

MUSIKA IRUDITAN (II)

Bideoklipak: aurpegia ala gurutzera

Musikariaren lana musika sortzea eta jotzea da. Baina soilik hori? Irudiak eta sustapenak gero eta pisu gehiago dute alor gehienetan, eta musikariak ere ez dabilta zurrumbilo horretatik aparte. Bideoklipa bilakatu da abesti edo disko bat kaleratzeko euskarri (ia) ezinbestekoa. Bai, bederen, lana ohi baino gehiago zabaltzea lortu nahi denetan. Proposamen musikalari geruza gehiago gehitzeko baliabidea ere bada. Ahalegina eskatzen du ordea: dela dirutan, dela denboran. Zeregin horri begira jarri ditugu bost musikari.

LANDER ARRETxea BEREZIARTUA

Ez dago denboran oso atzera egin beharrik. Urte luzez, irratiak izan dira abesti edo disko berria plaza publikora aurkezteko bidea. Hala dira oraindik ere, baina management (gestore) enpresa bat edo sareak ondo samar ezagutzen dituen taldekiderik izanez gero, azkar etorriko da proposamen osagarria: “Honi indar pixka bat eman nahi badiogu, bideoklipa egin beharko genuke”. Galdera bat ezkututzen duen baieztapen horri erantzun beharrean topatzen dute euren burua musikariak. Hala aitortzen du Uxue Amonarrizek. “Badago lege ez idatzi bat esaten duena kantu edo disko berri bat promozionatzeko bideoklipa behar dela. Eta helburua jakina da: jende gehiagorengana iristea”.

Ibilbidea eten berri duen Huntza taldeko kidea da Amonarriz. Ezin esan, haien kasuan, baliabide eraginkorra izan ez denik. Euskarazko abesti bat oinarri dutela egin diren bideoklipen artean, Huntza taldearen *Aldapan gora* da ikustaldi gehien pilatu dituen. Bi kanaletara dago igota, baina biak batuz gero ia 20 milioi aldiz ikusi da Youtuben. Zabaldu zuten lehen kanta da, eta irratian izandako ezusteko arrakastak jarri zuen dena martxan. “Management enpresak aholkatu zigun bideoklip bat egiteko, eta ezagunak genituen AZ Gaubelakoengana jo genuen. Oso denbora gutxian prestatu genuen dena, berehala zabaltzeko, baina ez genuen halako harrerarik espero”. Euskal Herrian bakarrik ez, Hego Amerikari eta Europako beste hainbat herrial-

Erreportaje serie bateko bigarren atala da hau. Lehenbizikoan, bideoklipak aztertu genituen bideogileen ikuspegitik (2.864 alea).

detan ere asko zabaldu zela gogoratzen du Amonarrizek.

Artean, hogei urteren bueltan besterik ez zituzten Huntzako kide gazteenek, eta ezezagunak zitzaizkien musika industriaren logikak. Azkar ikasi behar izan zuten. “Olatu oso handi bat etorri zitzaigun gainera, eta neurri batean, gogorra izan zen ito gabe aurre egitea. Salbatu gaituena, askotan, umorea izan da”. Saiatu dira “berezkoa” duten umore hori euren bideoklipetan islatzen. Zentzu horretan, sustapen ekintza bat baino gehiago izan direla dio Amonarrizek: “Entzuleengana gerturatzeko ere balio bideoklipek. Lehen hura batez ere, gure burua aurkezteko modu bat izan zen. Ez gintuen ia inork ezagutzen, eta haren bidez jakin zuen jendeak nor ginen, nola-koak ginen, zerk arduratzen gintuen...”.

LANIK FINENA ERE EZ DA BERMEA

Orain eta hemen ontzen diren bideoklip asko abesti bati irudi gutxi-asko egokiak jartzeko ahalegin soila baino gehiago dira. Arriguri, Badator... gisako ekoiztetxeek bikoiztu egin dute apustua. Nazioarteko joeretan begi bat jarrita, arte lan bilakatu dute jatorrian komunikazio tresnatik gehiago zuen lana. Kalitatezko baliabideekin, ahal denetan, baina baita, sosik ez denean, irudimena eta auzolana oinarri hartuta ere. Horrek ez du esan nahi, ordea, begirada artistikoarekin egindako bideoklip horiek besteen joko-eremu bera konpartitzen ez dutenik: bozgorailu edo bultzada izateko desirak eraginda jaiotzen dira.

Hala izan da, gutxienez, Iban Urizarren kasuan. Eginak zituen Amorante proiektuaren berri bideoz emateko zenbait ahalegin aurrez; Bira ekoiztetxearen eskutik, eta beti ere zuzenean egiten duen hori erakusteko bokazioz. Iazko urtearen amaieran plazaratu zuen, ordea, orain artean egin dituen bideoklipetan, atzeko lan gehien eskatu duena. Arriguri ekoiztetxearen esku jarri zuen *Habane-*



Goian, ØDEI; berak ekoizten ditu bideoak. Erdian Huntza; milioika ikustaldi dituen *Aldapan gora* bideoklipa. Eta azpian Ibil Bedi; *Anelidoak* kanta iragartzeko bideoa –abestiak ez du bideoklipik–.





Amoranteren –Iban Urizar–
Habanera abestiaren
bideoklipa.

ra kanta, eta berrirakurketa narratibo bat egin dute haiek, bideoz. Emaitza zoragarria iruditu zaio. “Konfiantza itsua nuen haiengan. Musikari bezala jar dezakezun diruak mugatzen du lana, noski, baina haiek izugarri inplikatu dira eta maitasun handia jarri diote”. Zentzu horretan, lotsa puntu bat, eta “eskertza infinitua”, biak sentitu ditu Urizarrek, bere kantaren bideoklipa gauzatzeko lanean aritu den jende kopurua ikusita. Aitortu du bideoklipak abestiari esanahi osagarri bat gehitu diola.

Besterik da bideoklipa ederra izateak ate gehiago zabaldu ote dizkion. Urizarrek ez du antzeman abesti hori beste batzuk baino gehiago entzun denik. Kontraesanak sortzen dizkio horrek. “Maite ditut bideoklipak eta niretzako ere badira, gordetzeko. Baina ez baduzu enpresa bat atzean, zure poltsikotik ordaindu behar duzu lan hori, eta zaila da neurtzea merezi ote duen edo ez. Sarean oso aktiboa bazara beharbada bai, baina nik berrogeita hamar urte egingo ditut eta ez nago halakoetarako”. Uxue

Amonarrizek ere bizi du gatazka hori. Dioenez, lehen nahikoa zen grabaketa estudioan zenbat gastatuko zenuen aurreikustea; orain, aldiz, bideoklip baten edo batzuen kostua gehitu behar diozu hasieran egingo duzun “zulo” horri. “Apustu bat da, zuzeneko gehiago edo handiagoak lortzeko itxaropenarekin egiten dena. Etor daiteke guri etorri zitzaigun *boom* hori, baina oso gutxitan da hala. Litekeena da zure lan guztia ia ezerezean geratzea”.

AUTOEKOIZPENETIK BIZIBIDERA

Bideokliparen atzean dagoen lan hori ondo ezagutzen du Odei Barrosok, eta badaki zer den ordaintzeko nahi baino ahal gutxiago izatea. “Musikariok ikusten ditugu bideoklip oso landuak, eta hori nahi izaten dugu guretzat, baina askotan, horrek zenbat balio duen edo zenbat lan duen jakin gabe”. Horregatik, eta beste batzuekin egindako saiakerek ez zutelako erabat asebate, ekin zion bere bideoklipak autoekoizteari. Animazioa oinarri duten lyric bideoe-

kin (kantaren letrak daramatzaten bideoak) hasi zen probak egiten, eta bideo konplexuagoetarako bidea egin du gero. Modu autodidaktan eta pixkanaka ikasi duenarekin ondu ditu ØDEI-ren kante-kin egindakoak. Hala lortu du, behingoz, bere izaera eta intentzioa islatzen duten lanak egitea. Hori bai, prekarioki. Kamera bakarrarekin eta aurrez eskarmeturik ez zuen adiskide batek lagunduta grabatzen ditu bere piezak. Garatu duen abilezia hori beste musikari batzuen zerbitzura ere jartzen du orain, enkarguz. Paradoxa horren korapiloetan bizi da: hein batean, besteei ordaintzeko adina ez zuelako hasi zen bere bideoklip propioak egiten. Eta orain, beste batzuentzako bideoklipak eginez ateratzen du bizibidea, gero, “denbora librean”, bere kanta egin ahal izateko. Edonola ere, uste du bere musikari jardunak nola, “militantzia puntua” duela besteentzako egiten duen lanak ere.

Barroso bat dator beste musikariek bideoklipen funtzioaz esan dutenarekin: “Nagusiki, hedapenerako tresna

dira". Baina har ditzakete bestelako esanahiak ere. Rapa egiten du Barrosok, eta erreferentziak Frantziako eszenan aurkitu ditu. Dioenez, bertako rapa irudiz eta bideoz lagundua sortu zen hastapenetatik, 1990eko hamarkadan. "Auzoa edo bizitzeko modua islatzeko nahi bat dago hor, ertzekoa den hori erakusteko gogoia, eta haustekoa auzo aberatsetako estetikarekin". ØDEI-rekin ere, bide horretara egin du Barrosok, elementu batzuk -janzkera edo jarrera, adibidez- bere eginez. Hori bai, berea ez den errealitate bat erakutsi gabe. "Ni ez naiz agertzen armekin edo diru pila batekin, edo ez naiz aurpegia estalita ageri, ez baitut inor nire atzetik".

DENBORA ZERI ESKAINI

Bideoklipak laguntzen du, hortaz, lan bat edo proposamen bat txoko gehiagotara eramaten. Ez da bide bakarra, ordea. Ibil Bedi taldeak apenas egin duen bideoklipik, eta hala ere, gaztetxe, areto eta irrati mordora heldu da haien musika. Egin dituzten ikus-entzunezko apurrak beste inoren proposamenak abiatu ditu edo haien kabuz egin dituzte, esperimentatuz eta sosik gastatu gabe. Ez da hautu kontzientezia izan, baina taldekideen artean denek ez dute ikuspegi bera.

Amets Aranguren ez da bideoklip zalea, eta ez zaio gehiegi interesatzen musikariaren ohiko lanetik kanpo geratzen den hori. Areta Senosiainek, aldiz, estimatzen ditu; bai, behintzat, ongi eginak direnean, baina orain artean ez dute sentitu horri ekiteko beharrik. "Kanpotik ematen du Ibil Bedi hartu duela hautu bat, kontsentsuz, ez bideoklipik egitekoa. Ez da horrela izan, baina egia da inoiz ez garela gehiegi saiatu. Eta saiatu garenean ere, ez da guk nahi bezala atera". Biak arduratzen ditu bi-

deok kantaren esanahia aldatu edo mugatzeak. "Badira abestiak esanahi anbiguoak dituztenak, entzuleak osatzen dituenak bere bizipen edo burutazioekin; ez genuke nahi bideoklip batek esatea zer irudikatu behar den".

Zenbat denbora eman dezake musikari batek bideoklip berri bat ontzen? Ibil Bediren *Anelidoak* kanta parafraseatuz, hori da Senosiain kezkatzen duena. "Ikusten badut norbaitek oso bideoklip landua egin duela, baina abestia eskasa dela, puntu asko galtzen ditu niretzat. Abestia ez bada ona, esan nahi du ez duzula zure lanaren partea ondo egin. Eta izan daiteke, agian, denbora beste gauza batzuetan igaro duzulo. Bideoklipak egiten, adibidez". Haiek, aldiz, inoiz gutxitan izan dute tarterik horri eskaintzeko, beste lanetan ari direlako astean zehar eta asteburuak zuzenekoetan edo kanta berriak sortzen ematen dituztelako. "Egia da zortea izan dugula: lortu dugu espazio bat, kontzertu asko, entzuleak... bideoklipik egin gabe. Horrek lan asko eta zeregin asko eman dizkigu, eta ez digu denborarik utzi bideoklipi edo halakoei begira egoteko". Hori bai, ez dute baztertzen, aurrerago, saiakera egitea; badute buruan ideia bat edo beste.

IRUDIAREN TIRANIA

Gizarte "ultrabisualean" bizi garela dio Aranguren, eta, talde gisa, ez daudela oso eroso haien irudia erabili behar horrekin. Zentzu horretan, hautu kontzientezia izan edo ez, pozik dago hartu duten norabidearekin. Badaki kantu berri bat bideokliparekin ateratzen bada jende gehiagok entzungo duela, baina ez du nahi jendeak horregatik entzuterik. Esaten da abestien hitzetatik harago ere badirela hautu politikoak, bada, horixe da Ibil Bediko kideena: ez dute bideo-

klipik egin nahi haiek egiten dutena "azkarrago eta gehiago" kontsumituko dela pentsatzen dutelako.

Bideoklip mordoak bat egin zituen Huntzak, baina Uxue Amonarriz ere ez dabil Arangurenen kezketatik oso aparte. "Gaur egun musikaria izatea ez da musikaria izatea bakarrik. Irudiaren birtartez proiektu bat saltzea ere bada". Huntzako kideei ez zaie irudiaren mundu hori gehiegi gustatzen, eta neurri batean horrek ito dituela dio. "Gizartea ere bada hori kontsumitu nahi duena. Zuk aukeratu behar duzu nola egin horri aurre, baina zaila da, zure lanaren zabal-kundea edo zure diru-sarrerak horren menpe egon daitezkeelako. Jaialdi askok, adibidez, Instagram edo Youtuben duzun harrera begiratzen dute gonbidatu edo ez erabakitzeke". Joera horrek zenbait musikari itzalpean utzi ditzakeela aitortzen du. Sentipen bertsua du Iban Urizarrek. "Bideoklipa da artefaktu garesti bat zure burua saltzeko balio duena. Orain, etengabe gure burua saltzen ari garenez, ia ezinbestekoa bihurtu da". Ez lioke, ordea, gaitz hori bideoklipari berari atxikiko: "Etengabe irudia saldu behar hori da tiranikoa dena".

Iritzi kontrajarriak ditu Odei Barrosok, ikustaldien eta kliken tranpak haserretzen baitu. Frantziako rap eszenan gertatzen den fenomeno bat kontatu du, azaltzeko: "Management etxeek euren bideogile propioak dituzte. Hartzen dituzte hiru gazte, bideo bana egiten diete, eta milioi bat ikustaldi azkarren gainditzen dituen kontratatzen dute, beste biak alboratuta". Hala ere, Barrosok bideoklipak egiten jarraitzeko asmoa du. "Nik ez dut konbentzituentzat bakarrik hitz egin nahi. Bideoak balio badu gure mezua eta izaera toki gehiagotara zabaltzeko, baliatu nahi dut, kontraesanekin bada ere". ●

