ICONOS

Instituto de Investigación en Comunicación y Cultura

IDENTIFICACIÓN DE LOS ELEMENTOS VISUALES Y LINGÜÍSTICOS, EN LA CONSTRUCCIÓN DE *LYRIC* VIDEO

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN DISEÑO DIGITAL

PRESENTA:

ALEXIS EMMANUEL RAMÍREZ RIVERA

ASESOR:

MTRA. GUIOMAR JIMÉNEZ OROZCO

MÉXICO, CDMX 2017 DICIEMBRE

RECONOCIMIENTO DE VALIDEZ OFICIAL DE ESTUDIOS DE LA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA SEGÚN ACUERDO NO. 20080024 DE FECHA 21 DE ABRIL DE 2008. CLAVE 2010

ÍNDICE

CAPITULO I: El *lyric* video

1.1 Antecedentes del *lyric* video_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ 6

1.1.1 Video Pop_ 7

1.1.2 El video musical_ 12

1.2 Características, diferencias y similitudes entre el video musical y el *lyric* video_ 24

CAPITULO II: El texto lingüístico en complemento a los elemntos del *lyric* video.

2.1 Texto lingüístico_ 32

2.2 Texto visual_ 33

2.3 Relación entre texto lingüístico y la imagen _ _ _ _ _ _ _ _ _ 35

CAPITULO III: Desarrollo de la matriz *lyric* video pop.

3.1 Desarrollo de Matriz_ 42

3.2 Realización de *lyric* video pop con base en la Matriz_ _ _ _ _ 47

Conclusiones_ 67

Referencias bibliográficas_ 69

Introducción

Gracias a la evolución de las tecnologías, los cantantes se ven interesados en generar nuevos medios de comunicar su música, es por eso que en esta investigación analizaremos uno en particular el *lyric* video.

El objetivo de esta investigación es crear una matriz en donde se ordene el texto lingüístico y los elementos visuales, para la producción de un *lyric* video del género pop. Esta expresión comienza a tener gran auge en el año 2012 entre los diversos cantantes, ya que ayuda a impulsar los sencillos que se presentan. Además, mantiene a los fans atentos al trabajo discográfico; permite llegar a más lugares y audiencias; contribuye a poner en primer plano la letra de la canción con el fin de memorizarla. El punto central de esta investigación es estudiar cómo se relaciona el texto lingüístico, los elementos visuales y la música, para atrapar la atención y que el espectador recuerde constantemente la letra de una canción.

Para llevar a cabo esta investigación se retoman los *lyric* videos de Katy Perry[1], famosa cantante estadounidense, la cual ha utilizado en diversas ocasiones este tipo de materiales para apoyar la difusión y venta de su música.

En este trabajo se busca identificar los elementos característicos de un *lyric* video con el fin de tener una herramienta novedosa que gira en torno al diseño.

---

[1] Katheryn Elizabeth "Katy" Hudson, más conocida por su nombre artístico Katy Perry, es una cantante, compositora y guitarrista estadounidense. También se ha dedicado a la actuación y a la filantropía.

[2] *Sign o' the Times* es un álbum doble del artista Prince, lanzado el 30 de marzo de 1987. Le sigue a *Parade* (1986), y es el primer álbum en solitario del artista después de la ruptura con su anterior banda, *The Revolution. Sign o' the Times* es el resultado de sucesivos proyectos de

Al conocer los elementos creativos alrededor de estos videos, se puede crear un *lyric* video; lo que permite una manera distinta de incluir el trabajo de diseño en el campo de la música.

Esta investigación se divide en tres capítulos, el primero se enfoca en la pregunta ¿cuáles son las diferencias y similitudes que existen entre el video musical y el *lyric* video? La respuesta señala que ambos están dirigidos a la promoción de un sencillo musical, pero el *lyric* video contempla su enfoque en lo lingüístico a través de animaciones de elementos visuales como tipografías, colores, texturas e imágenes, porque su función principal es transmitir la letra de la canción.

Se identificarán las características y antecedentes tanto del video musical, como del *lyric* video, para de esta manera localizar sus diferencias y similitudes. Se busca dejar en claro que son dos tipos de trabajo diferente, pero con un fin muy parecido, el cual pretende impulsar un trabajo musical.

La segunda pregunta que se trabaja en el capítulo dos dice ¿Cómo organizar los elementos que integran el *lyric* video? Cuyo objetivo es identificar cada uno de los elementos que conforman el *lyric* video y como se organizan. La hipótesis señala que los elementos que integran el *lyric* video se organizan de la siguiente manera:

- Canción.
- Historia o idea.
- *StoryBoard.*
- Texto lingüístico.
- Elementos visuales.
- Animaciones.
- Tipografías.

- *Software* de video.
- Renderización.
- Promoción.

Se identifican los elementos visuales con base en el texto lingüístico; se ofrece su definición, se dan características y cómo se conforman; cómo se aplican a los *lyric* videos, para organizarlos y estructurarlos, de manera que se integren a la conformación de una matriz para el desarrollo de un *lyric* video.

La tercera pregunta dice ¿Cómo realizar un *lyric* video retomando la matriz que se genera a partir de lo revisado en el capítulo uno y dos?

Se ofrece una matriz para el desarrollo de un *lyric* video, la cual tiene como objetivo aplicarse a una canción, mediante las características y elementos detectados en los capítulos anteriores.

CAPÍTULO 1. El *lyric* video

En los últimos 5 años, el *lyric* video ha ido creciendo en popularidad entre los cantantes alrededor del mundo. Es una pieza simple que busca conectar con el fan desde el significado de la propia canción.

En este capítulo se conocerán los antecedentes del *lyric* video, para saber cuál es su razón de ser y su objetivo, porqué se crean esta clase de videos, cuál es su medio de difusión y quién hace uso de estos. También se conocerán sus características, su conformación y sus elementos, tanto del video musical como del *lyric* video, para identificar sus diferencias y similitudes.

Lo anterior surge por la pregunta de investigación que dice: ¿cuáles son las diferencias y similitudes que existen entre el video musical y el *lyric* video? La respuesta señala que ambos están dirigidos a la promoción de un sencillo musical, pero el *lyric* video contempla su enfoque en lo lingüístico a través de animaciones, elementos visuales como tipografías, colores, texturas, imágenes, etcétera. Porque su función principal es transmitir la letra de la canción.

El objetivo es dejar en claro que son dos tipos de videos diferentes con ciertas características similares, pero con un mismo fin, el cual es impulsar un trabajo discográfico.

1.1 Antecedentes del *lyric* video

El *lyric* video se desprende del video musical, uno de los medios que se produce en la cultura pop es por eso que, comenzaremos revisando de qué se trata.

El *lyric* video es una nueva manera de generar un elemento audiovisual, mediante una mezcla de tipografía, animaciones y música que va conquistando más y más territorios conforme un nuevo artista decide lanzar un sencillo musical. En los años 2012 y 2013, ha crecido su auge entre diversos cantantes como Taylor Swift, Coldplay, Lady Gaga, U2, Pitbull, etcétera. El origen de este medio se puede rastrear en los años 80s cuando Prince, en 1987, saca el video *Sign o'the Times*[2] en donde se usan formas y palabras que se relacionan con la letra de la canción (Scott 5). Bárbara Pavan en su blog cucharasonica.com (Pavan 2) escribe que en esas fechas George Michael no quiso filmar el video "Praying for time", por lo que su disquera tuvo que generar un *lyric* video para ayudar a su promoción. Muchos artistas han tenido acercamiento a esta técnica de video. Entonces se puede detectar que el *lyric* video nace como una función de promocionar, con el fin de mantener al público atento, conocer la letra de la canción y provocar que el público la recuerde constantemente.

1.1.1 Video Pop

La cultura pop es el marco en el que se generan los *lyric* videos, y es por eso que en esta investigación la retomamos.

Se entiende que la cultura pop tiene sus inicios en Londres donde comenzó con gran fuerza entre los artistas. Menciona Barthes la

[2] *Sign o' the Times* es un álbum doble del artista Prince, lanzado el 30 de marzo de 1987. Le sigue a *Parade* (1986), y es el primer álbum en solitario del artista después de la ruptura con su anterior banda, *The Revolution. Sign o' the Times* es el resultado de sucesivos proyectos de Prince tales como *Dream Factory, Camille* (un alter-ego de Prince, con la voz acelerada) y el triple álbum *Crystall Ball*, que la *Warner* no le permitió editar.

década de los cincuenta, algunos artistas se convirtieron en defensores de la cultura popular, sobre todo los pertenecientes al Instituto de Artes Contemporáneas de Londres, y se podía apreciar un fuerte interés por los cómics, las películas, la publicidad, la ciencia-ficción y la música pop. (Barthes 203) Este es el punto de partida para toda una cultura que más tarde se convertiría en toda una fuerza revolucionaria llamada pop art y de la cual devendrá la cultura pop.

Barthes explica que la perspectiva del pop art es discutir al arte, estar en contra de él, contradecir, imponer o simplemente intervenir lo que no tiene uso lo desecho, lo no visto o desatendido por la gente, el menciona que "El pop art invierte los valores. Lo que caracteriza al pop es, ante todo, el uso que hace de lo despreciado". (Barthes 204)

En sus inicios, con respecto al arte, el pop no es bien visto, puesto que se basa en la constante repetición de algún objeto ya establecido, solo modificando un poco su estructura como lo hace Warhol en su series *White burning Car Twice*, que juega con una ínfima variación de color. (Barthes 205)



(White burning Car Twice (Arte) Warhol 1963 Warhol de la colección *Sonnabend Gagosian Gallery / Rizzoli)*

La técnica de repetición es parte del trabajo de Andy Warhol que se ayuda de lo espectacular, al crearlas en un tiempo diferente, se logra obtener una concepción totalmente nueva, con mínimos cambios, lo que hace de esta técnica algo llamativo e innovador en ese tiempo y que cuestiona al arte.

> "Lo que estás repeticiones (o la Repetición, como procedimiento) ponen en juego no es tan sólo la destrucción del arte, sino también (son cosas que suelen ir juntas) otra concepción del sujeto humano: la repetición de acceso, efectivamente, a una temporalidad diferente. (Barthes 205)"

En este estilo, es importante que las cosas estén acabadas, para descontextualizarlas y proponer otra significación.

> "El mismo objeto al que, en nuestra moderna civilización, no cesamos de personalizar, incorporándolo a nuestro mundo individual, el objetivo, para el pop art, no es sino el resultado de una resta: todo lo que queda de una lata de conserva cuando, mentalmente, ya la hemos amputado de todos sus temas y de todos sus usos posibles." (Barthes 206).

Es aquí donde se entiende que desde un objeto sin sentido alguno hasta una bella imagen pueden ser modificados en su estructura logrando una personalidad completamente diferente, que eleva la imagen ante su función original.



(*Campbell's Soup Cans* (Arte) Warhol 1928 – 1987 American)

> "El pop sabe perfectamente que la expresión fundamental de la persona es el estilo". (Barthes 206)

Se entiende como la sociedad ha sobrevalorado lo estético de las cosas, y es en esta parte donde se ve como probablemente un artículo

que se desecha, porque ya no tenía algún valor, con solo modificar su estructura mediante la técnica usada en el Pop Art, logra darle un giro de 360º en su significado, emancipando la forma, lo cual logra atraer de nuevo la atención de la sociedad por su nuevo estilo que se evidencia como espectacular y atractivo.

> "El Pop Art despersonaliza, pero no vuelve anónimo: nada más identificable que Marylin, la silla eléctrica, un neumático o un vestido, vistos por el Pop Art; es más, no son más que eso: inmediata y exhaustivamente identificables, y por este procedimiento nos enseñan que la identidad no es la persona: el mundo futuro corre el riesgo de ser un mundo de identidades (gracias a la generalización mecánica de los ficheros de la policía), pero no de personas". (Barthes 206)

vemos como el pop se enfoca en la identificación a través de diversas personalidades no se conforma con una, al sujeto lo vuelve una imagen identificable, deja de ser persona y se vuelve icono, mediante hechos propios establecidos se logra identificar. Pero lo preocupante es el rumbo de múltiples identidades y escasas personalidades, que adopto la gente en el mundo.

La irregularidad con la que el pop art es visto, ocasionan la escases de significado, pero esto surge, gracias a que el Pop Art busca prescindir del arte y por lo tanto, de su significado profundo. Esta constante problemática del Pop Art con el arte llega a su fin justo en el momento que parece no tener ningún sentido, logrando su propio estilo (Barthes 209).

Es entonces en este punto donde se concreta el pop como un estilo artístico, el cual hoy en día sigue vigente con sus bases establecidas

según lo antes mencionado y ha traspasado. El arte retomó las formas de la cultura popular y evidencia cómo se trabajan para ser atractivas.

Terminará este subtema con una cita, que muy en claro deja la posición del pop, que sigue trabajando hasta hoy en día:

> "Por más que el pop despersonalice el mundo, aplane los objetos, deshumanice las imágenes, reemplace la artesanía tradicional del lienzo por una maquinaria, sigue habiendo <<sujeto>>. ¿Qué sujeto? El que mira, ya que no el que hace. Por más que nos esforcemos en fabricar una máquina, el que la contempla no lo es: desea, teme, goza, se aburre, etcétera. Y esto es lo que sucede con el pop art". (Barthes 210)

Antes de conocer las características del *lyric* video, se tendrá que revisar su antecedente inmediato, el video musical.

1.1.2 El video musical

El video musical es un medio con una gran proyección, que se piensa para cualquier género dentro de la cultura pop, siendo una manera efectiva de comunicación.

> "…a lo largo de su corta historia el vídeo musical se ha erigido como uno de los géneros audiovisuales con mayor capacidad de adaptación a los múltiples contextos en los que se desarrolla y a los diferentes significados que le han sido atribuidos." (Viñuela 1)

Además el video pop es bastante aceptado por la población y esto lo convierte en una herramienta para ser difundido en un medio masivo de comunicación.

> "En la década de los 50 y con el auge por el surgimiento de la televisión, la industria discográfica se da cuenta de la importancia de este medio y lo ve como una plataforma para sus artistas." (Gifreu 1)

De acuerdo a Gifreu si regresamos un poco en el tiempo se retoman las causas por la cuales surge el video musical y es por la invención de este medio de comunicación súper importante (la televisión), que al darse cuenta de su importante proyección y accesibilidad, las disqueras no tardaron en enfocarse en este medio televisivo como parte de la distribución del trabajo de cada uno de sus artistas, al presentarse en estos programas televisivos comienza a crearse este acercamiento de los televidentes a sus artistas favoritos con el simple hecho de verlos por televisión en vivo o cantando su más reciente trabajo. A las disqueras les cae de maravilla debido a la gran promoción que esto trae consigo.

> "Es en esta década de los 50 cuando artistas como Elvis Presley o Bill Halley son llevados a la pantalla grande, cumpliendo otras funciones distintas a la de los cantantes. (Gifreu 3)"

La causa del surgimiento del video musical se debe a la constante búsqueda de promoción en diversos medios, las compañías discográficas llevaban a sus artistas a la pantalla grande y buscaban la mejor manera de exponer el trabajo.

Comenta la bloguera Bárabara Pavan que la popularidad del video musical crece con la aparición del canal MTV encargado de la reproducción de videos musicales de todos los géneros (Pavan 2) como lo menciona la autora, este canal de videos musicales funcionan de manera masiva creándose una gran popularidad, atrayendo a la gente mediante su atractivo concepto, entendiendo que en los años que surge MTV, el internet no es lo que en este tiempo, el gran éxito de diversos videos se debía en su tiempo a este canal.

La televisión era principalmente el medio de distribución para videos musicales y esto servía para que toda la gente pudiera tener acceso a estos.

> "Al contrario de lo esperado, el vídeo musical no ha perecido lejos de estas emisoras, sino que se ha mudado hacia otros medios, los digitales, que conforman nuevos territorios para su distribución." (Sedeño 1226)

Los medios de difusión se encuentran siempre en constantes evoluciones intentando generar el medio adecuado para la mayor difusión es por eso que el video musical está en constante movimiento entre los diversos medios, hoy en día logra encontrar un mayor enfoque en los medios digitales donde tiene mayor aceptación, gracias a las múltiples redes sociales que existen y el impacto que tienen en este momento con todo tipo de público.

> "Si los vídeos fueron una vez propiedad de los programadores de televisión, necesitados de nuevos contenidos para cubrir las horas crecientes de los canales por cable, ahora se han apropiado de ellos los *websites* musicales, los fans, los *videobloggers* y sitios de *videosharing* como *BlipTv*, *Vimeo* o *Youtube*." (Sedeño 1226)

El video musical continuó fluyendo por los diferentes medios debido a la integración de nuevos contenidos televisivos, esto propició que el video musical encontrara nuevos medios de difusión y que mejor lugar que el Internet. Al hospedarse en las diversas aplicaciones y plataformas que conlleva el internet, generando gran aceptación y éxito principalmente en las plataformas y aplicaciones especializadas en videos. "Internet como vehículo de los vídeos musicales ha supuesto una revitalización del formato y una mejora de su posición cultural." (Sedeño 1226)

El Internet como lo menciona la autora llega de manera positiva para la vida de los videos musicales, vuelven a tener el auge con el que comenzaron y junto con las plataformas de videos, su perspectiva es vista de manera profesional, promocional y accesible, haciendo que la cultura del video musical no se pierda y llegue a todos los sitios posibles. De la misma manera el Internet se pude ver como un contenedor de millones de videos, que permite el fácil alcance de cualquier tipo de persona (Sedeño 1226)

Se puede decir, gracias a la llegada del Internet y las plataformas de video, fue posible una nueva y gran difusión para estos, una especie de resurrección del video musical que conlleva nuevos elementos importantes, como son premios, visitas, *like's*, certificaciones por altas visitas, todo tipo de comentarios, la accesibilidad y disponibilidad que Internet ofrece a estas plataformas para que el público pueda ver cualquier video a la hora o momento que uno guste.

> "Desde su función publicitaria, pasando por la narración y la función del artista el video- clip ha pasado de ser un mero acompañamiento promocional de un disco para convertirse en un nuevo lenguaje del audiovisual con características

> propias que ha logrado sobrevivir y consolidarse gracias a las innovaciones que el paso del tiempo le ha ofrecido.” (Gifreud 22)

A lo largo del tiempo el video musical ha obtenido fuerza y estructura, siendo este uno de los medios audiovisuales más importantes de nuestro tiempo, gracias a sus características principales que lo hacen un medio creativo, llamativo y puntual.

La narración en el video musical es importante ya que está lo puede llevar al éxito. Como es mencionado por Gifreud, una parte fundamental de estos es la mini narración que contiene, la historia que lo conlleva, el mensaje que se genera mediante la música y la historia, lo vuelve mayormente atractivo para el público.

El video musical es el medio visual que existe entre la música, la historia o simplemente una idea, la participación del cantante, banda o actores. Es un medio muy concreto, ya que la imagen está ahí contando una historia y no hay más que esa historia, esta parte ya esta estructurada con base en lo que el director del video quiere plasmar.

Ahora que se conoce al video musical se llega al *lyric* video el cual surge de este, debido a los tiempos de espera entre el lanzamiento del sencillo y la producción del video musical.



Chained to the Rhythm (*Lyric* Video) Katy Perry 09/Febrero/2017 Video



Chained to the Rhythm (Video oficial) Katy Perry 21/Febrero/2017 Video

> "Ellos pueden ser liberados antes, lo que significa que hay más de una imagen estática para las muchas personas que escuchan principalmente a la música a través de YouTube." (Scott 3)

Como lo menciona el autor, los *lyric* videos son liberados con un tiempo de anticipación para dar un seguimiento promocional a la canción, tener entretenidos a los fans y concentrados en aprenderse la canción.

> "Eso llevó a una tendencia a través de 2010 para los *lyrics* animados - en particular un video precioso y con mucho esfuerzo de animación para Jonathan Coulton *Shop Vac* subido en noviembre de 2010. Pero para entonces, la empresa de Katy Perry había comenzado la liberación de sencillos en video *lyric* con sólo subtítulos en un fondo de imágenes." (Scott 8).

Se observa que son varios los géneros musicales y artistas que han recurrido a los *lyric* videos entre ellos Katy Perry, justo de quien estamos retomando sus *lyric* videos para esta investigación, ya que ella ha sido una de las artistas que ha sacado más variedad de *lyric* videos, con diferentes conceptos, efectos y elementos.

> "En 1990, George Michael "*Praying for Time*" Acabo en tener texto blanco elegante sobre un fondo negro. Eso no se vería fuera de lugar si había sido armado un cuarto de siglo más tarde en Windows Movie Maker." (Scott 6).

Como menciona el autor de este texto, la creación de *lyric* videos puede ser desde programas de edición de video muy básicos hasta maneras más sofisticadas con mejores *softwares* de video debido a la gran demanda que han obtenido.

El *lyric* video es una forma de proyectar el trabajo de un cantante, en el que se puede escuchar la canción, revisar la letra mediante el texto lingüístico y elementos gráficos para generar una reacción emocional

diferente en cada persona, con solo un mínimo presupuesto. "Para los artistas, por otro lado, es una forma barata y rápida de hacer que su música llegue a internet. Aunque sea un *slideshow* de fotos con subtítulos y letras, es válido." (Pavan 4). En ocasiones el *lyric* video suele ser más llamativo por su contenido de elementos visuales lo que provoca atrapar la atención del espectador. Existen muchas formas de crear un *lyric* video, muchos son muy sencillos y otros con gran producción, pero lo que comenta Pavan en su cita, es que el simple video con letra sirve de promoción para el trabajo de un cantante, puesto que el simple hecho de proyectarse en Internet genera atención.



Swish Swish (*Lyric* Video) Katy Perry 03/Julio/2017 Video

De lo anterior se retoma un punto importante, el Internet es parte fundamental para la publicación de esto videos ya que su medio de difusión son plataformas de video y redes sociales como *Youtube*[3], cuyo impacto en la sociedad de todo el mundo ha sido muy alto, esta plataforma funciona de apoyo para los artistas que no cuentan con un

[3] Es un sitio WEB en el cual los usuarios pueden subir y compartir vídeos. Fue creado por tres antiguos empleados de PayPal en febrero de 2005.4 En octubre de 2006, fue adquirido por Google Inc. a cambio de 1650 millones de dólares y ahora opera como una de sus filiales. Actualmente es el sitio WEB de su tipo más utilizado en Internet.

gran presupuesto. "Cuando las cadenas como *MTV*[4] están más concentradas en producir *realities* que en pasar videos de música, internet se transforma en una excelente plataforma para dar a conocer música. Y para artistas que no tienen demasiado presupuesto, un *lyric* video es una excelente opción." (Pavan 3).

Internet se vuelve el origen de un gran éxito y un gran apoyo para los artistas que apenas comienzan, por lo mismo de ser un medio masivo, gratuito y de libre expresión, permite llegar a toda clase de público y de esta manera ser un punto de partida para darse a conocer.

> "¿Para qué depender de la audiencia fluctuante de un canal de televisión cuando tienen un público cautivo en internet, donde además pueden aprovechar el poder de la viralización?" (Pavan 9).

Internet se ha convertido en un medio de comunicación masivo y por ende muy importante cuando se busca publicar, promocionar y dar a conocer algún tipo de proyecto. De tal forma que los *lyric* videos puedan ser hospedados en este medio, para llegar a todo tipo de audiencia encontrada dentro de las diferentes redes sociales y de esta manera alcanzar un mayor número de público. No es impedimento lograr juntar las diversas redes para hacer más accesibles las búsquedas o promoción de algo y es aquí donde se da cuenta si el sencillo musical lograra tener éxito o no, mediante el *lyric* video expuesto en Internet.

> "Si el sencillo no es exitoso, no podrán garantizar un tiempo de aire en los canales musicales. La producción de un *lyric*

[4] MTV (inicialmente un acrónimo de *Music Television*) es una cadena estadounidense de televisión por cable, originalmente establecida en 1981 por *Warner-Amex Satellite Entertainment.* Desde 1985 forma parte de *Viacom*.

> video es más barata, y con mucho menos dinero pueden promocionarlo en (canales) redes sociales como YouTube y Facebook.” (Pavan 9).

Como se menciona anteriormente una de las cualidades del *lyric* video es formar parte del éxito que se quiere obtener y todo esto mediante la fuerza que este genere, ya que el objetivo de estos videos es saber si un sencillo promocional funcionará y obtendrá el éxito que se cree pueda alcanzar de la siguiente manera según Youtube:

1. Analizar la demanda mediante el número de reproducciones.
2. Edad de la cantidad de gente interesada en el video.
3. De qué parte del mundo lo están visualizando.
4. Analizar los comentarios que los usuarios proporcionan tanto positivos como negativos.
5. Cuantos *likes* y *dislikes* esta generando.
6. Reacción que genera entre los usuarios.

Youtube es una de las principales plataformas de video que permite analizar los puntos anteriormente mencionados, es por eso que en esta plataforma se difunden este tipo de materiales (Youtube 2).

De esta forma, la publicación del *lyric* video, logra una estrategia promocional más estructurada y logra llevar un proceso bastante acertado, ya que no se cometen gastos innecesarios, en la producción de sencillos que a lo mejor en algún futuro no obtengan el éxito que se espera. De esta manera, se puede saber desde antes si el producto seleccionado tendrá o no tendrá el impacto deseado, utilizando sólo un mínimo presupuesto.

> “Nuestras canciones favoritas muchas veces no tienen un video musical que las acompañe. No es de extrañar, por

> tanto, que muchos fanáticos se tomaran esta tarea para entregar animaciones, acompañadas por las letras de las canciones" (Pavan 3).

El fan del cantante es un elemento clave; son parte fundamental de estos *lyric* videos y gracias a ellos muchas veces se conoce una canción. La creatividad de los fanáticos también ayuda mucho en estos casos, ya que generan videos con imágenes, sin tanta producción, pero ayudan a la promoción de su artista favorito, ya sea con *lyric* videos muy sencillos, o productos más elaborados, lo cual depende de la experiencia y dominio de algún *software* de video. Estos *fans* se encargan de crear estos audiovisuales mediante sus propias emociones, detonadas a través de la canción que más les gusta o la que en ese momento se está promocionando en la radio. Los *lyric* videos de interés para esta investigación, son los profesionales, hechos por diseñadores y creados mediante diversas técnicas como: animaciones con efectos visuales, tipografías, montaje de imágenes, entre otros. Estos se generan con una preproducción que involucra una conceptualización, un guion y un *storyboard* en un trabajo profesional.

Ejemplo de *lyric* video hecho por fan:



This Is How We Do (*Lyric* Video Fan) XSoundLyrics 27/Junio/2014 Video

Ejemplo de *lyric* video oficial:



This Is How We Do (*Lyric* Video) Katy Pery 24/Julio/2014 Video

> "Algunos cuentan con una producción impresionante. Animaciones tremendas, excelentes, que seguramente tienen una buena cantidad de trabajo detrás. Algunos cuentan con material filmado pero que no cuenta con la presencia de los intérpretes. ¡En otros, hasta aparece la banda! Pero no es un video, es un *lyric* video porque aparecen las letras." (Pavan 11).

El *lyric* video es mayormente gráfico y hace de lo lingüístico la parte fundamental ya que la letra de la canción es lo más importante en ellos, los efectos visuales hacen que sea más dinámico y todos sus elementos como lenguaje gráfico nos llevan a entender a nuestra propia manera una historia, sensaciones, pensamientos y sentimientos.

> "En 2010, Cee-Lo Green hizo la primera corriente, dinámico y enormemente popular vídeo *lyric* moderno - de la canción que la clase media estadounidense conocía como "*Forget You*[5]". Y de repente, todo el mundo tenía que tener uno." (Scott 9).

2010 fue el momento de despegue para los *lyric* videos, ya que comenzó su auge entre los diversos artistas, el video *Forget You de Cee-Lo Green* comenzó a tener mucho éxito, siendo solo un *lyric* video, convirtiéndose en el *lyric* video más famoso de su tiempo.

1.2 Características, diferencias y similitudes entre el video musical y el *lyric* video

Como se vio anteriormente, el *lyric* video y el video musical son medios audiovisuales que reflejan una idea, sensaciones y sobre todo una historia. En este apartado se definirá cuales son sus características y diferencias.

Comenzando con las características del video musical:

El video musical, como lo menciona Villagrán, se caracteriza por simular la estructura musical y el ritmo para crear una manera diferente de percibir la música (Villagrán 16), por ejemplo al escuchar una canción nosotros imaginamos cosas, entendemos y nos identificamos pero al añadirle imágenes que simulan la estructura musical, la dinámica visual cambia volviéndose más concreta.

[5] *Fuck You* (estilizado como *F**k You*), también titulado *Forget You* o FU para las versiones editadas, es un sencillo del rapero estadounidense *Cee Lo Green*. Fue lanzado el 19 de agosto de 2010 como el primer sencillo de su tercer álbum de estudio, *The Lady Killer*.

Según Villagrán, al generar este ritmo visual y cambiar la percepción musical, logra que estas características sean esenciales para cada uno de los videos musicales, comenzando por el ritmo visual y la dinámica visual, estas características entran por nuestros ojos y cambiar la manera de percibir la música (Villagrán 18), darle otro sentido completamente diferente a lo que pudimos en algún momento haber pensado.

Otra de las características de estos videos musicales es que son representaciones que transmiten un mensaje o idea, la cual será comprendida de manera propia y entendida de acuerdo al contexto de cada quien. Como cuando vemos una película con nuestros amigos y al finalizar cada quien entiende cosas distintas, supongamos que el mensaje principal en general es entendido por todos pero algunas ideas planteadas cada quien las entiende de diferente manera, esto es por el contexto de cada persona. Otro de los elementos que caracteriza al video musical: es la presencia de la imaginación (Villagrán 10). Como lo comenta Villagrán, cada uno de los videos musicales son presencia de la imaginación de cada director de video, del artista mismo e inclusive de todo un equipo de creativos, pero esta característica la tenemos en general todas las personas, justo al momento de escuchar una canción comenzamos a imaginar una historia o simplemente momentos que gracias a nuestra enciclopedia interna y toda la serie de codificaciones obtenidas a lo largo de nuestra vida, logramos crear una historia, idea, conjunto de imágenes, etcétera, permitiéndonos crear nuestro propio video musical con ideas mentales, como lo hacen algunos directores de video para crearlos.

Ahora las características del *lyric* video:

Una de las principales características de los *lyric* videos son las animaciones, que los hacen más atractivos al público, un ejemplo de esto ocurrió cuando el cantante Jonathan Coulton Shop Vac, en 2010 lanza un *lyric* video que logra captar la atención de los espectadores por las animaciones contenidas en su video, que en conjunto a la letra de la canción ocasiona gran impacto en los *fans*.

El primer *lyric* video liberado por la disquera de Katy Perry en 2010 era la letra de la canción *Firework,* con fondo de imágenes que promocionaba el disco *Teenage Dream*, la canción *Firework* que en ese momento era el sencillo denotaba la manera acertada en cómo ese *lyric* video con tan solo la letra de la canción e imágenes de la cantante impactó a la audiencia y en pocos días el sencillo obtuvo mucho éxito y la mayor parte del público *target* de Katy Perry se sabía al derecho y al revés la letra de la canción.

Otra de las características principales del *lyric* video son, las múltiples animaciones enfocadas a la letra.

En concreto el *lyric* video es texto lingüístico, representado mediante la letra de la canción que con ayuda de las animaciones en los elementos gráficos y en las múltiples tipografías logran hacer de su estructura algo atractivo.

El video musical es representación de una historia o idea de manera muy concreta siendo muy puntual, mediante ritmo visual, dinámica visual y presencia de la imaginación para lo que se quiere mostrar al público

Ya que se entienden las características que componen al video musical y *lyric* video se pude identificar las diferencias y similitudes que los componen.

Retomando un poco del subcapítulo anterior, podemos clasificar el video musical como la presentación de imágenes en movimiento de diversos tipos, ya sea en fotografía, animación, entre otras, y el *lyric* video con enfoque en el texto lingüístico para dar a conocer y entender las letras de las canciones.

Se puede concluir en una tabla comparativa gracias a los datos anteriormente mencionados, de la siguiente manera:

Video Musical y *Lyric* Video		
Características generales	Diferencias	Similitudes
Video musical: - Canción - *StoryBoard* - Historia o idea - Locaciones - Presencia artística - Iluminación - Equipo de video - Grabación profesional - Elementos visuales - *Software* de video - Renderización - Promoción	- Iluminación - Locaciones - Presencia artística - Equipo de video - Grabación profesional	- *StoryBoard* - Canción - Historia o idea - Elementos visuales - Animaciones - *Software* de video - Renderización - Promocional
Lyric video: - Canción - Historia o idea - *StoryBoard* - Texto lingüístico - Tipografías	- Texto lingüístico - Tipografías	- Canción - *StoryBoard* - Historia o idea - Elementos visuales - Animaciones

- Elementos visuales - Animaciones - *Software* de video - Renderización - Promoción		- *Software* de video - Renderización - Promocional

Ahora bien en la siguiente tabla se muestran las características principales y un ejemplo en imagen de cómo se percibe.

Video musical		
Ejemplo	Características	Descripción
  Katy Perry - Dark Horse (Official) ft. Juicy J Director: Mathew Cullen Publicado el 20 de febrero de 2014	- Canción. - *StoryBoard* - Historia o idea. - Locaciones. - Presencia artística. - Iluminación. - Equipo de video grabación profesional. - Elementos visuales. - *Software* de video - Renderización. - Promocional	La canción lleva por nombre *Dark Horse,* la historia del video musical es plasmada mediante un *storyboard* que funciona como guía para la producción del video, el cual lleva un concepto con base en la cultura egipcia, retomando a Cleopatra y elementos característicos de la cultura. Las locaciones fueron estudios en donde se realizaron diversas tomas con equipo de video grabación profesional, iluminación profesional y elementos visuales detallados característicos de la cultura egipcia, para generar el ambiente adecuado. Cuenta con la participación artística de Katy Perry en el papel principal (Cleopatra), como postproducción mediante un software de video se realizan las

		correcciones de color, tomas, cortes, música, etcétera todo esto para ofrecerlo como producto promocional de la era de un trabajo discográfico.
 Roar (*Lyric* Video) Katy Perry 12/Agosto/2013 Video	- Canción. - *StoryBoard.* - Historia o idea. - Texto lingüístico. - Elementos visuales. - Animaciones. - Tipografías. - *Software* de video. - Promocional. - Renderización.	La canción lleva por nombre Roar, el concepto de este *lyric* video es un día cotidiano en la vida de la cantante, mediante un *storyboard* se generan las ideas a desarrollar. El texto lingüístico hace su aparición mediante la aplicación móvil *WhatsApp* en la cual sucede gran parte del *lyric* video, en este caso hay elementos visuales animados que suplantan palabras, estas palabras en tipografías características de la aplicación móvil. Todo esto es realizado mediante un software de video y dará como resultado un elemento audiovisual promocional.

Identificamos diversas características entre ambos videos, esto no quiere decir, que no se puedan mezclar entre si. Ambos tipos de videos son parte del mismo genero pop, el cual enfoca su atención en la publicidad, lo repetitivo, popular, estético, colorido, generando un producto atractivo al público.

En conclusión a este capítulo, se pude decir que el video musical y el *lyric* video nacen con un mismo objetivo, el cual es promocionar una

canción, que en su momento está en las radios como sencillo promocional de un trabajo discográfico, generando que la audiencia esté atenta y concentrada, sin embargo su enfoque es distinto, si bien el video musical es la parte final de la promoción de una canción, el *lyric* video surge tiempo atrás como medio de investigación para calcular la fuerza que tiene la canción entre los espectadores y de manera determinante saber si se continua con el video musical o simplemente ahí termina la promoción.

En respuesta a la hipótesis de este capitulo, se mantiene las características principales del *lyric* video (texto lingüístico y elementos visuales) y el video (imagen e idea concreta), añadiendo más información importante para el crecimiento del tema, mediante la tabla comparativa propuesta en este capítulo.

El objetivo de este capítulo, fue dar a conocer los antecedentes del video musical y *lyric* video, también conocer sus características principales, entender sus diferencias y similitudes, todo esto para entender correctamente su conformación, mediante esto se logra saber que son 2 medios diferentes, pero con algunas características similares y un mismo objetivo.

Al tener en claro esta parte de la investigación se puede continuar con el siguiente capítulo, para entender las características principales del *lyric* video ya que como objetivo de esta investigación necesitamos entender sus características para aplicarlas.

CAPÍTULO 2. El texto lingüístico en complemento a los elementos del *lyric* video

Ya que se conocen los orígenes y características que componen el *lyric* video, se pude dar inicio a conocer el texto lingüístico, que sirve como base para los *lyric* videos, en compañía de elementos visuales y animaciones como se menciona en el capítulo anterior.

Se conocerán sus características y cómo se complementan, sabiendo que el *lyric* video es texto lingüístico adornado de elementos visuales que representa algo, en este caso lo pop.

Lo anterior surge por la pregunta de investigación que dice: ¿Cuáles son los elementos que integran el *lyric* video pop y cómo se utilizan? La respuesta señala que los elementos que integran el *lyric* video pop son:

- Canción.
- Historia o idea.
- *StoryBoard.*
- Texto lingüístico.
- Elementos visuales.
- Animaciones.
- Tipografías.
- *Software* de video.
- Renderización.
- Promoción.

Y se utilizan de la siguiente manera:

1.- Se selecciona una canción.
2.- Se genera una historia o idea con base a un concepto.
3.- Se crea un *StoryBoard* para servir de patrón.
4.- Se obtiene el texto lingüístico de la canción.
5.- Comienza la producción en algún software de video.
6.- Se adorna de elementos visuales, para generar emoción.
7.- Se selecciona una o varias tipografías, para el texto lingüístico de la canción.
8.- Se animan los elementos visuales y las tipografías para hacer el video más atractivo.
8.- Ya listo el *lyric* video, se renderiza para su distribución.
8.- Se estrena el video subiéndolo a alguna plataforma de video en Internet para su promoción.

Se busca dejar en claro los componentes del *lyric* video para de esta manera aplicarlos en el desarrollo de una matriz que funcione como base en la creación de un *lyric* video.

2.1 Texto lingüístico

El texto lingüístico es una característica importante del *lyric* video, por eso se retoma en este subcapítulo.

Como se vio en el capítulo anterior, El *lyric* video es un medio audiovisual que se compone de un elemento clave "el texto lingüístico" el cual es fundamental a la hora de transmitir la letra de una canción a un público. Como un conjunto de signos que se organizan con una intención comunicativa, que adquiere sentido en determinado contexto, cumpliendo su función de comunicación.

En la imagen también se pueden encontrar estos conjuntos de signos, que solo al estar organizados se convierten en textos visuales, los cuales cumplen con su intención de comunicar de una manera concreta, un ejemplo de esto ocurre al observar alguna propaganda, cada uno de los signos que aparecen nos ayudan a entender de que se trata, iniciando por la marca la cual nos da el primer mensaje de sustancia lingüística, y para haber entendido esto, el único conocimiento necesario es la escritura (Barthes 30)

Se puede identificar lo eficaz de lo lingüístico mediante la representación icónica y el lenguaje verbal los cuales contienen diferentes naturalezas, características y funciones que separan al lenguaje verbal de la expresión mediante imágenes icónicas con un eficacísimo ejemplo gráfico. A la representación icónica de un hombre se le puede suprimir la cabeza, y se obtiene entonces la imagen de un hombre sin cabeza, pero no puede hacerse lo mismo con la palabra hombre.

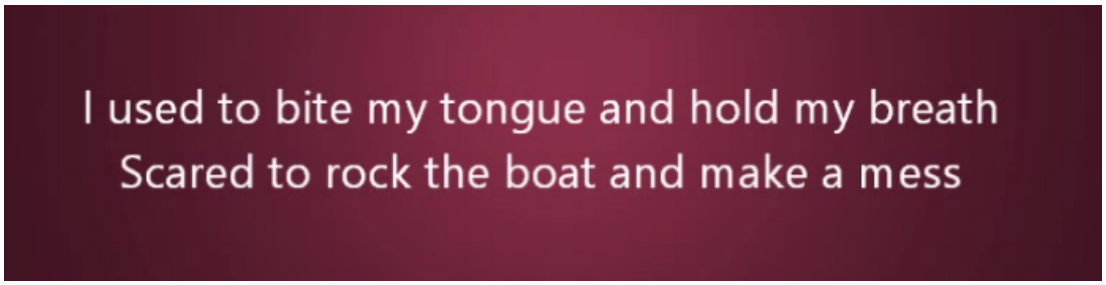
En el origen del aprendizaje de la producción icónica se halla el juego, muy común entre los primates, de golpear una superficie con una piedra u otro objeto duro. Este juego, cuya gratificación para los simios es sobre todo sonora y rítmica, produjo inesperadamente una <<gratificación>> suplementaria cuando la piedra percutiente rayaba o desprendía materias pigmentadas sobre la superficie golpeada, produciendo unas inesperadas señales visuales. Igual sucedió con el hombre primitivo quien descubrió el trazo.

2.2 Texto visual

Los textos visuales son imágenes que al ser vistas pueden ser comprendidas por sus formas gráficas. Dentro de estos se puede

mencionar al poster de propaganda cuyo objetivo es usar el menor texto lingüístico posible, esperando que la imagen sea suficientemente representativa para ser comprendida.

En la siguiente imagen tenemos como ejemplo al texto escrito (escritura) tal cual, de un lenguaje articulado en una canción:



("Yo solía morderme la lengua y aguantar la respiración. Miedo a mover el bote y generar problemas").

Ahora en la siguiente imagen, se sustituyen algunas partes del lenguaje articulado con el uso de "*emojis"*, los cuales como se menciona anteriormente generan sustancia lingüística debido al conocimiento que tenemos por el uso cotidiano que les damos, permitiendo entender el mensaje de manera concreta.



Roar (*Lyric* Video) Katy Perry 12/Agosto/2013 Video

No solamente una imagen impresa es un texto visual, también lo pueden ser los gestos, un gesto puede ser leído y comprendido.

En otras palabras: el mensaje se transmite sin necesidad de poner la palabra que esta ausenta y en su lugar se coloca una imagen en representación a lo que escribimos o hablamos.

2.3 Relación entre texto lingüístico y la imagen

En el *lyric* video siempre encontramos este acompañamiento entre la imagen y el texto, por eso se necesita entender un poco más de esta relación.

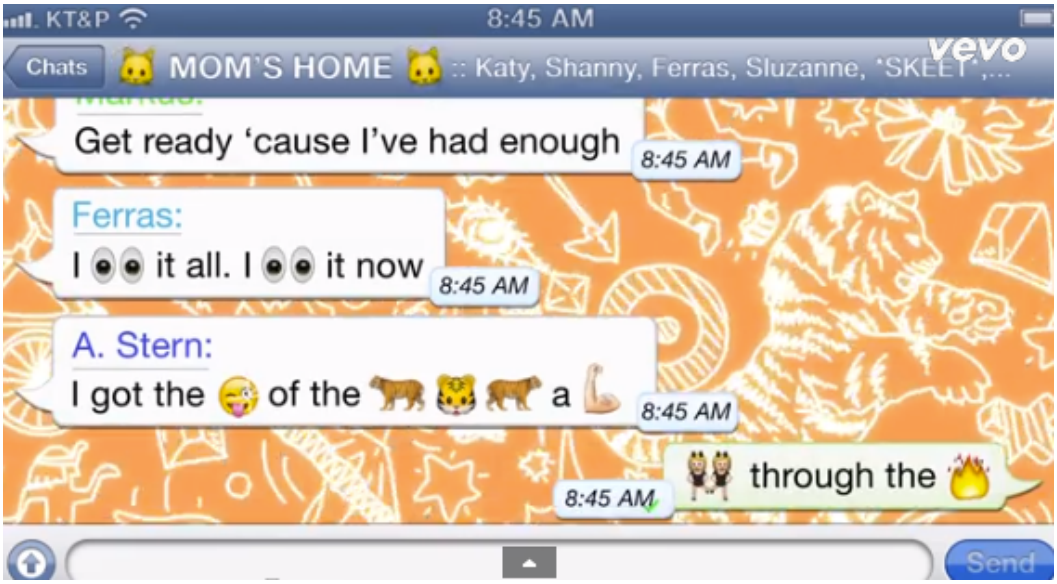
¿Es constante el mensaje lingüístico? ¿Hay siempre un texto, ya sea dentro, debajo o alrededor de la imagen?. Existían en su totalidad imágenes sin acompañamiento verbal, si se retoma a sociedades parcialmente analfabetas, es decir, a una especie de estado pictográfico de la imagen solo ahí se podía encontrar esta separación del texto e imagen, pero todo esto gracias a la evolución y el conocimiento adquirido ha cambiado. (Barthes 35).

En el caso del *lyric* video las imágenes tienen que estar acompañadas siempre del texto lingüístico ya que es el protagonista de este medio audiovisual, se entiende que la imagen es predecesora de texto, pero hoy en día y desde la invención del alfabeto y los libros siempre hemos visto la asociación imagen-texto, siempre acompañados complementándose uno al otro y es por eso mismo que el *lyric* video cuenta con estos dos medios que al complementarse y basarse en lo lingüístico dejan en claro lo que se desea transmitir de manera puntual.

¿Duplica acaso la imagen ciertas informaciones del texto por un fenómeno de redundancia o bien es el texto el que añade información inédita a la imagen?. Queda claro que esta asociación completa la

información, sirve de gran ayuda a todo. Hoy en día en cuanto a la comunicación de masas, el mensaje lingüístico está presente en las imágenes ya que facilita el entender y aprender, deja en claro lo que se está transmitiendo de manera concreta como se puede ver en un globo de cómic hasta un diálogo de película y ha ayudado desde los primeros años de estudio del infante, mediante libros, enciclopedias, revistas, etcétera (Barthes 35).

Entonces se entiende que al asociarse los iconos al texto generan un mensaje lingüístico concreto, de alguna manera gracias al conocimiento. Un ejemplo de esto se puede ver en el *lyric* video de la siguiente imagen:



Roar (*Lyric* Video) Katy Perry 12/Agosto/2013 Video

Se observa en la imagen anterior, hacer referencia a la fuerza mediante el icono de un tigre y un brazo musculoso, esto a su vez en conjunto a los demás iconos y las palabras, generan un mensaje o idea, que se logra entender gracias a la sustancia lingüística.

Ahora otro ejemplo:
En la siguiente imagen, se observa el pastel y el texto explicativo (*Happy Birthday*) con la misma importancia ya que ambos están

presentes, pero la ausencia de alguno de estos, nos permite divagar en que clase de pastel o fiesta pueda ser, pero no perjudica en el mensaje a transmitir, ya que la sustancia lingüística crea en la mente la asociación a un cumpleaños o festividad y de la misma manera el texto *happy birthday* nos remonta a un pastel según nuestro contexto.



Birthday (Lyric Video) Dirigido por. Aya Tanimura. Producido por. Mandy Sellick. Katy Perry, 10/Abril/2014. Video.

Un último ejemplo se puede ver en la siguiente imagen:



This Is How We Do (Lyric Video) Dirigido por. Ben Nicholson. Producido por. Justin Golden. Katy Perry, 24/Julio/2014. Video.

En la imagen anterior se puede ver como el texto y la imagen se complementan como lo hemos venido analizando, ya que dependiendo el contexto social y la ubicación del público sabrá o no que es un taco, es entonces donde la imagen hace su trabajo y si la palabra taco no fue lo suficiente mente clara o el código no es conocido por ese público, con ayuda de la imagen se logra dar el apoyo necesario al mensaje a transmitir.

Lo que cuenta es la simple presencia del mensaje lingüístico, ya que ni el lugar que ocupa ni su extensión resultan pertinentes (Barthes 35), si el mensaje logra ser global la transmisión del mensaje será más fácil y mejor comprendida. En el *lyric* video, las imágenes, iconos o elementos gráficos, en relación con el texto lingüístico tienen que estar completamente relacionadas con lo que se está exponiendo; los *lyric* videos se caracterizan por eso, no pueden transmitir cosas diferentes, su objetivo es dejar en concreto la canción ante el público mediante diversos géneros de escritura es decir un lenguaje articulado.

Al obtener un lenguaje articulado surgen indicios gráficos los cuales se integran a la presentación de imágenes; un ejemplo de esto es el cine mudo, ya que proporcionan los diálogos que de otra manera no hubieran existido, explicando el contenido de las imágenes. Estos indicios gráficos se encuentran entre una imagen y otra, pero también en las propias imágenes; Los cuales son: didascálicos, subtítulos, títulos y textos. (Casetti y Di Chio 96)

Los didascálicos, sirven de apoyo para explicar de manera textual, un tiempo transcurrido, la fecha, lugar, clima, año, etcétera, de algún momento en una historia.

Los subtítulos se encuentran sobreimpresos en la imagen, generalmente en la parte de abajo. Por lo general sirven para traducir películas en versión original.

Los títulos están presentes al principio y al final del film, contienen informaciones sobre el proyecto realizado.
Los textos pertenecen a la realidad, ya que el film los reproduce fotografiándolos.

> "Los indicios gráficos, en general, obligan a leer en el sentido más literal del término; están estrechamente relacionados con los códigos de la escritura" (Casetti y Di Chio 97)

Los indicios gráficos son parte importante del *lyric* video ya que como mencionan los autores, "obligan a leer" lo cual es el objetivo de un *lyric* video; se enfocan primordialmente en la escritura y el código de lengua que se usa. Estos aspectos sirven de gran ayuda para transmitir de manera puntual el mensaje, en este caso la letra canción.

Los indicios que intervienen en los *lyric* videos son los estilísticos y figurativos los cuales intervienen en el tratamiento gráfico y transmiten algo en específico, por su forma remiten a la época en que está ambientada la historia del film, o incluso asumen la forma de cualquier objeto, ambiente u objetivos de la historia, logran ser un signo que se lee como un nombre y se mira como una imagen. (Casetti y Di Chio 98). Connotan, es decir, agregan información a los textos.

Estos indicios son parte importante en el desarrollo de un *lyric* video ya que al animar la escritura, jugar de alguna manera con su composición se crean ciertos efectos particulares, que generan estados

de ánimo o crean atmósferas atractivas que atrapan la atención del espectador.

La forma y la acción de los indicios gráficos, se basan por una parte en una dualidad de base, la lengua y la escritura. Al nacer esta dualidad, la parte lingüística de un mensaje, refuerza el vínculo texto – imagen.

> "¿Cuáles son las funciones del mensaje lingüístico respecto al (doble) mensaje icónico? Parece tener dos: una función de anclaje y otra de relevo." (Barthes 35)

Si bien entendemos que lo importante es la presencia del mensaje lingüístico dentro de la imagen visual, ahora se necesita saber un poco de sus funciones las cuales son anclaje y relevo que como menciona el autor Roland Barthes. El anclaje crea una cadena flotante de significados, entre los cuales el lector puede elegir algunos e ignorar otros. El mensaje verbal está destinado a fijar la cadena flotante de los significados, de todos los significados posibles establece cuál debe elegirse.

El relevo Es la función complementaria del texto visual; es decir, el significado de la imagen es complementado por el texto. Las palabras y las imágenes son fragmentos de una unidad más general.

> "Es evidente que las dos funciones del mensaje lingüístico pueden coexistir en un mismo conjunto icónico, pero el predominio de uno u otro no es indiferente" (Barthes 38)

Como lo menciona el autor, estas dos funciones del mensaje lingüístico pueden estar dentro de un mismo conjunto icónico, por eso podemos encontrar estas funciones en el *lyric* video coexistiendo o por separado. Sin embargo, la función predominante es el relevo, la cual

se encarga de generar un mayor entendimiento, debido al texto que complementa en todo momento a la imagen, lo cual hace que la función anclaje sea menor.

Como conclusión a este capítulo, se entiende al texto lingüístico como el lenguaje estructurado mediante códigos que se obtiene gracias al conocimiento, el cual acompaña en todo momento a la imagen y obliga a leer mediante los indicios gráficos, que se componen de las funciones del mensaje (anclaje y relevo).

Entendemos al texto lingüístico como el personaje principal del *lyric* video, complementamos la investigación añadiendo ejemplos que comparan el texto lingüístico y la imagen, delimitando que estos trabajan en equipo para ofrecer un mensaje concreto o una idea puntual.

Una vez comprendida esta parte podemos realizar la matriz que integra todas las características que se plantearon en la investigación.

CAPITULO 3. Desarrollo de la matriz *lyric* video pop

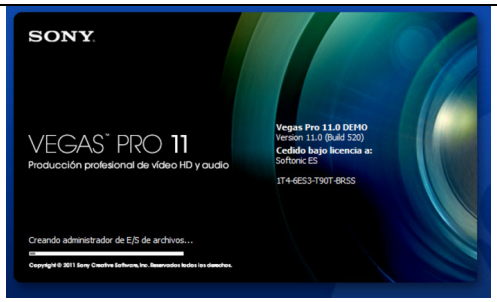
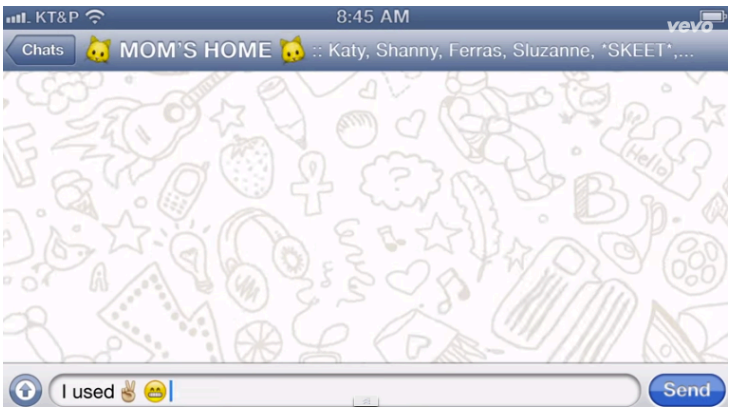
Es momento de realizar la matriz que integra todas las características de un *lyric* video, las cuales se abordaron durante la investigación, retomando como ejemplo el trabajo de Katy Perry. Esto servirá como patrón para poder realizar un *lyric* video.

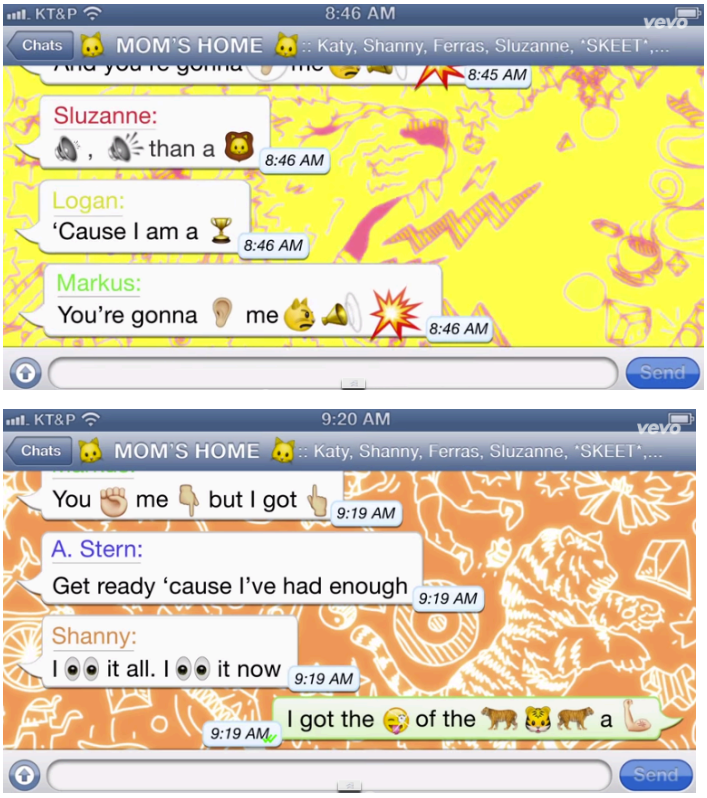
3.1 Desarrollo de matriz

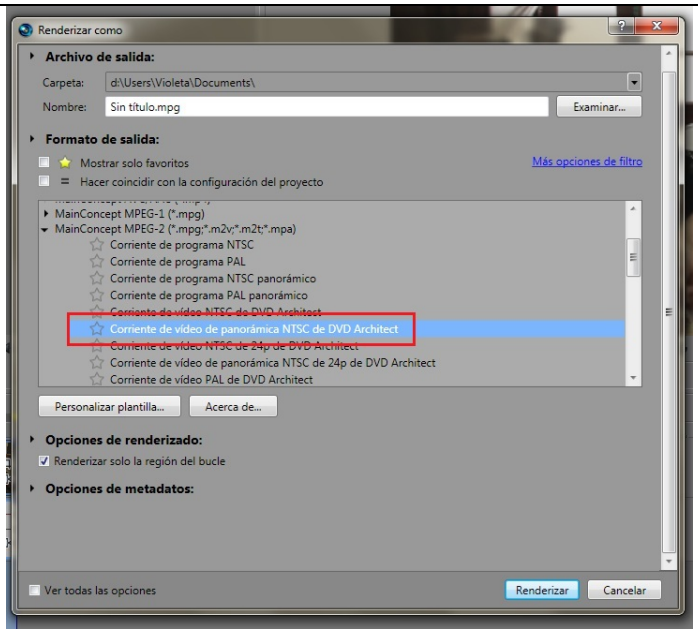
Paso a paso con base en los componentes que encontramos en el *lyric* video se creará esta matriz mediante ejemplos en el desarrollo.

Lyric video	
Matriz	
Componentes	**Desarrollo**
Canción	De un material discográfico se selecciona el sencillo (canción) a promocionar.  (imagen obtenida de www.amazon.com)
Historia o Idea	Se genera una historia o idea con base al concepto de la canción. "El *lyric* video se desarrolla mediante la aplicación móvil WhatsApp, Es un día común en la vida de la cantante" (Aya Tanimura directora del *lyric* video).

StoryBoard	Se genera el *storyboard* con base en la historia y servirá como patrón para la producción del *lyric* video.  (imagen obtenida de MILE *Engage.Enhance.Empower.Enjoy*)
Texto lingüístico	Se extrae la letra de la canción, la cual servirá como elemento principal y acompañara en todo momento a la imagen. (*I used to bite my tongue and hold my breath* *Scared to rock the boat and make a mess* *So I sat quietly, agreed politely* *I guess that I forgot I had a choice* *I let you push me past the breaking point* *I stood for nothing, so I fell for everything…*) (Letra completa en Katy Perry - Roar Lyrics | MetroLyrics)
Software de Video	Seleccionamos el *software* de video de nuestra preferencia; según las necesidades de la producción y comienza la creación del video.

	  
Elementos visuales	Se adorna de elementos visuales, para generar el estilo que se va a utilizar.  (*Roar - Lyric Video* Dirigido por. Aya Tanimura. Katy Perry, 12/Agosto/2013 Video)
Tipografías	Se selecciona una o varias tipografías, para el texto lingüístico que tiene que ver con el estilo. 

	I used ✌ 😁 my 😈 and 👏 my 😚 Shanny: 8:45 AM MOM'S HOME (*Roar - Lyric Video* Dirigido por. Aya Tanimura. Katy Perry, 12/Agosto/2013 Video)
Animaciones	Se animan los elementos visuales y las tipografías, para hacer el *lyric* video más atractivo.  (*Roar - Lyric Video* Dirigido por. Aya Tanimura. Katy Perry, 12/Agosto/2013 Video)
Renderización	Una vez listo el video, se renderiza para dar formato, mediante el *software* de video y así comenzar con su distribución.

	
Promoción	Ya con el *lyric* en formato de video, se puede promocionar mediante las diversas plataformas de video y redes sociales. Una de las plataformas más importantes de video es *Youtube* por lo cual es esta la elegida para la promoción.  (imágenes obtenidas de Google imágenes)

Esta Matriz sirve como patrón para entender cada uno de los complementos del *lyric* video y de esta manera realizar uno.

3.2 Realización de *Lyric* video pop con base en la Matriz

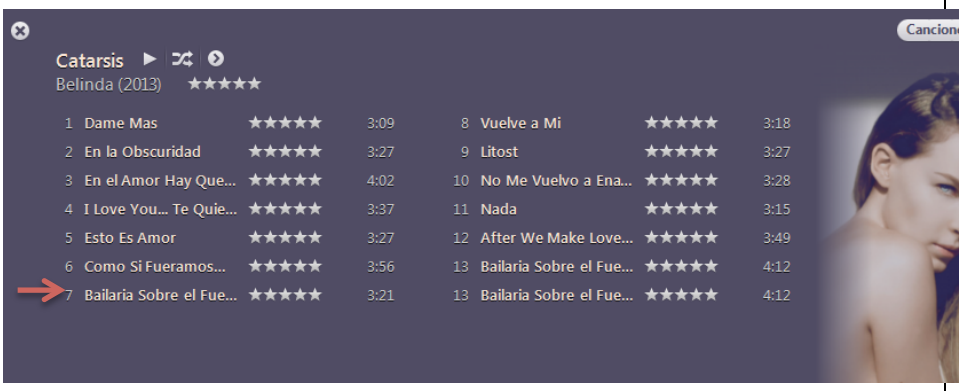
En los capítulos anteriores se plantearon las características que sirven de apoyo para la creación del *lyric* video.

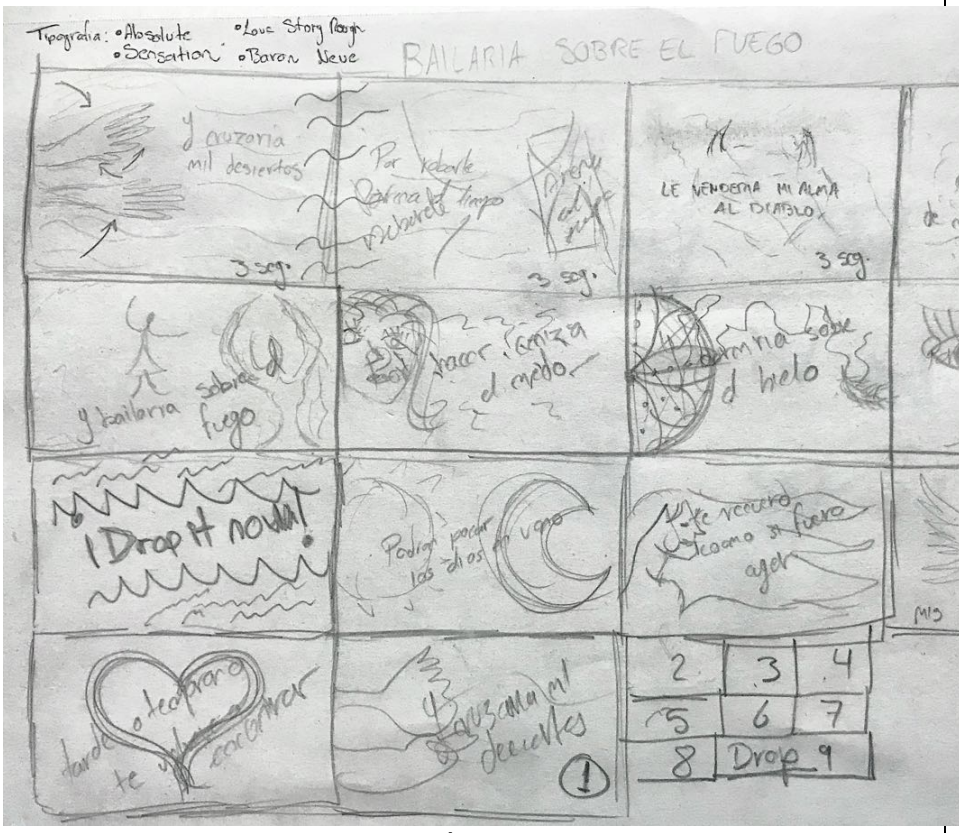
En esta investigación se retomó el trabajo realizado por la cantante Estadounidense Katy Perry, quien en el genero pop es una de las cantantes más importantes de este momento y ha realizado un número mayor de *lyric* videos que otros cantantes.

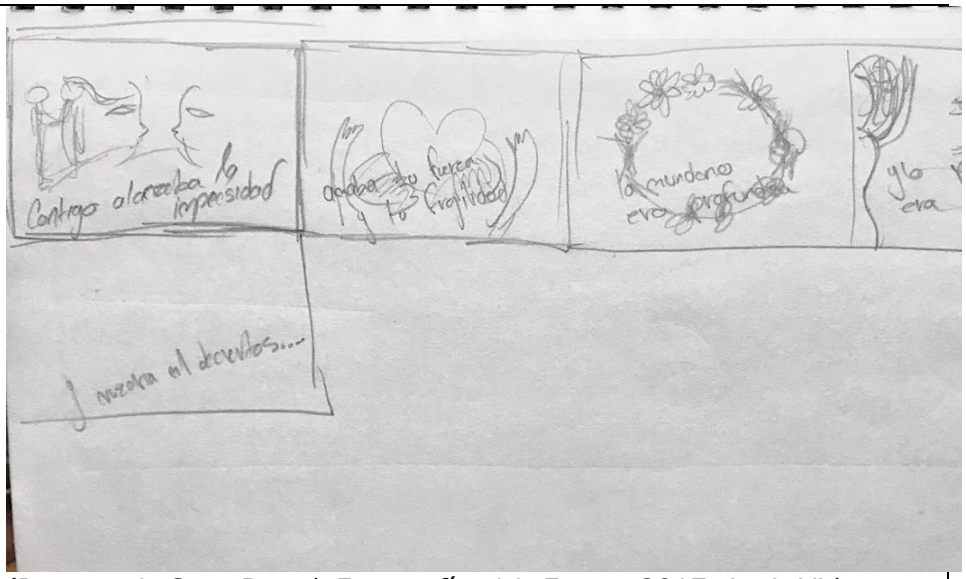
Ahora para realizar el *lyric* video se retoma a la cantante de genero pop Belinda[6], ya que cuenta con características similares a Katy Perry, pero en México, país donde se realizó esta investigación.

Lyric video	
Matriz	
Componentes	**Desarrollo**
Canción	De un material discográfico se selecciona el sencillo (canción) a promocionar. - Material Discográfico: Catarsis – Belinda. - Canción seleccionada: "Bailaría sobre el fuego"

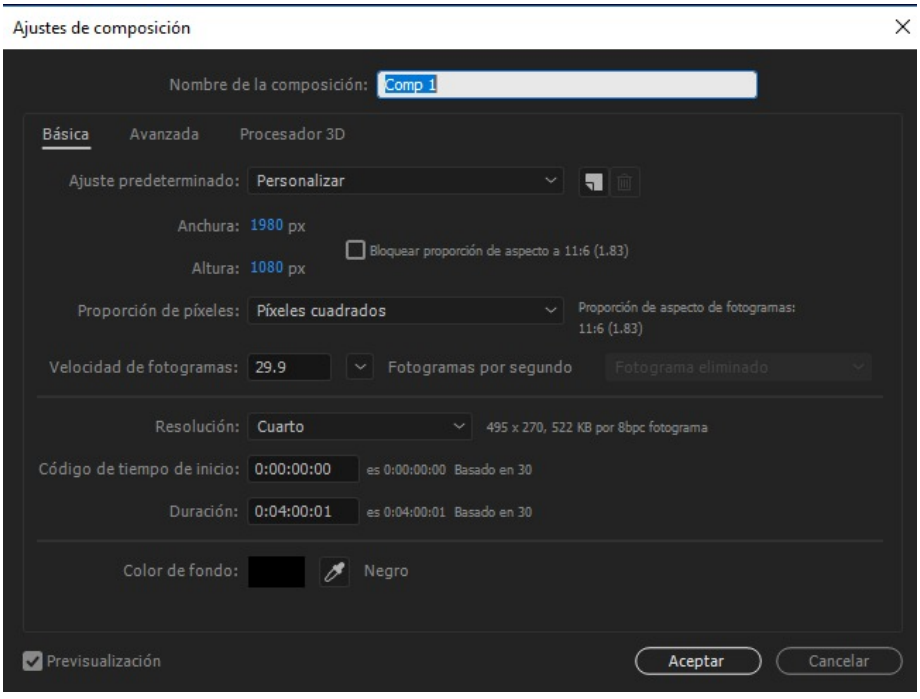
[6] Belinda Peregrín Schüll es una actriz y cantautora española, con nacionalidad mexicana. Hija de Ignacio Peregrín Gutiérrez, español y Belinda Schüll Moreno, franco-española.

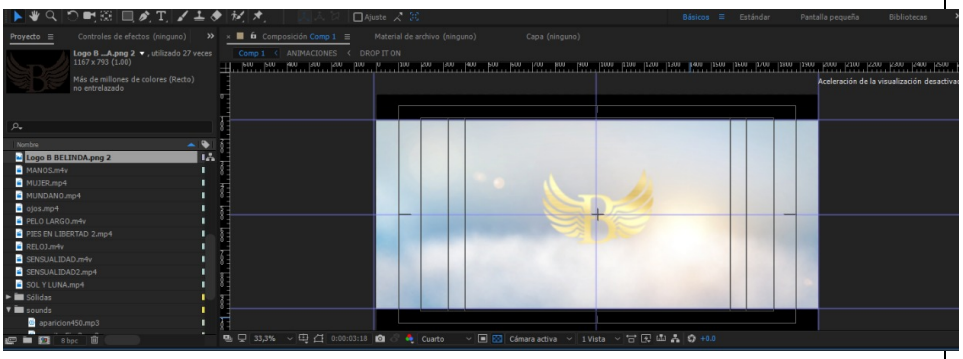
	 (Imagen 1, CD, Captura de pantalla, 14, Enero, 2017, *Lyric* Video Bailaría sobre el fuego)  (Imagen 2, CD, Captura de pantalla, 17, Enero, 2017, *Lyric* Video Bailaría sobre el fuego)
Historia o Idea	Se genera una historia o idea con base al concepto de la canción. La canción habla sobre un amor, que ya no esta con nosotros y deseamos tenerlo aunque sea una vez más, mediante metáforas un poco exageradas, que describen momentos, elementos y personajes establecidos. Todo el video estará lleno de fuego, elemento principal de la canción.

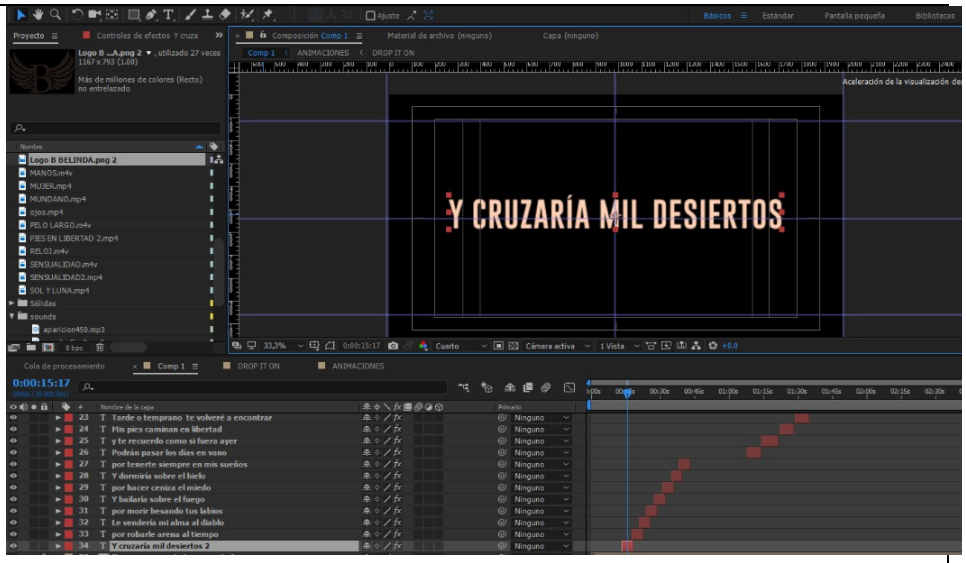
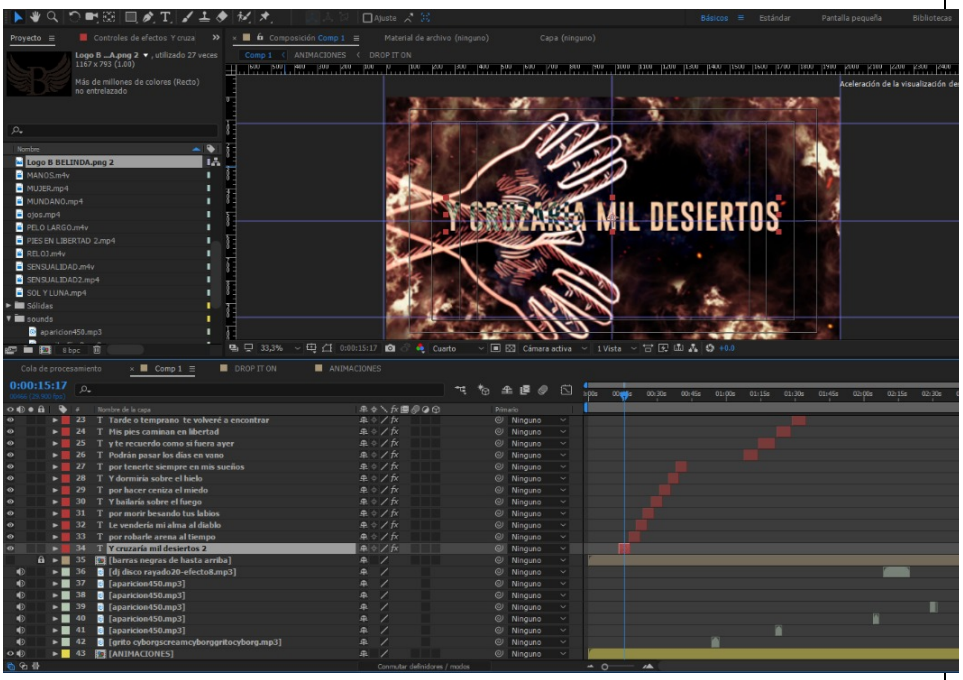
	Cada párrafo de la canción tendrá un elemento visual que le acompañara a lo largo del verso en la canción. Existe una parte de la canción que solo es melodía con efectos de sonido y un pequeño verso, en el cual añadiré efectos visuales con base en los sonidos de la canción. Mesclaré distintos colores y animaciones atractivas para atrapar al espectador.
StoryBoard	Siguiente paso: Crear el *storyboard* (imagen 3 y 4) con base en la idea, que servirá como patrón para la producción del *lyric* video.  (Imagen 3, *StoryBoard*, Fotografía, 14, Enero, 2017, *Lyric* Video Bailaría sobre el fuego)

	 (Imagen 4, *StoryBoard*, Fotografía, 14, Enero, 2017, *Lyric* Video Bailaría sobre el fuego)
Texto lingüístico	Se obtiene el texto de la canción, el cual acompañara en todo momento a la imagen. BAILARÍA SOBRE EL FUEGO "Y cruzaría mil desiertos por robarle arena al tiempo Le vendería mi alma al diablo por besar de nuevo tus labios Y bailaría sobre el fuego por hacer ceniza el miedo Y dormiría sobre el hielo por tenerte siempre en mis sueños Drop it now. Podrán pasar los días en vano y te recuerdo como si fuera ayer Mis pies caminan en libertad Tarde o temprano te volveré a encontrar Y cruzaría mil desiertos por robarle arena al tiempo Le vendería mi alma al diablo

	por besar de nuevo tus labios Y bailaría sobre el fuego por hacer ceniza el miedo Y dormiría sobre el hielo por tenerte siempre en mis sueños Drop it now. Contigo alcanzaba la inmensidad, amaba tu fuerza y tu fragilidad. Lo mundano era profundidad, y lo profundo era pura sensualidad. Y cruzaría mil desiertos por robarle arena al tiempo. Le vendería mi alma al diablo por besar de nuevo tus labios. Y bailaría sobre el fuego por hacer ceniza el miedo Y dormiría sobre el hielo por tenerte siempre en mis sueños"
Software de Video	Seleccionamos el programa de video de nuestra preferencia, según las necesidades y comienza la producción del video. Se eligió el programa *After Effects* para realizar el proyecto. "After Effects CC 2017 es el *software* de composición creativa y animación líder del sector del que hace uso una gran cantidad de artistas de efectos visuales y gráficos animados. Ofrece un control superior, numerosas opciones

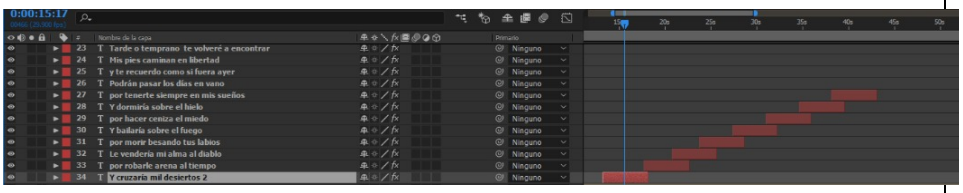
	creativas e integración con otras aplicaciones de posproducción. Solo se encuentra disponible en Creative Cloud™.” (Adobe 3) (Imagen 5, *After Effects*, Captura de pantalla, 14, Enero, 2017, *Lyric* Video Bailaría sobre el fuego) Se seleccionó una composición de: Ancho: 1920px Alto: 1080px 29.9 fotogramas por segundo Duración de 4:00 minutos  (Imagen 6, *After Effects*, Captura de pantalla, 14, Enero, 2017, *Lyric* Bailaría sobre el fuego)
Elementos visuales	Se adorna de elementos visuales, para generar emoción.

	 (Imagen 7, *After Effects*, Captura de pantalla, 11, Mayo, 2017, *Lyric* Bailaría sobre el fuego) Importamos nuestras ilustraciones, videos, efectos y canción al *software* de video.  (Imagen 8, *After Effects*, Captura de pantalla, 11, Mayo, 2017, *Lyric* Bailaría sobre el fuego) Acomodamos nuestros activos con base en el *storyboard*.
Tipografías	Se selecciona una o varias tipografías, para el texto lingüístico. Tipografía: Gobold Lowplus - Regular

	 (Imagen 9, *After Effects*, Captura de pantalla, 11, Mayo, 2017, *Lyric* Bailaría sobre el fuego) Tipografía *sans serif*.
Animaciones	Se animan los elementos visuales y las tipografías, para hacer el *lyric* video más atractivo. Se acomoda la tipografía en los momentos justos con base en la canción.  (Imagen 10, *After Effects*, Captura de pantalla, 11, Mayo, 2017,

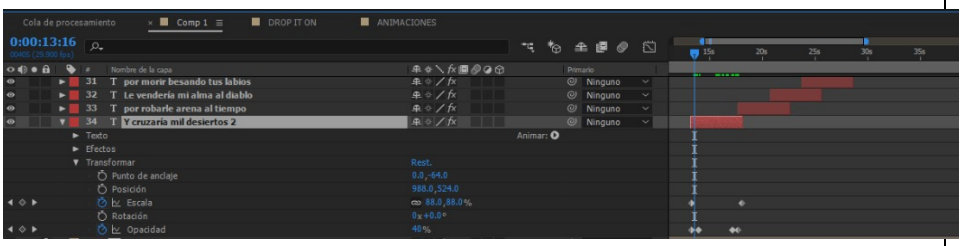
Lyric Bailaría sobre el fuego)

En la línea de tiempo se puede modificar la posición de cada parte del texto.



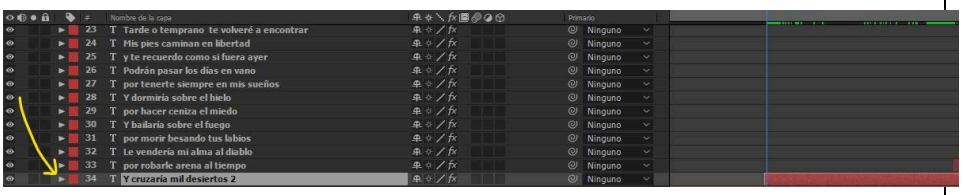
(Imagen 11, *After Effects*, Captura de pantalla, 11, Mayo, 2017, *Lyric* Bailaría sobre el fuego)

Se animan de manera sencilla los textos haciendo solo entrada y salida con posición y opacidad, de la siguiente manera:



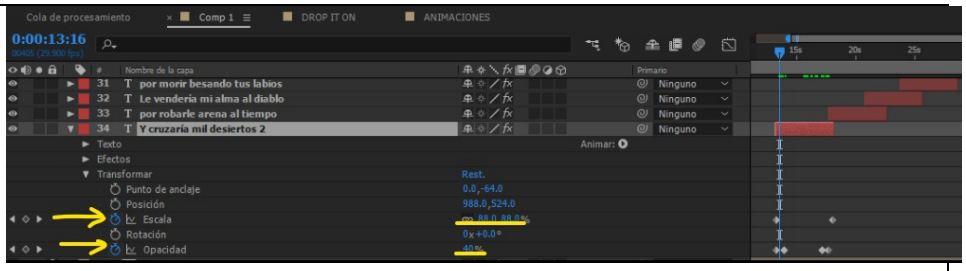
(Imagen 12, *After Effects*, Captura de pantalla, 11, Mayo, 2017, *Lyric* Bailaría sobre el fuego)

Se selecciona el primer texto que se animará, como lo podemos ver en la imagen 12.



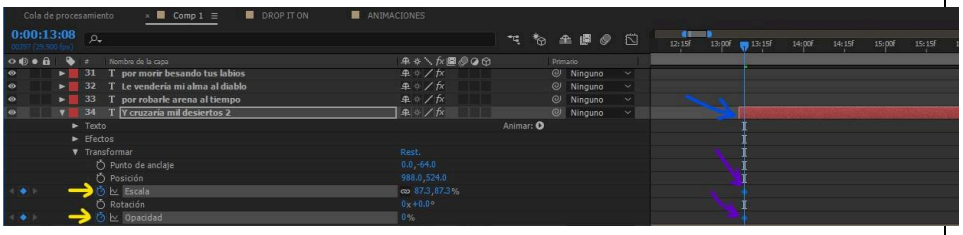
(Imagen 13, *After Effects*, Captura de pantalla, 14, Enero, 2015, *Lyric* Video Vuelve a mi)

Una vez seleccionado, se da clic en el triángulo, el cual esta señalado por la flecha amarilla en la imagen 13.



(Imagen 14, *After Effects*, Captura de pantalla, 11, Mayo, 2017, *Lyric* Bailaría sobre el fuego)

Ya que esta seleccionado el triángulo, se despliegan las propiedades que se pueden modificar, en este caso solo se modificara la escala y la opacidad, podemos ver en la imagen 14 los valores que estás dos propiedades tienen, se encuentran señaladas con las líneas amarillas.

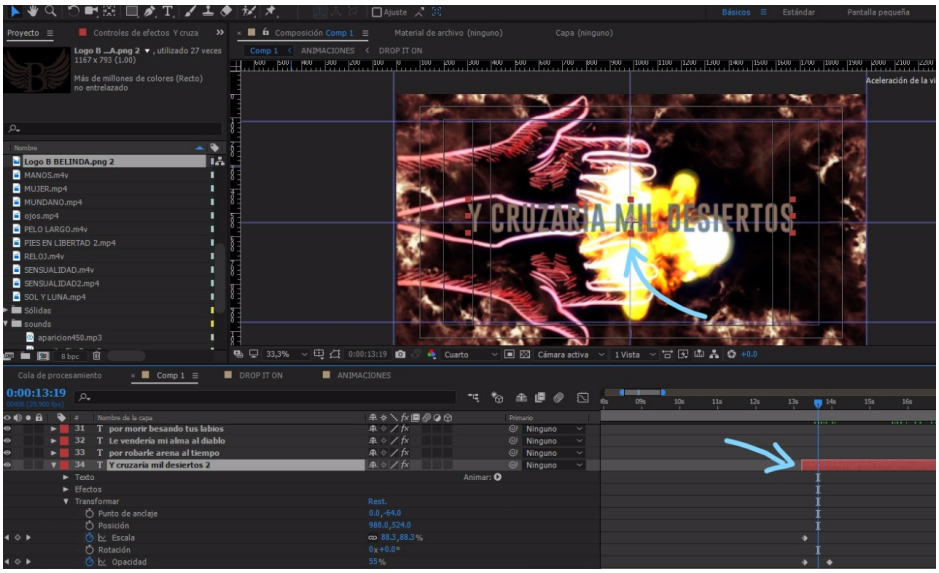


(Imagen 15, *After Effects*, Captura de pantalla, 11, Mayo, 2017, *Lyric* Bailaría sobre el fuego)

Para poder modificar la escala y opacidad, se tiene que seleccionar ambas propiedades y dar clic en el botón del reloj (esta seleccionado por la flecha amarilla en la imagen 15), de esta manera aparecerán dos rombos (*kyframes*) de color azul en la línea de tiempo (están seleccionados por las flechas color morado), esos rombos aparecerán por cada modificación que hagamos, en este caso solo a la escala y opacidad.

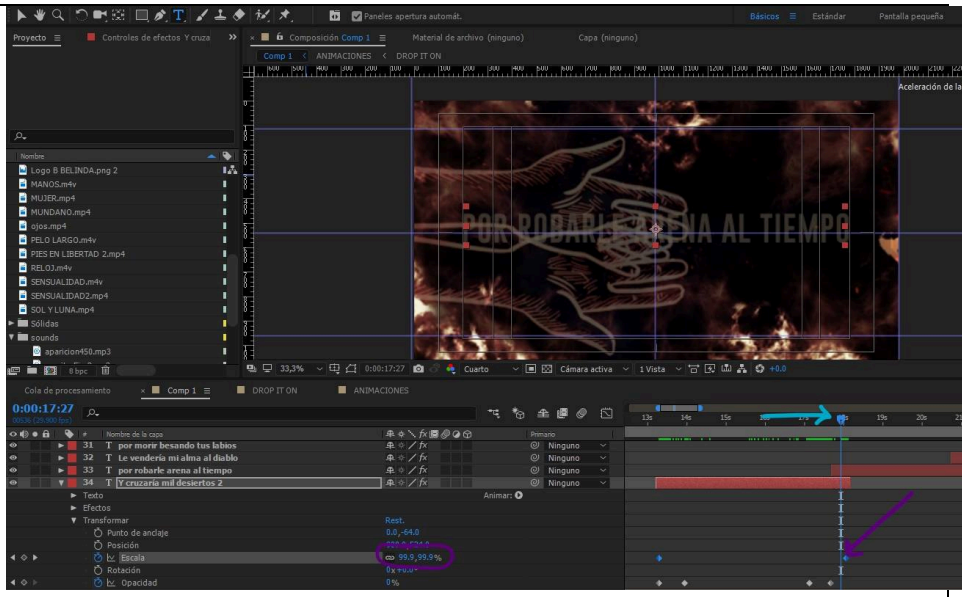
Se puede observar en la imagen 15 un rectángulo señalado por la flecha azul, esos rectángulos muestran el

tiempo que el texto o cualquier elemento visual aparecerán en el video, se pueden manipular con solo arrastrarlos de derecha a izquierda o viceversa (son completamente modificables).



(Imagen 16, *After Effects*, Captura de pantalla, 11, Mayo, 2017, *Lyric* Bailaría sobre el fuego)

En la imagen 16 podemos ver que el rectángulo seleccionado pertenece al texto "Y cruzaría mil desiertos".



(Imagen 17, *After Effects*, Captura de pantalla, 11, Mayo, 2017, *Lyric* Bailaría sobre el fuego)

Ahora se modificará la escala;

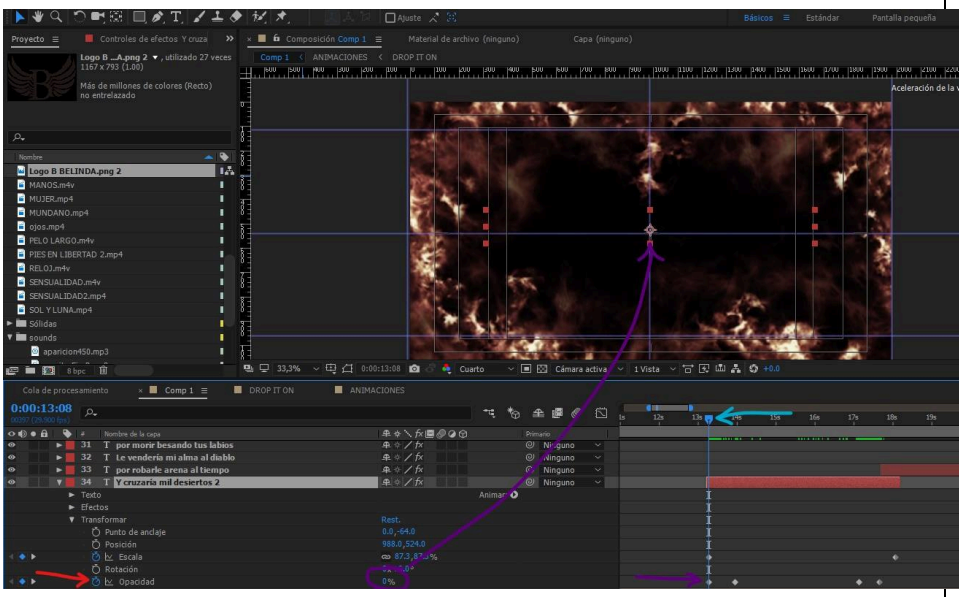
- Se debe de mover la línea larga azul (indicador de tiempo, señalado por la flecha azul, imagen 17) hasta un poco antes del final del rectángulo rojo (capa de texto).

- Después se deben modificar los valores de escala (se encuentran dentro del elipse morado, imagen 17) y pre visualizamos los cambios en la pantalla de la parte superior.

- Al modificar los valores de escala aparecerá otro rombo azul (*kyframe*), como se mencionó anteriormente, estos rombos aparecerán cada que se haga alguna modificación a los parámetros.

- Al mover de derecha a izquierda o viceversa el

la línea azul (indicador de tiempo, seleccionado por la flecha azul, imagen 17), podemos ver el efecto que se está realizando al modificar las propiedades de escala.



(Imagen 18, *After Effects*, Captura de pantalla, 11, Mayo, 2017, *Lyric* Bailaría sobre el fuego)

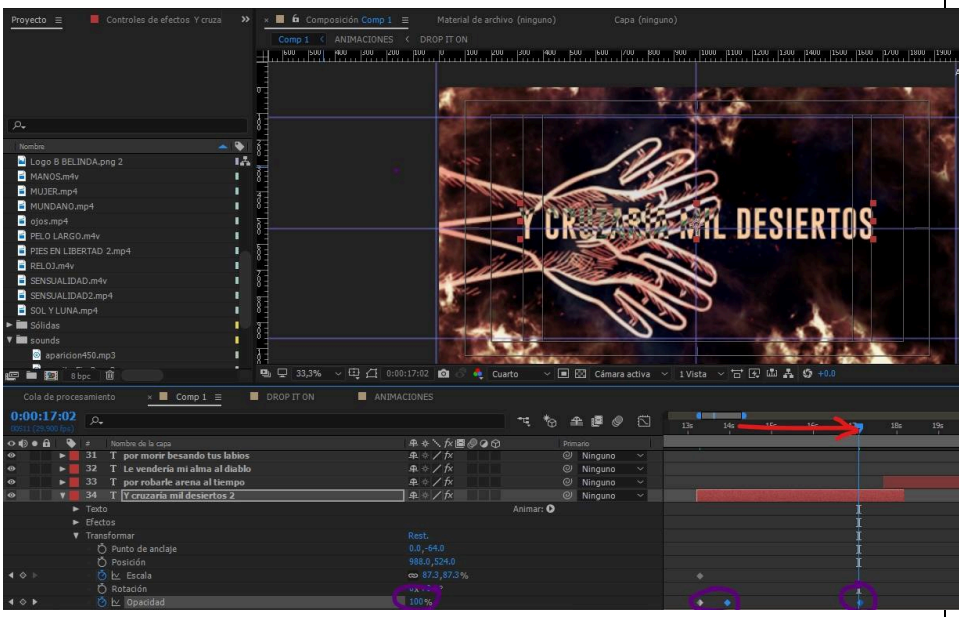
Ahora se modificará la opacidad, de la misma manera que la escala.

- Se debe mover la línea azul vertical (indicador de tiempo, seleccionado por la flecha azul, imagen 18) un poco antes, casi al principio del rectángulo rojo, para dar el efecto de aparecer.

- Se baja el valor de la opacidad (dentro del elipse morado, imagen 18) hasta 0% y de esta manera desaparecerá; El valor 0% es del primer rombo (*kyframe*, imagen 18), el siguiente rombo mas cercano de color gris tiene un valor de 100%, esto creara un efecto de

aparecer.

El texto aparecerá lentamente mientras se va moviendo; Este mismo efecto tenemos que hacerlo para que desaparezca al concluir su tiempo.



(Imagen 19, *After Effects*, Captura de pantalla, 11, Mayo, 2017, *Lyric* Bailaría sobre el fuego)

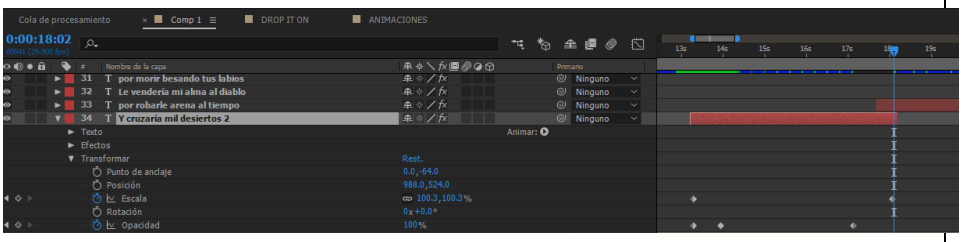
Se tiene que hacer el mismo efecto con la opacidad, pero esta vez al revés.

- Se mueve la línea azul (indicador de tiempo, señalado por la flecha roja, imagen 19) un poco antes del final del rectángulo (capa de texto).

- Se selecciona el rombo con el valor de 100% (el primero seleccionado por el elipse morado, imagen 19) y lo copiamos (en mac: cmd + c - en Windows: ctrl + c); Una vez copiado, lo pegamos justo en donde tenemos el puntero (en mac: cmd + v – en Windows: ctrl + v) se

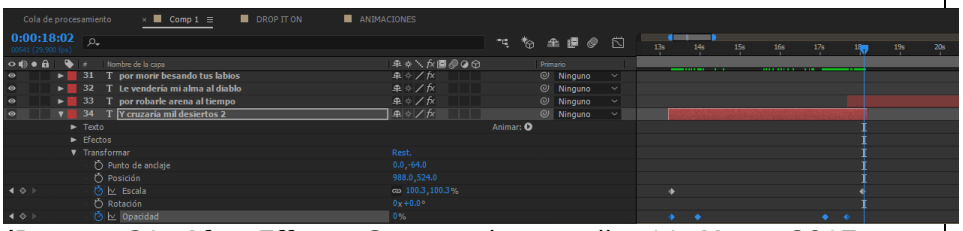
puede ver en la imagen anterior el rombo (kyframe seleccionado por el segundo elipse morado, imagen 19) que acabamos de pegar.

- Ahora se mueve nuevamente la línea azul (indicador de tiempo) hasta el final del rectángulo, como se ve en la imagen 20.



(Imagen 20, *After Effects*, Captura de pantalla, 11, Mayo, 2017, *Lyric* Bailaría sobre el fuego)

Se modifica nuevamente el valor de la opacidad a 0%

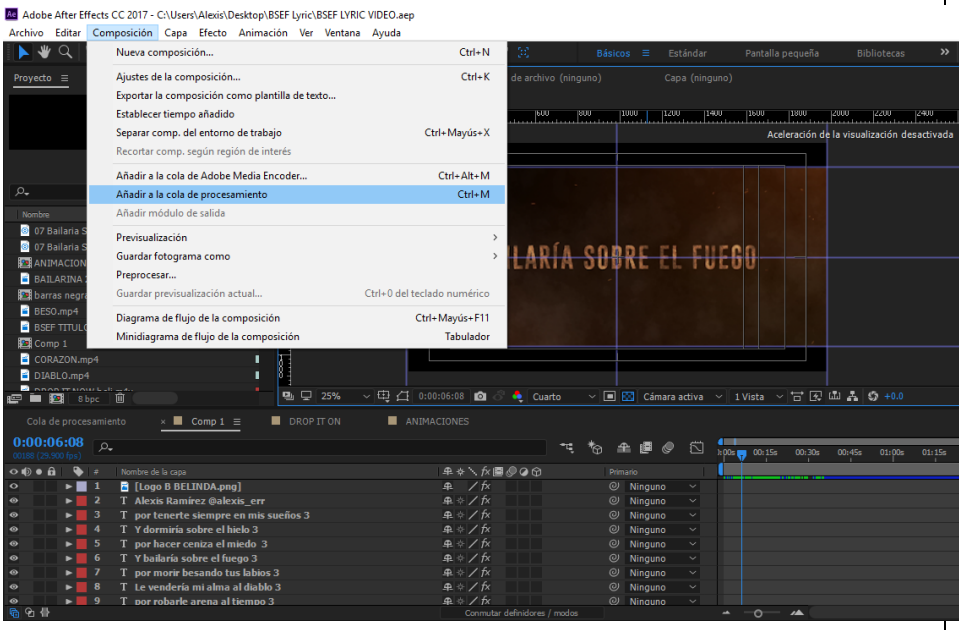


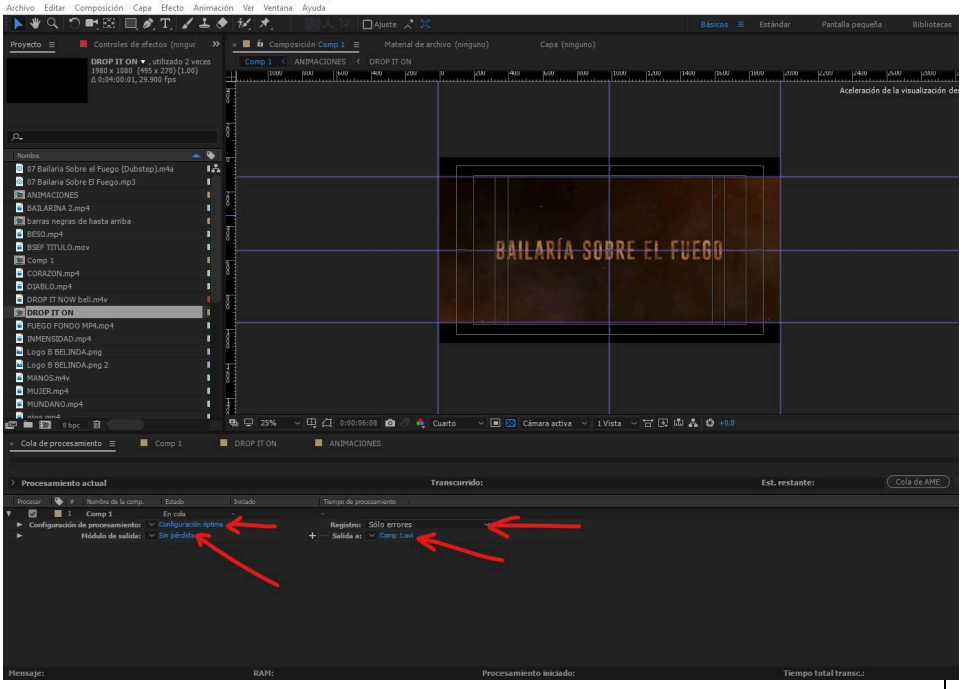
(Imagen 21, *After Effects*, Captura de pantalla, 11, Mayo, 2017, *Lyric* Bailaría sobre el fuego)

Inmediatamente aparece el rombo (*kyframe* azul, imagen 21) indicando la modificación del valor a la opacidad.

Una vez que ya se tienen estos parámetros, al mover la línea azul(indicador de tiempo) podemos ver el efecto que se realizó.

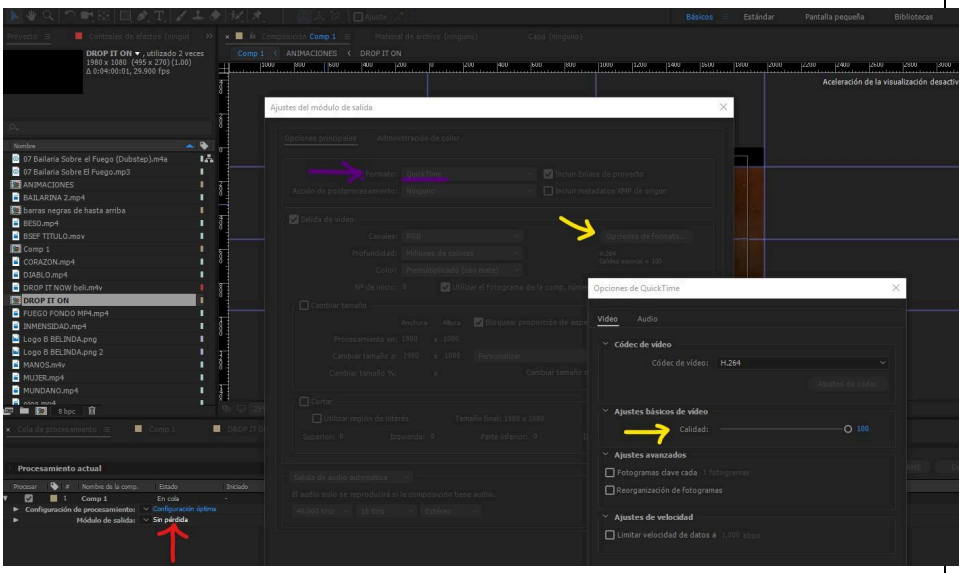
Al colocar la línea azul (indicador de tiempo) al principio y seleccionar la barra espaciadora del teclado (*short cut*

	para pre visualizar), podemos pre visualizar el efecto de manera completa. Este efecto es la base para todas las entradas y salidas del texto durante todo el video; Entonces se tendrá que repetir todos los pasos anteriores por cada uno de los textos; De esta manera se podrán colocar de acuerdo a los parámetros establecidos por el *storyboard* y la canción.
Renderización	Una vez listo el video, se renderiza para dar formato, mediante el *software* de video y así comenzar con su distribución.  (Imagen 22, *After Effects*, Captura de pantalla, 20, Julio, 2017, *Lyric* Bailaría sobre el fuego) Como se muestra en la imagen 22, en la barra de menú se selecciona "Composición" y enseguida "Añadir a la cola de procesamiento (*Add to Render Queue)*" aparecerá el siguiente recuadro:



(Imagen 23, *After Effects*, Captura de pantalla, 20, Julio, 2017, *Lyric* Bailaría sobre el fuego)

En la imagen 23 se puede observar los parámetros para renderizar, solo se modificarán los siguientes parámetros:

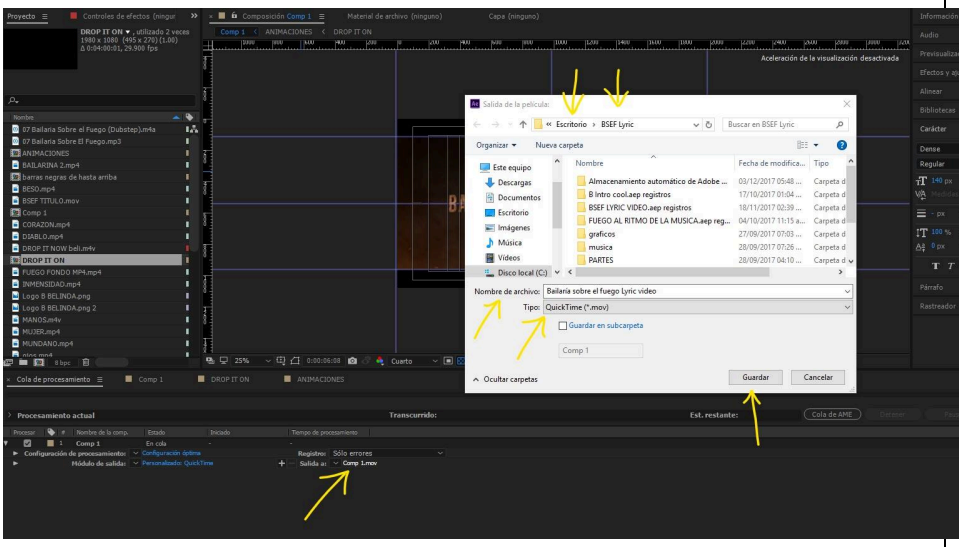


(Imagen 24, *After Effects*, Captura de pantalla, 20, Julio, 2017, *Lyric* Bailaría sobre el fuego)

- El primer parámetro "Configuración de procesamiento (*Render Settings)*" no se modificará, quedara de la misma manera.

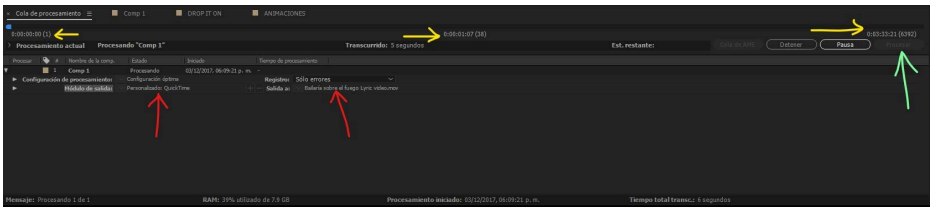
- El segundo parámetro "Módulo de salida (*Output Module)*" si se modificara, seleccionando "sin perdida (*lossless)*" (señalado por la flecha roja, imagen 24) desplegara un recuadro en donde modificaremos "formato (*format)*" seleccionando QuickTime.

- También se modificará "Opciones de formato (*Format Options*…)" el valor de la calidad en "Calidad (*Quality)*" a 100 y se aceptan los cambios.



(Imagen 25, *After Effects*, Captura de pantalla, 20, Julio, 2017, *Lyric* Bailaría sobre el fuego)

Ahora por último se modificará el parámetro "Salida a (*Output To)*" como se muestra en la imagen 25, dando clic a "Comp1.mov" se abrirá un recuadro en donde se puede cambiar el nombre del video, elegir una ubicación

	en donde se guardara y nuevamente el formato de video. Una vez colocados los datos se selecciona "guardar".  (Imagen 26, *After Effects*, Captura de pantalla, 20, Julio, 2017, *Lyric* Bailaría sobre el fuego) Y enseguida se selecciona "*Render*", como se puede observar en la imagen 26 (flecha verde), los datos ya establecidos (seleccionados con las flechas rojas, imagen 26) y también el tiempo que tardará en realizar el *render* (flechas amarillas, imagen 26). Una vez terminada la renderización, se puede encontrar el video en el escritorio, si esa fue la opción que se coloco en "ubicación".
Promoción	Ya con el *lyric* en formato de video, se puede promocionar mediante las diversas plataformas de video y redes sociales. Una de las plataformas más importantes de video es *Youtube* por lo cual es esta la elegida para la promoción. El resultado es el siguiente: BSEF - https://youtu.be/bJYKoe1SZjY

Este fue el último componente que propone la matriz de *lyric* video, se tendrán que hacer varias pruebas hasta que se esté seguro de tener el video deseado.

Como conclusión a este capítulo, podemos entender la composición de un *lyric* video gracias a la comparativa realizada anteriormente en la matriz, la cual nos sirve de patrón para generar una excelente base en el desarrollo de proyectos audiovisuales.

También se complementó esta investigación gracias a que fueron surgiendo nuevos componentes que integran al *lyric* video.

Conclusiones

El objetivo fue dar a conocer los antecedentes del video musical y *lyric* video, también conocer sus características principales, entender sus diferencias y similitudes, todo esto para entender su conformación. Se logró saber que son dos medios diferentes, pero con algunas características similares y un mismo objetivo.

Se tomaron en cuenta tres problemáticas con sus respectivas hipótesis.

La primera problemática que se toma en cuenta, se enfoca en la siguiente pregunta:
¿cuáles son las diferencias y similitudes que existen entre el video musical y el *lyric* video pop? La respuesta señala que ambos están dirigidos a la promoción de un sencillo musical, pero el *lyric* video contempla su enfoque en lo lingüístico a través de animaciones de elementos visuales como tipografías, colores, texturas e imágenes, porque su función principal es transmitir la letra de la canción.

Se pudo comprobar la hipótesis, la cual señala que a pesar de ser videos de composición diferente, tienen un mismo fin el cual es promocionar una canción.

La segunda problemática se enfoca en la pregunta ¿cómo organizar los elementos que integran el *lyric* video pop? La hipótesis señala que la organización de los elementos que integran al *lyric* video pop son de la siguiente manera:

- Texto lingüístico.
- Elementos visuales.
- Animaciones.

- Uso de tipografías.

Se identifican los elementos visuales con base en el texto lingüístico; se ofrece su definición, se dan características y cómo se conforman. Así como su aplicación en los *lyric* videos, para organizarlos y estructurarlos, de manera que se integren para poder conformar una matriz para el desarrollo de estos.

La hipótesis se verificó y además, se pudo entender cuál es la función del texto lingüístico que en *lyric* video acompaña en todo momento a la imagen, desde sus funciones (anclaje y relevo) que obligan a leer la letra.

La tercera problemática se enfoca en la pregunta que dice ¿cómo realizar un *lyric* video retomando la matriz que se genera a partir de lo revisado en el capítulo uno y dos? Tentativamente se plantea ofrecer una matriz para el desarrollo de un *lyric* video, que con ayuda de la investigación, se aplicará a una canción, mediante las características y elementos detectados en los capítulos anteriores.

La hipótesis se verifica y cumple con la realización de la matriz, que integra todos los componentes planteados en los capítulos 1 y 2, para servir de patrón en la realización de un *lyric* video. Una vez realizada la matriz; se retoma y siguiendo cada uno de los componentes, que la integran se realiza el *lyric* video como producto final de esta investigación.

Cabe destacar que cada subtema abordado puede profundizarse aun más, ya que el tema es muy amplio. En esta investigación se retomo una serie de información que permitió hacer un trabajo efectivo y aplicable, pero que puede generar a un más líneas de información.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Barthes, Roland. *Lo obvio y lo obtuso: imágenes, gestos, voces.* Barcelona: Editorial Paidós. 1986. Impreso.

Viñuela, Eduardo. "La autoría en el video musical, signo de identidad y estrategia comercial." *Revista Garoza Nº 8* Septiembre 2008: 235 – 246. Impreso.

Gifreu, Arnau. "Seminario historia del videoclip". *agifreu.* Arnau Gifreu, 00-00-04. Web. 18-04-14. <URL>

Pavan, Bárbara. "Facilismo audiovisual: una critica a los *lyric* videos." Texto. *Cuchara Sónica.* Hipertexto, 24-04-13. Web. 20-04-14. <URL>

Scott, Tom. "A Brief History of *Lyric* Videos". *tomscott*. Tom Scott, 06-03-13. Web. 24-04-14. <URL>

Sedeño, Valdellós, Ana. "Producción social de videoclips: Fenómeno *fandom* y video musical en crisis". *Revista Comunicación, Nº10, Vol.1* 2012: 1224-1235. Impreso.

Villagrán, Fernández Mario. "Intento video-clip". *archivo-semiotica*. Microsoft FrontPage 6.0, 00-07-13. Web. 13-05-14. <URL>

Casetti, Francesco., y Federico, Di Chio. *Cómo analizar un film*. Barcelona: Editorial Paidós. 1991. Impreso.

Adobe "Información del producto" http://www.adobe.com "Web" 14-01_2015 <URL>

Youtube "Información" http://www.youtube.com "Web" 14-01_2015 <URL>