

Pensar la Publicidad

ISSN: 1887-8598

<http://dx.doi.org/10.5209/PEPU.53774>EDICIONES
COMPLUTENSE

El videoclip musical de hip hop en los noventa: análisis de vídeos de la costa este de Estados Unidos

Ana Balbuena Morilla; Ana Sedeño Valdellos¹

Recibido: 13/01/2016 / Aceptado: 14/03/2016

Resumen. Al igual que ocurre en el spot, cuando se promocionan los beneficios de un producto o marca para conseguir provocar el deseo de éste y su posterior adquisición, en el videoclip musical se promociona el producto de música popular y su emisor/productor, el cantante, a través de mecanismos en los que actúan ciertos códigos audiovisuales de seducción. Por otro lado, criterios relacionados con el género musical se disponen para situar el mensaje en el contexto y como parte de la construcción de un texto-estrella para el artista determinado. Este artículo recoge un análisis sobre los videoclips dentro de la cultura hip hop, concretamente durante la época de los noventa dada su repercusión, ya que fue a principios de ésta cuando se categorizó como género musical. Se muestra un recorrido desde su gestación hasta su época álgida o dorada para entender su complejidad como género musical, seguido de un análisis de la realización y el lenguaje audiovisual de cinco vídeos musicales elaborados entre 1990 y 1999, y representados por artistas de la costa este de EE.UU. Con todo esto se pretende describir tanto técnica como artísticamente cuáles son los arquetipos audiovisuales que rodean a los vídeos musicales de hip hop en ese periodo de tiempo. Hay que destacar que, aunque no se trate de un estudio taxativo, este análisis revela una serie de características y estilemas que se repiten, estableciéndose así una estética audiovisual.

Palabras clave: hip hop; videoclip; video musical; publicidad en el negocio musical; publicidad audiovisual; música popular.

[en] Music video of hip hop in the nineties: analysis of music videos from the east coast in united states

Abstract. As in the case of commercials, where the benefits of a product or brand are promoted in order to enhance its desirability and ideally results in its subsequent acquisition, music videos (the product of popular music and promoters) are circulated through visual techniques that contain certain audiovisual codes. Furthermore, the criteria set against musical genres are arranged as such that the messages which they convey are contextualised and perceived as part of the character of some musical artist. This paper presents an analysis of the music video in hip hop culture, particularly during the nineties, due to this genre's impact during the period of its categorisation. The article presents a historical review, from hip hop's inception until its aligid or golden age, in order to critically analyse its complexity as a genre. It will then follow with analysis of the performance and audiovisual language of five music videos made between 1990 and 1999 that represent artist from the East Coast in the United States. The aim is to describe technical and audiovisual archetypes reflective of that period in time. It should be noted that, although it is not an exhaustive study, this analysis reveals a number of features and stylistics codes.

¹ Ana Balbuena Morilla es Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga. anaalicia@hotmail.com.

Ana Sedeño Valdellos es Doctora en Comunicación Audiovisual y Profesora en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Málaga. valdellos@uma.es

Keywords. hip hop; clip video; music video; advertising in music bussiness; audiovisual advertising; popular music.

Sumario. 1. Introducción: el videoclip como género audiovisual de representación musical. 2. El hip hop como género musical y expresión cultural: su consolidación en los años noventa. 3. El videoclip en el hip hop. 4. Objetivos, muestra y metodología. 5. Análisis y resultados. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Assier-Andrieu, L. (2015) Dificultad y necesidad de la antropología del derecho, en *Revista de Antropología Social* 24, 35-52.

1. Introducción: el videoclip como género audiovisual de representación musical

El producto de música popular está caracterizado por la necesidad de combinar una mezcla compuesta de ficción, narrativa e identidad e insertarlas con un mismo propósito de generación de discurso visual coherente, que se desplaza a través de diferentes medios (cartelería, televisión, videoclips, presencia en la red...). Esta exigencia fue descrita ya por Goodwin² mediante su concepto de texto-estrella, con la que explica el conjunto de mensajes que construyen la imagen mediática genérica de un artista musical y que le ayudan en su carrera y en la venta de discos y promoción de su trabajo. El videoclip ocupa un rol esencial como formato específico³ en este concepto general.

La raíz publicitaria del videoclip en la industria musical viene siendo estudiada tímidamente en los últimos años, quizás debido a su complejo y diferenciada naturaleza en este sentido. Sin embargo, comparte similares códigos connotativos con el lenguaje audiovisual publicitario...

El objeto publicitado por todo clip es superficialmente la música de un determinado artista o grupo. Sin embargo, es realmente la unión de esa música con esos actores y con su imagen. Un clip intenta naturalizar o volver inevitable la relación entre un cantante o grupo (y la imagen o look de éste o estos) y su música; intenta vender música mostrándonosla unida a imágenes convencionalmente articuladas. Esta convencionalidad es en todo momento escondida, provocando puntos de sincronización entre la imagen y la música (...). la seducción que despliega un videoclip es muy palpable, directa y explícita (como en un spot) y se materializa, sobre todo, a través de códigos connotativos visuales y de una especial relación entre éstos y el componente musical⁴.

Durante su breve historia, el videoclip ha generado una especialización en tipos de artistas-marcas y especialmente tipos de iconografías por género musical: el pop, el heavy, el rock, el hip hop y otros estilos han desarrollado ciertas tendencias

² Goodwin, A. (1992) *Dancing in the distraction factory. Music, televisión and popular culture*, Londres, Routledge.

³ Caro, A.M. (2014) *Elementos narrativos en el videoclip: desde el nacimiento de la MTV a la era YouTube* (1981-2011) (Tesis doctoral).

⁴ Sedeño, A.M. (2007) El videoclip como mercanarrativa, en *Signa. Revista de la Asociación Española de Semiótica* 16, 493-504, 498. Recuperado de <http://revistas.uned.es/index.php/signa/article/view/6152/5885> Web visitada el 30/11/2015.

de representación en relación con cánones de autenticidad y otros valores como poder social o sexual, riqueza, autenticidad... Mundy⁵ ha estudiado estos temas y defiende que el vídeo rearticula los elementos visuales que se asocian a un género musical procedentes de sus letras, cómics o representaciones en televisión. Diane Railton y Paul Watson⁶, opinan que el formato puede ser leído desde los géneros convencionales en términos de construcción de lo racial, lo cultural, y lo subjetivo.

Es objetivo de este texto el estudiar el videoclip de hip hop en su etapa de consolidación en los años noventa, cuando por una parte el género audiovisual videoclip se encuentra en una etapa de especialización por estilos musicales y, por otra, el hip hop vive un momento de diferenciación entre las costa este y oeste.

2. El hip hop como género musical y expresión cultural: su consolidación en los años noventa

El término hip hop proviene del inglés, y significa *hip* (saltar) y *hop* (cadera), y se refiere a movimientos que hacían los *discjockeys* (djs) al saltar de un giradiscos a otro en las primeras sesiones de esta música. Además de género musical, el hip hop es un movimiento artístico y cultural, ya que va más allá de una estética o moda: se trata de una práctica en grupo y, normalmente, en un lugar público urbano: “El hip hop es un estilo de vida con una elaborada y colorida cultura, su propio lenguaje y estilo; un tipo específico de música y pensamiento que se desarrolla constantemente”.⁷

Las bases de expresión del hip hop son tres: el breakdance como su baile, el *turntablism* o *dijing* y el rap, como su música, y el graffiti, como su expresión plástica.

Por un lado, podría citarse su materialidad musical, compuesto por el *dijing* -o *turntablism*- (base musical) y el rap (en las letras). Con una síntesis o fusión entre música negra, el soul, el funk o el rhythm & blues, el *turntablism* o *dijing* es el arreglo musical que realiza un dj o *beatboxer*, mediante la manipulación o *scratching* de discos de vinilo sobre un plato giradiscos. El *beatbox* se inspira en el arte que ya utilizaban los mayas para reproducir los sonidos de la naturaleza. Cuando los raperos no disponían de instrumentos o equipos de audio, resurgió esta técnica para emular sonidos con la boca. Quienes lo practican se denominan *human beatbox* o *beatboxers*. Finamente, sobre la base musical realizada por un dj o beatboxer, el Maestro de Ceremonias (MC) aporta sus rimas y se encarga de rapear (*mcing*). Esto proviene de una tradición africana que aún se conserva en Jamaica. El rap suele tener ritmo de cuatro por cuatro, y en él pueden intervenir uno o varios MCs. El rap, por su parte, tiene su origen en la música negra, bebe del rhythm & blues, del soul, del jazz, del funk, más que un género musical se debería considerar un movimiento cultural y social. “Se apropia de la tecnología, de los signos y símbolos musicales preexistentes para crear un estilo de resistencia, oposición y contracultura”.⁸

En segundo lugar, puede hablarse del baile. El breakdance es un estilo de baile acrobático realizado en el suelo, practicado por los breakers, B-boys o b-girls o fly

⁵ Mundy, J. (1999) *Popular music on screen. From Hollywood musical to music video*, Manchester, Manchester University Press.

⁶ Railton, D. y Watson, P. (2011) *Music Video and the Politics of Representation*, Edimburgo, Edinburgh University Press.

⁷ Fiedler, M. (2003) *Hip-Hop Forever*, Olomuc, Hanex, 11. Traducción propia.

⁸ Negus, K. (1999) *Los géneros musicales y la cultura de las multinacionales*, Barcelona, Paidós, 151.

girl. Nace para sustituir las peleas callejeras, y lo practican los llamados *breakers* o *B-boys*, *B-girls* o *fly girl*. Poco a poco, se ha fusionado con estilos como el *electric boogie*, el jazz, la mímica, etc.

Por último, las manifestaciones pictóricas urbanas resultan otro componente de la cultura y música hip hop. Los pintores son los *writers* o grafiteros. El graffiti es el arte de pintar con aerosol sobre superficies urbanas como muros, trenes, puertas... mobiliario urbano en general. Empezó con el fenómeno *Tag*, la firma del apodo o el nombre en la pared. Evolucionaron en tamaño, color o forma, hasta extenderse como una práctica más del arte hip hop. Cada grafitero o *crew* tiene su propio estilo. La estética del graffiti ha influido en el cómic, en el diseño de ropa, las portadas de discos, etc.

Otro elemento constituyente del hip hop es la identidad étnica. Se habla de “*hip hop nation*”, como elemento fundamental donde el género musical marca un carácter generacional y temporal, proponiendo una opción contracultural frente a otros géneros:

el hip hop ha venido a marcar una línea más generacional que racial, y por cierto ésta es una razón por la cual es tan amenazante para el sistema racista y clasista dominante; invita a una identificación por encima de las líneas prohibidas y demuestra una desafección generalizada de la maquinaria del capitalismo, en tanto el libre mercado es ampliamente celebrado en los medios de comunicación como el gran salvador económico⁹.

2.1. Historia del hip hop

El hip hop surgió en América a finales de los sesenta en barrios como el Bronx, Queens y Brooklyn, de mano de las comunidades afroamericana y latinoamericana. Es difícil situar el inicio exacto del rap, como expresión contenida dentro de aquella. Ya en la cultura africana existían ejemplos de tradición oral. En principio, la música que se utilizaba era el funk y el soul, pero pronto empezaron los djs a aislar la percusión y extenderla, al estilo de la música dub de Jamaica. Ya en 1979, la revista musical *Billboard* publicó un artículo sobre las fiestas callejeras con djs y la evolución del pionero DJ Kool Herc, renovador de la música y la puesta en escena del hip hop¹⁰. Este músico es considerado el padre del hip hop, entre otros, por desarrollar algunos de sus elementos principales. Pero fue Afrika Bambaataa, fundador de la *Universal Zulu Nation*, quien acuñó el término “hip hop” en aquella época, uniendo música, danza y pintura en un único arte. Gracias a su red, muchos chicos dejaron las peleas y la rivalidad callejeras para adentrarse en el universo del hip hop. Los duelos musicales se daban en fiestas callejeras, también llamadas *block parties*, cada vez más frecuentes en Nueva York¹¹. Años más tarde, KRS One unificó y definió los cuatro pilares del hip hop, ya comentados: mcing, djing, breakdancing y graffiti.

⁹ Potter, R. A. (1995) *Spectacular Vernaculars: Hip-Hop and the Politics of Postmodernism*. USA, State University of New York Press, Albany.

¹⁰ Llamosa, D.F. (2013) Hip hop, la ciudad hecha imagen. El habitar en función de lo visual, en *Revista nodo* 8 (15), 23-24.

¹¹ Fernando. S.H. (1994) *The New Beats: Exploring the Music, Culture & Attitude of Hip Hop*, New York, Anchor Books/Doubleday.

El hip hop parecía ser una moda con fecha de caducidad. A mediados de los setenta, se dividió en dos tendencias: base de música disco y primacía del baile frente a rimas y ritmos cada vez más complejos. Nació así el rap, rompiendo con el funk y utilizando un lenguaje más soez y combativo. Podemos decir que el primer tema de rap apareció en 1979, *Rapper's Delight*, de Sugarhill Gang. Consolidó el género rap y lo acercó al público mayoritario, aunque a nivel underground existían múltiples temas del género.

En Nueva York, aparecieron grupos que ayudaron en la evolución del rap, como Funky 4 plus 1, Kool Moe Dee, Busty Bee, Afrika Bambaataa, Cold Rush Brothers, Kurtis Blow, DJ Kool Herc y Grandmaster Melle Mel. El rap comenzó a describir y analizar la sociedad, la economía y la política: la adicción a las drogas, la crueldad de la policía, en especial con personas de color, los embarazos prematuros y la pobreza. Destaca en este sentido *The Message*, de Grandmaster Flash y The Furious Five. Fue pionero en mostrar la realidad social y servir no sólo como expresión cultural, sino también como protesta. Desde la industria musical, veían el rap como una moda de jóvenes negros que cesaría.

En los años noventa el hip hop se posicionó como un género importante en la cultura popular. Fue en 1991 cuando por primera vez, un disco de rap llegó al número 1 de las listas generales, concretamente, la lista pop de la revista Billboard. El nuevo álbum de N.W.A., *Efil4zaggin*. Este mismo año otro álbum que alcanza el platino fue *We Can't Be Stopped*, de Geto Boys¹² (Toner, 1998). Fue una época en la que dominaba el gangsta rap y debido a esto artistas como Tupac Shakur, Ice-T, Ice Cube y Snoop Dogg utilizaban el escándalo y la polémica para ganar dinero, lo que paralizó la producción musical en la Costa Este por un tiempo. En este sentido, la costa oeste siempre se ha caracterizado por el gangsta rap y la costa este por un rap más underground, lo que nació en los setenta en las calles de Nueva York como un movimiento de jóvenes que a través de sus rimas y ritmos reflejaban las vivencias de la calle, tornó a finales de los ochenta y principio de los noventa a un rap misógino, en el que se hablaba de drogas y en el que se presentaban a las mujeres cosificadas. Volviendo a la versión más clásica, es decir, la costa este, seguían apareciendo grupos aunque no con el mismo nivel de repercusión que los de la costa oeste. "Public Enemy, el buque insignia de la escena neoyorquina, se seguía defendiendo dignamente. Con *Apocalypse 91... The Enemy Strikes Back* alcanzaban su tercer disco de platino consecutivo"¹³.

Como si fuera una constante en la historia de la música popular, el hip hop afrontaba su tercera década como el rock afrontó la suya, con los grupos principales desmembrados, o en serios apuros, y con una aparente crisis creativa, por lo menos entre los artistas comercialmente importantes, mientras las voces más críticas acusaban a la industria de haber aplastado la creatividad en su intento de controlar el sector. Es decir, el mismo escenario que engendró el rock dinosáurico de los años setenta¹⁴.

Durante 1993, se sucedieron todo tipo de episodios relacionados con el dominio del gangsta rap, haciendo que personas que desde un principio podrían haber sido afines empezaran a quejarse por el contenido de las letras. Fue el reverendo Calvin

¹² Toner, A. (1998) *Hip-hop*, Madrid, Celeste.

¹³ *Ibidem*, 87

¹⁴ *Ibidem*, 95

Butts, de la Iglesia Baptista Absinia de Harlem, muy respetado en la comunidad negra, quien inició una campaña contra las letras más ofensivas del rap. Una de las acciones más destacadas fue el aplastamiento de los discos con una apisonadora. Esta vez no se trataba de una escena racista, sino de alguien comprometido seriamente con la comunidad afroamericana. Pero en esta época también se editaron buenos discos, como el *Jazzmatazz Volume 1*, de Guru perteneciente al grupo Gang Starr, uno de los primeros en mezclar jazz y hip hop estableciendo el género jazz rap. Este nuevo género surgía en contra del G-funk y gangsta rap, pero no sólo el jazz rap suponía una amenaza para la supremacía de la Costa Oeste, la aparición de la banda Wu-Tang-Clan fue el gran cambio en el mundo del hip hop, “parecía una broma, pero tenían un plan para conquistar el mundo (del hip hop)”¹⁵. Presentaban un trabajo muy cuidado, convirtiendo a GZA en el nuevo productor de moda, musicalmente sutil, de ritmos elásticos y pianos imposibles, pero fugazmente identificables. Wu-Tang-Clan se convirtió en la nueva revolución. Por otro lado, otro productor que estaba de moda era DJ Muggs del grupo Cypress Hill.

Wu-Tang-Clan pasó de discos conjuntos a sacar discos en solitario de cada componente, un total de ocho artistas: el primer debut fue de Method Man con *Tical*. Otro estreno lleno de esperanza fue el de Nas, con *Illmatic* que no era más que su descripción de la vida en el ghetto, pero evitaba en sus letras la misoginia y la violencia. Durante 1995 Ol’ Dirty Bastard publicó *Return Of The 36 Chambers*, The Genuis/GZA editó *Liquid Swords* y Raekwon The Chef, *Only Built 4 Cuban Linx* todos pertenecientes a la banda Wu-Tang-Clan copando el mercado lo que animaba el interés del público por su próximo disco como grupo. En los años siguientes el mundo del hip hop se tiñó de negro con los asesinatos de 2 Pac y Notorious BIG, ambos rivales que habían estado enfrentados un tiempo antes de morir, muchos son los rumores sobre el escándalo, pero realmente no se sabe nada de quién tuvo la culpa. Lo que sí sirvió fue para que los dos llegaran a las listas directamente con el número 1, 2 Pac grabó varios discos que no fueron publicados hasta su muerte, lo que suscitó entre el público que se podría tratar de un montaje. Con BIG sucedió lo mismo, su álbum póstumo *Life Afterdeath* (vida después de la muerte) parecía un presagio de lo que pasaría. Por su parte, otro componente del grupo Wu-Tang-Clan sacaba nuevo disco Ironman de Ghostface Killa, el sexto disco en solitario del grupo desde *36 Chambers*¹⁶.

Uno de los grandes éxitos de 1996 fue el segundo álbum de Fugees, *The Score*, un grupo neoyorquino que versionó la canción *Killing Me Softly With His Song*, de Roberta Flack, convirtiéndola en su single promocional de lanzamiento. Otros grupos conocidos son Nas, que publicó su segundo álbum *It Was Written*, y DJ Muggs que editó su primer disco en solitario, *Presents The Soul Assassins*.

A finales de año, la historia se replanteaba la cultura del hip hop. Este estilo de reutilización y reapropiación de ritmos que podía resultar una bendición para algunos. Finalmente se había vendido a la industria discográfica, se había convertido en un producto comercial, no muy lejos de lo que ocurre hoy en día. Si bien es cierto, siguen apareciendo grupos que mantienen la esencia de Chuck D y KRS-One pero

¹⁵ *Ibidem*, 98.

¹⁶ *Ibidem*.

“al tiempo que se imponía el poder económico de Los Ángeles sobre el de Nueva York, también se imponía el rap de la Costa Oeste sobre la del Este, el gangsta sobre el *raptivism*”¹⁷

3. El videoclip en el hip hop

A pesar de la gran influencia del rap y el hip hop en la estética de la música, el cine, el vídeo, la televisión, el deporte, la moda o la publicidad, la industria musical no ha contribuido a las prácticas comerciales del mismo¹⁸. Como herramienta de promoción publicitaria utilizada por la industria discográfica para impulsar la figura de cualquier artista o banda, en el hip hop el videoclip no ha tenido una función diferente y es interesante abordar este apartado desde la perspectiva cultural y comercial que ha rodeado al género desde sus inicios. Esto puede deberse a su carácter callejero: el rap nace en la calle, concretamente en los suburbios de Nueva York con la aparición de Dj Herc, Bambaataa y GrandMaster Flash que se dedicaban a mezclar y samplear discos en los parques de barrios como el Bronx y Brooklyn, dando paso a la aparición de los MCs que en un principio les acompañaban y que poco a poco fueron convirtiéndose en los protagonistas de la escena hip hop en América. Sin embargo, se encuentra completamente justificado su análisis por la variedad estética que propone el género en su evolución histórica. Como apunta Negus, “la diversidad del rap no sólo ha sido estilística sino que además procede de complejas amalgamas de identidad”¹⁹.

No hay autores que hayan estudiado este fenómeno, ni que describan la importancia del uso de videoclips en el hip hop. Anki Toner menciona en su libro *Hip-Hop* el primer grupo en tener un vídeo promocional, uno de los mayores éxitos de 1983 fue para este grupo Whodini, encuadrado en el estilo electro funk, con influencia callejera de la nueva escuela, también conocido por ser la primera banda en incorporar bailarines en sus espectáculos. El debut de Whodini, *Magic Wand* corrió a cargo de Jive Records, un sello británico, que posteriormente tuvo otros grandes éxitos con DJ Jazzy Jeff & The Fresh Prince, Boogie Down Productions o A Tribe Called Quest.

En aquel entonces, Run-DMC en 1984 editó su primer álbum, del que se extrajo el single *Rock Box*, primer cruce del rap y el rock y primer videoclip en entrar en la MTV. Para promocionar el álbum, Run-DMC se enroló en el primer gran tour de la historia del rap, el *Swatch Watch New York City Fresh Fest*. La recaudación bruta fue de tres millones y medio de dólares, demostrando que se podía ganar mucho dinero con el rap. Otro fenómeno de este año fue la proliferación de películas sobre la escena hip hop y breackdance, la más importante fue *Beat Street* dirigida por Stan Lathan en la que aparecían África Bambaataa y Kool DJ Herc, entre otros.

En 1989 los premios Grammy tuvieron una categoría dedicada al rap, diferenciándolo del rhythm & blues donde siempre había estado incluido. A partir de entonces, se conocía qué artistas, canciones y videoclips eran considerados por la industria musical como los mejores. Pero el rap había sido blanco de los medios

¹⁷ *Ibidem*, 107.

¹⁸ Negus (1999), *op. cit.*

¹⁹ *Ibidem*, 165.

y las noticias que se relacionaban con el género eran nefastas, por ello, los artistas invitados a la gala de los Grammy decidieron no acudir a recoger su premio en señal de protesta²⁰.

Los medios de comunicación siempre han abordado esta cultura desde su visión más comercial y han destacado la violencia o la misoginia de sus letras, que posteriormente se reflejan en sus vídeos musicales. Para referir la necesidad de no perder la esencia de esta cultura, algunos artistas hacen mención al “keep it real” (Mantenlo real), en contra de la adaptación de temáticas y letras a los estereotipos que proponen las industrias discográficas.

En la actualidad, el panorama ha sufrido un cambio importante: gracias a las nuevas tecnologías y a las plataformas de difusión audiovisual podemos encontrarnos casos como el del artista Joey Badass que antes de sacar a la venta su álbum pone a disposición de su audiencia los vídeos musicales de sus canciones, consiguiendo así una gran repercusión. El público ya no quiere solo una canción, quiere el vídeo que da vida a la letra de la canción a través del performance del artista. Además, hoy en día podemos ver la cultura hip hop más inmersa en la sociedad que nunca, la gente viste su ropa, copian sus comportamientos e incluso sus expresiones. Se podría decir que el rap es parte de la corriente principal o mainstream. Podemos observar como cada vez ocupan más puestos en las listas de ventas, ganan la mayoría de los premios de la música y también se les relacionan con las polémicas más escandalosas.

Los videoclips de hip hop han conseguido dar forma a cada época y estilo, desde su localización en la costa este o la costa oeste hasta los subgéneros que lo componen como el gangsta rap, jazz rap, G-funk o el underground. Todos estos se diferencian perfectamente, no sólo por las rimas y los ritmos sino por la estética que ofrecen. Podemos ver una gran diferencia entre los videoclips de rap más crudo o callejero de la banda Wu-Tang-Clan de la costa este y el “Bling-Bling” de los vídeos de Snoop Dogg de la costa oeste: en el primer caso, se refleja la cotidianidad del barrio (el ghetto) y se denuncia la injusticia social, mientras en el segundo se muestra una realidad muy diferente, de riqueza, mujeres y derroche.

4. Objetivos, muestra y metodología

El análisis tiene como objetivo contribuir a describir el videoclip de hip hop de los noventa a través de una muestra simple escogida intencionalmente, e insertarlo dentro de la cultura hip hop.

Habiendo considerado la cantidad de vídeos musicales que existen en este periodo de tiempo, y a fin de facilitar el proceso de trabajo, la selección se ha establecido siguiendo un criterio intencional, con el objetivo de realizar un acercamiento así como dibujar las bases de sus inicios. Por ello se ha elaborado un muestreo “de conveniencia”²¹, en el que se ha tenido en cuenta principalmente la procedencia del artista, así como una variedad de aspectos formales y narrativos, aunque intentando que los vídeos establezcan una línea coherente de puesta en escena. Los videoclips

²⁰ Toner (1998), *op. cit.*

²¹ Riffe, D., Lacy, S., Fico, F.G. (2005) *Analyzing media messages: using quantitative content analysis in research*, Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbaum, 99.

que componen la muestra pertenecen a grupos significativos de la época y el estilo musical. Otra prueba de su vigencia resulta el dato de que casi todos tienen millones de visualizaciones en YouTube.

Los siguientes videoclips han sido analizados utilizando metodología de análisis textual, siguiendo el modelo de Rodríguez y Aguaded²² (2014), que se puede consultar para mayores detalles. Este aborda aspectos formales, de la representación y narrativos; entre ellos: realización, tipos de planos, tipo de movimiento de cámara, forma de la edición, tipo de videoclip (performance, narrativo, conceptual o mixto), tipos de escenario en interior y exterior, color e iluminación, principales acciones y personajes.

- One Love, Nas (1994)²³
- Halftime, Nas (1995)²⁴
- Shook Ones, Mobb Deep (1995)²⁵
- Method Man, Wu-Tang-Clan (1997)²⁶
- Can It Be All So Simple, Wu-Tan-Clan (1993)²⁷

5. Análisis y resultados

Artista: NAS

Canción: One Love

Año: 1994

En cuanto a los aspectos formales se podría destacar el uso de planos generales, americanos, medio y primeros planos. Con respecto al ángulo de cámara en algún momento se utilizan contrapicados y picados para enfatizar al artista. Los movimientos de cámara son suaves, acompañan el ritmo de la música, con abundancia de travellings y barridos. Puede comprobarse, además, una combinación de color y blanco y negro para diferenciar la acción narrativa del performance: la primera la vemos en blanco y negro y en las escenas en las que se muestra al artista (performativas) destaca el color. No hay elementos gráficos que destacar pero sí sonoros, al principio del videoclip hay una introducción en la que podemos escuchar a los actores hablando mucho antes de que comience la canción. El montaje del vídeo es fluido, no vemos transiciones sino que éstas se crean con los propios elementos de la escenografía y el movimiento de la cámara.

En cuanto a la representación, el videoclip se divide en tres etapas o estadios: la narrativa, en la que se describe la historia, y el performance que podría dividirse en dos, un escenario estático en el que aparece el artista en solitario y otro en el que aparece el artista acompañado y en solitario. Los escenarios son la cárcel, la calle,

²² Rodríguez, J. y Aguaded, J.I. (2013): «Propuesta metodológica para el análisis del vídeo musical». *Quaderns del cac*, 39, 63-70. http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/7339/Propuesta_metodol%C3%B3gica.pdf?sequence=2 Web visitada el 7/11/2015.

²³ https://www.youtube.com/watch?v=hxce_qvhi5I

²⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=dogqDbcbVo0>

²⁵ https://www.youtube.com/watch?v=yoYZf-IBF_U

²⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=PEnwXYJcSZc>

²⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=7m148vZDwJA>

una casa y un parque, la combinación junto a la acción de los distintos personajes y a la del propio artista va representando la letra de la canción.

El estadio narrativo del vídeo describe algunas escenas que ilustran cómo el artista recuerda cómo ha visto a todos sus colegas entrar en la cárcel y todo lo que les ha llevado ahí. Se producen momentos de autorreflexión en los que el artista se encuentra escribiendo una carta a cada uno de sus amigos encarcelados. Las escenas van mostrando la continuidad de los hechos acompañadas por la letra de la canción.

Artista: NAS

Canción: Halftime

Año: 1995

Del análisis formal podemos destacar el uso de planos generales, medios, americanos y primeros planos. No hay picados, contrapicados o planos aberrantes, si hay saltos importantes y planos-contraplanos. Los movimientos de cámara son bruscos: se aprecian zooms in/out y numerosos travellings. El color resultado una técnica con la que el director parece querer representar diferentes momentos; en cuanto a la iluminación, los planos aparecen bastante oscuros y en ellos apenas puede divisarse la cara del cantante. Los planos cambian al corte dándole fuerza y dinamismo al videoclip.

La representación en este videoclip es puramente performativa, combinadas con imágenes de la ciudad, de personas, pero no presentan una relación directa con la letra. Por lo que respecta a las escenas donde aparece el cantante, se trataría de un estudio con el fondo iluminado con colores rojos y azules.

En cuanto al elemento narrativo, los escenarios (barrio, ciudad...) describen posibles momentos diegéticos, siempre con una impresión de recuerdo de situaciones: el protagonismo se centra por completo en el artista.

Artista: Mobb Deep

Canción: Shook Ones

Año: 1995

La realización del vídeo se caracteriza por una combinación de generales, planos medios, americanos y primeros planos. Los movimientos de cámara son fluidos acompañando al ritmo de la música, con travellings y planos con grúa. El color de toda la pieza es cálido y destacan los marrones y dorados, alejándose del sepia... En algunas escenas se utiliza el contraluz, lo que no permite divisar los rostros de los miembros del grupo y demás personajes. No hay gráficos pero sí podemos ver al principio y al final del videoclip, parte de la acción con sonido en on de los personajes. Las transiciones entre los vídeos son fundidos a negro, lo que ralentiza el ritmo y lo ajusta al propio de la instrumental.

Este clip de tipo narrativo/performance, se coloca al cantante en un escenario junto a más gente, que se podría considerar el performativo; por otro lado, se van sucediendo imágenes de una acción que iría describiendo la letra de la canción. Los escenarios colocan la calle principalmente, pero también se ve un coche y una casa que enfatizan cada momento.

Con respecto a la narración, se da especial importancia al barrio (the hood), integrante de los suburbios de Nueva York, lo que otorga a las imágenes esa faceta underground que caracteriza al género hip hop en los 90.

Artista: Wu-Tang-Clan
Canción: Method Man
Año: 1997

El videoclip destaca en el uso de planos medios y primeros planos, aunque pueden hallarse planos generales y americanos, pero también hay un uso de planos aberrantes, picados y contrapicados. Los movimientos de cámara son bruscos para dotar de fuerza a las imágenes, también hay uso de grúas y travelling que acompañan al artista en su performance. El color juega un gran papel ya que se combinan escenas a color y escenas en color morado y blanco, otras tienen poca iluminación. No hay gráficos, ni elementos sonoros destacables. Las transiciones son al corte, con cambio de planos rápidos, dándole velocidad al vídeo y dinamismo.

Al contrario que los otros, no se trata de un artista en solitario en su performance, sino que en ella están todos los miembros del grupo Wu-Tang-Clan. A pesar de ellos, los movimientos del *frontman* o cantante son muy marcados, algo muy característico de la época y del género hip hop. El artista utiliza su cuerpo y su cara para remarcar cada frase, aportando mucha fuerza y dinamismo a las imágenes. La actitud es desafiante y chulesca, se muestran como personajes superlativos en el mundo del hip-hop. Por el contrario, en las escenas en que aparecen todos se puede disfrutar de una coreografía de movimientos.

En este videoclip puramente performance, el escenario principal es una nave abandonada de la que se utilizan las escaleras, el interior y el exterior.

Artista: Wu-Tang-Clan
Canción: Can It Be All So Simple
Año: 1993

En este videoclip se puede ver una vez más que los planos utilizados son generales, americanos, medios y primeros planos. No hay planos aberrantes, si algún picado y contrapicado para resaltar a los distintos artistas que participan en el clip. Los movimientos de cámara son lentos remarcando el ritmo de la canción, hay grúas y travellings que acompañan la acción. El color cobra especial relevancia en las escenas nocturnas presentando una mezcla entre naranja y marrón en los que la iluminación es escasa, por el contrario en las escenas diurnas el color y la iluminación es normal. No hay elementos gráficos pero sí sonoros: al principio y al final se puede escuchar la lluvia de forma diegética mimetizándose con la instrumental. Hay tres tipos de transiciones, fundidos a negros, a blanco y con superposición de un plano y otro.

Como en otros vídeos del grupo Wu-Tang-Clan, es destacable la presencia de todos sus miembros, junto a muchos personajes más; en este además se divisan gran número de niños, haciendo valor el eslogan del grupo, "Wu Tang is for the Children".

El vídeo es de tipo performance pero al igual que en muchos otros, se divide principalmente en la parte más descriptiva que sería en la que se sucede la acción y otra parte performativa en la que el artista canta, en este caso los escenarios son el parking y las escaleras de la casa donde podemos ver a los distintos artistas contar

la historia desde otra perspectiva, dejando como protagonistas de la acción al resto de la banda.

El clip está compuesto por varias escenas localizadas en un parque, un barrio, una casa y un parking. Podemos apreciar que la narración vuelve a mostrar ese estilo underground, sombrío, en el que se describe la situación social del barrio (*the hood*). Estas imágenes se combinan con un escenario doméstico donde se muestran joyas, una partida de cartas y dinero, lo que tiene relación con la letra de la canción: “todo puede ser muy simple” como reza el título de la canción.

6. Conclusiones

El videoclip de hip hop de los noventa define una estética, como cualquier anuncio publicitario y esto lo hace respecto a su producto, el cantante o grupo promocionado. Aunque esta no es restrictiva, mantiene unos mismos estilemas y características como son los tipos de planos, el uso del color y la iluminación o la ausencia de gráficos. Los escenarios (la calle, el barrio...) se eligen para representar la procedencia de los artistas pero también la de su público principal. Algunos de estos rasgos que podemos encontrar en estos clips son:

- El formato de la imagen es 4:3.
- Se emplea el color saturado para las escenas diurnas y se aplica la tonalidad anaranjada para las nocturnas. Con frecuencia se opta por imágenes contrastadas y/o con algún tipo de efecto de imagen.
- En la realización, el movimiento de cámara: se prefiere el uso de travellings laterales como movimiento de cámara así como ligeros contrapicados.
- Las transiciones son al corte, para aportar dinamismo a las imágenes.
- Se combina el estilo descriptivo/narrativo o performance/narrativo. Aparecen escenas que enfatizan la letra de la canción o giran en torno a ella. En esta segunda puesta en escena, el cantante o *frontman* aparece en otro lugar, donde forma parte de la diégesis propuesta como complementaria de la actuación y que define una problemática característica de los escenarios típicos.
- La oposición interior-exterior se convierte en otro elemento señalado para la presentación de la situación narrativa y el cantante o *frontman* como bardo o relator de la misma.

Como puede comprobarse, el videoclip de hip hop en la situación espacio temporal analizada tiene una clara tendencia a lo performativo, aunque todos los casos presentan al menos un atisbo narrativo, que, aunque fragmentado y disminuido a una línea de argumento suficientemente abierta, ancla al cantante y la banda en un escenario y en referencia a unos personajes y existentes relacionados con el barrio, los amigos, las pandillas... Esta narración o concepto se construye en torno a la letra de la canción, alrededor de una amplificación de su imaginario, que suele referirse a una historia conocida, susceptible de ser contada por lo aleccionador de su mensaje. Sin embargo, es el cuerpo del cantante y sus movimientos y referencias a cámara, por tanto al espectador, el elemento protagónico de los vídeos. Este es destacado a través de una representación muy basada en el lugar de procedencia de este género y de los comportamientos grupales en torno a él: el hip hop y el rap proceden de la calle,

por lo que los movimientos bruscos con los brazos y las manos y las expresiones faciales intencionales señalan un sentirse orgulloso de la cultura de barrio y de su idiosincrasia sincera e informal.

Ante todo, resulta evidente que son necesarios más estudios de este tipo desde el ámbito del análisis audiovisual con un objetivo de insertar el formato como propuesta publicitaria dirigida a promocionar a una banda en el contexto de un género de música popular. La necesidad de integrar lo musical y lo visual en la estrategia de análisis debe ser una de las direcciones futuras de estudios similares y más profundos. Ello debería ayudar, por un lado, a construir el imaginario de este estilo y visibilizar sus formas de representación; por otro, a valorar al videoclip musical como formato de análisis de la cultura popular, por sus múltiples implicaciones sociales y culturales.

7. Referencias bibliográficas

- Caro, A. M. (2014) *Elementos narrativos en el videoclip: desde el nacimiento de la MTV a la era YouTube* (1981-2011) (Tesis doctoral).
- Fiedler, M. (2003) *Hip-Hop Forever*, Olomuc, Hanex.
- Fernando, S. H. (1994) *The New Beats: Exploring the Music, Culture & Attitude of Hip Hop*, New York, Anchor Books/Doubleday.
- Frith, S. (1988) *Music for Pleasure*, New York, Routledge.
- Goodwin, A. (1992) *Dancing in the distraction factory*. Music, televisión and popular culture, Londres, Routledge.
- Llamosa, D. F. (2013) Hip-Hop, la ciudad hecha imagen. El habitar en función de lo visual, en *Revista nodo* 8 (15), 23-24.
- Mundy, J. (1999) *Popular music on screen. From Hollywood musical to music video*, Manchester, Manchester University Press.
- Negus, K. (1999) *Los géneros musicales y la cultura de las multinacionales*, Barcelona, Paidós.
- Potter, R. A. (1995) *Spectacular Vernaculars: Hip-Hop and the Politics of Postmodernism*, State University of New York Press, Albany.
- Railton, D. y Watson, P. (2011) *Music Video and the Politics of Representation*, Edimburgo, Edinburgh University Press.
- Riffe, D., Lacy, S. y Fico, F.g. (2005) *Analyzing media messages: using quantitative content analysis in research*, Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbaum.
- Rodríguez, J. y Aguaded, J.i. (2013) Propuesta metodológica para el análisis del video musical, en *Quaderns del cac* 39, 63-70. http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/7339/Propuesta_metodol%C3%B3gica.pdf?sequence=2 Web visitada el 7/11/2015.
- Sedeño, A. M. (2007) El videoclip como mercanarrativa, en *Signa. Revista de la Asociación Española de Semiótica* 16, 493-504. <http://revistas.uned.es/index.php/signa/article/view/6152/5885> Web visitada el 14/12/2015.
- Toner, A. (1998) *Hip-hop*, Madrid, Celeste.