).

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.
México.

Respecto a la temática, de dejar lo material por el amor de verdad, Luis Ángel Gómez López, opina: “aquí sucede lo mismo que con “Borderline”, Madonna tan sólo quiere una relación sentimental estable y alcanzar la felicidad”.

La canción está incluida en el álbum “Like a Virgin” y salió como sencillo en 1984 por la disquera Sire Records, fue escrita por Peter Brown y Robert Rans.

Cherish, el abrigo de un nuevo amor (Estilo creativo tipo “C” división “1”)

“Madonna es una joven que vive en un mundo de ensoñación rodeada de apuestos tritones, mostrando un rostro cándido mientras se revuelca en la arena húmeda, como sus sueños de chica virginal en edad de merecer” así describe el video clip "Cherish", Luis Ángel Gómez, columnista, profesor y fotógrafo del Diario de Sinaloa y el Sol del Pacífico.

Las imágenes del clip muestran a una mujer en la orilla del mar, quien fantasea con sirenas mientras se le escucha entonar una melodía que dice: “...nunca estuve satisfecha con los encuentros casuales, no puedo ocultar mi necesidad de tener dos corazones que latan con ardiente amor, así será. Romeo y Julieta nunca sintieron de esta forma que yo siento, así que no subestimes mi forma de pensar. Quiero creer que puedo tenerte siempre aquí a mi lado. Oh cariño, quiero la alegría que continuas trayendo a mi vida...” Madonna es esa mujer que canta cerca de las olas, busca un nuevo amor para abrigar, querer y desear, que sea muy especial o al menos así cuenta la letra de “Cherish” (1989), la cual tiene una anécdota clara, por este motivo el clip se sitúa en el tercer estilo creativo tipo “C” división “1”, recordemos que en esta parte la narración visual cuenta una historia diferente a la presentada en la letra de la canción, y se representa así: canción con historia ≠ (distinto) historia narrada en las imágenes del video.

Las tomas más empleadas en el clip son: Tight Shot, Medium Shot, Long Shot, Close Up, Group Shot y Medium Close Up, éstas describen el paisaje marino del corto musical. En cuanto a la edición, las transiciones de imágenes son a corte, con disolvencia y Fade Cross. El video contiene efectos en cámara lenta y técnicas de encuadre con tomas en picada, lo que demuestra un trabajo de producción basado en la representación icnográfica, que ha principios de los 80 no existía en los clips de la artista.



Madonna – Cherish (Video clip, 1989).

marvial@brfree.com.br. "Cherish." (Imagen digitalizada) 2000.

<http://www.marvial.hpg.ig.com.br/esp/Madonna/video/eyvideo.html>

29 de marzo de 2003

Corina Figueroa, asistente de producción de TV Azteca considera: "la elaboración del video clip en blanco y negro se realiza en la actualidad para ocultar los cambios de iluminación y color que hay en una locación, sin embargo también manifiestan un toque artístico, que el video de Cherish tiene".

El clip fue grabado en una playa de Malibu y dirigido por Herb Ritts, quien entonces era el fotógrafo de Madonna. Gracias a este trabajo, él se dio a conocer en el mundo del clip y más tarde trabajó con Mariah Carey, Michael y Janet Jackson.

La canción está incluida en el disco "Like a Prayer", grabado con la compañía Sire Records en marzo de 1989; el tema fue escrito por Madonna y Patrick Leonard, musicalizador de películas como "Who's That Girl?" (USA, 1987). Posteriormente se volvió a mezclar para el recopilatorio "The Immaculate Collection" (USA, 1990), por Shep Pettibone, creador de canciones como "La isla botita", y Michael Hutchinson, además apareció en la banda sonora de la película "My Own Private Idaho" (Mi Idaho privado, 1991).

Rain, después de la tormenta viene la calma (Estilo creativo tipo “C” división “1”)

“Los video clips de Madonna sirven de inspiración a los realizadores mexicanos”, asegura Lenin Huerta, productor de promocionales para TV Azteca, quien agrega: “el trabajo de la cantante me ha ayudado a la hora de editar o grabar un comercial, pues los clips son modernos e innovadores en cuanto imagen, tecnología y ritmo visual. Entre muchos, el video ‘Rain’ no es la excepción, pues su estética, escenografía futurista e iluminación, demuestran que un video puede ser diferente, no sólo exponer al cantante ejecutando su rola”.

Las imágenes de la canción exponen la filmación de un video clip llamado “Rain”. Aparece constantemente un set de filmación rodeado de muros azules con lámparas, por los que a veces cae agua. Madonna se encuentra en medio del escenario, vestida de negro, en momentos estudia sus libretos, escribe algunas cosas, vocaliza, es maquillada y lo único que espera es terminar el trabajo y ver la puesta del sol. Esto hace que la letra de la balada se aleje de las imágenes presentadas en el clip, pues la canción relata el encuentro de un nuevo amor que lavará el dolor vivido antes de conocerlo y que promete ser por siempre, la melodía dice: “...la puedo sentir, está llegando. Lluvia, la siento en la punta de mis dedos, la escucho en mi ventana. Tu amor está cayendo como lluvia, lava mis penas, llévate mi dolor, tu amor está cayendo como lluvia...” Por lo dicho, “Rain” está ubicado en es tercer estilo creativo tipo “C” con división “1”, esto se simboliza así: canción con historia ≠ (distinto) historia narrada en las imágenes del video. Las tomas más aplicadas en el clip son: Tight Shot, Long Shot, Full Shot, Big Close Up y Medium Close Up, estas tomas son características en los clips de la cantante ya que siempre ella es la protagonista. En cuanto a la edición, las escenas cambian a ritmo de la melodía, las transiciones de imágenes son a corte, con disolvencia y Fade Cross. El video contiene un factor de iluminación a contra luz, algunos efectos fuera de foco y técnicas de encuadre con tomas en picada, que hacen más sofisticado este trabajo a comparación de los primeros clips de la carrera de la cantante.

La filmación es obra de Mark Romanek, creador de los clips de Janet y Michael Jackson. Romanek trabajó junto con Krista Montagna y Jan Peter Flack encargado de la dirección artística. Su producción visual fue elaborada en Los Angeles durante cuatro días con un presupuesto de 800 mil dólares. Fue rodado completamente en blanco y negro, posteriormente se retocó infográficamente para darle algunos tonos azulados

Pos su estética, "Rain" recibió el premio MTV Video Awards a la mejor dirección artística y a la mejor fotografía.



Madonna – Rain (Video clip, 1993).

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.

México.

Respecto a la temática de la canción, Luis Ángel Gómez asevera: “una vez más el sentir personal de Madonna se manifiesta en esta canción, sin embargo aunque ella sea una feminista e innovadora, en cuanto a la música e imágenes de sus clips, siente y piensa como cualquier ser humano. En la vida real se enamora y se decepciona, aunque la imagen que los medios y ella misma se ha creado de frívola y vacía, no le quita el seguir siendo una mujer con emociones”.

“Rain” está escrita por Madonna y Shep Pettibone, compositor de la melodía “Vogue”. “Rain” se encuentra en el disco, “Erótica”, realizado en los Estados Unidos con su propia compañía disquera, Maverick Records, en octubre de 1992.

Fever, inesperada falta de originalidad (Estilo creativo tipo “C” división “2”)

“El video ‘Fever’ es muestra de la falta de singularidad que algunos productores llegan a tener” aseveró Lenin Huerta en entrevista, y agregó: “‘Fever’ es muy similar al clip ‘Give It Away’ de The Red Hot Chilli Peppers, está bien que un cineasta manifieste su estilo en sus producciones, como lo hace Tarantino, pero a mi parecer como director no debes encasillarte y hacer todo igual, que fue lo que le sucedió a Stephane Sednaoui, ‘Fever’ resultó ser un desastre”.

Por otro lado hay quienes defienden el trabajo visual de “Fiebre”, (que sería su título en español), uno de ellos es Ángel Araujo, ingeniero en sistemas y experto en el trabajo visual de la cantante, quien comenta: “éste es un muy buen video, Madonna recurre a grandiosos efectos especiales para diseñar este clip en colores rojo y verde, esto lo hace un muy buen trabajo”.

El video clip sólo posee imágenes de Madonna, con diferente vestuario, que la muestran en escenarios cálidos. Aquí la cantante baila y la edición de la secuencia se mueve al ritmo de la música. No hay en sí una historia iconográfica a diferencia de la canción, la cual habla de la pasión que una mujer siente por un hombre cuando éste la abraza, besa o simplemente la acaricia, al grado de sentir que se quema por dentro. La melodía dice: “...nunca sabes cuánto te amo, nunca sabes cuánto me preocupo. Cuando pones tus brazos alrededor mío, me da una fiebre que es muy duro soportar. Escúchame amor, escucha cada palabra que diga. Nadie puede amarte de la manera que lo hago yo. Porque no saben cómo amarte a mi manera. Me das fiebre, cuando me besas, fiebre cuando me agarras fuerte. Fiebre, por la

mañana, fiebre durante toda la noche...”. La canción tiene una historia central a diferencia del clip, por tanto “Fever” está ubicada en el estilo creativo tipo “C” con división “2”, y se representa así: canción con historia ∃ (existe) imágenes del video sin historia.

Las tomas más aprovechadas en el clip son: Medium Shot, Close Up, American Shot, Full Shot y Medium Close Up, todas son dirigidas hacia la imagen de la cantante quien es la protagonista. Los movimientos de cámara que se acentúan son: Tilt Up, Zoom Out y Zoom In. En la edición, las escenas cambian a ritmo de la música, las transiciones de imágenes son a corte y con Fade Cross. Esto hace que el clip, sobresalga de las demás producciones visuales de la cantante, por esa impresión acompasada.



Madonna – Fever (video clip, 1993).

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.

México.

La balada rítmica de “Fever” (1993), forma parte del disco que lleva el nombre de “Erótica”. Fue escrita por John Davenport y Eddie Cooley.

Según David Juárez, experto de la vida y obra de la intérprete: “Madonna no acostumbraba a incluir versiones de canciones de otros artistas entre sus trabajos. Pero el motivo por el que decidió incluir ‘Fever’, fue fruto de la más pura casualidad. Shep Pettibone, cuenta en libro “Erótica”, que mientras él trabajaba en una de las sesiones de grabación con la canción ‘Goodbye To Innocence’, Madonna estaba aburrida y canturreaba al micrófono el

estribillo de 'Fever'. Tanto gustó el resultado a los dos, que inmediatamente pidieron la letra y se pusieron a trabajar, dejando fuera del álbum a 'Goodbye To Innocence'".

Human Nature, vivir sin complejos (Estilo creativo tipo "C" división "2")

Sin remordimientos se encuentra la vida de Madonna o al menos así lo manifiesta ella misma en el clip llamado "Human Nature" (1995).

La melodía fue compuesta por la intérprete, Dave Halls, S. McKenzie y M. Deering. Según Madonna, en esta canción ella manifiesta la libertad de expresión que tanto le han censurado en su trayectoria artística.

La anécdota central de la lírica, radica en que las cosas serían diferentes si ella fuera hombre, por tanto al ser mujer y hablar de sexo se le ha malinterpretado, ya que la sociedad es sumamente hipócrita. Por ello Madonna no está arrepentida de haber vivido su sexualidad como hasta ahora.

Para Luis Ángel Gómez, columnista, profesor y fotógrafo del Diario de Sinaloa y el Sol del Pacífico, esta producción demuestra el feminismo que a veces manifiesta la cantante: "podría decirse que Madonna en esta producción se ha abierto paso para conseguir lo que se propone y llegar a alturas insospechadas. Es una mujer de negocios muy astuta con la sagacidad de un mercader más que de cantante".

"Naturaleza Humana", nombre en español de la melodía, tienen una historia central basada en la libertad de expresión. "Exprésate, no te reprimas, no estoy arrepentida, es la naturaleza humana. Y no estoy arrepentida. No soy tu puta, no me tires tu basura. No me dejaste decir las palabras que añoré decir. No quisiste ver la vida a través de mis ojos. Exprésate, no te reprimas. Trataste de meterme en tu pequeño cuarto y me silenciaste con

amargura y mentiras. Exprésate, no te reprimas. ¿Dije algo malo? Upsss, no sabía que no podía hablar de sexo, debí estar loca...” Así Madonna comenzó su himno de rebelión, entre susurros y canto, el cual se puede encontrar en el Álbum “Bedtime Stories”, grabado con Maverick Records en octubre de 1994. Por la historia presentada en la canción, el video clip no se relaciona con ella, pues la filmación contiene un fondo blanco como escenario, donde Madonna se encuentra acompañada de cinco bailarines, ella se muestra atractiva, entre el placer, la esclavitud sexual, el sadismo y el masoquismo, luciendo ropa de látex. No hay una trama, la historia verdadera es la canción en sí misma. El video termina con Madonna en primer plano diciendo: ¡absolutely no regrets! (absolutamente sin remordimientos). Por tal motivo el clip está ubicado en el tercer estilo creativo tipo “C”, con división número “2”, no hay una historia visual, pero si una en la canción. Es decir las imágenes además de no relacionarse con la letra tampoco cuentan ninguna historia y se representa así: canción con historia ∃ (existe) imágenes del video sin historia.

Las tomas más sobresalientes en el clip son: Tight Shot, American Shot, Full Shot, Group Shot y Medium Close Up a la cantante y los bailarines. Los movimientos de cámara que destacan son: Zoom Out y Zoom In. En cuanto a la edición, las escenas cambian al compás de la melodía, las transiciones de imágenes son a corte. El video contiene técnicas de encuadre con tomas en picadas que dan ritmo al clip.



Madonna – Human Nature (Video clip, 1995).

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.

México.

Para algunos seguidores de la "Ex Chica Material", el trabajo musical tienen "un gran video clip, el cual ha conseguido ser uno de los favoritos entre los fans de Madonna, por la coreografía y vestuario vanguardista de la 'Diva Pop' ", explicó David Juárez, observador de la vida y obra de la cantante.

El clip, rodado en Los Angeles, por Jean-Baptiste Mondino, quien ha trabajado con David Bowie y Björk.

La secuencia fue nominada a los MTV Video Awards a la mejor dirección artística y a la mejor coreografía, perdió ante "Scream" (1995) de Michael Jackson.

Love Don't Live Here Anymore, complejidad y sencillez unidas (Estilo creativo tipo "C" división "2")

Diez ventanas abiertas, diez cortinas volando, una mujer sola vestida de negro, camina lentamente entre columnas de mármol.

Esa es la escenografía que nos muestra Madonna en el clip "Love Don't Live Here Anymore" (1996). La producción visual consiste en una sola toma, en la que la cámara se acerca lentamente desde el final del salón hasta la intérprete, luego se aleja mientras ella canta apoyada de una pilastra. El clip no tiene ninguna historia, a diferencia de la canción, la cual trata básicamente del abandono sentimental y físico que una persona puede sentir cuando pierde al ser amado, y así lo describe su estribillo: "...tú me abandonaste, el amor no vive más aquí, sólo un vacío, el amor no vive más aquí. Cuando vivías dentro de mí no había nada que yo pudiera conceder, ¿Qué no harías por mí?, los problemas parecían tan lejanos, lograste cambiar eso en un instante, amor...", por esta razón, el video clip se encuentra en el tercer estilo creativo tipo "C" con una división número "2", pues no hay historia visual, pero sí una en la canción, y se simboliza así: canción con historia \exists (existe) imágenes del video sin historia.

Las tomas más usadas en el video son: Extreme Long Shot, Full Shot, Medium Shot, Long Shot, American Shot y Medium Close Up a Madonna. Los únicos movimientos de cámara que hay son: Dolly Out y Dolly In, estas tomas sólo describen la escenografía y no transmiten ningún mensaje visual.



Madonna – Love Don't Live Here Anymore (Video clip, 1996).

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.
México.

La filmación de “Love Don't Live Here Anymore” fue dirigida por Jean-Baptiste Mondino (creador del clip “Human Nature”) y rodada en solamente un día. Según Madonna, ella no quería grabar este clip, por varias razones. “Una de ellas era que el personaje de ‘Eva Duarte’, que interpreté en ‘Evita’, me absorbía y no podía recordar la letra de la canción. Otra razón fue que estaba agotada por el trabajo y en mi día de descanso tuve que filmar”, recordó entre risas la “Diva del Pop” en entrevista para MTV.

La sencillez de este video, dice David Juárez, no fue por casualidad ni fatiga, como confesó alguna vez la cantante Pop, existe otra razón y ésta fue “que se realizó como respuesta al trato que recibió la ‘Diva’ de parte de MTV debido a los contenidos cada vez más fuertes de algunos de sus video clips”.

Respecto a la canción, "Love Don't Live Here Anymore", fue el quinto corte del disco "Like A Virgin" (1984), la canción fue escrita por Miles Gregory en 1978 y grabada por Madonna en 1996 para el disco "Something to Remember", creado por Maverick Records.

Nothing Really Matters, el amor es lo más importante (Estilo creativo tipo "C" división "2")

Pálida, de cabello negro, entre movimientos lentos y rápidos se visualiza a una mujer. De repente comienza su cuerpo a moverse de una forma muy rara, como si padeciera un fuerte trastorno mental. Me acerco a la televisión y me doy cuenta que la mujer de la pantalla es Madonna quien sufre convulsiones en la filmación de su video "Nothing Really Matters", o al menos así se mueve al ritmo de la música, con un nuevo tipo de baile llamado "Jerky Dance".

La reina del Pop luce al estilo oriental, según apunta Jordi, presidente del Club internacional "Diosa Madonna, quien agrega: "gracias al 'Jerky Dance', 'Nothing Really Matters' estuvo nominado al premio MTV por mejores efectos especiales pero perdió ante 'Special' del grupo Garbage".

"El trabajo visual que presenta movimientos de yoga y karate es bastante bueno para una canción bastante buena", asegura Ángel Iván Araujo, ingeniero en sistemas y experto en el trabajo visual de la también actriz norteamericana.

El clip dirigido por Johan Renck (quien más tarde realizara los videos de Kylie Minogue), está ubicado en el estilo creativo tipo "C", con división número "2", pues hay una historia central en la letra de la canción, la cual dice que el valor dado a las cosas no es el correcto, pues vivimos en un mundo de egoísmo en el que lo más importante debe ser el amor que le podemos dar a los demás, parte del estribillo indica: "...nada realmente importa, todo lo que necesitamos es amor, todo lo que te doy, vuelve a mí. Mirando mi vida está todo muy claro

para mí, he sido egoísta, era la única, me di cuenta que nadie gana. Algo está acabando y algo comienza...”. A diferencia de la canción, el video clip “Nothing Really Matters”, no tiene realmente una historia en la imágenes. Aquí se nos presenta a una mujer vestida de Geisha, la cual tiene dos identidades, la calmada, prudente pero por otro lado violenta y rebelde. Mientras la protagonista canta y baila, es rodeada por personas de tipo japonés, quienes portan vestidos color blanco al mismo tiempo que caminan como autómatas. Por la falta de relación entre mensaje auditivo y visual, la representación del estilo creativo se simboliza así: canción con historia \exists (existe) imágenes del video sin historia.

Las tomas más usadas en el clip son: Tight Shot, Medium Shot, Long Shot, American Shot y Group Shot, todas muestran a Madonna como la protagonista del clip. Los movimientos de cámara que subrayan son: Travelling Right, Travelling Left, Dolly Out, Dolly In y Zoom In, pues al ser rítmica la canción esto le da movimiento a las imágenes. En cuanto a la edición, las escenas cambian al compás de la melodía y las transiciones de imágenes son a corte. El video contiene diferentes factores de iluminación como: luz frontal, luz dura y algunos efectos en cámara lenta, esto hace del clip una nueva forma de crear videos por parte de la producción de la cantante, que integró un baile desconocido para el público.



Madonna – Nothing Really Matters (Video clip, 1999).

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.
México.

Respecto a la temática del clip, Feliciano Carbajal, profesor de música y canto, considera que "Madonna siendo ya una mujer con fama y dinero, ahora se enfoca en las cosas que considera importantes para ella y que el mismo estudio de la Cábala le ha enseñado. El amor y el compartir cosas buenas con los demás es lo que realmente importa".

Hay quienes aseguran que la inspiración del video "Nothing Really Matters" no vino por sí sola, Karla Medina cineasta mexicana y conocedora de la música Pop, asegura: 'Nothing Really Matters' fue basada en la novela 'Memorias de una Geisha' (1997), del escritor Arthur Golden, esta literatura es de corte exótico japonés, la cual abrió la moda del estilo Zen, Anime y Manga".

Respecto a la canción, ésta se encuentra en el álbum "Ray of Light" grabado con su propia disquera "Maverick Records" y con "Warner Bros" en marzo de 1998, los compositores fueron Madonna y Patrick Leonard, este último trabajaría tiempo después como productor musical de la melodía "Your Song", incluida en la cinta "Moulin Rouge!" (AUSTRALIA / USA, 2001)

A lo largo de esta investigación se pueden ver los diferentes estilos creativos que por años ha utilizado la cantante. Aunque muchos directores no los clasifiquen o los tomen en cuenta a la hora de grabar, existen y están presentes en los trabajos visuales que hoy en día se producen en el mercado visual.

Madonna: el encuentro con una tormenta

La familia y la infancia de Madonna, fueron puntos clave para que se convirtiera en la "Reina" de la música Pop mundial.

Sus frustraciones, sentimientos íntimos, fracasos amorosos y su imagen ante las cámaras influyen en sus producciones discográficas, así como en la manifestación de los estilos creativos de sus clips.

Veamos como una niña se convierte en mujer, sale del nido y decide conquistar el mundo, a través de un relato imaginario basado en distintas noticias y entrevistas que MTV le realizó a la cantante.

Keep It Together (Mantenla unida)

El día en que comenzaba su gira mundial, Madonna Ciccone, se levantó a las cinco de la mañana para realizar su rutina de entrenamiento. Dos fuertes guardaespaldas la esperaban para salir a correr. En ese momento recordó que había soñado con su madre, una vez más se dio cuenta de lo mucho que la extrañaba. Por un instante fue feliz en el sueño, pues pensó que ella aún estaba viva y que su muerte había sido sólo una pesadilla, pero al despertar se dio cuenta de que su ausencia era real.

La mañana no era fría, más bien calurosa, mientras corría por el parque, se dio cuenta de que alguien los seguía.

Su guardaespaldas le pidió que se tranquilizara, sólo era un reportero.

Terminó su rutina de 40 minutos y se dirigió a su auto. Al subir al vehículo, miró sobre su hombro para ver si aquel periodista se había ido. Efectivamente ya no había nadie.

Estaba nerviosa, la fecha que tanta emoción le daba se había hecho realidad, era 18 de abril, los ensayos fueron arduos y estaba segura de que el concierto sería un éxito.

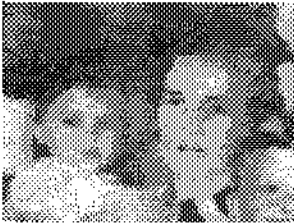
Al llegar a su habitación de hotel, una de las asistentes le preparó el baño y su ropa, pues se acercaba la hora de ir al estadio donde sería el show, ahí debería realizar los últimos ensayos y pruebas de sonido.

Rápidamente se dio una ducha con agua caliente, se vistió y su peinadora le arregló el cabello.

En camino hacia el lugar, su hermano Christopher, le recordó que tenía una entrevista para la revista "Music" una hora antes del concierto.

Ella respondió que no había problema, pero que haría la entrevista mientras se arreglaba para salir a cantar.

Dentro del camerino, después del ensayo, se encontraba nerviosa, apresurada, rodeada de estilistas, bailarines y maquilladores, Madonna estaba casi lista para salir al escenario. Mientras esperan la primera llamada, la cantante fue entrevistada por Jean Rosen, reportero de "Music", a quien le contó su vida y cómo las sombras oscurecieron su infancia sin poder evitarlo.



Fotografía de Madonna con su madre.

Elizeche, Victoria. "Recuerdos Fotográficos." (Imagen digitalizada) 2001.

<http://Madonnadreamscometrue.iespana.es/Madonnadreamscometrue/RECUERDOS.htm>

11 de enero de 2003

Ella no estaba segura de lo que contestaría, pues no le tenía confianza al reportero, sin embargo Jean supo crear una buena química entre los dos.

La cantante le contó que cuando apenas era una niña de cinco años de edad, su madre, llamada también Madonna, había muerto a la edad de 32 años, víctima del cáncer de mamas. Después de ese suceso, la relación con su padre se tornó insoportable.

Madonna - Mi padre se llama Silvio Ciccone, pero todos le dicen Tony, él trabajo mucho tiempo como ingeniero de la compañía Chrysler. Su familia era de origen italiano.

Cuando mamá murió mi padre se convirtió en un dictador para todos, pues fue educado en un ambiente sumamente estricto y religioso.

Jean - ¿Qué fue lo que rompió la relación con tu padre cuando apenas eras una niña?

Madonna - Cuando vivíamos en Bay City, Michigan, yo era una chiquilla feliz, pues jugaba con mis hermanos. Éramos muchos, yo ocupaba el lugar número tres de 6 hijos. Mi madre era de procedencia francocanadiense, ella fue quien me confirmó con el nombre de

Verónica. Actualmente sigo las enseñanzas de la secta judía de la Cábala y fui bautizada con el nombre de Esther, no se que pensaría de este nuevo nombre mi madre si viviera. Mi familia es sumamente católica, cuando murió ella, mi padre y yo nos llevamos muy mal, él se volvió más severo, y yo... más rebelde.

Viví mi adolescencia en Pontiac, un suburbio de Detroit, más tarde nos mudamos a Rochester, donde en la actualidad vive mi padre. Siempre fui una rebelde pero entusiasta, tal vez eso me llevó a ser lo que soy ahora, productora, escritora, actriz, bailarina, cantante y compositora.

Jean - ¿Cómo fue tu vida de estudiante?

Madonna - Estuve en tres colegios católicos -rie-. ¿Quién lo imaginaría no? Las monjas debían lavarme la boca con jabón y pegarme con una regla o castigarme por mi comportamiento, el cual se alejaba cada vez más al de una niña "modelo". Recuerdo que solía escaparme de las clases de piano, que mi padre me obligaba a tomar, para salir con los chicos que me gustaban. En esa época de juventud me encantaba escuchar la música de Diana Ross, pues yo soñaba ser famosa como ella.

Por otro lado lo que llegue a odiar, fue cambiarles los pañales a mis hermanos menores, ya que al morir mi madre, me tuve que hacer cargo de ellos.

Pero un hecho fuerte rompió definitivamente los lazos de amor entre mi padre y yo, pues cuando aún extrañaba enormemente a mi madre, quien tenía tres años de haber muerto, mi padre decidió casarse de nuevo.

Escogió como esposa a la nana de mis hermanos más pequeños, a Joan Gustafson, quien al igual que mi papá, era fanática de la disciplina. Con ella tuvo más tarde dos hijos, una niña llamada Jennifer y un niño al que nombró Mario.

La boda hizo que me sintiera traicionada por parte de mi padre y prometí no pisar la tumba de mi madre jamás, y así lo hice hasta que un día rompí ese juramento cuando cumplí 31 años, casi la edad en que murió mi madre.

El nuevo matrimonio marcó una gran distancia entre nosotros por casi 5 años, cuando decidí irme de la casa para comenzar mi carrera artística, con menos de 100 dólares en la cartera al llegar a Nueva York.

Madonna - Pero agradezco mucho a mi padre esa severidad ya que sin ella no sería lo que soy hoy.

En la actualidad la relación con mi papá es mucho mejor, nos hemos reconciliado aunque admito que hice muchas cosas para desobedecerlo y hacerlo enojar, por eso realice el libro "SEX" (1992).



Libro "SEX" (1992).

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.
México.

Jean - ¿Crees que el texto "SEX" fue una muestra de indisciplina ante la iglesia y la sociedad?

Madonna - No - expresa rotundamente mientras le recogen el cabello dentro de una peluca, de color rubio casi blanco. -Fue más bien una forma de revelarme contra mi padre y sacar afuera tanta rabia.

Jean - ¿Tu padre sabe qué lo amas y lo necesitas ahora, ya que están reconciliados?

Madonna - Me duele que mi padre piense que no lo necesito cuando sucede lo contrario- Su voz se quebranta y los ojos parecen llenársele de lágrimas, las cuales limpia rápidamente con un pañuelo, evitando arruinar el maquillaje.-

Toda mi vida cargué con un resentimiento por mi madrastra, pues creí que me había robado a mi padre, pero ahora sé y quiero confiar en él, cuando lo necesito siempre está ahí.

A diferencia de la mala relación con mi padre, me llevo muy bien con mis hermanos. El que siempre está conmigo trabajando, ya sea de bailarín o coreógrafo es Christopher,

Jean - ¿Crees que ahora tu familia es unida?

Madonna – Sí - señala con entusiasmo la cantante mientras se pone unos zapatos de tacón rojos. - Lo que en un principio por rebeldía me alejó de mi casa, cuando me fui a Manhattan para probar suerte como bailarina, ahora me une a mi familia. Hemos trabajado juntos, compartido problemas tanto personales como económicos.



A la izquierda Madonna con su padre, a la derecha sus hermanos.

Elizeche, Victoria. "La familia de Madonna." (Imagen digitalizada) 2001.

<http://Madonnadreamscometrue.iespana.es/Madonnadreamscometrue/LA%20FAMILIA%20CICCONE.htm>

11 de enero de 2003

Jean - ¿Cómo se siente tu padre con sus nietos?

Madonna - Pues está contento, es un abuelo feliz que tiene dos nietos hermosos.

Jean - ¿Qué tan cierto es que te has transformado en la "Mamá Material"?

Madonna - Es curioso, siempre odié que me dijeran la "Chica Material" porque me etiquetaban, y ahora algunos me llaman la "Mamá Material", es algo que me va a perseguir- se ríe a carcajada abierta, se pone de pie y está lista para salir a cantar.

* * *

Pero no todo ha sido éxito constante en la vida profesional de la “Reina del Pop”, en los principios de su carrera tuvo privaciones económicas y rachas de fracasos, pero un día la fortuna le sonrió.

T’Il Remember, las memorias de una estrella

Se abre la puerta, pero no de un escenario para otra actuación sublime, sino de una que la conduce a un cuarto de hotel, donde se hospeda después de una noche de concierto. En lugar de aplausos y gritos, ella busca una cama donde descansar, un sitio cómodo para refugiar sus sentimientos de soledad ante la ausencia de su familia.

Así se ilustran los momentos de angustia y melancolía que sufrió la cantante en los primeros años de su carrera.

En el programa de MTV llamado “Ultra Sound Inside Madonna”, la cantante recuerda haber tenido rachas de depresión: “cuando llegue pensé: ¡Dios mío es una gran ciudad con mucha gente y yo no conozco a nadie! La gente me pasaba por un lado y me empujaba. Me dije: ¿llegaré a tener amigos? Vine a Manhattan sin el consentimiento de mi padre”.

La tristeza invadía poco a poco a la futura escritora de “The English Roses”, pero eso no la venció, luchó para cumplir su sueño de ser famosa, ya fuera en el canto, baile o tocando y componiendo en la batería.

Vivió un tiempo en un lugar llamado “Star Motel”, donde de acuerdo con su memoria tenía pesadillas y vivía con miedo por la inseguridad del lugar.

“En el ‘Star Motel’ extrañaba a mi familia, no paraba de llorar. Añoraba el confort, mi casa era como de locos, por tantos hermanos juntos, pero al menos estaba limpia y me era familiar”, dice con nostalgia la cantante.

Sandra Camu, periodista independiente y experta de la carrera de Madonna, en entrevista aseveró: “pasaba miserias en Manhattan, pero no podía regresar a casa de su padre, porque se hubiera sentido decepcionada consigo misma y tampoco podía pedirle nada por orgullo”.

Después de vivir desdichas, tristeza y soledad, a la ejecutante de “Evita” (1996), le llega su primera oportunidad en cine, al ser descubierta en los suburbios donde llegó a estar.



Madonna en su casa de New York

Elizeche, Victoria. “Recuerdos Fotográficos.” (Imagen digitalizada) 2001.

<http://Madonnadreamscometrue.icspana.es/Madonnadreamscometrue/RECUERDOS.htm>

11 de enero de 2003

En esos barrios fue atrapada por la fama, según sus mismas palabras, “yo vivía en la calle 4 y la B, número 2346, en el portal del edificio fue donde me descubrieron para la película ‘Desperately Seeking Susan’ (USA, 1985). Era un día de verano caluroso y un fotógrafo nos preguntó si podía retratarnos, le dijimos que sí, él me pidió mi número de teléfono y se lo proporcioné. Un par de días más tarde me llamó y me dijo que su madre quería conocerme. Resultó que ella era directora de casting y trabajaba con Martin Scorsese, además de ser muy amiga de Barbra Streisand. Así fue como me inicié en la actuación”

Pero hay algo que añora la cantante de su vida pasada y eso es el anonimato. "Ahora que estoy muy distante de mi vida pasada extraño los años de lucha, aunque no significa que no siga luchando. Actualmente soy más feliz que cuando era joven, pero extraño la época en donde no era famosa, cuando había más oportunidades de experimentar y hacer lo que quería" narra con nostalgia Madonna

Sin haber tenido un centavo en la bolsa cuando inició su carrera, en la actualidad tiene una fortuna valuada en más de 360 millones de dólares. Vivió en la clase media la mitad de su juventud, hoy en día es dueña de 4 casas, un departamento en Nueva York, una mansión en Los Angeles, otra en Miami y una más en Inglaterra. De ser cenicienta pasó a ocupar la corona como "Reina del Pop". De rogar por un contrato discográfico ahora es dueña de su propia compañía llamada "Maverick Records", ha grabado más de 14 discos y 58 videos musicales, de los cuales 19 fueron seleccionados para mostrar los estilos creativos del video clip en esta investigación, en el tema llamado: Madonna: el video clip, la música que se ve y las imágenes que se oyen (Estilos creativos, tipo: A, B y C), pues es importante mostrar como su vida la llevó a involucrarse en el mundo del espectáculo para después ser conocida mundialmente por sus clips los cuales contienen los tres estilos creativos que se tienen hasta el momento.

La música, el sound track en la vida de Madonna

Cuando a los 24 años de edad, Madonna Ciccone se convirtió en cantante, revolucionó el concepto vanguardista juvenil.

Como todas las chicas de su edad, en 1982, ella usaba ropa desenfadada y casual, un look llamado "prenda sobre prenda".

Con la original tesitura de su voz y sensuales movimientos, impactó al público acostumbrado a escuchar la voz de Donna Summer enmarcada en el género disco.

La intérprete Pop siempre estuvo al lado del mundo de la música, ya fuera cantando, tocando la batería o bailando. Hay quienes la recuerdan hoy en día con cariño, como expresó en entrevista para MTV Jack D. Lerner, presidente de "Music Building INC": "mi

primer recuerdo de Madonna, es que siempre estaba aquí en el 'Music Building', trabajando y ensayando. Se paseaba por el edificio vocalizando sus canciones, buscando otros músicos con quien trabajar”.

En ese lugar fue donde comenzó a convertirse en leyenda, primero de la mano de Camille Barbone, quien intentó representarla en la compañía “Gotham Productions”.



Fotografía con Adam Alter, Madonna, John Roberts, Susan Planer y Camille Barbone.

“MadonnaShots 1981.” (Imagen digitalizada).

<http://www.Madonnashots.com/1981.html>

23 de abril de 2005

Camille se transformó en el manager de Madonna, le hizo firmar contratos en clubes de la ciudad donde empezó a triunfar y ser reconocida en Nueva York, pero la “Diva del Pop” no estaba conforme con su trabajo en “Gotham Productions”, así que comenzó a buscar algo más grande.

Un día conoce al Disc Jockey Mark Kamins, quien trabajaba en la discoteca de moda “Dancetería”. Kamins escuchó la música de Madonna y le presentó a Seymour Stein, presidente de la disquera “Sire Records”, quien la convierte en un ídolo internacional, al darle su inicial oportunidad grabando el primer sencillo “Everybody”.



Con Seymour Stein, presidente de Sire

“Especiales.” (Imagen digitalizada).

<http://www.hartas.com/especiales/Madonna.htm>

23 de mayo de 2003

Stein recuerda en entrevista para MTV, su original encuentro con Madonna y la firma del contrato con la disquera: “yo estaba en el hospital cuando escuché la canción ‘Everybody’ por primera vez. Me encantó, ella fue en busca de un contrato y lo consiguió. En ese momento no le hubiese importado que yo estuviera en un ataúd, siempre y cuando tuviera una mano afuera para firmar el contrato”.

Con “Sire Records” trabajó de 1982 a 1990, grabando en total 8 discos, para después unirse en 1992 a la compañía “Warner Bros.”. A finales de ese mismo año creó su propio sello discográfico “Maverick Records”.

La bailarina se convirtió en el ídolo que movía masas, las chicas la imitaban y se vestían como ella, llenaba conciertos, los cuales eran y son inaudibles por la algarabía del público que ve el espectáculo.

Debi Mazar, amiga de la cantante, quien realizó del papel de Spice en el filme “Batman Forever” (USA, 1995), recordó su peculiar forma de vestir, cuando MTV realizó un programa especial sobre Madonna: “tenía el cabello alborotado y su piel era como de porcelana. Se ponía una ropa encima de otra en un estilo muy cargado. Recuerdo que la primera vez que la acompañé a una gira, fue cuando me percaté de lo famosa que era. No había pensado en ello, sólo sabía que era mi amiga”.

22 años después sus presentaciones han evolucionado, las coreografías son diferentes, sigue llenando estadios, sus vestuarios son más estilizados. Por su imagen cambiante es nombrada como la “Estrella Camaleónica”.

Como un camaleón

Pelucas, tintes de cabello, cortes distintos, estilos diferentes. Ropa extravagante, casual, formal, ejecutiva. Zapatos altos, bajos, rojos, negros. Que mujer tan inestable, podría pensarse, pero no es así, pues está dama tan cambiante, conocida como Madonna, sólo busca renovarse para que su música y fama no mueran.

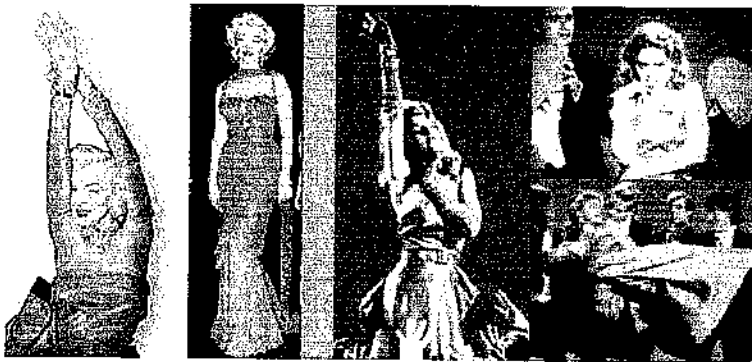
“Un video es básicamente imagen, y Madonna es la reina de los videos, por lo tanto, es una maestra en el arte de la imagen, la cual implica vestuario, maquillaje, y así se reinventa a ella misma visualmente para permanecer siempre en boga y no hastiar al público con un mismo look”, aseguró en entrevista para esta investigación Luis Ángel Gómez López, columnista, profesor y fotógrafo del Diario de Sinaloa y el Sol del Pacífico.

La “Reina del Pop” se ha caracterizado siempre por su especial estilo a la hora de vestir. Lo que haga o diga es ley para millones de mujeres, especialmente las jovencitas.

“Madonna es la mayor influencia individual en la moda mundial, todos la miramos para ver que hará a continuación”, comentó Karl Lagerfeld en conferencia para diversos medios impresos. Lagerfeld, es diseñador de la marca “Chanel” y según él, la cantante y actriz norteamericana, “enseñó al mundo que una blusa de 500 dólares puede verse más provocadora y atractiva que un vestido de 500 mil. Un régimen de seguidores ha probado en sus propias cabezas los constantes cambios de pelo de la bailarina, desde el negro al blanco platinado, pasando por el pelirrojo hasta el castaño. Ella creó la moda de la ropa interior afuera, mostró que la vulgaridad podía ser mortalmente sexy”.

En los comienzos de su carrera, la intérprete norteamericana expresó ser admiradora de Marilyn Monroe. Usó un lunar en el labio y cabello rubio, hasta realizó la parodia de "Diamonds Are a Girl's Best Friend" incluido en la película "Los caballeros las prefieren rubias" (USA, 1953). El tema de Madonna se llamó "Material Girl" (USA, 1985), el cual le puso la etiqueta de "Chica Material".

"Si cuando cantaba esa canción me hubieran dicho que por el resto de mi vida me iban a llamar 'Material Girl', no lo hubiese hecho. Hoy en día en Europa me siguen diciendo de esa forma y estoy harta de que me digan así", indicó con rabia la artista.



Marilyn Monroe a la izquierda en "Gentlemen Prefer Blondes" (USA, 1953/1925).

Madonna a la derecha en "Material Girl" (1985).

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.
México.

Ruth Valverde, diseñadora de modas, asegura: "Madonna en los comienzos de sus video clips imitó la imagen de la Monroe, pero eso no le quita la autenticidad y originalidad que siempre ha tenido, porque desde sus inicios hasta hoy no está a la moda, sino que ella misma crea la moda".

Hoy en día la cantante ya tiene una imagen definida, que se muestra en sus trabajos visuales, y no intenta copiar a nadie, así lo considera, Luis Ángel Gómez y agrega: "A pesar de los cambios físicos por los que ha atravesado en su departamento de diseño e imagen, por así decirlo, por más radical que estos cambios sean siempre está en el fondo el

sello Madonna, como los pintores, escultores o fotógrafos, quienes pueden realizar obras de carácter visual contundentes y cambiantes, pero el estilo de cada quien es innegable y siempre reconocible. Es su firma al terminar de dar la pincelada final”.

La imagen en los video clips de la intérprete, ha cambiado en las diferentes etapas de su carrera, desde el cabello alborotado rubio con raíces negras, cuando cantaba “Like a Virgin” (ITALIA, 1984), pasando por la melena corta, castaña, peinada hacia atrás, como apareció en “La Isla bonita” (USA, 1986), siguiendo con el pelo rubio casi blanco y largo hasta la cintura, tal como se presentó en “Vogue” (USA, 1990). Posteriormente usó un estilo de Geisha en “Nothing Really Matters” (USA, 1999) para aparecer más tarde como vaquera en “Don’t Tell Me” (USA, 2000). Hoy en día se le ve con el puro estilo militar que nos presenta en “American Life”, (USA, 2003) donde se muestra ruda, con pelo castaño hasta los hombros.



Madonna y sus diferentes cambios.

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán. México.

Por otra parte catedráticos de la Universidad de Navarra aseguran que su estilo al vestir, en los video clips, en lugar de ser original e innovador es totalmente “Antimoda”, como asevera Ana Marta González, filósofa de dicha institución, en su conferencia titulada “La antimoda: ¿Otro estereotipo? A propósito de Madonna”. González explicó: “en sus inicios representaba un estilo de vestir que podríamos calificar de callejero, con lo que parecía

oponerse a la moda impuesta desde arriba, pero con el tiempo se convirtió en generadora de estilos que se impusieron en la calle. Madonna representa muy bien la clase de paradojas a las que se enfrenta quien persigue definir su identidad en un mundo de convenciones. Es esclava de la moda pues procura disolver de manera sistemática ciertos estereotipos porque los reconoce vacíos de contenidos, sin embargo, con este continuo desafío de lo convencional, queda obligada a un cambio perpetuo, igualmente prisionera de ellos”.

El concepto músico visual de Madonna es siempre estar al día y comerse el mundo literalmente de un bocado, pero los especialistas en espectáculos, como Fernando Martínez deliberan que aún le falta terreno por recorrer: “Madonna siendo tan fuerte como es en el mundo del entretenimiento, puede llegar a ser más poderosa siempre y cuando incursione en áreas en donde siendo capaz aún no es conocida, por ejemplo directora de clips, creo que todavía tiene muchas metas que alcanzar”.

Así como la imagen y vestuario influyen y caracterizan sus video clips, también la vida sentimental y romántica de la cantante se refleja en sus producciones visuales.

El corazón doliente de la “Emperatriz Pop”

Ella lo vio sentado con aquel chico. Inesperadamente se abrazaban y besaban sin parar, lo que provocó en Madonna un sentimiento inexplicable de tristeza e impotencia, por que a quien veía era a su esposo con uno de sus bailarines.

Precisamente la infidelidad y la violencia intrafamiliar, fueron las razones por las cuales la “Chica Material” se divorció de su primer esposo, Sean Penn, en 1989. Según la misma Madonna, este suceso fue uno de los elementos que influyó en la creación del video clip “Oh Father” (1989) del cual vimos su estilo creativo en el tema: Madonna: el video clip, la música que se ve y las imágenes que se oyen (Estilos creativos, tipo: A, B y C).

Así como se divulgó su separación marital, hoy en día es conocida ante la opinión pública la vida sentimental de la cantante. Asediada por hombres y mujeres de todo el mundo,

como Carlos León, padre de su primera hija y exentrenador personal, la “Diva del Pop” se ha relacionado con músicos, modelos, actores, deportistas, no importando el sexo ni raza, y así lo reflejo en el video clip llamado “Erótica” (1992).

Para muchos escritores y periodistas norteamericanos, Madonna en cuestión de amores estuvo siempre a la baja, pese a ser una mujer con dinero, inteligente, famosa y exitosa no tuvo un compromiso formal en el cual se pensara tener familia.

Actualmente su vida es estable, como ella misma afirma, pues es madre de dos hijos y está casada con el cineasta inglés Guy Ritchie, director y escritor de la película Swept Away (ITALIA/UK, 2002).



La familia de Madonna, a la izquierda Guy, su actual esposo y Rocco su segundo hijo. A la derecha Lourdes Maria su primer hija.

“Protagonista.” (Imagen digitalizada)

<http://www.lavox.com/protagonista/10-15-2001.phtml>

23 de mayo de 2003

Sin embargo no sólo la vida personal y laboral influye en el trabajo visual de la cantante, también la relación con los medios ha servido de inspiración para elaborar video clips.

¿Cuánto cuesta aparecer en la prensa?

“No puedo caminar por la calle con mis niños. No consigo hacer las cosas que la gente común realiza con sus bebés. Mi hija es demasiado joven como para entender el estatus de una estrella. Ella no ve el punto de vista de la prensa, cree que los paparazzis son tontos.

“Sólo dejé que un experto le tomara fotos a la niña y fue para el artículo de Vanity Fair. El resto que han visto son imágenes que los paparazzis consiguen mientras me persiguen por donde voy”, estas fueron las palabras que Madonna ofreció en entrevista para la revista WorldPop, cuando le preguntaron su relación con los medios impresos.

Esta persecución que vive Madonna con los medios le llevó a realizar el video clip “Drowned World (Substitute For Love)” (1998), en donde la cantante se ve acorralada por fotógrafos y lo único que para ella vale realmente la pena es el amor de su hija y su familia. Este clip se encuentra situado en el estilo creativo tipo “B”, pues aparece una narración icónica, la historia que cuenta la canción es la misma que narran las imágenes y se representa así: canción con historia = (igual) imágenes de video.

Aparecer diario en televisión, radio y prensa, proporciona de forma inmediata, reconocimiento gratuito y la creación de una imagen que vende productos y genera grandes cantidades de dinero, ese es el lado amable que todo artista agradece.

Pero obtener el éxito mundial en los medios escritos y electrónicos implica a veces de sacrificios, disciplina, prudencia, educación y tolerancia a las entrevistas frecuentes que se convierten en una obligación laboral, que a muchos artistas, como a Madonna, no les gusta.

Intencionalmente, los periodistas ven y hablan con la actriz casi todo el tiempo, los paparazzis la acosan, sin embargo, en las conferencias de prensa sólo responde a las preguntas que se relacionan con su carrera, evita tocar temas personales que podrían ser espinosos, como sus hijos y matrimonio...

Desde que la rubia actriz decidió vivir en Inglaterra, la prensa le reprocha sus actuaciones, así como la decisión de que sus hijos no vean sus videos, en especial su presentación en MTV con Christina Aguilera y Britney Spears, donde se da un beso en la boca con las dos. Estas críticas la llevaron a realizar el video clip “Nobody Knows Me” (2003), en el cual manifiesta que nadie realmente la conoce, hablan de ella sin saber realmente quién es Madonna. Este clip se encuentra situado en el estilo creativo tipo “C” división “2”, pues la

canción tiene una historia a diferencia de las imágenes, las cuales no cuentan nada, y se representa así: canción con historia \exists (existe) imágenes del video sin historia.

Pero no sólo ha recibido censuras por parte de los medios, también la han felicitado y hablan bien de ella, tal es el caso de Aurora Valle, productora, reportera y conductora de TV Azteca. La periodista asegura que la cantante es una buena persona ya que “ha ayudado a una compañera de clases de su hija Lola, cuya madre está gravemente enferma. La cantante lleva a la niña al colegio así como costea el tratamiento de la enfermedad, y ese es el lado humano que nadie conoce de la ‘Estrella Pop’”.

Los medios han desacreditado a la actriz, pero pocos hablan de su calidad humana. Su último libro titulado “The English Roses” (2003), beneficiará a muchas personas, pues gran parte de las ventas irán destinadas a obras benéficas. “Lo hago porque quiero compartir con los niños algo que conozco”, dijo la cantante.

Idzi Dutkiewicz experto en música Pop y Rock, dice que Madonna siempre ha manipulado a la prensa, “ha llegado hasta donde está gracias al trabajo duro, a la fe, creatividad, disciplina, apoyo, rodeándose de gente inteligente. Ella hace lo que quiere con los diarios, siempre los ha usado a su favor, es decir, habla y calla lo que desea”.

Sin embargo, algunos opinan que se ha vuelto más humilde con la prensa, ya no es déspota e inalcanzable como antes, así manifiesta Arturo Macías, conductor de espectáculos en TV Azteca y locutor, quien ha estado en las conferencias de prensa de la intérprete: “Madonna es accesible con los medios y más abierta a dar entrevistas porque ya no tiene tanta fama como antes”.

Aunque la cantante es más sencilla que en sus inicios, o así la ve David Juárez, experto de la vida y obra de Madonna, quien asegura: “en efecto es más accesible, pero nunca antes lo fue, tal vez porque no tenía tanta competencia como hoy en día”.

Muchos periodistas coinciden con David Juárez y opinan que ahora la relación con los medios es más abierta y accesible.

En contraste con lo dicho por Macías y David Juárez, Corina Figueroa, asistente de producción de TV Azteca, considera que es más sencilla no por la competencia, “sino por la misma religión que ahora profesa, se ha vuelto mas espiritual, menos frívola como la han catalogado, esto se ve reflejado en su video clip “Nothing Really Matters” (1999), donde la cantante manifiesta, que nada realmente importa, sólo el amor”. Anteriormente vimos el estilo creativo de “Nothing Really Matters” en el tema: Madonna: el video clip, la música que se ve y las imágenes que se oyen (Estilos creativos, tipo: A, B y C).

Así como su trayectoria artística es conocida por todos, de la misma manera lo es su vida personal, cualquier cosa que haga es noticia. Se habla de igual forma de sus producciones, conquistas amorosas, vida familiar e hijos, así como de sus discos, conciertos y películas que se renuevan día a día, constantemente. Un claro ejemplo son sus videos que han ido evolucionando con el paso del tiempo.

El video clip: música para verse

Antecedentes del video clip

No se sabe con certeza el momento exacto del surgimiento del video clip, pero todo parece remontarse al cine, los expertos en la materia, como Cha (músico y locutor especializado en Rock y Pop), Raúl Durá Grimalt (director del laboratorio de fotografía del departamento de Historia del Arte en la Universidad Politécnica de Valencia) y Arturo Greene (productor ejecutivo de Filmmates Grupo PTA), coinciden en señalar que las películas como, "Help" (UK, 1965), "El Submarino Amarillo" (USA/UK, 1968) y "Let It Be" (UK, 1970), de la agrupación The Beatles, dieron origen a los video clips pues podían pasar independientemente de la película, aunque estuvieran grabados en formato de cine. Al respecto Raúl Durá escribió: "el clip surge en contraposición a la inmensa mayoría de lo que fue el cine musical Rock, lo cual no contradice la existencia de importantes excepciones. Entre las más interesantes cabe hablar de ¡Qué noche la de aquel día!, de Richard Lester" (Durá Grimalt, 1988:15).

"A Hard Day's Night" (UK, 1964), nombre original en inglés, significó la primera incursión en la industria cinematográfica para la agrupación The Beatles. El filme de comedia y aventuras con Rock And Roll, fue dirigido por Richard Lester, quien posteriormente realizara las películas "Superman II" (UK, 1980) y "Superman III" (UK, 1983). En "A Hard Day's Night" se lanza al grupo inglés, en un mundo lleno de fanáticos, productores, periodistas y familiares, igualmente se revela el secreto de su supervivencia y éxito; por otro lado "Rock De La Cárcel" (Jailhouse Rock), de Richard Thorpe creador de "Fun in Acapulco" (USA, 1963), fue un drama musical, que mostró bailes y canciones interpretadas por el llamado "Rey" Elvis Presley. De ambas películas, se extrajeron algunos musicales que en la actualidad se pasan por televisión como clips, tal es el caso de "I'll Cry Instead" (1964), grabación desprendida del largometraje "A Hard Day's Night".

El surgimiento exacto del video clip parece ser un misterio, pero está muy relacionado con la televisión, el cine, la música Pop y Rock.

Por otro lado Arturo Greene en conversación, mencionó: "el video clip surgió cuando se reprodujeron en la televisión las películas de los Beatles, no estoy seguro, pero un conductor estadounidense muy famoso llamado Ed Sullivan, transmitió en su programa esos musicales, así nació el video clip"



The Ed Sullivan Show, CBS Variety Series.

Von Pein, Tim. "The Ed Sullivan Show". (Imagen digitalizada), 2001.

<http://www.timvp.com/sullivan.html>.

2 de noviembre de 2001

"Toast of the town" fue el primer nombre que tuvo el programa del presentador de origen irlandés Ed Sullivan en sus comienzos, el cual con el paso de los años fue renombrado como "The Ed Sullivan Show" (Septiembre, 25, 1955).

El programa duró 23 años, de junio 20 de 1948 a junio 6 de 1971, en la CBS, se transmitía todos los domingos por la noche. En él se presentaban artistas del momento, deportistas y actores famosos. Cabe mencionar que hicieron acto de presencia Elvis Presley, The Beatles, Dean Martin, Jerry Luis, Rodolf Nureyev y muchos personajes más.

Posteriormente los fragmentos de este programa, los cuales contenían las presentaciones de todos estos cantantes y bailarines, fueron transmitidos en forma independiente en otros shows y esto también ayudó a que se abriera el camino hacia los video clips.



The Ed Sullivan Show, CBS Variety Series.

Von Pein, Tim. "The Ed Sullivan Show". (Imagen digitalizada). 2001.

<http://www.timvp.com/sullivan.html>.

2 de noviembre de 2001

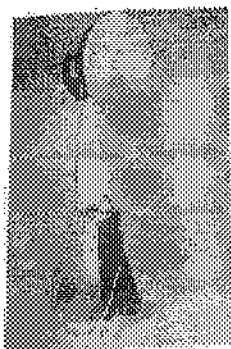
Así que tanto la música grabada por el cuarteto de Liverpool como la promoción que se le dio en el programa de Ed Sullivan se consideraron como los primeros antecedentes comerciales y artísticos del video clip en el siglo XX, en los cuales se conjuntaron voz, imagen y sonido.

Sin embargo, la historia no comienza allí, pues para que hoy en día se pueda producir y disfrutar del clip musical, el hombre tuvo que representar físicamente los aspectos de su vida cotidiana por medio de las imágenes. Tal es el caso de las formas con sombras, consideradas como los primeros espectáculos en público con proyecciones icnográficas animadas, ya fueran por medio del cuerpo u objetos.

"En el siglo XVI se comenzó a utilizar la 'cámara obscura' (nombre original en italiano), que permitía la proyección de imágenes externas dentro de una cámara obscura y fue la precursora de la fotografía." ("Historia de la fotografía." (Documento Web). 2001. <http://www.foto3.net/> 15 de abril de 2001).

Unos siglos después, se creó la "Linterna Mágica", ésta fue antecesora del cine y proyectaba imágenes sobre una superficie plana por medio del giro de cristales circulares. "El diorama, el peep show y la linterna mágica existían como espectáculos visuales, pero eran acontecimientos en vivo mucho más próximos al teatro" (Lack Russell, 1999:21).

En el siglo XIX aparece un invento capital: la fotografía. Por primera vez, era posible impresionar y guardar una imagen del mundo que nos envuelve.



Cámara de 35 milímetros, que se introdujo en Alemania en 1925. Gracias a su pequeño tamaño y a su bajo costo se hizo Popular entre los fotógrafos profesionales y los aficionados.

"Historia de la fotografía." (Imagen digitalizada). 2001.

<http://www.foto3.net/>

15 de abril de 2001

A lo largo del siglo, se crearon una serie de inventos como el "Taumatropo", el "Fenaquistoscopio", el "Zootropo" y el "Praxinoscopio". Una variante de este último, el "Teatro óptico", construido por Emile Reynaud, considerado el padre de la animación, cuyo proyecto se considera como cercano al cine.

El aspecto sonoro también evolucionó, en 1877 Edison inventó el "Fonógrafo" y el "Cinetógrafo", los cuales, según dice Rusell Lack, en su libro "La música en el cine", fueron el empuje tecnológico que condujo a la invención del cine.

Con estos proyectos, se considera que el cine nació oficialmente el 28 de diciembre de 1895. Aquel día, los hermanos Lumière mostraron, en sesión pública, sus filmes a los espectadores del “Salon Indien” de París.



Publicidad del cinematógrafo de los hermanos Lumière.

Ripoll Soria, Xavier. “El nacimiento del cine. La época muda.” (Imagen digitalizada), 2000.

<http://www.xtec.es/~xripoll/ecine0.htm>

12 de mayo de 2001

“Un día Georges Méliès, un hombre con imaginación, hizo realidad los sueños de las personas, fue quien llevó la ciencia – ficción al cine con ‘Viaje a la luna’ (FRANCIA, 1902) y ‘Viaje a través de lo imposible’ (FRANCIA, 1904), y así se dejó de hacer el cine habitual y estándar que se realizaba en la época, estas películas presentaban cosas que los seres humanos sólo tenían en su imaginación y no podían ver físicamente, pero gracias al cine lo pudieron vivir” (Ripoll Soria, Xavier “El nacimiento del cine. La época muda.” (Texto). 2000. <http://www.xtec.es/~xripoll/ecine0.htm> 12 de mayo de 2001).

En aquel tiempo las películas eran mudas, se usaban unos rótulos en medio de las escenas los cuales iban explicando la acción o los diálogos, y a veces un pianista daba el toque melódico al espectáculo, en esa etapa se mezcló por primera vez la música con las imágenes, se podría decir que fue el momento más cercano hacia el video clip.

Según Russell, eran contados los productores como Chaplin y Griffith, que se esforzaban por mejorar la presentación musical de sus películas, para él la música de cine tiene como

fin reforzar nuestras reacciones ante las escenas filmadas. Como espectadores, tenemos pocas opciones interpretativas: la película que vemos nos llega totalmente determinada.

Al respecto hay comunicadores mexicanos que coinciden con lo dicho por Russell, tal es el caso de Adalberto Ramones, quien es actor, productor y conductor. En entrevista telefónica, para esta investigación aseguró: "La música es la que le da vida al cine, imagínate una película sin sonido, sin música y sin que hablen los personajes, no sería nada. La sonorización es la que nos mueve los sentimientos, a veces vivimos el temor, suspenso, la acción, es más, hasta percibimos cerca de nosotros la presencia del asesino que aparecen en la cinta".

El cine comenzó a hablar el 6 de octubre de 1927, cuando se escuchó el canto del actor Al Jolson en la película "El cantante de jazz" de Alan Crosland, eso fue un avance, ya no sólo se escuchaba la música del "Fonógrafo", sino también la verdadera voz de los actores, y esto se dio gracias al sistema de sonido "Vitaphone" usado por Warner en esta producción.

No tardó mucho tiempo para que el cine de color llegara, esto sucedió en Estados Unidos cuando corría el año de 1935 con la película "La feria de las vanidades" de Rouben Mamoulian, aunque su plenitud artística la consigue el cine a colores con el film de Victor Fleming "Lo que el viento se llevó" (USA, 1939).

Más tarde el cine fue forjando una industria, es en los años 50, momento donde se imponen los musicales como: "Cantando bajo la lluvia" (USA, 1952), de Stanley Donen y Gene Kelly, y otras producciones.

En esa misma década los jóvenes se convierten en un público potencialmente consumista influenciado por los filmes de Rock.

"Desde que empezó a utilizarse la música en las películas, los cineastas se interesaron por la idea de crear un 'ambiente' específico por encargo" (Lack Russell, 1999:225).

Se filmaron películas musicales como "El salvaje" (USA, 1953) de László Benedek, en la cual el protagonista fue Marlon Brando quien interpretó el papel de un líder pandillero. Así pronto la juventud se identificó con el personaje.

Otra película en la que el Rock se ve como la temática principal fue "Semilla de maldad" (USA, 1955) bajo la dirección de Richard Brooks. En donde hacen aparición Bill Haley y los Comets interpretando la canción "Rock Around The Clock".

De esas películas surgieron intérpretes como Elvis Presley, el llamado mito de la juventud creado por Hollywood en los 50 y 60.



Elvis Presley.

Von Pein, Tim. "The Ed Sullivan Show". (Imagen digitalizada). 2001.

<http://www.timvp.com/sullivan.html>.

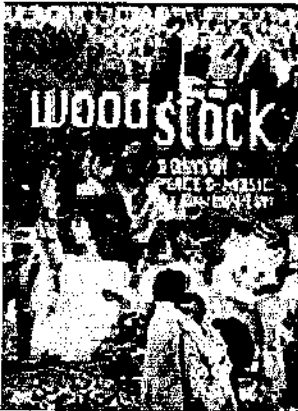
2 de noviembre de 2001

A finales de la década de los 60, no sólo los cantantes de Rock protagonizaban filmes, también se atrevían a producir cortometrajes, uno de ellos fue Jim Morrison, líder de la agrupación The Doors.

Para Lenin Huerta, productor de comerciales de TV Azteca, Morrison "fue uno de los primeros en realizar un corto musical, que en la actualidad se puede considerar como un video clip".

En aquel tiempo el corto sirvió para promocionar la canción "Unknown Soldier" (1968). La producción visual de tres minutos con 42 segundos, criticó los desastres causados por la guerra en Vietnam.

Poco a poco no sólo actores y solistas realizaron películas musicales, también lo hicieron las bandas de Rock y Pop como The Rolling Stones; ejemplo de esto fue la cinta llamada "Performance" (UK, 1970), dirigida por Donald Cammell y Nicolas Roeg, en ella mezclaron la interpretación con play back y la filmación documental.



Portada de la película Woodstock, 3 Days of Peace & Music.

"The Internet Movie Database (Woodstock)," (Imagen digitalizada). 1990.

<http://www.imdb.com/title/tt0066580/>

10 de septiembre de 2003

En esta etapa cinematográfica-musical se realizaron muchos rodajes, los cuales más que tener una trama, como las cintas comunes, mostraban sólo música e imágenes, tal es el caso de la filmación del concierto en vivo "Woodstock, 3 Days of Peace & Music" (USA,1970), de Michael Wadleigh. Esta clase de grabaciones tenían la finalidad de hacer sentir al público como en el concierto mismo, aunque fuera desde la pantalla grande.

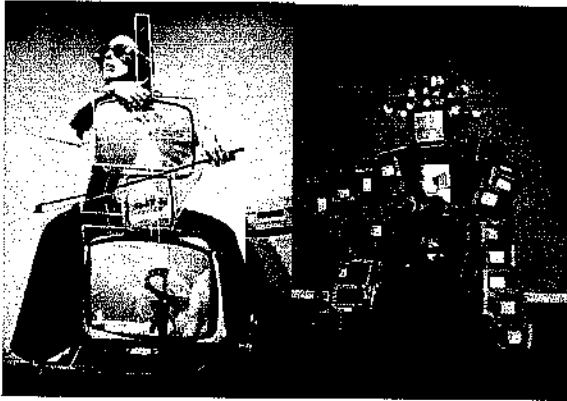
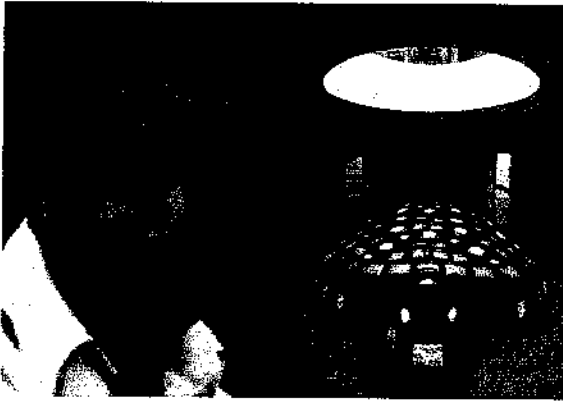
Con el tiempo, los productores se fueron dando cuenta de que filmar esta clase de presentaciones en vivo era muy costoso, pues usaban cintas de 16 ó 35 milímetros. Entonces emplearon un invento creado 10 años atrás: éste fue el video tape, considerado

más barato que la cinta de cine. Ahora filmaban con video, pero seguía usando la técnica cinematográfica.

Cuando nació la televisión, los programas se realizaban completamente en vivo, tanto noticiarios como telenovelas, pero surgió el video tape entre 1956 y 1958, que permitió grabar las transmisiones de televisión sin hacer uso del material cinematográfico.

En la década de los 60 surgió una forma de arte algo parecida a los video clips actuales, ese fue el videoarte, éste se aprovechaba de las imágenes de televisión. Surgió en los Estados Unidos y Europa, y a partir de esa década marcó una parte de la creación contemporánea.

El videoarte permitió el registro simultáneo de icono y sonido, se utilizó un material más accesible y económico que el del cine. Las imágenes podían operarse y manejarse de forma diversa, que las distingue de las obtenidas con la filmación cinematográfica.



Nam June Paik y su videoarte.

Usakowska-Wolff, Urszula. "Images" (Imagen digitalizada). 2004.

<http://www.usakowska-wolff.com/Images/paik5.jpg>

11 de enero de 2004

Los pioneros del videoarte fueron el estadounidense Nam June Paik y el alemán Wolf Vostell. Ellos crearon imágenes abstractas, procedentes de diferentes fuentes y mezcladas mediante sintetizadores, también grabaron actuaciones, ciertas obras, con y sin público. El video del mismo modo estuvo relacionado con el arte corporal, aunque no existió un estilo de video propio, la utilización de monitores y pantallas, o diferentes superficies de proyección, obligó a los artistas a realizar instalaciones y tener en cuenta las dimensiones plásticas y espaciales de sus proyectos; quienes dominaron esta tecnología fueron Bill Viola y Gary Hill.

Pero es hasta 1975, cuando se da el paso definitivo al video clip, ya que aparece el primero concebido como tal, de la canción "Bohemian Rhapsody", sencillo del disco "A Night At The Opera" del grupo Queen, dirigido por Bruce Gowers, con el fin de promocionar el álbum. Tanto la industria discográfica como la televisiva notaron el éxito de este clip y buscaron incrementar su producción, así es como surge el programa de televisión "The Kenny Everett Video Show" (1978), que transmitía los videos que se iban produciendo.

Pero es hasta la década de los 80, que aparece el momento más importante para el desarrollo de la *videomúsica*, un año que cambiaría la historia de la televisión, de la industria discográfica, de la canción y la vida de muchas personas.

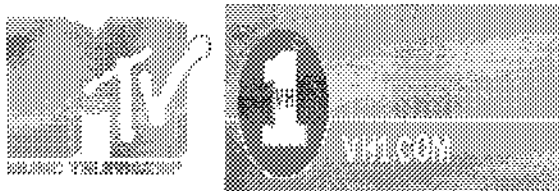
La Industria del video clip: las imágenes pueden convertirse en una enorme fortuna

Un tenue sonido despierta a David de su largo sueño, intrigado investiga de dónde proviene, busca en todas partes de la casa, por fin se da cuenta que el ruido parece emanar de la sala, al acercarse lentamente descubre que el televisor está encendido y proyecta imágenes de un programa llamado "Making The Video", es un especial de video clips de los 80, de inmediato la música lo atrapa y lo conecta a esta época, sumergiéndolo en una aventura de la cual no saldrá nunca.

Como David, muchos jóvenes han visto en los medios de comunicación el origen, crecimiento y evolución de películas y programas televisivos, hasta llegar a la época actual, donde se desarrolla la industria del video clip.

"Si algo caracteriza al siglo XX es la proliferación de imágenes. Primero fueron las películas mudas, seguidas por las 'sonoras' en los últimos 20 años. Casi al mismo tiempo se estaba desarrollando la televisión, que llegó a ser casi universal durante los años 50 y 60. En los 70 y 80 apareció el video" (Hedgecoe, 1992:8).

En la actualidad existe una gran cantidad de cadenas televisivas que transmiten videos musicales los 365 días del año las 24 horas del día ejemplo de esto es MTV, VH1, Telehit y Ritmoson, por citar algunas.



Logotipo de MTV y VH1.

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.
México.

MTV fue el primer canal en vender video clips, pues antes de los años 70 y 80 no existían como medio publicitario, su propósito no era comercial, sólo de entretenimiento.

El canal MTV (Music Television), se lanzó en Los Estados Unidos el 1° de agosto de 1981, el video que se transmitió por primera vez para promocionar un sencillo fue "Video Killed The Radio Star" (El video mató a la estrella del radio), creado en 1979 por el trío The Buggles de Canadá, irónicamente el título dice que el video mató a las estrellas de la radio, cuando realmente sucedió lo contrario.

"A partir del 1° de agosto de 1981 la manera de percibir la música comenzó a ser distinta debido al surgimiento de Music Television (MTV), hay un cambio en el aspecto visual de la música. Esto da la oportunidad al músico de inventar, re-inventar y definir su imagen de la manera en que éste prefiera o como lo dicte la mirada de la corriente de moda. Y ya en la actualidad es parte de la difusión de los artistas. La música adquiere luz para todos" (Ramos Sánchez, Iván. "El video clip, re-cuadro del músico." (Texto). 2000. <http://www.angelfire.com/my/jorgearredondo/otras/articulos/recuadro.htm> 10 de noviembre de 2001).

Así como lo hicieron The Buggles en 1981, el 1 de octubre de 1993 el grupo chileno Los Prisioneros irrumpió en la señal de cable de miles de hogares latinos con el video de "We Are South American Rockers". De esta forma nació MTV Latinoamérica, una señal dedicada al público de los países americanos, que cuenta con más de 11 millones de suscriptores y que en abril de 1996 se dividió en dos, una para México y Centroamérica y otra para resto de los países del cono sur.

MTV es una cadena de televisión financiada a través de publicidad y transmitida por cable, tiene un trabajo conjunto entre compañías discográficas, conocidos directores de video y agentes de marketing, los cuales generan la actual imagen de la música. Su éxito consiste en reunir a los grupos y solistas más escuchados y ponerlos al alcance del público por medio de la televisión pagada.

Debido a que este canal se encarga de promocionar los sonidos del momento, la audiencia que los llega a consumir con mayor frecuencia es la juventud.

Por ejemplo en México MTV se encuentra entre los tres primeros lugares de la lista de popularidad, como una de las emisiones más vistas por el público adolescente que tiene televisión por cable.

Hay que recordar que antes de que surgieran las cadenas televisivas encargadas de la transmisión de videos musicales, la forma de promover los éxitos del Rock y el Pop fue llevándolos al cine; pero con el surgimiento de los cortometrajes musicales y el sistema de grabación en sonido Hi-Fi (Alta Fidelidad), aparecieron los video clips, los cuales hicieron famosos a muchos artistas que soñaban con el estrellato, entre ellos está la cantante norteamericana Madonna.



Fotografía de Madonna

“Extractando.” (Imagen digitalizada) 2002.

http://www.extractando.com/entretenimiento/celebridades/Madonna_pic25_E.htm

23 de mayo de 2002

Dice la cadena MTV, que Madonna fue la primera artista que empezó en los Estados Unidos, a hacer uso de cortes de cámara y coreografías en un video clip, con la canción “Everybody” en 1982.

Con respecto a las primeras producciones de video clips de los años 80, en ellas no se tenía nada planeado, como lo comenta Claudia Arellano, locutora de CNI canal 40 en el programa “Aullido”: “en la antigüedad los productores de videos estaban ausentes, más bien eran maquilladores de imágenes en lugar de gente que propusiera o tuviera una visión de lo que realmente era un video clip, sin embargo, se le hizo justicia por fin a los directores de video clips, gracias a un personaje llamado John Landis, quien hiciera la película ‘Un hombre lobo americano en Londres’ (USA/UK, 1981) y se iniciara en los video clips en la década de los 80, al dirigir nada menos que el video clip que pasaría a la historia, ‘The Thriller’ de Michael Jackson”.



Michael Jackson en el video clip "Thriller" (USA, 1983).

Fotografía. Tesina. Gladis Carbajal Magaña. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.
México.

Para Arturo Greene, productor de Filmmates Grupo PTA, "Michael Jackson fue quien revolucionó el mundo del video musical con la promoción que tuvo el cortometraje llamado 'Thriller', basado en la canción que lleva el mismo nombre, el cual fue producido en Estados Unidos por John Landis en 1983, con una duración de 13 minutos". MTV programó la versión corta de este clip en su emisión estelar. A partir de "Thriller", se podría decir, que nace la división entre el cine Rock y el mundo publicitario del video clip.

"La evolución del video clip a partir de 'Thriller' de Michael Jackson ha sido tan vertiginosa como la popularidad del propio artista, productor y guionista del material que es ya un 'clásico'. La programación televisiva en muchos países incluye "barras" de estos materiales, e inclusive existen canales que emiten videos como programación básica. Así el video clip es material de diversión" (López, 1995:79).

Como lo hizo Michael Jackson, Madonna también se promocionó en los años 80 por el canal MTV. Pero ésta no fue la única cadena especializada en video clips, en los años 90 surgieron otras, como ejemplo tenemos en México Telehit, la cual se dedica a programar

clips de música en español. También se halla Ritmoson Latino con la diferencia, de que transmite videos de música latina entre cumbia, salsa, merengue y Pop en español.

Telehit, que puede verse por televisión de paga, es la muestra de que además en otro idioma, que no es el inglés, se pueden realizar video clips y ser transmitidos a diferentes países.

En 1993 surgió Telehit, un canal encargado de programar la música en español, la señal cumple el propósito de dar a conocer a los exponentes de la música en castellano, a diferencia de algunas señales que transmiten en otras regiones.

Telehit promociona el Pop y baladas, que fueron y siguen siendo géneros demandados por la industria del video clip gracias a que el cine Rock les abrió las puertas.

Por otro lado Ritmoson Latino, es el canal de música en castellano que incluye todos los estilos, transmite las 24 horas del día, los siete días de la semana, para más de 20 millones de televidentes en el mundo. Se puede encontrar una diversidad de programas, con exponentes latinos de moda, también se presentan artistas europeos interpretando en otros idiomas y figuras musicales no latinas con canciones en español.

Esto de presentar video clips por canales especializados de televisión es muy nuevo, pues antes, había otros medios para dar a conocer la música. Demos un vistazo a los años 40. Por ejemplo en 1946 existieron unos proyectores llamados "Soundies" en los Estados Unidos, su nombre original fue "Jukebox Visuales" o "Panorama Soundie", estos funcionaban a través de un previo pago de algunos centavos, con lo cual se podía ver y oír extractos de películas del momento.

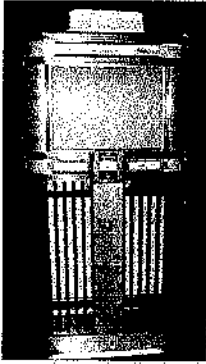


Foto de un Soundie.

"Robbies Reels." (Imagen digitalizada). 2001.

<http://www.robbyreels.com/unique2.jpg>

11 de enero de 2004

"Los 'Soundies' cumplían una doble función eran negocio en sí mismos como máquinas traga perras (tragamonedas en México), al tiempo que constituían una vía eficaz para publicitar a los cantantes y canciones, sin limitaciones de estilo (Jazz, Pop, Blues)" (Durá, 1988:25).

Los "Soundies" fueron desplazados por la televisión, no sin antes haber invadido restaurantes y bares a mediados de los años 50.

Otra tecnología parecida se dio en Francia a principios de los 60, en esa época nacieron los "Scopitones", éstos tuvieron una vinculación muy cercana con el Rock y los sectores juveniles, en ellos se pasaban fragmentos también de películas de 16 milímetros sobre un proyector, pero desaparecieron debido a la crisis que sufrió el Rock francés.

Efectivamente los "Scopitones" y los "Soundies" tomaron fragmentos de películas, en la actualidad ya no sucede eso, a menos que sea la "Banda Sonora" (Sound Track) de una película.

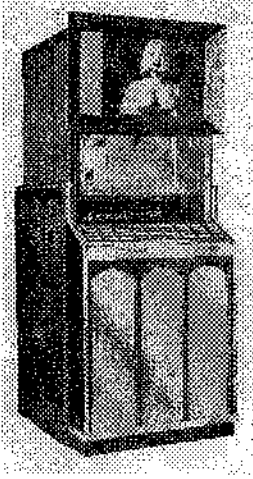


Foto de un Scopitone.

scopitoner@yahoo.com "Scopitone Archive" (Imagen digitalizada).

<http://scopitone.tripod.com/>

26 de octubre de 2002.

Con el desvanecimiento de los "Scopitones" y los "Soundies" se abrió paso a nuevas tecnologías. Después de los años 80, es cuando la industria videoclipera comienza a madurar. Así en la actualidad los videos musicales ya tienen un trabajo de preproducción, una filmación, una edición que da ritmo a la escenas, pero todo esto se hace bajo un presupuesto el cual lo da la disquera del cantante o del grupo, entonces aquí entra el factor dinero que es importante tanto para realizar un video clip, como para consumir el mismo por parte del público, quien es el que contrata la televisión por cable, la cual en su programación trae canales de video clips, por otro lado hay quienes adquieren los videos en las tiendas de discos.

Hoy en día, como explica el productor Arturo Greene, "los video clips tienen muchas etapas, primero la disquera busca una casa productora para que realice un video musical de cierta canción que ya se eligió previamente como sencillo promocional de un disco. Nos dan la canción y la idea, lo que ellos quieren más o menos, nosotros proponemos nuestras imágenes por medio de un story board, ese trabajo se debe adaptar al presupuesto que nos dan los ejecutivos. Hablamos con el artista y la disquera para llegar a

un acuerdo, aprobado el proyecto se pasa a la filmación, después al trabajo de edición, todos vemos juntos el trabajo final y si es lo que se deseaba, está listo para ser transmitido por televisión”.



STORY BOARD

“Ensoñaciones.” (Imagen digitalizada).

<http://www.dreamers.com/galeria/imagenes/3499.htm>

11 de enero de 2003

No siempre los presupuestos que dan las disqueras son altos, como menciona el productor mexicano Luis de Velasco, en el programa televisivo “Depasónico”: “los directores mexicanos están acostumbrados a hacer maravillas con los presupuestos, su trabajo está por encima de muchos norteamericanos, por la capacidad creativa y de resolver cosas con pocos recursos. En Estados Unidos un video clip cuesta un millón de dólares, aquí los más caros cuestan 80 mil dólares”.

Mariela Cortina, quien trabaja en el área de ventas y relaciones públicas en la casa creadora “Filmmates Grupo PTA” en México, dice con respecto a los presupuestos: “la piratería, ha hecho que bajen muchísimo los presupuestos de las disqueras para los videos, de verdad salvo algunos artistas ‘Tops’ de cada disquera los presupuestos son muy chicos, casi de broma, y los directores los hacen por amor al arte, además deben de ser cada vez menos complicados para poder salir en costos”.

Ángel Iván Araujo, Ingeniero en sistemas y presidente del club internacional “Madonna Verdad o Reto” en México, asegura que en Estados Unidos, efectivamente son más altos los presupuestos que en Latinoamérica, “un video clip de Madonna producido en Norteamérica va desde 500,000 hasta dos o tres millones de dólares y tardan más de dos o tres días en producirse, ejemplo de esto es el video clip ‘Express Yourself’”.



Video clip “Express Yourself” 1989.

marvial@brfree.com.br. “Express Yourself.” (Imagen digitalizada) 2000.

<http://www.marvial.hpg.ig.com.br/esp/madonna/video/eyvideo.html>

11 de enero de 2003

El dinero es importante para realizar un video clip, pero el estilo creativo también y Alejandro González opina en el programa “Aullido”: “yo siento que la solución para que un buen video clip o una buena película sean excelentes no radica en el dinero, aunque éste siempre ayudará, no es cierto, que el director o el productor te diga ‘no tuve dinero por eso salió mal’, se equivoca. El éxito radica en que uses bien las producciones, que el actor le eche ganas, que te emocione la idea, que le llegue temprano a los llamados, que se trabaje con gusto, que sea una combinación de talento, pasión y de buen presupuesto para que salga un buen video”.

Todas las disqueras buscan actualmente que sus artistas número uno posean sus video clips, no importa el género musical que tengan sino que vendan, los videos clips van desde Rock, Pop, Techno hasta cumbias y música grupera. Pero ¿qué géneros musicales producen más videos? Según Iván Araujo: “los géneros Pop y Rock son los que utilizan mucho al video clip como medio de promoción, pues son los que más ventas generan en el mercado musical, ejemplo de esto es la cantante Madonna, quien es la representante femenina absoluta de la música Pop y tiene el récord de video clips musicales hechos por una artista, son alrededor de 58 videos y es ella quien ha sido nominada más veces por los

Video Music Awards de MTV y se ha llevado numerosamente premios en la historia que nadie”.

En contraste con Estados Unidos, en donde hay muchas cadenas de televisión especializadas en video clips, en México los diferentes productores de videos musicales, tanto de Pop y Rock demandan más espacios en televisión. Luis de Velasco realizador de clips declaró lo siguiente en el programa Depasónico: “deberían haber más canales de videos, mientras más canales haya más industria del video clip va a haber. De lo que nos quejamos ahora es que se ven pocos clips, hay pocos espacios, en televisión por cable tenemos Telehit, pero en televisión abierta se ven muy poco y deberían verse más”.

Hoy en día parece que México está buscando tener una industria videoclipera. Pedro Pablo Ibarra, quien ha dirigido videos de Kabah, Sergio Blass y Ragazzi aseguró en entrevista para CNI: “la industria del video clip no va a crecer, va a madurar, considero que los directores estamos obligados a crear nuevas formas de imágenes en el video clip, nuevos conceptos, nuevas estructuras, no va a crecer porque no hay dinero para ello”.

Otros opinan que la industria mexicana es grande, como Alejandro González: “la industria es súper grande, tenemos más de 200 casas productoras, los video clips son muy buenos, porque te puedes equivocar poquito y siempre arreglarlo, el video clip es una escuela”.

La mayoría de productores que realizan video clips y están haciendo una industria son cineastas como Alejandro González director de la película “Amores Perros (MÉXICO, 2000)” y Carlos Marcovich, director de “¿Quién Diablos Es Juliette? (MÉXICO, 1997)”, también son gente que en sus comienzos trabajaron como realizadores de comerciales, por eso se le relaciona al video clip con el cine y la publicidad.

Para los publicistas como Carlos Alazraki, el video clip es un género televisivo con formato audiovisual publicitario. Al contrario, los productores de promocionales, como Lenin Huerta, consideran que es un género cinematográfico con fines comerciales.

Lo que nos lleva a pensar que el video clip es un híbrido, que nació del cine y posteriormente se difundió en la televisión para generar ganancias monetarias a las disqueras.

Paco Guerrero quien ha dirigido anuncios publicitarios mencionó en entrevista: “el video clip, es justamente lo que sería el comercial del artista, es como si el cantante fuera un producto que lo que tiene que hacer es vender y el video clip es justamente la mejor forma de hacerle ese comercial”.

Según Roger Silvertone, en el texto “televisión y vida cotidiana”, las mercancías se construyen como objetos de deseo en el seno de un sistema de publicidad y de mercado cuya eficacia depende de la elaboración de una retórica de metáfora y mito: una seducción de la imagen y a través de la imagen.

El video musical lo que busca es vender y crear por medio de la imaginación iconos llamativos. ¿Qué vende, a quién y en dónde se lo vende? Vende música, imagen del artista, moda, entretenimiento, un disco, un sencillo y se lo vende a un público en específico, por medio de las televisoras por cable y las tiendas de música.

“A través de campañas publicitarias se logra crear un posicionamiento y una imagen para las empresas y se persuade al público a comprar los productos y utilizar los servicios ofrecidos. A nosotros, como público espectador nos motivan a consumir medios de comunicación, publicidad y productos. En una palabra nos inducen a participar en el juego de la oferta y la demanda” (Meneses, Alejandro. “Estado actual entre medios, empresas y publicidad. Medios, publicidad y sociedad: El impacto actual.” (Revista electrónica). 2002. <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/foro/medios.html> 20 de julio de 2002).

La venta de videos así como la demanda por parte del público, tienen un mundo detrás, ese es el de la creatividad y la narración por medio de imágenes, las cuales son realizadas por los productores quienes se basan en la letra de una canción.

Consideraciones finales

Más que emitir conclusiones en este apartado, se mencionarán algunas reflexiones sobre lo dicho en los capítulos de este reportaje, esto permitirá una deliberación por parte del lector acerca de la naturaleza del mismo y los resultados que se obtuvieron.

Gracias al reportaje, se lograron recrear las noticias y declaraciones generadas en torno al fenómeno musical Madonna y video clip.

La utilización de los estilos creativos muestra, a estudiantes y profesionales, que existen diversas maneras de interpretar una canción visualmente y promover el disco de un artista sin forzosamente hacer una presentación derivada de un concierto en vivo.

Muchos productores mexicanos como Arturo Greene no admiten la existencia de los estilos creativos porque se van por lo práctico, esto se refiere a hacer buenos o malos videos, como dice Alejandro González, pero es muy importante conocer dichos estilos creativos, pues al estudiarlos, realmente están manifestados en las creaciones visuales y se tiene más noción de lo que significa la realización y narración de un video clip.

Madonna es una de las artistas que ha usado casi en su totalidad, los tres estilos creativos. Su vida personal, laboral e íntima influye en la utilización de cada uno. En la descripción de los videos, se mencionaron algunas declaraciones y noticias sin ahondar en la trascendencia social y moral de las canciones o imágenes, pues eso sería como tratar de hacer un estudio cultural, político, psicológico y religioso, que se aleja del núcleo central de esta investigación, cuyo objetivo es describir los estilos creativos que ha utilizado Madonna en la producción de sus video clips durante su carrera artística de 1982 a 1999 por medio de un reportaje descriptivo – narrativo.

En su trayectoria como cantante, la “Chica Material” ha usado más el estilo creativo tipo “C” división “1” y “2”, pues al ser esta categoría muy vanguardista y que permite jugar con

las imágenes, crea expectación en el público, esto siempre le ha gustado a Madonna, ya que todo el tiempo busca ser original y audaz en sus clips musicales.

Por otro lado el estilo que más gusta al público seguidor de la "Reina Pop", es el tipo "B", pues a la gente le agrada ver la relación que hay entre imágenes y canción, prefieren que el video esté digerido y no tengan que adivinar lo que las imágenes tratan de decir, como ocurre en el estilo "C". Madonna ha usado el tipo "B" para darle gusto a su audiencia.

El estilo menos usado es el tipo "A", pues la cantante sólo lo ocupó, por falta de presupuesto, al principio de su carrera. Hoy en día ciertas cadenas de televisión programan fragmentos de sus presentaciones en concierto para transmitirlos por televisión, pero no son videos oficiales que su disquera promueva.

El estilo que nunca ha usado la cantante es el tipo "C" división "3", ya que siempre sus canciones tienen letra y esta partición sólo se basa en la música instrumental o sonidos vocales rítmicos que Madonna no emplea.

Los videos de la intérprete, y el uso de los estilos creativos en los mismos, se relacionan con el carácter y personalidad de la "Diva del Pop". Ella siempre ha llamado la atención con su imagen sexual que por naturaleza tiene.

Aunque al final de la investigación se habló acerca de los antecedentes históricos del video clip, como datos complementarios al tema central de la investigación, tiene que quedar en claro que este no es un recorrido muy certero y no porque no se haya pretendido que lo fuera, si no porque cada lector puede adjuntar un nuevo antecedente de acuerdo a sus conocimientos enciclopédicos, lo que provoca que no se hable de una historia concreta del video clip debido a que se tendría que platicar de la historia de cada uno de los sistemas que la conforman, como la creación de la música, de la imagen, del lenguaje fílmico y del televisivo, lo cual sería un trabajo realmente enciclopédico para llegar a una conclusión similar a esta y desviaría el tema central, el cual se refiere a un reportaje sobre los estilos creativos que ha usado Madonna en sus producciones visuales.

El video clip está conformado de varios elementos, por lo que sí se busca comprender la función de éste y sus estilos creativos es necesario remitirse a los otros, así se crea una necesidad de entender la música, las imágenes, el cine y la televisión. El video musical es un género híbrido nacido en el cine y distribuido por televisión, que en Estados Unidos tiene una industria establecida

Consultas

Apunte de clase

López, Ma. de Lourdes. Apuntes del curso de Adaptación de textos. Medios de comunicación colectiva II (T. C.) (no publicados). FES Acatlán. 1998.

Bibliografía

1. Andersen, Christopher. 1991. [Madonna: No Autorizado]. *Madonna: Unauthorized*. Island Books. New Cork, EUA
2. Baena Paz, Guillermina. 1986. *Instrumentos de investigación*. Editores Mexicanos Unidos. México.
3. Bastenier, Miguel. 2001. *El blanco móvil: curso de periodismo: con la experiencia de la escuela de El País*. Santillana: El País. Madrid, España.
4. Bazán Levy, José. 1992. *Enfoque discursivo 3. Taller de lectura y redacción 3*. Talleres Regina de los Ángeles. UNAM. Colegio de Ciencias y Humanidades. México.
5. Warren, Carl. 1979. *Géneros periodísticos informativos: Nueva enciclopedia de la noticia*. A. T. E. Barcelona, España.
6. Carriér, Jean-Claude. 1991. *Práctica del guión cinematográfico*. Paidós. Barcelona, México.
7. Durá, Raúl. 1988. *Los videoclips. Precedentes, orígenes y características*. Servicio de publicaciones. Universidad Politécnica de Valencia. Valencia, España.
8. García, Jesús. 1993. *Narrativa Audiovisual*. Cátedra. Madrid, España.
9. Grijelmo, Alex. 1997. *El estilo del periodista*. Santillana. Madrid, España.
10. Hedgecoe, John. 1992. *El libro del video*. Drac. Barcelona, España.
11. Ibarrola, Javier. 1988. *El reportaje*. Gernika. México.
12. Lack, Russell. 1999. *La música en el cine*. Cátedra. Madrid, España.

13. Lefiero, Vicente. 1986. *Manual de periodismo*. Grijalbo. México.
14. López, María. 1995. *El guión y su lenguaje literario*. UNAM, Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán. México.
15. Madonna. 1992. [SEXO]. *SEX*. Ediciones B. USA.
16. Martínez, José. 1992. *Curso general de redacción periodística: Lenguaje, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, televisión y cine*. Paraninfo. Madrid, España.
17. Morton, Andrew. 2001. *Madonna*. St. Martin's Press. New Cork, USA.
18. Nieto, José. 1996. *Música para la imagen: la influencia secreta*. Iberautor Promociones Culturales. Madrid, España.
19. Silverstone, Roger. 1994. *Televisión y vida cotidiana*. Amorrortu. Buenos Aires, Argentina.
20. Schmelkes, Corina. 1998. *Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación: tesis*. Harla. México.
21. Swainson, Gram. 1997. *La iluminación en video: principios básicos*. Gedisa. Barcelona. España.
22. Tostado, Verónica. 1995. *Manual de producción de video: un enfoque integral*. Alhambra Mexicana. México.
23. Victor, Barbara. 2001. [Diosa: El Interior de Madonna]. *Goddess: Inside Madonna*. Cliff Street / Harper Collins. New Cork, USA.
24. Martín, Gonzalo. 1993. *Géneros periodísticos: Reportaje, crónica, artículo (análisis diferencial)*. Prisma. México.

Enciclopedias y diccionarios

- De La Mota, Ignacio. 1994. *Enciclopedia de la comunicación: artes, ciencias, Técnicas*. Volumen 1, pág. 1421. Noriega. México.
- De La Mota, Ignacio. 1988. *Diccionario de la comunicación, televisión, publicidad, prensa y radio*. Volumen I-Z, pp. 356 y 142. Paraninfo. Madrid.

Entrevistas

- Alazraki, Carlos. 2005. Entrevista personal. *El mundo del video clip*. Publicista. Alazraki y Asociados. México. 20 de abril.
- Alejandro. 2003. Entrevista por mail. *Madonna vida profesional, personal y laboral*. Presidente. Club internacional "Ciudad Madonna". México. 8 de octubre.
- Araujo, Ángel. 2002. Entrevista por mail. *Madonna vida profesional, personal y laboral*. Ingeniero en sistemas. Club internacional "Madonna: Verdad o Reto". México 6 de abril.
- Benedetti, Mariano. 2002. Entrevista telefónica. *Madonna vida profesional, personal y laboral*. Músico observador de la carrera de Madonna. México 10 de marzo.
- Carbajal, Feliciano. 2005. Entrevista personal. *Historia del video clip, Madonna y su trabajo audiovisual*. Profesor de ciencias experimentales, ciencias exactas, música y canto. México. 11 de abril.
- Canu, Sandra. 2003. Entrevista personal. *Madonna vida profesional, personal y Laboral*. Periodista independiente observadora de la carrera de Madonna. México. 8 de agosto.
- Cha. 2001. Entrevista personal. *Antecedentes del video clip*. Bajista del grupo "Fobia" y locutor de radio. Programa "El Mañanero" de Radioactivo 98.5 FM, Grupo Imagen. 1 de mayo.
- Cortina, Mariela. 2002. Entrevista telefónica. *Producción y realización de un video clip*. Encargada del departamento de relaciones públicas. Filmmates Grupo PTA. México. 15 de abril.
- Carrera, Jesús. 2003. Entrevista personal. *Madonna vida profesional, personal y Laboral*. Pianista. Conservatorio Nacional de Música. México. 9 de Octubre de 2003
- Dany. 2003. Entrevista por mail. *Madonna vida profesional, personal y laboral*. Presidente. Club internacional "Imperio Madonna". 19 de diciembre.
- Dutkiewicz, Idzi. 2003. Entrevista telefónica. *Madonna vida profesional, personal y laboral*. Locutor observador de la carrera de Madonna. Estación de radio Alfa 91.3 FM, Grupo Radio Centro. México. 9 de octubre.
- Figuroa, Corina. 2005. Entrevista personal. *Historia del video clip, Madonna y su*

- trabajo audiovisual*. Asistente de producción. Promos 7. TV Azteca. México. 12 de abril.
- Fragoso, Ramón. 2005. Entrevista personal. *Estados Unidos y su libertad de expresión*. Conductor del noticiero Hechos 7. TV Azteca. México. 12 de mayo.
- García, Gabriela. 2002. Entrevista telefónica. *Producción y realización de un video clip*. Asistente de producción. Ritmoson Latino. México. 15 de junio.
- Gómez, Luis Ángel. 2002. Entrevista personal. *Historia del video clip, Madonna y su trabajo audiovisual*. Columnista, profesor y fotógrafo. Georgal Idiomas. México. 19 de abril.
- Greene, Arturo. 2002. Entrevista telefónica. *Producción y realización de un video clip*. Productor ejecutivo. Filmmates Grupo PTA. México. 15 de abril.
- Guerrero, Paco. 2002. Entrevista telefónica. *La industria del video clip*. Productor. México. 23 de noviembre.
- Hernández, José Luis. 2005. Entrevista personal. *Historia del video clip, Madonna y su trabajo audiovisual*. Productor. Promos 7. TV Azteca. México. 12 de abril.
- Huerta, Lenin. 2005. Entrevista personal. *Historia del video clip, Madonna y su trabajo audiovisual*. Productor. Promos 7. TV Azteca. México. 12 de abril.
- Jordi. 2003. Entrevista por mail. *Madonna vida profesional, personal y laboral*. Presidente. Club español internacional "Diosa Madonna". México. 8 de octubre.
- Juárez, David. 2001. Entrevista por mail. *Madonna vida profesional, personal y laboral*. Observador de la vida y obra de Madonna. Club mexicano "Enlace Madonna". 25 de octubre 2003.
- Macías, Arturo. 2003. Entrevista personal. *Madonna vida profesional, personal y laboral*. Conductor de TV Azteca y locutor. Stereo 97.7 FM. Grupo Radio Centro, 9 de octubre.
- Martínez, Fernando. 2003. Entrevista personal. *Madonna vida profesional, personal y laboral*. Locutor. Universal Stereo 92.1 FM. Grupo Radio Centro, 13 de octubre.
- Medina, Karla. 2003. Entrevista personal. *Madonna vida profesional, personal y laboral*. Cineasta. Producciones Medval. 14 de noviembre.
- Pleuger, Alejandro. 2002. Entrevista telefónica. *La industria del video clip*.

- Directivo. Telehit. México. 27 de noviembre.
- Ramírez Aguilar Gerardo. 2005. Entrevista por mail. *El video clip y su lenguaje*. Asistente de producción en SICO TV y actor. México. 26 de mayo.
- Ramones, Adalberto. 2002. Entrevista telefónica. *La música en el cine*. Actor, productor y conductor de Televisa. México. 25 de junio.
- Rodríguez, Dunia. 2005. Entrevista por mail. *El video clip y su lenguaje*. Productora independiente y maestra de inglés. México. 26 de mayo.
- Thomassigny, Philippe, 2005. Entrevista personal. *Historia del video clip, Madonna y su trabajo audiovisual*. Músico, empresario y consultor de e-Gobierno de la República Mexicana. Alternativa Digital. México. 13 de abril.
- Valenzuela, Gabriela. 2003. Entrevista personal. *Madonna vida profesional, personal y laboral*. Psicóloga. México. 26 de junio.
- Valle, Aurora, Entrevista personal. *Madonna vida profesional, personal y laboral*. Reportera, productora y conductora. TV Azteca. México. 10 de octubre.
- Valverde, Ruth. 2003. Entrevista personal. *Madonna vida profesional, personal y laboral*. Diseñadora. Taller Valverde. México. 1 de agosto.
- Vargas, Lorena. 2002. Entrevista telefónica. *Madonna vida profesional, personal y laboral*. Contadora pública, experta en la carrera de Madonna. 22 de mayo.

Internet

“Cambridge Dictionaries Online” (Base de datos). 2004.

<http://dictionary.cambridge.org/>

8 de abril de 2005

“Diccionario de la lengua española.” (Base de datos).

<http://www.rae.es/>

29 de noviembre de 2002

Duque, Ricardo. "Fragmentación, simultaneidad, choque o contraste y modularidad en la videosfera. (Texto). 2002.

http://www.fiftyfifty.org/texts/ricardo_duque02.html

13 de abril de 2005

"Electronic Referentes." (Base de datos). 2003.

<http://www.apastyle.org/eleceref.html>

29 de noviembre de 2002

González, Ana. "Madonna es un ejemplo extremo de antimoda." (Texto). 2003.

<http://www.unav.es/noticias/261001-04.html>

26 de mayo de 2003

"Gracenote". (Base de datos).

<http://www.gracenote.com/music/>

18 de octubre de 2002

García, Alex. "The Music Video DataBase." (Base de datos). 1998.

<http://www.mvdbase.com/index.php>

18 de abril de 2005

Imparato, Gabriel. "Una Madonna excepcional." (Noticia). 2003.

http://www.todomardelplata.com/notas/notascomp/E_8979.asp

2 de mayo de 2003

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus Estado de México, División de Profesional y Graduados Departamento de Letras. "Guía de presentación de trabajos escritos." (Base de datos).

<http://www.cem.itesm.mx/consulta/guia/elem.html>

29 de noviembre de 2002

“Lucas: Historias y Críticas.” (Entrevista). 2002.

<http://lucas.cubasi.cu/historias.asp>

13 de abril de 2005

Noriega, José. “Videoclips Madonna.” (Texto). 1981.

http://www.video.com.mx/mall/dvd/videoclips_madonna.htm

14 de diciembre de 2004

Sarriguarte, Iñigo. “Conexiones entre el videoclip y el videoarte.” (Texto).

<http://www.ateiamerica.com/doc/conexion.pdf>

13 de abril de 2005

“Símbolos Matemáticos, Equivalencias Castellano-Euskara.” (Documento Web).

<http://www.tecnun.es/CursoCero/equivalencias/dicsimbolos.pdf>

8 de abril de 2005

Programas de televisión

Aullido. 1998. Canal 40. 16:00 horas. DF, México, 9 y 10 de abril de 1998.

Depasónico. 1998. Canal 18. 14:00 horas. DF, México, 24 de marzo de 1998.

Madonna Rising. 1998. Canal 7. 14:00 horas. USA, 22 de agosto, 1998.

Ultra Sound Inside Madonna. 1998. Canal 7. 18:00 horas. USA, 22 de agosto, 1998

MTV Anniversary. 1999. Canal 7. 9:00 horas. USA, 21 de agosto, 1999

Videografía

Madonna: The Immaculate Collection. 1990. Warner Reprise Video [us]. USA. David Fincher, James Foley, Directores. Blanco y negro/ Color Videotape 60 min. Inglés

Madonna: The Video Collection 93:99. 1999. Warner Reprise Video [us]. USA. Chris Cunningham, David Fincher, Directores. Blanco y negro/ Color Videotape 67 min.
Inglés

Madonna: Truth or Dare. 1991. Boy Toy Productions, Miramax Films [us], Propaganda Films [us]. USA. Alek Keshishian, Director. Blanco y negro/ Color 35 mm 114 min.
Inglés