



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escuela Politécnica Superior de Gandia

Propuesta de dirección de arte basada en una estética
ochentera para el videoclip No llegamos al bis del grupo
valenciano Esquina Finlandia

Trabajo Fin de Grado

Grado en Comunicación Audiovisual

AUTOR/A: Almenar Sanahuja, Ana

Tutor/a: Alonso López, Nàdia

Cotutor/a: Benavent Méndez, Rocío

CURSO ACADÉMICO: 2021/2022

AGRADECIMIENTOS

Agradecimientos al grupo valenciano de Esquina Finlandia por estar a mi completa disposición durante el desarrollo de este proyecto.

RESUMEN

En el presente Trabajo Fin de Grado se toma como referencia la canción del grupo valenciano Esquina Finlandia: "No llegamos al bis", de la que se llevará a cabo la creación de su mundo artístico y se desarrollarán todos los aspectos que acarrea la dirección de arte de una producción audiovisual. En este caso, la música ayudará a contar la historia, funcionando de hilo narrativo.

Para ello, se realizará un análisis e investigación de por qué y cómo la estética ochentera se ha convertido en un estilo tan recurrente en la cultura audiovisual actual. A través de este marco teórico, se plantea un reto creativo en el que se confeccionará un universo particular y un estilo propio, tomando como base las características de los sujetos sometidos a observación.

La intención final de este proyecto es, por tanto, desarrollar la atmósfera y universo idóneo, único y propio para el videoclip de la canción "No llegamos al bis" partiendo del análisis de la dirección artística de videoclips actuales y desarrollar un estilo propio en base a la investigación de estos referentes y a como utilizan la estética ochentera como herramienta.

Palabras Clave

Dirección de arte / videoclip / estética ochentera / decorado / ambientación

ABSTRACT

Art direction proposal based on an 80's aesthetic for the music video "No llegamos al bis" by the Valencian group Esquina Finlandia is a Final Degree Project, where the song is taken as a reference. The creation of its artistic world will be carried out as well as all the aspects that the art direction of an audiovisual production has. In this case, the music will help tell the story, working as a narrative thread.

To do this, an analysis and research will be performed about why and how the eighties aesthetic has become such a recurrent style in current audiovisual culture. Through this theoretical framework, a creative challenge is proposed in which a particular universe and its own style will be created, based on the characteristics of the subjects under observation.

The final intention of this project is, therefore, to develop the ideal atmosphere and universe, unique and proper for the music video of the song "No llegamos al bis" based on the analysis of the art direction and set design of music videos. With this done, a development of my own style based on the investigation of these referents and how they use the eighties aesthetic as a tool, will be possible.

Key words

Art direction / music video / eighties aesthetic / scenery / setting

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	6
1.1 Justificación de la investigación	7
1.2 Objetivos	7
1.3 Metodología	7
2. LA DIRECCIÓN ARTÍSTICA	8
2.1 ¿Qué es la dirección artística?	8
2.2 Historia de la dirección artística	11
2.3 La figura del director de arte	18
3. LA ESTÉTICA OCHENTERA Y SU PRESENCIA EN LAS OBRAS AUDIOVISUALES DESDE LA SEGUNDA DÉCADA DEL SIGLO XXI HASTA LA ACTUALIDAD.	19
4. CASO PRÁCTICO: PROPUESTA ARTÍSTICA DEL VIDEOCLIP DE “NO LLEGAMOS AL BIS” DEL GRUPO VALENCIANO ESQUINA FINLANDIA	25
4.1 La historia: No llegamos al bis y el grupo Esquina Finlandia	25
4.2 Referentes audiovisuales	27
a. Future Nostalgia (Dua Lipa)	27
a.1 Break my heart (2020)	29
a.2 Levitating (2020)	30
b. Videoclub	31
b.1 En nuit (2019)	32
b.2 Euphories (2021)	34
4.3 La propuesta artística	34
4.4 Desglose de los decorados.	36
a. La habitación.	36
b. El baño	39
c. Lavabo/Estudio	40
d. El coche	43
4.5 Simbología de los decorados	44
a. Habitación: Ascendente del personaje	45
b. Baño: Luna del personaje	45
c. Estudio: Sol del personaje	46
d. Coche: Liberación antes-después	46
5. CONCLUSIONES	47
6. BIBLIOGRAFÍA	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ejemplo de desglose de decorados. Elaboración propia.....	101
Figura 2. Telón de la película <i>North by Northwest</i> (Hitchcock, 1959) Extraído de lavanguardia.com .	103
Figura 3. <i>Frame</i> de la película <i>North by Northwest</i> (Hitchcock, 1959) Extraído de lavanguardia.com .	103
Figura 4. George Méliés junto a la imagen de la película <i>Viaje a la luna</i> (1902). Extraído de pinterest.es	104
Figura 5. Ilustración de Menzies para la película <i>Son of the Sheik</i> (1926) Extraído de pinterest.es .	106
Figura 6. Ilustración de Antón Grot. Extraído de pinterest.es	106
Figura 7. Ejemplo de <i>Art Decó</i> en la película <i>Our Dancing Daughters</i> (MGM, 1928). Extraído de pinterest.es	107
Figura 8. Maqueta para la película <i>Gran Hotel Budapest</i> (Anderson, 2014). Extraído de pinterest.es	109
Figura 9. <i>Frame</i> de la película <i>Super 8</i> (2011). Extraído de desdehollywood.com	22
Figura 10. <i>Frame</i> de la serie <i>Stranger Things</i> (2016). Extraído de marca.com	22
Figura 11. Grupo <i>Parcels</i> en el videoclip de <i>Lightenup</i> para <i>A COLORS SHOW</i> . Extraído de YouTube	27
Figura 12. Casete de <i>Future Nostalgia</i> . Extraído de dualipa.com	29
Figura 13. Vinilo de <i>Future Nostalgia</i> . Extraído de dualipa.com	29
Figura 14. Paleta del <i>RetroWave</i> ochentero. Extraído de YouTube	30
Figura 15. <i>Frame</i> del videoclip <i>Break my heart</i> . Extraído de YouTube	31
Figura 16. <i>Frame</i> del videoclip <i>Break my heart</i> . Extraído de YouTube	31
Figura 17. Comparativa de <i>Sailor Moon</i> con Dua Lipa animada. Extraído de pinterest.es	32
Figura 18. <i>Frame</i> del <i>smartphone</i> en el videoclip de <i>En Nuit</i> . Extraído de YouTube	34

Figura 19. Estética ochentera en el videoclip de <i>En Nuit</i> . Extraído de YouTube	34
Figura 20. Baño en el videoclip de <i>En Nuit</i> . Extraído de YouTube	34
Figura 21. Baño en el videoclip de <i>Break My Heart</i> . Extraído de YouTube.	34
Figura 22. <i>Moodboard</i> de la habitación. Elaboración propia.....	38
Figura 23. Boceto de la habitación 1. Elaboración propia	39
Figura 24. Boceto de la habitación 2. Elaboración propia	39
Figura 25. Boceto de la habitación 3. Elaboración propia	39
Figura 26. <i>Moodboard</i> del baño. Elaboración propia.....	40
Figura 27. Boceto del baño. Elaboración propia.....	41
Figura 28. <i>Frame</i> del videoclip <i>Aunque no sea conmigo</i> (Aitana, 2021). Extraído de YouTube	41
Figura 29. <i>Moodboard</i> del lavabo/estudio. Elaboración propia.....	42
Figura 30. <i>Frame</i> del videoclip de Pomme para <i>A COLORS SHOW</i> . Extraído de YouTube	43
Figura 31. <i>Frame</i> del videoclip de Cariño para <i>Gallery Sessions</i> . Extraído de YouTube	43
Figura 32. <i>Moodboard</i> del coche. Elaboración propia	44

1. INTRODUCCIÓN

La dirección de arte es una de las disciplinas audiovisuales que, desde el inicio de la historia del cine, más tiende a pasar a un segundo plano. Esto se debe a que no está generalmente reconocido por el público que el miembro más creativo de la unidad cinematográfica, además del autor original de la historia, sea el director de arte (Affron, 1995). Sin embargo, esta es una ocupación que conlleva, además de numerosos conocimientos tanto narrativos como visuales, una imperiosa habilidad de coordinación entre departamentos para la posterior creación de un producto coherente en todos los ámbitos. «Hay que estar autoinformándose y autoformándose permanentemente» (Murcia, 2015).

El cine, o el mundo del audiovisual en general, es similar en funcionamiento al engranaje de un reloj con una maquinaria muy precisa. Si se mirara en su interior podrían observarse sus múltiples esferas interconectadas unas con otras y sería difícil saber cuál es la que ha iniciado el movimiento: una depende del movimiento de las otras y viceversa.

El presente trabajo se centrará en la esfera artística. Se analizará el rol del director de arte y la evolución histórica del departamento. Posteriormente, se incluirá un estudio de *la estética ochentera*; que servirá de base para una propuesta propia de la dirección artística de un videoclip fundamentada en toda esta investigación. Se ha elegido este periodo de tiempo dada la influencia que ha tenido últimamente su estética en las obras audiovisuales desde el inicio de esta segunda década del siglo XXI.

La idea surge de un proyecto que, en un primer momento, iba a ser realizado de manera colectiva por varios alumnos del Grado en Comunicación Audiovisual de la UPV. Por diferentes razones finalmente su ejecución no pudo llevarse a cabo y es por eso que aquello que en un principio iba a ser un proyecto conjunto, terminó limitándose a una mera propuesta individual de un solo departamento.

La motivación y sentido de continuar con esta idea proviene de la necesidad de contar historias y poner a prueba los conocimientos adquiridos a lo largo del grado. Además, sirvió también como un desafío personal por el hecho de realizar por primera vez una propuesta tan grande total y completamente de manera individual.

Asimismo, y para concluir, también se buscaba profundizar en la importancia, trabajo y esfuerzo que realiza el departamento de arte abordando su historia y evolución.

1.1 Justificación de la investigación

La elección de este tema viene dada por mi necesidad como espectadora de comprender la fórmula de todas las producciones audiovisuales que triunfan utilizando la estética de los años 80, y, como creadora, de satisfacer mis necesidades artísticas creando un universo único con sus mismas bases.

Además, la sensación percibida es que la dirección artística es la disciplina eternamente olvidada en el mundo audiovisual y que, realmente, el número de personas conscientes de que la realización de todos los escenarios y universos que se disfrutan plasmados en las pantallas nace de este departamento es muy limitado.

El sector de la dirección de arte lo conforma un grupo de personas cuyo trabajo consiste en la investigación e inversión de su tiempo para que la creación de una atmósfera construida desde cero tenga un sentido lógico y que, además, sea estético.

1.2 Objetivos

En el presente Trabajo de Fin de Grado se plantean los siguientes objetivos:

Objetivo principal:

En base a la investigación, crear una propuesta de dirección artística para la canción *No llegamos al bis* del grupo valenciano Esquina Finlandia. Desde los códigos estéticos hasta la ambientación real de los espacios.

Objetivos secundarios:

- Dar voz a la importancia y relevancia tanto a la dirección artística como a la figura de director/a de arte en el panorama audiovisual.
- Realizar un análisis de cómo es la estética de los años 80 en la que se basan las producciones audiovisuales actuales.
- Ambientar las localizaciones para despertar sensaciones en el espectador a fin de conseguir que empatice con la historia a través del simbolismo en los elementos que reflejan el significado de los decorados.

1.3 Metodología

Se realizará primeramente una introducción sobre la dirección artística a modo de contextualización general del trabajo.

Además de servir como marco teórico, dicha investigación irá orientada también a poner en valor y relevancia tanto la figura del director de arte como la dirección artística, mostrando así una visión final holística del concepto.

A esta le seguirá un estudio sobre por qué y de qué manera la estética de los años ochenta se ha convertido en una fórmula tan recurrente a través de producciones de la última década.

A partir de aquí, se llevará a cabo un análisis de la dirección artística de las siguientes producciones audiovisuales: *Future Nostalgia*, Dua Lipa: *Break My Heart* (2020) y *Levitating* (2021) y Videoclub: *En Nuit* (2019) y *Euphories* (2021). Para dicho estudio se seguirán unos criterios propios basados en una investigación previa que estudiará su dirección artística a través del estilo de su creador y los elementos ochenteros que aparecen. Tras esto, se fijarán las bases teóricas para poder llevar a la práctica lo aprendido y realizar la creación del universo para la canción *No llegamos al bis*, tomando como referencia la investigación previamente desarrollada y, a su vez, creando un estilo personal.

Asimismo, para llevar a cabo la propuesta estética del videoclip, se realizó una entrevista a los miembros de la banda a fin de contar con la versión en primera persona de los creadores de la historia e idear, a partir de esta información, un universo coherente. La entrevista completa se puede consultar en el anexo 1.

2. LA DIRECCIÓN ARTÍSTICA

Este apartado se divide en tres subapartados que nos permitirán poner en contexto la disciplina en la que vamos a basar el caso práctico y familiarizarnos con ella. El primero es una definición del concepto de la dirección artística. A este acercamiento previo le seguirán la historia y evolución de este departamento dentro del sector audiovisual y se desarrollará en detalle qué trabajo ocupa la figura del director de arte.

2.1 ¿Qué es la dirección artística?

Si buscamos la definición de dirección artística en internet, lo primero que nos aparece es la página de Wikipedia (2020) dando la siguiente afirmación: «La dirección de arte es el área responsable del aspecto estético y los códigos visuales en la producción de obras audiovisuales».

Sin embargo, es un concepto que abarca muchas más cosas de las descritas en esta breve definición. Y es que muchos estudiosos que han sido responsables del diseño de decorados y recibido el título de director artístico destacan la escasa atención que se les ha prestado. Es probable que esta sea la disciplina más desatendida de todas las artes cinematográficas. Según Michael Powell¹, director de cine británico:

Existe una desatención de la figura del director de arte. Al igual que los editores o los diseñadores de vestuario, se espera de ellos que presten sus habilidades y talento a la industria cinematográfica en un silencio sin rostro. [...] Ni los directores de arte del mundo del cine, ni la comunidad de espectadores en general, dan el crédito adecuado a esos artistas que son en gran parte responsables de las milagrosas imágenes de la gran pantalla.

A pesar de ello, el trabajo de estos profesionales ha contribuido a definir eras, estilos e incluso han influido en la moda de la cultura popular. Sin embargo, pese a toda esta influencia y relevancia, son escasas las investigaciones al respecto. Esto ocurre tanto por parte de los diseñadores, como por parte de la prensa o los teóricos que han realizado estudios sobre la industria audiovisual.

Affron y Affron (1995), destacan:

La realidad es que, en el mundo del cine, frente al tratamiento de estrellas que reciben directores, productores y directores de fotografía, se espera que los directores artísticos, que sean vistos, pero no oídos. [...]. Se debería recuperar el trabajo de director de arte para sacarlo de su posición actual de objeto ampliamente olvidado (p.1).

Teniendo esto en cuenta, estamos hablando de una labor capaz de resumir vidas enteras en unos pocos fotogramas. La dirección artística tiene que ver con el estilo visual y la escenografía de una obra audiovisual, además de la supervisión, elección y justificación de cualquier objeto o mobiliario que aparezca en plano.

Para entender en profundidad en qué consiste, se llevará a cabo un recorrido por todas las fases en la realización de un proyecto audiovisual y veremos qué rol desempeña la dirección artística en cada una de ellas. Principalmente, este bloque se basará en un ensayo sobre las etapas del proceso de realización audiovisual (Jaunarena, 2016)², así como en diversos artículos publicados en internet.

¹ <https://es.wikipedia.org/MichaelPowell>

² <https://scholar.google.com/JorgeJaunarena>

En primer lugar, tenemos la preproducción. Según un artículo de *Prodisa Comunicación*³ (2015), la preproducción audiovisual es la etapa en la que se idea el proyecto. Se escoge la historia, se desarrolla y se decide dónde se rueda y qué se necesita para ello (elección de recursos técnicos, personal, financiación...).

En este primer escalón, el director de arte debe buscar, encontrar y conocer a la perfección la localización necesaria cuando se trate de un decorado natural, para ser capaz de construir la atmósfera que demanda el universo de la producción. En el caso de que la localización no fuera natural, tendrá que diseñar un decorado desde cero para posteriormente iniciar su construcción en el interior de un plató. Para ello, se necesita una gran capacidad de visualización de perspectivas y espacios, además de contar con conocimientos sobre materiales de construcción, textura y colorimetría para poder coordinar a un equipo de construcción.

Una vez la idea ya ha tomado forma se realizan una serie de desgloses, como se observa en la figura 1, especificando las necesidades artísticas de cada escena, determinando la utilería y el atrezzo necesarios para cada una, entre otras.

LOCALIZACIÓN		PUENTE				
decoración	secuenci	decorado	personaje	atrezzo	atrezzo de acción	caracterización
			dracula			Pelo:Desaliñado y graso Ropa: Traje chaqueta con camisa blanca de fallero, un broche y un anillo
	2	ext/noche	políticos	mesa redonda, mantel, cubertería, copas, champán, sillas, servilletas de tela, cubo de hielo, jarrón.	Mariscada, maletín con billetes	Pelo repeinado y traje con corbata. Pechito manchado de comida.
			niña		calabaza de halloween	disfrazada de drácula (capa, toca, complementos) con una máscara

Figura 1. Ejemplo de desglose de decorados. Elaboración propia.

Cuando ya se ha llevado a cabo lo anteriormente mencionado, pasamos a la segunda fase: la producción. En esta etapa es donde la acción propiamente dicha tiene lugar, es decir, se plasma la historia en imágenes (Jaunarena, 2016).

Durante el rodaje, los directores de arte continúan supervisando la construcción, vestuario y montaje y desmontaje de decorados.

³ <https://prodisacomunicacion.com>

Generalmente, suele haber un equipo de avance responsable de preparar las siguientes escenas según el orden de los decorados. Mientras, el director de arte trabaja de la mano del director de fotografía y operador de cámara para supervisar el aspecto final de los decorados en el plano y poder retocar lo necesario para favorecer la buena composición del encuadre. Cuando el rodaje termina, el equipo de arte será el encargado de recoger y desmontar el decorado y asegurarse de que los espacios son despejados y dejados como inicialmente se encontraron. (Prodisa Comunicación, 2018).

En el cine, la fotografía o la realización de videoclips, por lo tanto, el objetivo de la dirección de arte es otorgar al film una estética global y una coherencia visual capaz de cautivar al espectador recreando de forma fidedigna una época, o un sentimiento, entre otros. Félix Murcia⁴ define la escenografía como la profesión del engaño. «El reto de un filme es lograr la verosimilitud de los escenarios, sirviéndonos de la escenotecnia como recurso tanto técnico como artístico.» (Murcia, 2002)

Esto se lleva a cabo encargándose de diseñar la imagen del film y elaborando una concepción visual a partir de los aspectos temáticos, emocionales, psicológicos, sociológicos e históricos que surjan del guion. Como explica Murcia (2015):

Por la vista entra lo que es bonito, lo que es bello, lo que es hermoso. Tú vas por la calle y si pasa una chica guapa, vuelves la cabeza. Lo mismo sucede con las películas: entran por los ojos, es un lenguaje visual.

2.2 Historia de la dirección artística

Una vez fijadas las premisas de lo que significa y conlleva la dirección artística, realizaremos un breve recorrido a lo largo de su extensa historia. Para ello, se hará referencia a numerosos artículos web sobre la exposición “Art of the Hollywood Backdrop: Cinema’s Creative Legacy”, ubicada en el Museo de Arte de Boca Ratón que cuenta con una selección de 22 telones que abarcan 30 años de la historia del cine, de 1938 a 1968, así como otras remisiones bibliográficas.

La dirección artística como tal nace de los primeros decorados en la historia del cine que consistían en sencillos telones de teatro pintados (Hernández, 1990).⁵ Esta técnica, por supuesto, presentaba diversos inconvenientes ya que debido al calor de los focos o al propio sol, estos lienzos se destensaban y, además, al tratarse de una simple tela, eran vulnerables a cualquier movimiento que se realizaba en escena.

⁴ <https://es.wikipedia.org/FélixMurcia>

⁵ <https://www.esic.edu/JavierHernandezRuiz>

Estamos hablando de la decoración de toda una escena pintada en una tela y colocada al fondo: resaltos, pinturas, enseres, mobiliario, etc.

En aquella época, el público no era tan exigente como lo es ahora y se conformaban con aquella confección. Sin embargo, tiempo después y gracias a una corriente de operadores de fotografía alemanes, se comenzaron a pintar los telones con más volumen acentuando las sombras para evitar una apariencia plana del decorado en la pantalla, podemos observarlo en las figuras 2 y 3.



Figura 2. Telón de la película *North by Northwest* (Hitchcock, 1959). Fuente: lavanguardia.com

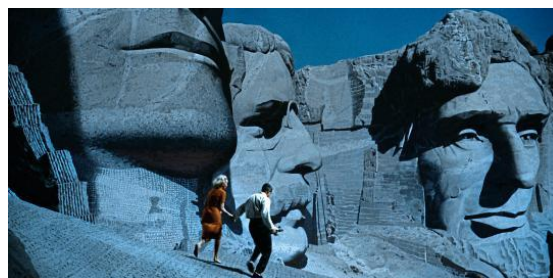


Figura 3. Fotograma de la película *North by Northwest* (Hitchcock, 1959). Fuente: lavanguardia.com

Según Hernández (1990):

En los inicios del cine se aprecia una tensión dialéctica entre las imágenes documentales de los hermanos Lumière y la fantasía propuesta por Georges Méliès. Orientaron decididamente el nuevo invento por la vía de la ficción. Su opción por la imaginación estaba íntimamente ligada a la reconstrucción artificial de ambientes. [...] El nacimiento de la puesta en escena hacía posible plasmar los sueños que hasta entonces habían permanecido confinados en la imaginación de escritores y lectores. Méliès, murió pobre y olvidado, pero no se equivocó: la fantasía es la parcela privilegiada del cinematógrafo (pp.11-12).

Los hermanos Lumière inventaron el cinematógrafo, pero quien realmente convirtió el cine en espectáculo fue Georges Méliès (figura 4). Este dibujante, pintor, ilusionista, director, escenógrafo, escritor, actor y técnico, fue un visionario que plasmó su amor por la fantasía en más de 500 películas participando en todos los aspectos de producción de sus obras.

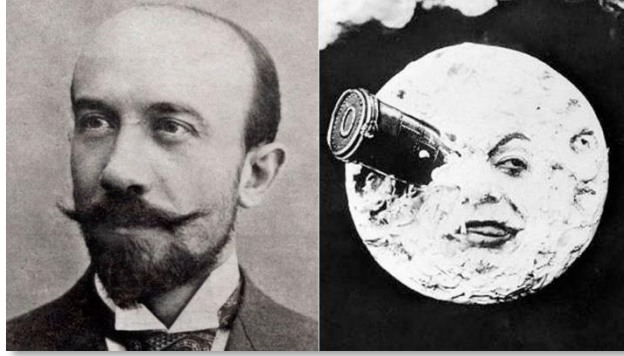


Figura 4. George Méliès junto a la emblemática imagen de la película *Viaje a la Luna* (Méliès, 1902). Fuente: Pinterest.es

Aunque quizás fueran todavía algo primitivos y teatrales, los diseños de Méliès eran algunos de los más innovadores de su época. Desde pequeño, su interés por el dibujo y las marionetas le llevó a construir sus propios decorados para pequeños espectáculos que comenzó a elaborar desde los 10 años de edad (López, 2018).

Fantásticos y extraños, ejercieron una profunda influencia no sólo sobre sus contemporáneos, sino también en los surrealistas casi dos décadas más tarde.

Como hemos podido observar, los primeros directores artísticos nacen de elementos teatrales, ya que muchos de ellos, venían de ahí. De hecho, estos profesionales al inicio se mostraron reacios al cine y tacharon a las películas de vulgares. Sin embargo, esto pronto cambió cuando la calidad de los filmes aumentó y, a su vez, crecieron también las posibilidades creativas. Léon Barsacq (1976)⁶ identifica 1908 como el año clave en la evolución del diseño cinematográfico.

A partir de este año, la cámara en acción y movimiento sustituyó a la cámara fija convirtiéndola en uno más de los personajes. Este cambio, determinó el hecho de dejar de percibir el cine como un teatro grabado obligando a los cineastas a construir decorados más verosímiles y realistas en tres dimensiones, ya que ahora, habiendo sacado la cámara fija de la ecuación, un telón pintado de fondo dejaba de ser una opción viable (Barsacq, 1976).

A esto se le sumó que, en torno a esta misma época, el cinematógrafo de los hermanos Lumière, ya mencionado anteriormente, comenzó a perder popularidad. Los productores se vieron presionados y empujados a buscar nuevas maneras de satisfacer a la audiencia con algo completamente nuevo.

⁶ <https://en.wikipedia.org/LeonBarsacq>

Por esta razón, el inicio del siglo XX estuvo marcado por la figura del director artístico o diseñador, ya que este obtuvo un rol indispensable en el momento en el que el cine empezó a convertirse en una ambición del espectáculo en sí mismo.

Además, gracias al trabajo de estos artistas, este pudo evolucionar a una herramienta para contar historias independientemente de la época o lugar en el que se basara la historia.

Como explica Lucía Solaz⁷ (2005), en los años veinte, los decoradores y diseñadores audiovisuales alemanes, para los que el decorado era una arquitectura en el espacio que se podía explorar en tres dimensiones, andaban a la cabeza, ya que, como avanzábamos, fueron los primeros en pensar el decorado en términos de imagen.

En la misma época, el arte del decorado en Francia sólo progresaba con las películas estilizantes de Jean Epstein⁸ y Marcel L'Herbier⁹. Ya que mientras que los ambiciosos alemanes se dedicaban a construir decorados interiores y exteriores, en Francia los exteriores se limitaban a ubicaciones reales y sólo se prestaba atención a los interiores.

El decorado francés se benefició de la llegada de emigrados rusos como Lazare Meerson¹⁰. Estos, además de introducir los materiales reales como ladrillo, hierro o inicios de carpintería, plantearon problemas de encuadre, perspectiva e iluminación.

Mientras que en Europa lo relacionado con la dirección artística avanzaba despacio y pero con buena letra, por la zona de Estados Unidos, esta inquietud por otorgar prestigio al nuevo arte vino impulsada por el magnate de la prensa William Randolph Hearst, quien irrumpió en 1920 en el campo cinematográfico, y contrató los servicios de Joseph Urban, un arquitecto, ilustrador y diseñador escénico considerado uno de los escenógrafos más importantes de la época reconocido a nivel internacional, para sus películas. Ambos se centraban en influenciar sobre la atmósfera al completo de la película y no sólo en el diseño de los decorados (Solaz, 2005).

Como ejemplo de esta influencia, tenemos a los ilustradores y diseñadores cinematográficos Anton Grot¹¹ y William Cameron Menzies¹², este último considerado el primer profesional reconocido con el título de “diseñador de producción” en los títulos de crédito de una película.

⁷ <https://LuciaSolazFrasquet>

⁸ <https://es.wikipedia.org/JeanEpstein>

⁹ <https://es.wikipedia.org/MarcelLHerbier>

¹⁰ <https://en.wikipedia.org/LazareMeerson>

¹¹ <https://en.wikipedia.org/AntonGrot>

¹² <https://es.wikipedia.org/WilliamCameronMenzies>

Grot y Menzies diseñaban plano a plano la producción de sus películas, definiendo el aspecto visual global de muchas películas y sugiriendo los ambientes, la colocación de personajes, la disposición de movimientos, la sucesión de plano y la iluminación. Lo vemos en las figuras 5 y 6.

Con el nacimiento del sistema de estudios, los artistas y artesanos apostaron por unirse a los estudios que mejor se ajustaran a su talento o completamente lo contrario, dedicarse a adaptar sus propios estilos al de los estudios.



Figura 5. Ilustración de Menzies para la película "Son of the Sheik" (1926). Fuente: Pinterest.es



Figura 6. Ilustración de Anton Grot. Fuente: Pinterest.es

En los primeros años de Hollywood, cuando las competencias y diferencias entre la figura del director y la del diseñador de producción no estaban bien delimitadas todavía, los conflictos entre los dos cargos eran más que frecuentes. Esto se debe a que, hasta el nacimiento de esta nueva figura, la tarea que ahora recaía sobre los diseñadores, la había estado asumiendo el propio director de la película. Por tanto, la máxima contribución de los diseñadores fue la introducción de la luz artificial, un recurso teatral que, aplicado al cine, extrajo el máximo partido de los actores y los decorados.

Ya en el Hollywood de los años treinta, donde el realismo se convirtió en la mayor preocupación del decorado, la comedia musical fue el género que abrió camino para investigaciones decorativas más estilizadas. (Solaz, 2005).

Cedric Gibbons¹³, director de cine, escenógrafo y arquitecto estadounidense y, posteriormente, también uno de los fundadores de la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas, fue un verdadero prototipo de director artístico supervisor de la época. Reinó en el imperio artístico de la Metro-Goldwyn-Mayer Studios (MGM)¹⁴, una compañía estadounidense de producción y distribución de películas de cine y programas de televisión.

¹³ <https://es.wikipedia.org/CedricGibbons>

¹⁴ <https://es.wikipedia.org/MetroGoldwynMayer>

A pesar de la leyenda negra que afirma que no realizó ni uno solo de los diseños que se le atribuyen, parece que Gibbons sí diseñó personalmente muchas partes importantes de las producciones. Según Solaz (2005), fue el primer director artístico que utilizó de modo evidente el estilo *art déco* en sus escenografías, algo que caracterizó los decorados de la MGM hasta los años cuarenta. Esto se observa en la figura 7.



Figura 7. Ejemplo de *art déco* en la película "Our Dancing Daughters" (MGM, 1928). Fuente: Pinterest.es

Hemos mencionado a la MGM porque, a partir de este momento, se entró en la edad dorada del sistema de estudios, en la cual, las películas eran producidas enteramente en ellos. Por tanto, allí era también donde se construían tanto los decorados interiores como los exteriores. Cada estudio tenía un supervisor artístico, es decir, un jefe del departamento que tenía un pequeño equipo de artesanos trabajando bajo su supervisión. Esta edad de oro se reduce prácticamente a la industria estadounidense ya que, en Europa, aunque había algunos estudios dominantes, nunca se llegó a desarrollar un sistema de estudios similar al norteamericano. Para Sennett (1994) «lo que de verdad hace un director artístico o un diseñador de producción depende en la era en la que esté trabajando y del estudio (o compañía productora) para el que trabaja» (p.26).

Aunque las diferencias entre Europa y los profesionales al otro lado del charco eran notables, encontramos en ambos la similitud de que la gran mayoría de los directores artísticos que surgieron en la década de los treinta y los cuarenta, tenían una educación arquitectónica. Esto se debe a que, con la incorporación de las nuevas disciplinas, como el diseño estructural, el diseño de interiores y el estudio de movimientos artísticos pasados y contemporáneos, la arquitectura probó ser una valiosa preparación para los futuros directores artísticos (Solaz, 2005).

Por otra parte, los arquitectos están acostumbrados a adaptar su talento a las necesidades del cliente al mismo tiempo que mantienen su propio estilo y a trabajar con un presupuesto y plazos de entrega. Todos estos, factores importantes en la industria cinematográfica.

El paso del blanco y negro al color de finales de los años treinta y principios de los cuarenta, cambió por completo el arte del decorado. Aunque también es cierto que cuando el color todavía no era una opción viable, en los decorados monocromáticos ya se trataba de aplicar pequeños matices a fin de obtener gamas de luminosidad, por lo que, al introducirse el color, no era más que una nueva aportación que había que controlar de una manera similar que simplemente contaba con un abanico más amplio de opciones (Solaz, 2005).

Con el inicio de los años cincuenta llegó un cambio gradual en la concepción decorativa, destronando poco a poco el decorado de estudio. A partir del final de la Segunda Guerra Mundial, los cineastas italianos del neorrealismo anunciaron una nueva era al filmar sus películas totalmente en localizaciones reales.

Su ejemplo inspiró a los directores franceses de la *Nouvelle Vague*, un grupo de cineastas franceses surgido a finales de los cincuenta, que luchaba contra las convenciones y estructuras presentes en el cine de masas de aquel momento. Apostaban por la libertad de expresión y la libertad técnica en la producción fílmica, y por abandonar los decorados de los estudios a favor de las calles.

Con el final de los años cincuenta, también llegó a su fin la edad dorada de los estudios de cine de Hollywood, ya que, la influencia de este nuevo espíritu, cada vez adquiría un mayor protagonismo. Esto se manifestó en películas contraculturales como *Bonnie y Clyde* (1967) y *Easy Rider, en busca de mi destino* (1969). Además, rodar fuera del estudio también resultaba mucho más barato. Como consecuencia a esta emergente tendencia, los mundos enteramente creados por el departamento artístico en el estudio prácticamente desaparecieron.

Según Solaz (2005), no fue hasta la década de los años ochenta que se inició, como reacción contra las modas naturalistas, una modesta recuperación del decorado a la antigua, aunque limitada, a algunas películas.

Actualmente, el cine fantástico recurre mucho a las maquetas y a los decorados pintados, como vemos en la figura 8, devolviendo parte de su antigua influencia al departamento artístico. Sin embargo, nos hallamos en un nuevo contexto donde la imagen es, cada vez más, producto de superposiciones y de manipulaciones fotográficas, cuya creación se realiza tanto en el laboratorio, sobre la película, como en el estudio.



Figura 8. Maqueta para la película *Gran Hotel Budapest* (Anderson, 2014). Fuente: Pinterest.es

Como conclusión de este recorrido por la historia de la dirección artística, debemos recordar que estamos todavía contemplando una ilusión que ha sido diseñada. Las historias cinematográficas, incluso cuando son tomadas de la vida, son ficción. La responsabilidad del diseñador es, en definitiva, hacer creer a la audiencia que el artificio que está viendo es real (Ettedgui, 1999).¹⁵

2.3 La figura del director de arte

Un director de arte ha de ser capaz de transmitir a través de la imagen, no de las palabras (ESDIMA, 2016)¹⁶. Por ello, esta figura deberá poseer conocimientos sólidos de creatividad, redacción y narración, psicología del color, fotografía e iluminación, arquitectura, tipografía e ilustración, escenografía, vestuario y, por supuesto, en historia del arte y música.

En las producciones de éxito, los directores de arte acostumbran por todo esto a trabajar de la mano de la figura del director de fotografía, así como con los responsables de vestuario y maquillaje.

¹⁵ <https://www.imdb.com/PetterEttedgui>

¹⁶ <https://esdima.com/>

Esto se debe a que son departamentos que controlan aspectos muy similares de la producción y una buena relación entre estos sectores del audiovisual dará luz a un resultado de absoluta coherencia. Esta sinergia entre departamentos permite ofrecer una visión creativa de todas las ubicaciones y decorados capaces de aportar a la producción una identidad visual única.

Son personas, en definitiva, encargadas de analizar el guion para poder identificar todos los elementos de atrezzo y objetos especiales que puedan requerir tiempos de entrega más largos. Al mismo tiempo, un equipo de dibujantes, pertenecientes al departamento artístico, elaboran los diversos planos de los decorados para que los directores de arte puedan usarlos posteriormente y sirvan de apoyo al equipo de obra. También deben encargarse del estricto control del presupuesto ya que dependiendo de la producción se dispondrá de una cantidad de financiación u otra y tienen que adaptarse a ella.

En el campo audiovisual existe una duda generalizada entre la figura de diseñador de producción y director de arte. Realmente, dependiendo de la zona del mundo en la que nos encontremos, esta distinción tendrá una relevancia u otra. En territorio anglosajón predomina la figura del *Production Designer* y, lo más habitual, es que esta persona cuente con un ayudante a su cargo al que denominan *Art Director*.

Según ESDIMA (2016), dependiendo de la importancia y magnitud de la película o producción, este diseñador probablemente tenga a varios directores de arte y ayudantes en los que delegue gran parte del trabajo en set.

Sin embargo, en Europa y Latinoamérica el uso del término diseñador de producción es escaso y lo habitual, salvo excepciones, es que al responsable del departamento se le llame director artístico. Esto es relevante porque las producciones audiovisuales que analizaremos a lo largo de este trabajo provienen de Estados Unidos y Francia, por lo que explicar la distinción de términos era necesario para introducir después el análisis.

3. LA ESTÉTICA OCHENTERA Y SU PRESENCIA EN LAS OBRAS AUDIOVISUALES DESDE LA SEGUNDA DÉCADA DEL SIGLO XXI HASTA LA ACTUALIDAD.

Antes de dar paso a este apartado, estableceremos a qué nos referimos exactamente con “estética ochentera” para después poder comprender qué elementos de esta corriente artística se repiten y se imitan en las producciones de la actualidad.

Es algo objetivo y que, de hecho, puede distinguirse fácilmente echando un vistazo al catálogo de productos audiovisuales de la última década, que la nostalgia por los años comprendidos entre el 1 de enero de 1980 y el 31 de diciembre de 1989, se ha apoderado de gran parte de las producciones.

Los años 80, sin embargo, lejos de limitarse a ser únicamente una definición de estética y estilo concreto, fueron años muy agitados tanto política, como social y culturalmente. En España, nos encontramos con una década en la que el país atravesó numerosos escándalos políticos y un proceso de reconversión industrial que dio lugar a menos puestos de trabajo desembocando en un aumento del paro y, por tanto, en huelgas. En plena época de transición, la sociedad española que se separaba de la dictadura y se introducía con pies de plomo en la democracia, se topó con epidemias de SIDA y una generalización de la heroína que arrebataron las vidas de mucha gente. Infraestructuras tercermundistas, atentados terroristas, machismo, servicio militar obligatorio, muchos menos derechos sociales y un larguísimo etcétera (Jerusalem, 2021).

De puertas para fuera, la situación no era mejor, ya que el mundo contemplaba con miedo la posibilidad de la amenaza nuclear ante la escalada de la tensión entre Estados Unidos y la Unión Soviética durante la Guerra Fría.

Por otro lado, y entre muchos otros sucesos que conforman el imaginario completo de esta década, Irán e Irak entraron en la Guerra Impuesta y la Santa Defensa (1980-1988), el Papa Juan Pablo II estuvo a punto de ser asesinado (1981), se produjo el desastre nuclear de Chernóbil (1986) y la caída del Muro de Berlín (1989).

Teniendo todo eso en cuenta, cabe la posibilidad de que surja una duda evidente: ¿Cómo esta historia tan catastrófica dio lugar a una estética tan recurrente?

La respuesta es que, pese a que esta etapa fue social, económica y políticamente convulsa, a día de hoy, ha sufrido un proceso de idealización por parte de aquellos que, o bien nacieron, o bien crecieron en ella. Quizás porque todos los sucesos anteriormente mencionados no les tocó vivirlos directamente al ser todavía demasiado jóvenes para entender las consecuencias de todo lo que ocurría a su alrededor. Por esta razón, recuerdan los años 80 de forma idealizada inventando un pasado que realmente nunca existió así (Joric, 2019).

A raíz de este recuerdo, la industria audiovisual ha edificado una memoria estética de los ochenta basándose en la representación idealizada y en la nostalgia de una época que solo existe en la memoria de aquellos que han envejecido añorando su juventud.

Por esta razón, cuando hablamos de los años 80, el término queda desprendido de gran parte de su historia reduciéndose únicamente a los rasgos ornamentales relacionados con la estética de los productos de consumo pop de la década.

Con el nacimiento de una era influenciada por la creciente cultura digital, el mercadeo y las ciudades (que comenzaban a llenarse de letreros neones y otras fuentes luminosas), el cine de los ochenta creó una imagen saturada, con exceso de información y colores. Y por eso, actualmente hablar de la estética ochentera es hablar de cintas VHS, *cassetes*, walkmans, rayos láser, luces estroboscópicas, maquillajes extravagantes, sonidos electrónicos creados a partir de sintetizadores, pantalones campana, cuero, música disco, chispas y platós brillantes de programas de televisión. Estos serán los elementos relacionados con los años ochenta que caracterizarán a las producciones audiovisuales que se inspiren en su estética y que veremos más adelante.

Según Redondo (2021), todos estos elementos se identifican claramente en producciones como *Super 8* (Abrams, 2011), *Ready Player One* (Spilberg, 2018) o la conocida serie de Netflix, *Stanger Things* (Duffer, 2016), las cuales, incorporaron en la creación de su estética elementos ochenteros y, además, están protagonizadas por niños y adolescentes.



Figura 9. Fotograma de la película "Super 8" (2011).
Fuente: desdehollywood.com



Figura 10. Fotograma de la serie "Stranger Things" (2016). Fuente: marca.com

En un principio, tenía sentido que estas nuevas ficciones tuvieran a personajes jóvenes como protagonistas, además de como recuerdo de los filmes propios de aquella época como *E.T. el extraterrestre* (Spielberg, 1982), *Los Goonies* (Donner, 1985) o *Regreso al futuro* (Zemeckis, 1985), también porque el público al que se dirigen, que ahora ya es adulto, recuerda con nostalgia aquellas cintas en las que se inspiraban en su infancia. El éxito de los años 80 en el cine es su apelación constante a la nostalgia del espectador.

Sin embargo, es tremendamente complejo lo que ha ocurrido con esta época, la cual, ha experimentado tantos cambios y reciclaje continuo, que se ha expandido a lo largo del tiempo transmitiendo esta sensación de añoranza que tanto hemos mencionado. Y no solo a aquellos que vivieron los años 80, sino también a las generaciones que han venido tiempo después. Es decir, hoy en día, existe gente que echa de menos una época que no vivió.

Stranger Things (Duffer, 2016), por volver a ejemplos ya mencionados, es, según Mcarthy (2019):

Una producción que cumple con esta tarea a la perfección, puesto que además de apelar al recuerdo de aquellos que no vivieron en aquella época, pero si crecieron consumiendo sus productos, apela también a las generaciones actuales incorporando claves formales del tiempo en el que se encuentran.

Es decir, la estética mostrada es ochentera, de la misma manera que lo es su ambientación, pero, sin embargo, al tratarse de una serie que comenzó en 2016 y que sigue en activo a día de hoy en 2022, tiene una forma de ser grabada y unos efectos especiales que claramente no podían recrearse en los 80 debido a las limitaciones tecnológicas.

Los años ochenta, o más concretamente su representación estética, se encuentran actualmente en prácticamente todas las plataformas y dispositivos: televisión, cine, librerías, videojuegos, música, aplicaciones móviles, fotografía, videoclips e incluso en la ropa.

Por eso, una vez conocemos la historia y la razón por la que esta estética se ha convertido en una de las herramientas artísticas más presentes en las producciones actuales, ahondaremos un poco más en por qué nos gusta tanto y seguimos recurriendo a ella. Joric (2019)¹⁷ habla de las razones por las que no sentimos la misma atracción por otras décadas cercanas tanto en tiempo, como en relevancia de estilo como, por ejemplo, los setenta o los noventa.

Para explicar esto, Joric (2019) llegó a diversas conclusiones. La primera de ellas es una teoría que afirma que las personas que vivieron su infancia y adolescencia en la década de los ochenta son ahora, por rango de edad, los que ocupan las esferas actuales de poder y que, gracias a ello, han conseguido transformar en una mercancía rentable la estética y productos culturales propios de su infancia.

¹⁷ <https://historiahoy.com.ar/author/carlos-joric/>

Por otro lado, también afirma que estas mismas personas son ahora consumidores de mediana edad que, fácilmente, pueden sentirse atraídos hacia la consumición de productos que les transporten al recuerdo de sus años de juventud para huir de un presente insatisfactorio.

Encuentra también una tercera hipótesis que habla de una especie de resistencia fetichista, es decir, un intento de estas personas de reivindicar a través de los objetos de consumo de la época, un tiempo que perciben como más sencillo, estable y auténtico.

Pero la explicación que más nos interesa es la histórica. Esto se debe a que todavía desconcierta la popularidad de esta década teniendo en cuenta los acontecimientos históricos que arrastra. La respuesta más coherente para Joric (2019), teniendo en cuenta todo lo ya mencionado, es que la razón por la que los años ochenta nos resultan tan atractivos pese a que la historia política, cultural y social de la época fuera tan convulsa, es precisamente que se enmascararon todos estos problemas que daban la vuelta al mundo, con una estética y productos culturales que se hicieron con un propósito concreto: distraer a la gente de lo que estaba pasando realmente, su estética se creó expresamente para gustar.

El consumo de estos productos creó un imaginario global que luego se transformaría en memoria sentimental. Para hablar de esto seguiremos con el ejemplo de la famosa serie de Netflix: *Stranger Things* (Duffer, 2016). La historia está ambientada entre los años 1983 y 1984, años protagonizados por dos epidemias muy diferentes pero que ambas causaron estragos en la vida estadounidense: el sida y el consumo de cocaína. Además de esto la guerra entre Irán e Irak se encontraba en pleno apogeo y el presidente de Estados Unidos se disponía a comenzar a hacer pruebas nucleares. En definitiva, no era un mundo pacífico y feliz. Sin embargo, aquel que nos hacían llegar desde EE.UU., y que ahora hemos incluido en nuestra memoria afectiva, si lo era. Lo era porque, en los tiempos que corrían, Estados Unidos era la llamada “tierra de las oportunidades”, es decir, un lugar donde todo valía.

El país se encontraba en un periodo de guerra ideológica ya que, pese a haber ganado la Segunda Guerra Mundial, todavía existían ciertos roces con la Unión Soviética, y, por tanto, la propaganda en el “primer mundo” era un movimiento esencial.

De esta manera, se produjo un bombardeo constante de películas, libros y videojuegos de Norteamérica para el resto del mundo que consiguieron crear un movimiento global.

Este fue la llamada Generación X. Kurt Vonnegut (1994)¹⁸, en su discurso de inicio de clases de la Universidad de Syracuse, dijo: «Vaya, los medios os han hecho un estupendo favor llamándoos la Generación X, ¿verdad? Os habéis puesto a dos pasos del final del alfabeto».

Con el tiempo, se ha demostrado que efectivamente el autor tenía razón, ya que la Generación X contiene una paradoja en su propio nombre. Esto se debe a que fue la última de una estirpe cuyo desarrollo tecnológico y social llegaba a su fin. En lo que refiere a las generaciones venideras, Internet daría un cambio radical a sus vidas: nueva música, cultura, éxitos y fracasos.

Aunque, si bien es enormemente relevante, la influencia de la estética ochentera a todos los niveles de la cultura no es un fenómeno único. Ya que, a lo largo de la historia, siempre ha habido temporadas en las que la sociedad se ha interesado por épocas anteriores.

Como explica Huguet (2021):

Los jóvenes quizá hacen lo mismo que se ha hecho en todos los tiempos: rascar en el pasado para ver qué pueden encontrar ahí que les inspire o que les sirva, no de copia, sino de inspiración. Algo que les haga construir un nuevo texto, una nueva mirada sobre el presente.

En definitiva, teniendo todo lo mencionado en cuenta, podemos deducir que la nostalgia es el arma que las grandes compañías han utilizado, y utilizan, en forma de obras y productos de consumo a los que no podemos resistirnos.

Y lo más interesante de esta investigación es que este interés por los años ochenta no se reduce a aquellos que la vivieron, sino que existen generaciones enteras que se encuentran añorando una época que, en realidad, ni siquiera conocieron.

Concluyendo, mientras que con otras décadas los problemas históricos que acontecían eran demasiado notorios como para ignorarlos, con la llegada de los 80, pese a ser también tiempos convulsos, las dificultades fueron opacadas por la generalización del color, la música, la sexualidad y la rebelión.

En el campo audiovisual se empezó a producir en video, de hecho, hasta los años 80 no existía el videoclip como tal. Todo lo anterior permitió correr un tupido velo de luces y neones que opacaban las sombras de esta década permitiendo que ahora, solo sea brillo lo que quede de ella en nuestro imaginario colectivo.

¹⁸ <https://es.wikipedia.org/KurtVonnegut>

4. CASO PRÁCTICO: PROPUESTA ARTÍSTICA DEL VIDEOCLIP DE “NO LLEGAMOS AL BIS” DEL GRUPO VALENCIANO ESQUINA FINLANDIA

4.1 La historia: *No llegamos al bis* y el grupo Esquina Finlandia

Para poder empezar a crear un imaginario visual, de la misma manera que nos hemos familiarizado con la estética ochentera, debemos hacerlo también con el hilo narrativo de la canción, así como con el grupo: Esquina Finlandia. Todo esto, con el fin de crear una estética coherente entre los elementos de los años 80 que buscamos introducir y el propio estilo de la banda. Para llevar a cabo la propuesta estética, se realizó primeramente una entrevista al grupo (que encontramos en el anexo 1) en la que se abordaron cuestiones como el origen de la canción y la importancia de la letra.

El grupo nace a partir del trabajo como solista de Javi Navarro, el cantante. Éste grabó un EP¹⁹ y el chico del estudio con el que trabajaba le propuso tocar como telonero de su grupo, *Deserie*, en la sala Jerusalén, de Valencia.

Era la primera vez que el cantante se enfrentaba al público y, por tanto, decidió llamar a varios amigos que tocaban otros instrumentos para no enfrentarse solo al reto. La banda la formaron Sergio Izquierdo al saxo, Iván Perpiñá al bajo, Carlos Blasco a la guitarra y Pablo Sampietro a la batería. Iván, Carlos y Javi se conocían del colegio, Sergio de la carrera y Pablo de la academia de música.

Tras ese concierto como teloneros, se dieron cuenta de que les apasionaba la música y subir al escenario juntos y, por ello, decidieron formar el grupo.

El nombre del grupo lo bautiza la esquina que se crea entre la calle Finlandia con la Avenida Aragón de Valencia, porque las primeras veces que el grupo se reunía a ensayar, lo hacían en esta ubicación por la cercanía al lugar de residencia de varios miembros del grupo.

En cuanto al tipo de música que hacen, cito textualmente la descripción que aportó el guitarrista, Carlos Blasco, en la entrevista: «El estilo de música que hacemos es pop-rock con la camiseta por dentro, como el grupo *Parcels* en el videoclip de *Lightenup*²⁰». Lo vemos en la figura 11.

¹⁹ EP (*extended play*) es una sigla inglesa que traducida al español significa reproducción extendida y se utiliza como denominación para un formato de grabación musical.

²⁰ <https://www.youtube.com/Lightenup>



Figura 11. Grupo Parcels en el videoclip de la canción de *Lightenup* para *A COLORS SHOW*. Fuente: YouTube.

Carlos con esto se refería a que, pese a hacer música pop-rock, basan su estilo y composiciones en una estética alternativa y vintage que recuerda a los años 80.

Pasaremos ahora al terreno de creación de la canción *No llegamos al bis*. Para la banda, el tema habla de aprender a dejar atrás una relación amorosa que no ha funcionado pasando por la dicotomía de intentar avanzar, pero sin querer olvidar todo lo positivo que te has llevado de ella.

Palabras de Carlos Blasco, el guitarrista, sobre *No llegamos al bis*, en la entrevista realizada para el presente trabajo:

Al final esa relación fue en aquel momento una parte importante de tu vida, y aunque duela decir adiós, siempre será un pedazo de ti. “No llegamos al bis” es una forma de sacar de dentro la rabia que genera esa situación, especialmente durante los estribillos y la instrumental final. Durante los conciertos es una canción que sentimos mucho cuando la tocamos porque todos hemos pasado alguna situación similar en nuestra vida (Blasco, 2022).

La canción está basada en una experiencia real del vocalista de la banda, por tanto, narra la historia de su propia ruptura con la chica con la que salía por aquel entonces.

Dado que es un tema tan personal, la banda quiso centrarse en el momento en el que una relación ha terminado y te encuentras en la fase en la que nada tiene sentido y todo te recuerda a esa persona una vez ya la has perdido. Precisamente, de ahí viene el título de la canción, ya que, “no haber llegado al bis” se refiere a que la relación terminó antes de tiempo. Entendemos como *bis* una canción que, en un concierto, se repite o se interpreta cuando este ya ha terminado a petición del público. En este caso, muchos músicos hacen ver a los asistentes que ya han acabado de tocar para luego volver y tocar ese último tema.

Por ello, la canción utiliza esta expresión, porque la relación terminó antes de tiempo, como un concierto en la que los artistas no regresan al escenario para tocar el *bis*.

Sin embargo, el tono general de la canción no es triste. Al ritmo de batería, bajo, guitarra eléctrica y un saxofón, percibimos todo lo contrario: una canción animada que te invita a moverte aun con el peso dramático de la letra. Esto se debe a que por mucho que narre una situación sentimental asoladora mentalmente, también propone una solución: convertir esos recuerdos en algo bueno porque no puedes arrepentirte de algo que en un momento dado quisiste y disfrutaste.

4.2 Referentes audiovisuales

Tras esta previa contextualización, antes de proceder con la propuesta artística para la realización del videoclip, hablaremos brevemente de un par de ejemplos audiovisuales que se han tomado a modo de referencia para este trabajo.

Esto se hará con el fin de extraer, a través de ellos, una serie de características y elementos comunes que determinarán que el espectador pueda identificar la estética concreta que pretendemos transmitir sumándolo a la información sobre la década con la que ya contamos.

Hablaremos principalmente de los últimos proyectos de dos artistas; Dua Lipa y Videoclub. Ambos bastante recientes, son músicos que han utilizado los años ochenta como base para la concepción artística de sus últimas canciones y videoclips. Una vez hecho esto, se podrá realizar una lista de elementos determinantes de la década para aplicarlos a nuestro proyecto.

a. Future Nostalgia (Dua Lipa)

Future Nostalgia es el segundo álbum de la cantante británica Dua Lipa, que salió a la venta del 27 de marzo del año 2020. La artista adquirió renombre desde el éxito mundial de su primer álbum y, a partir de ese momento, se hizo un hueco en la industria musical internacional (Fierro, 2017)²¹.

Mientras que su primer álbum se bautizó como un estilo de “pop oscuro” que bebía de influencias del hip hop, en este, la cantante ha apostado por un pop mucho más nostálgico con ciertos toques futuristas.

²¹<http://quarterrockpress.com/DuaLipaYElExitoDeSuAlbumDebut>

El disco trata directamente de evocar a los oyentes de la música ochentera utilizando de manera predominante sonidos eléctricos y melodías disco.

Pero por supuesto, las reminiscencias a la década de los ochenta no se reducen al sonido, sino que, la estética elegida tanto para la carátula del disco como para los videoclips, ha sido creada tomando como base colores muy vivos, un maquillaje marcado y un ambiente retro conseguido a través de una cuidada puesta en escena. Además de esto, el propio *merchandising* del proyecto bebe de esta estética sacando a la venta el disco en formatos vinilo y casete además de en digital y cd. Lo vemos en las figuras 12 y 13.



Figura 12. Casete de *Future Nostalgia*. Fuente: dualipa.com



Figura 13. Vinilo de *Future Nostalgia*. Fuente: dualipa.com

Dua Lipa apostó por un acierto seguro, pues como ya mencionábamos, la melancolía que provocan los años 80 llama instantáneamente la atención tanto de aquellos que la vivieron, como de los jóvenes atraídos por un pasado no tan lejano que consolidó la música pop que les precede.

Future Nostalgia es un viaje constante entre el pasado y el futuro próximo. Es una muestra de estética ochentera que logra transmitirnos nostalgia mediante recursos de producción actuales.

Visualmente, bebe mucho de los elementos que se popularizaron en la década de los ochenta como puede ser el emergente éxito de los videojuegos, de cuya inspiración nacen prácticamente la mayoría de grafismos. Grafismos para los cuales se emplean tipografías de palo seco redondas o fuentes como la *Starlit Drive* modificada que emula la escritura a mano.

En cuanto a colores, recurre mucho a la paleta del *RetroWave* ochentero, la cual coge los colores de la puesta de sol. Es decir, se lleva a cabo un degradado generalmente de rojo a azul o de azul verdoso a rojo pasando por el rosa hasta llegar al azul oscuro. Lo vemos en la figura 14.

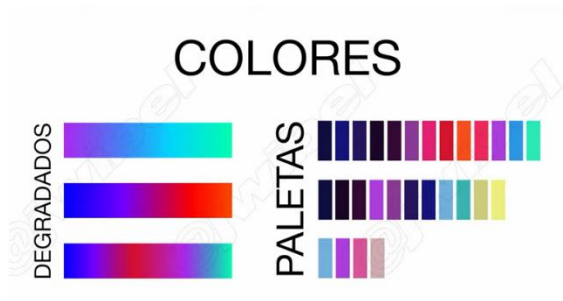


Figura 14. Paleta del *Retrowave* ochentero. Fuente: YouTube.

En una época en la que también surgían los primeros ordenadores es muy común que, en productos que traten de trasportarnos a esta estética, se utilice la retícula futurista o malla que simula el ciberespacio de un ordenador por dentro. Esta técnica suele ir acompañada de *láser*, neón y luces de colores; y Dua Lipa en este proyecto las incluye todas.

Finalmente, no podemos dejar pasar un elemento clave que marcó la década: la moda. Una moda cimentada por hombreras, brillo, ropa a cuadros, pelo teñido y cardados, suéteres abotonados, *bombers* de tejido impermeable...todo esto crea el imaginario visual de la moda ochentera y la artista también hace uso de ello en los videoclips.

Dua Lipa (2019) en una entrevista para Vogue España dijo lo siguiente: «Este disco es una máquina del tiempo musical».

a.1 Break my heart (2020)

En el videoclip de *Break my heart*, la estética y sonido ochentero es constante y se mantiene de forma brillante e inmaculada. Esto lo consigue a través de una línea de bajo y guitarras *funkies* que nos transportan a una discoteca de otra era. Por otra parte, el uso recurrente de *vocoders*, instrumentos electrónicos y sintetizadores nos trasladan de golpe al futuro. Es decir, la artista consigue realizar un viaje de ida y vuelta para coger lo mejor del pasado e introducirlo en el presente sin perder su seña de identidad.

Musicalmente, esta canción es un *hit* ochentero. El sintetizador actúa como elemento principal y el beat se mantiene creando el esqueleto de la canción. Todo esto teniendo en cuenta que los cimientos para crear una canción disco son una guitarra eléctrica con el ritmo acompasado al beat de la batería.

En lo que al videoclip se refiere, está por supuesto inspirado en la década ochentera y fue dirigido por Henry Scholfield²². Este comienza con una tarjeta de título de neón de los 80, para después mostrar a la cantante sobre un automóvil en un atasco. A partir de aquí, se ve a la artista en diversos escenarios tratando de descubrir sus emociones mientras transiciona de mujer vulnerable a empoderada (figuras 15 y 16). Presenta una paleta de colores que podríamos relacionar con las primeras obras de Pedro Almodóvar²³ y paisajes iridiscentes de hoteles japoneses.



Figura 15. Fotograma del videoclip para "Break my heart". Fuente: YouTube.



Figura 16. Fotograma del videoclip para "Break my heart". Fuente: YouTube.

Para los decorados del video musical se construyeron tres escenarios diseñados por Mark Connell²⁴. En estos escenarios vemos una discoteca, un avión y un apartamento futurista.

Shannon Miller²⁵, de *The AV Club*, calificó el visual como: «un video musical colorido salpicado de efectos alucinantes y decorados con luces LED». El video ganó el premio al mejor video pop y fue nominado a mejor clasificación de color en un videoclip y mejores efectos visuales.

a.2 Levitating (2020)

Para este videoclip, la artista apuesta por algo completamente distinto: un videoclip animado. Para la generación que vivió en los 80 y los 90, animes como *Dragon Ball Z* o *Sailor Moon* tuvieron una fuerte influencia.

Para la realización de este videoclip Dua Lipa contactó con el grupo NOSTALOOK, un grupo especializado en recrear el estilo retro del anime de los 70 a los 90 y con un director de arte que aparentemente no tiene ninguna referencia de trabajos previos: Kenta Orisaka.

²² <http://www.henryscholfield.com/>

²³ <https://es.wikipedia.org/PedroAlmodovar>

²⁴ <https://markconnell.tv/>

²⁵ <https://www.avclub.com/author/lizshannonmiller>

Ofreciendo una imagen perfecta y manteniendo una relación de aspecto de cuatro tercios (lo común en aquella época), el video empieza con una inmensa luna que ocupa toda la pantalla y el título en color rosa empleando los mismos grafismos y tipografías que en el resto del disco. Tras esto, se da paso a una Dua Lipa animada que conduce un descapotable a través de las estrellas, lo cual, en primer lugar, hace referencia al contenido de la canción y, en segundo lugar, bebe de la influencia del personaje de anime *Sailor Moon* (1991)²⁶. Vemos la comparación de ambos personajes en la figura 17.



Figura 17. Comparativa de *Sailor Moon* con Dua Lipa animada. Fuente: Pinterest.es

Que el videoclip sea animado no le exime de contar con la misma estética ochentera que forma el esqueleto del álbum. A lo largo del video, la utilización de neones, luces, ordenadores y mallas es recurrente, tratando de hacer referencia a la cultura de videojuegos de arcade constantemente. El tema que presenta es una canción en la que convergen los estilos dance, electro y punk con elementos retro. La instrumental se basa en una percusión mediante palmas que hace que tenga una consistencia diferente al resto de canciones.

b. Videoclub

Videoclub era un dúo francés, originario de la ciudad de Nantes, conformado por la actriz y youtuber Adèle Castillon²⁷ y su, ahora ex pareja, Matthieu Reynaud.²⁸

El proyecto musical debutó en el año 2018, cuando ambos tenían 17 años y decidieron crear Videoclub a raíz de su relación sentimental y amor común por la música. Adèle es una persona bastante reconocida en Francia debido al éxito de su canal de YouTube, mientras que Matthieu, es hijo del guitarrista de jazz Régis Reynaud.

²⁶ <https://es.wikipedia.org/SailorMoon>

²⁷ <https://es.wikipedia.org/AdeleCastillon>

²⁸ <https://www.instagram.com/MatthieuReynaud>

Su estética general bebía del retro con una atmósfera totalmente romántica. Su estilo se inclinaba hacia el *french pop* que, desde hace unos años, se ha convertido en el movimiento musical que han adoptado la mayoría de los nuevos talentos. Este concepto se refiere a producciones musicales relativamente alegres, envueltas en una onda vintage con distintos elementos del electro pop y una fuerte influencia de los años 80.

En lo que refiere a sus videoclips, su estética va mucho más allá de continuas referencias a los años 80, ya que son especialmente conocidos por su ingenio e imaginación para hacer que cada videoclip supere al anterior.

La efímera banda se separó a mediados de 2021 debido a la ruptura sentimental de la pareja, la cual, hicieron pública a través de su última canción juntos llamada *SMS*. Ambos comienzan ahora sus carreras en solitario.

b.1 En nuit (2019)

En Nuit es una canción que salió a la venta digitalmente el 19 de junio de 2019 y que muchos expertos categorizaron como “la canción del verano francesa”.

Es un tema alegre que se alimenta de la influencia de Jean-Pierre Jeunet²⁹ y Michel Gondry³⁰ para sus videos, ya que estos se componen de una magia muy naif.

Cantan en un ambiente casi fantástico, irreal y la fusión entre la música y el videoclip es una demostración perfecta de sencillez, poesía y amor puro.

Mientras que Dua Lipa apuntaba más a una estética ochentera de super estrella rodeada de neones y colores, Videoclub, en este caso, apuesta por la cara humilde de la moneda.

Si tuviéramos que comparar las producciones de ambos artistas podríamos decir que Dua Lipa muestra la cara más fantástica de la década mientras que Videoclub transmite la cotidianidad del día a día.

²⁹ https://es.wikipedia.org/wiki/Jean-Pierre_Jeunet

³⁰ https://es.wikipedia.org/wiki/Michel_Gondry

Este videoclip se cimienta en una estética nostálgica que se mueve sobre un esqueleto contemporáneo. Ya que, de un plano a otro, nos muestran primero un *smartphone* (figura 18) y, seguidamente una televisión antigua que lee VHS. Es un concepto parecido a la famosa serie de Netflix *Sex Education* (Nunn, 2019). En ambas producciones encontramos que los personajes que aparecen son personas del siglo XXI, en el siglo XXI, pero que adoptan una estética retro.

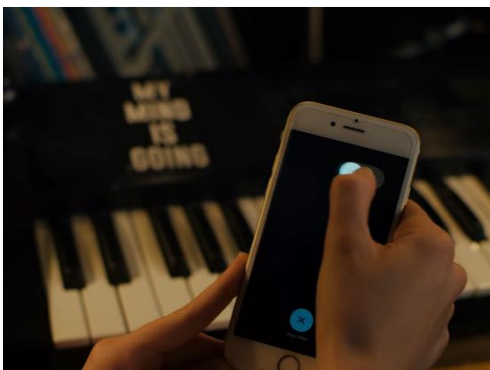


Figura 18. Fotograma del smartphone en el videoclip "En Nuit". Fuente: YouTube.



Figura 19. Estética ochentera en el videoclip de "En Nuit". Fuente: YouTube.

Esta atmósfera ochentera se percibe de manera clara a lo largo de todo el video, sin embargo, hay dos escenarios en los que resalta especialmente. El primero, el baño, que, como veíamos también en el videoclip de *Break My Heart* de Dua Lipa, se construye envuelto de paredes revestidas por baldosas de mármol cuadradas. Vemos los baños de ambos videoclips en las figuras 20 y 21. Por otro lado, el más definitivo: la habitación.

El cuarto en el que se encuentran está cubierto de posters antiguos, amueblado con lámparas vestidas con telas florales y estanterías repletas de cintas de *cassete*, discos de vinilo, patrones a cuadros y televisores con lector VHS.



Figura 20. Baño en el videoclip "En Nuit". Fuente: YouTube.



Figura 21. Baño en el videoclip "Break My Heart". Fuente: YouTube.

b.2 Euphories (2021)

Euphories (2021), single que da nombre a su primer y último álbum, es una joya ochentera en toda regla. Mientras que en *En Nuit* jugaban con la década aplicando ciertas pinceladas nostálgicas, aquí lo apuestan todo a los años 80 asemejándose mucho más a los videoclips explosivos de Dua Lipa.

El dúo deja claro que el estilo ochentero en sus melodías es lo ideal para compartir el sentimiento de no querer separarse de una persona cuando se está enamorado. Es un debut que mezcla *dream pop*, *synth pop* con una base de pop ochentero que se ve reflejada en todo momento, incluyendo vestimenta, arte y puesta en escena.

La canción es rápida, cinematográfica y tanto en su sonido como en su vídeo musical, Videoclub logra la atmósfera que quieren que su música cree; un romance adolescente de ensueño que parece sacado de una película de los 80.

El videoclip se desarrolla en el interior de un videoclub ochentero lleno de neones, posters retro por las paredes y cintas de VHS. Las diferentes escenas que se muestran a lo largo del videoclip se tratan de guiños tanto a producciones audiovisuales como a videojuegos de la década.

La paleta de colores tira, al igual que en los videos de Dua Lipa, por el RetroWave y colores flúor en la vestimenta. Todo esto, sumado a la ambientación ochentera que envuelve al local y a los personajes, consigue que el producto final sea una auténtica máquina del tiempo.

4.3 La propuesta artística

Como en cualquier trabajo de dirección artística, la primera herramienta para la elaboración del diseño, es el guion. Tras la entrevista con el grupo, a partir de la creación de una historia nacida de los hechos reales en la que se basa la canción, se permitió total libertad creativa.

Al tratarse de un tema tan recurrente en este tipo de producciones, como es el desamor o las historias de amor tradicional, se decidió jugar con el concepto componiendo, sobre la base de esta estructura tan clásica, una simbología coherente con el mensaje final que pretende transmitir la canción.

Para esta propuesta se han realizado numerosos bocetos e ilustraciones a fin de ayudar a conceptualizar la estética y el tratamiento visual de los escenarios, así como la atmósfera general de las escenas y demás puntos relacionados con la ambientación.

Por ese motivo, los siguientes apartados incluirán algunas imágenes de elaboración propia.

Al tratarse de un vídeo musical, la canción actuará como hilo conductor dentro del argumento del relato audiovisual y será imprescindible para entender la historia, ya que, sobre todo la letra, va muy ligada a ella.

La narrativa se irá construyendo poco a poco a partir de fragmentos, pero antes de desarrollar todos los detalles de la historia, es necesario dejar clara la presencia de los personajes relevantes dentro del universo diegético del relato para entenderlos y, por consiguiente, para resolver la caracterización y diseño de sus universos propios. El personaje más importante es el masculino: un chico de entre 20 y 25 años que ha pasado recientemente por el final de una relación que él todavía no daba por terminada. El relato girará completamente en torno a él con pequeñas pinceladas de otros personajes secundarios, como sus amigos o la chica responsable de la ruptura.

En este caso, se cuenta con un guion narrativo que sirve de engranaje para empezar a trabajar, es decir, una base argumental básica que relataremos a continuación.

Todos los acontecimientos que ocurren entre los personajes se cuentan desde la mirada del personaje masculino. Este empieza el relato desde la cama de su habitación, mirando al techo. Al compás de la letra *Ahora que lo tengo superado, vuelves otra vez*, el protagonista recibe un mensaje en el móvil que le hace sobresaltarse. Al abrirlo, nos introducimos dentro del móvil y la pantalla se convierte en una representación del mundo creado para el videojuego *Mario Bros* en su versión arcade de principios de los 80, pero con el chico como figurita animada.

La canción continúa en este escenario hasta el pre estribillo y un *game over* da paso al siguiente escenario. Encontramos al protagonista dentro de una bañera con el agua rebosante y la mirada perdida al son de *Si te vas, llueve*.

En un momento dado, el chico se sumerge y el plano sube introduciendo otro escenario: un baño público en el que se ve reflejado en un espejo al personaje protagonista rodeado de sus amigos que le dan ánimos.

De aquí, los personajes pasan a la pared contigua en la que encontramos un estudio con el resto de la banda y sus respectivos instrumentos. En esta localización se canta en *playback* visible toda la parte del estribillo.

Tras esto, el último verso de la canción tendrá lugar en el último escenario, el cual, consistirá en un paseo en coche alternando entre el presente, donde el protagonista está solo; y el pasado, cuando aún estaba con su pareja.

Para terminar, la canción utiliza una instrumental y un último estribillo. Aquí se sucederán escenas aleatorias de los escenarios previamente descritos para terminar en el punto de inicio: la habitación.

Como se puede observar, existe una relación clara entre la letra de la canción y los elementos y acciones mostrados en pantalla.

En lo que a la propuesta artística se refiere, se apostará por un ambiente ochentero inspirado en los referentes analizados, así como en la previa investigación sobre la década. Para esto, se fijará especial atención a los colores, patrones geométricos y espacios a los que se recurre más a menudo, para poder así aplicarlos a nuestro universo.

Cada escenario tendrá su propia paleta de colores comprendida en la *RetroWave* ochentera además de los diferentes elementos estilísticos que se han subrayado como puntos comunes en esta investigación: el uso de cintas VHS, *cassetes*, neones, pantalones campana, etc. Todo esto se verá más en profundidad en el desglose de decorados a continuación.

4.4 Desglose de los decorados.

Como ha podido comprobarse, no hay un epicentro espacial del relato, ya que la sucesión del mismo acontece en cuatro escenarios de igual relevancia entre ellos. Por esta misma razón, se realizará ahora un detallado desglose de los cuatro escenarios a fin de entender el porqué de la ambientación en cada uno de ellos.

Todos los decorados interiores han sido creados y diseñados desde cero sin tener en cuenta localizaciones reales a excepción de uno.

a. La habitación.

La primera localización fue diseñada para transcurrir en un espacio interior amplio. Esto se debe a que en este lugar se busca transmitir una sensación de caos, juventud, extroversión y disfrute. Es un espacio que, como se verá en el apartado de la simbología, actúa de careta sentimental para el protagonista.

Cuando vemos la habitación del protagonista nos encontraríamos con un habitáculo particularmente amplio del que nace una buhardilla por una de las esquinas.

El suelo lo cubriría una moqueta y las paredes estarían recubiertas de tiras de madera que forrarían la estancia para aportar calidez al espacio y, sobre ellas, infinidad de posters, fotografías y recortes sin un orden concreto prácticamente vistiendo toda la habitación.

En cuanto a los distintos elementos, encontraríamos de izquierda a derecha una cama individual con una mesita en uno de sus lados y un tocadiscos sobre un mueble de madera clara que haría esquina por el otro costado. Moviéndonos por la habitación ubicaríamos también un escritorio con un gran número de elementos y papeles ordenados caóticamente bajo la ventana y, en la siguiente esquina, se terminaría el espacio con unas estanterías llenas de vinilos, cassetes, libros, cámaras, discos plantas, etc.



Figura 22. Moodboard de la habitación. Elaboración propia.

La luz que recibiría el lugar vendría dada de la gran ventana en el centro del cuarto que enmarcaría la habitación.

Con todos estos elementos se trataría de difuminar al personaje, que, en un plano general de la habitación, pasaría a un segundo plano rodeado de tantos objetos, trastos y láminas. Vemos el *moodboard* del espacio en la figura 22.

Atrezzo:

En cuanto a los elementos que decorarían y darían forma a la escena son innumerables, ya que tanto las estanterías como las paredes estarían repletas de objetos de todo tipo ciñéndose a la estética que buscamos.

Sin embargo, dentro de todo este caos de espacio, destacarían dos elementos a los que se les prestará especial atención.

El primero, son las fotografías en formato *polaroid* que descansarían sobre el escritorio. En ellas aparecería capturado tanto el personaje con la que, hasta ahora era su pareja, como ella sola.

La razón de esto sería centrar al espectador dentro de todo el caos en el componente del desamor, ya que el tema de la narración en este punto no está todavía muy claro. Por eso es necesaria su aparición para que la historia siga su curso.

Por otro lado, se introduciría un guiño al grupo de música autor del tema del videoclip, colocando un cochecito de juguete de color rojo en la parte baja de la estantería que descansa en frente de la cama. Esto se debe a que la caratula del disco al que pertenece esta canción, llamado *buscando aparcamiento*, la conforman una serie de coches de juguete sobre un fondo violeta en el que destaca, en el medio, el de color rojo.

En las figuras 23, 24 y 25 observamos los bocetos que se realizaron a mano y fueron posteriormente digitalizados para la creación de este espacio.

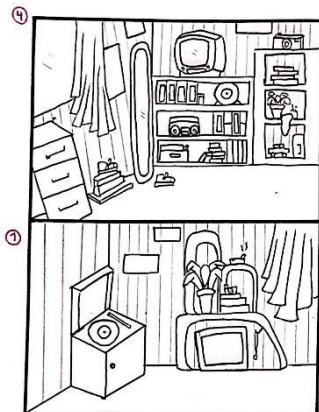


Figura 23. Boceto de la habitación 1. Elaboración propia.



Figura 24. Boceto de la habitación 2. Elaboración propia.

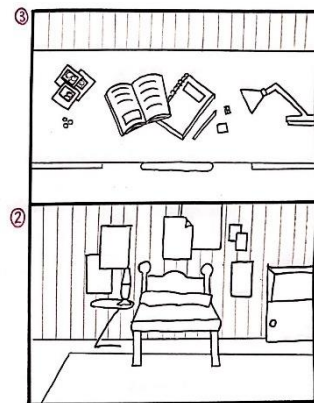


Figura 25. Boceto de la habitación 3. Elaboración propia.

b. El baño

La segunda localización, al igual que la primera, fue creada desde cero. Esta, al contrario que la habitación, fue diseñada para ser un espacio pequeño, sin demasiados elementos para centrar toda la atención en el personaje.

En este espacio, el espectador se introduce en la mente del personaje, y, por esta razón, el protagonista se encontraría sumergido en una bañera rebosando el agua por los bordes como si fuera una cascada sin más elementos alrededor que un par de jarrones.

Se trataría de un baño recubierto de azulejos morados, haciendo referencia también a la carátula del disco, separados ligeramente por juntas blanquecinas.

Puesto que el espacio fue diseñado, se decidió que se envolvería la estancia con este patrón de azulejos mimetizando así la pared con la bañera, dando el efecto óptico de infinitud.

Con la intención de no dejar el espacio tan sencillo, teniendo en cuenta que se trata de mostrar el interior del protagonista, se añadiría un arco de medio punto sobre la bañera para enmarcar la estancia a fin de pronunciar la sensación de que, cuanto más te acercas al personaje, más te introduces en su intimidad.

El tono general se oscurecería ligeramente transmitiendo una sensación de soledad y un ambiente mucho más sombrío que el del espacio anterior.

En cuanto a la luz, sería tenue, escasa, proveniente del característico parpadeo de las bombillas led. Vemos el *moodboard* del espacio en la figura 26.

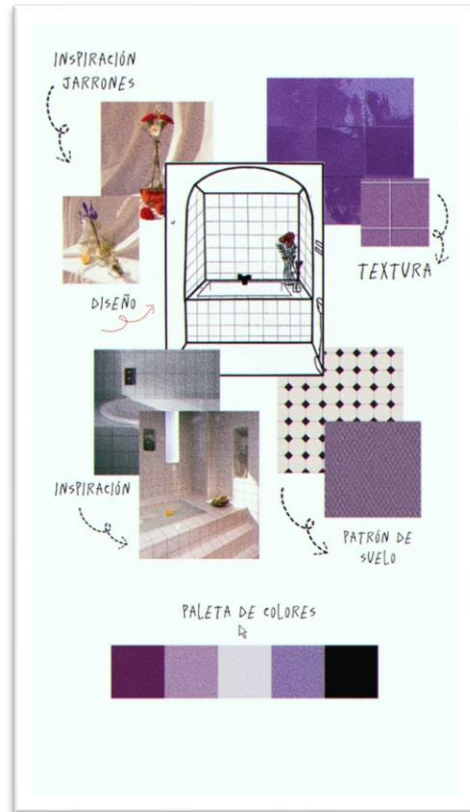


Figura 26. Moodboard del baño. Elaboración propia.

Atrezo:

En este caso, dado que se intentaría transmitir una sensación de espacio limpio, se buscaba lo contrario al anterior espacio: escasez de elementos. Bien es cierto que, debido al peso dramático de la sala, hacía falta algún elemento que separara al espectador de esta aura tan sumamente sombría ya que, como se ha mencionado, la canción no es un himno de desamor, si no de superación. Por eso, en el espacio que se ubica a los pies de la bañera se colocarían un par de jarrones de cristal transparente llenados ligeramente con algunas flores que aportarían color y esperanza a la escena.

En la figura 27 observamos el boceto que se realizó para la creación de este espacio.

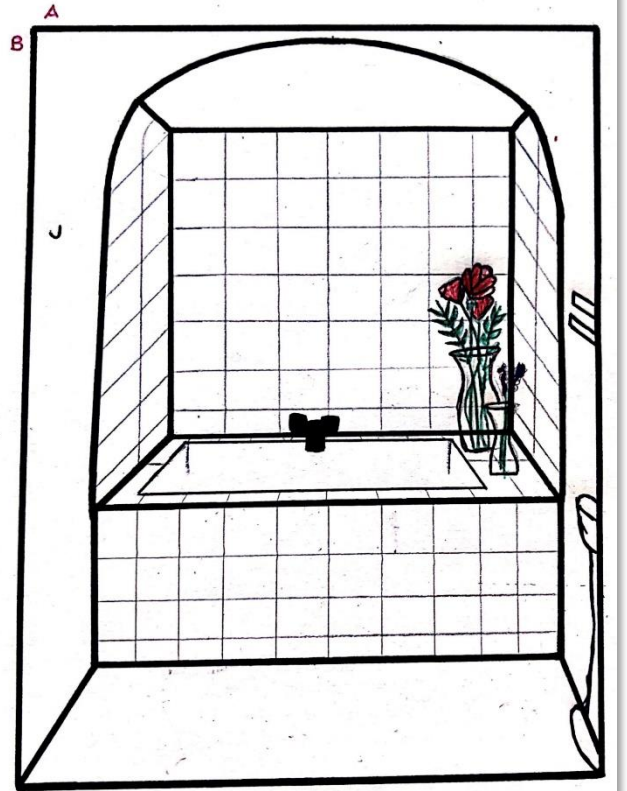


Figura 27. Boceto del baño. Elaboración propia.

c. Lavabo/Estudio

Este escenario se separaría técnicamente en dos espacios que, al verse de frente, estarían pegados el uno al otro únicamente divididos por una pared. Para esto, se ha cogido como referencia el videoclip de la cantante española Aitana, *Aunque no sea conmigo*. Lo vemos en la figura 28.

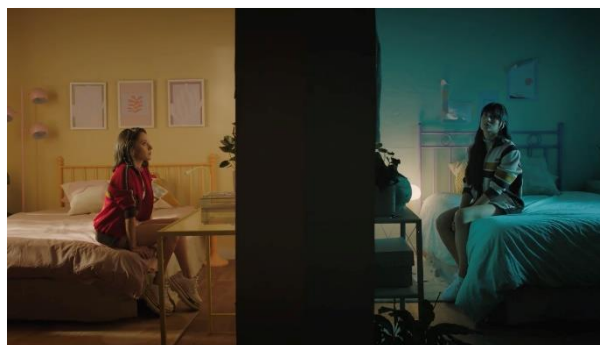


Figura 28. Fotograma del videoclip "Aunque no sea conmigo" (2021). Fuente: YouTube.

Este decorado ha bebido de inspiraciones ajenas más que de la creación propia. Para uno de los lados, un baño público, se ha cogido como numen el prototipo de videojuego *Time Flush* de Fersha in Motion (lo vemos en la figura 29).

Un espacio oscuro, con luz tenue y escasa, muy similar en lo que a intensidad se refiere al espacio anterior, pero en este caso, de color neón lila frío que provendría del techo.

Las paredes continuarían el patrón de azulejos cuadrados del lavabo del protagonista y el suelo estaría bastante sucio con marcas de pisadas.



Figura 29. Moodboard del lavabo/estudio. Elaboración propia.

En este escenario, primero se vería como el protagonista se refleja en un espejo sin marco que descansaría en la pared sobre una de las tres pilas del lavabo, acompañado de dos de sus amigos. Tras ellos, unas cabinas de baños públicos con las puertas abiertas.

De esta escena, los tres personajes pasarían de una pared a otra para llegar al espacio destinado al estudio. El estudio lo conformaría un habitáculo de pared lisa de un solo color, mucho más vivo, que rompería con la estética triste y sombría de los últimos dos espacios. Iluminado uniformemente y prácticamente plano, el espectador se encontraría con un espacio en el que solo destacan los instrumentos y la banda.

Para este caso, se ha tomado la inspiración de la estética que tienen las producciones de *A Colors Show*³¹ o las *Gallery Sessions*³². Vemos el ejemplo en las figuras 30 y 31.

³¹ <https://colorsxstudios.com/>

³² <https://www.youtube.com/c/gallerysessions>



Figura 30. Fotograma del videoclip de Pomme para *A COLORS SHOW*. Fuente: YouTube.



Figura 31. Fotograma del videoclip de Cariño para *Gallery Sessions*. Fuente: YouTube.

Aquí veríamos por primera vez a la banda cantando como grupo, haciendo *playback* del estribillo.

Atrezo:

En lo que refiere al atrezo no hay demasiado que destacar en la zona del lavabo, pero, una vez en la zona del estudio, se vería que cada miembro de la banda estaría tocando su instrumento, por tanto, aparecerían en escena una batería, un bajo, una guitarra eléctrica, un saxofón y un micrófono con su correspondiente pie de micro.

d. El coche

Este último escenario es el que menos explicación necesita. Se trataría del único exterior que aparecería en el videoclip y en él, se irían alternando visiones del presente con recuerdos pasados.

El protagonista, tanto en las imágenes del presente como en las del pasado, conduciría el modelo de coche *Simca 1000* del color que nace entre la mezcla del gris y un azul ligeramente oscuro (figura 32). Este coche fue uno de los que más se dejó ver por la España de los años 80. Se fabricó desde 1961 hasta 1978, pero no fue hasta la década de los 80 que comenzaron a circular miles de unidades por nuestro país. El grupo musical de *Los Inhumanos* se encargó de popularizar todavía más este modelo con su canción “*Que difícil es hacer el amor en un Simca 1000*”³³ en 1988.



Figura 32. Moodboard del coche. Elaboración propia.

Se trata, en definitiva, de un coche de cuatro puertas, de menos de 4m de longitud, un gran volante y grandes palancas tanto de cambios como de freno de mano.

En las escenas del presente se mostraría un ambiente más nocturno, reforzado por los neones y las luces de tráfico que tratarían de transmitir un ambiente festivo de liberación. Por otro lado, en las escenas del pasado se transmitiría una sensación cálida apoyado por un ambiente de ensueño, con esa atmósfera que tiñe de color los recuerdos bonitos que ya no están.

La intercalación entre estas dos épocas sería rápida y breve, terminando en un acelerón del coche en tiempo presente en el que el protagonista tiraría unas fotos por la ventanilla, quedándose una que descansaría en el asiento del copiloto, vacío, mientras se marcha. Este sería el único atrezo de acción de la escena con la intención de fijar la vista por completo en los personajes ya que solo aparecen juntos en este breve lapso de tiempo.

³³ <https://www.youtube.com/QueDifícilEsHacerElAmorEnUnSimca1000>

4.5 Simbología de los decorados.

En cuanto a la simbología que presenta cada escenario, se jugará con los colores, ambientes y con el uso de cada uno en partes concretas de la canción a fin de crear un universo diegético coherente.

Además, para aportarle más cuerpo, sentido, y por supuesto, una justificación para todos los elementos que aparecen en cada escenario y cómo y por qué están creados de esta manera, se ha querido separar los sets en las partes más relevantes de la carta natal. Esto es básicamente, en términos astrológicos mezclado con lo audiovisual, una fotografía de cómo estaba el cielo en el momento que nacimos. Se trata de la herramienta de autoconocimiento básica de la astrología y describe las energías que conforman la esencia de cada persona (Goodman, 1968).

Echando a un lado la fantasía popular de “predecir lo que nos va a pasar”, la astrología propone concientizar una irracional y sorprendente interacción entre humanos y estrellas, aceptar una conexión y reconocer nuestra unión con el cosmos, es decir, lejos de controlar, la astrología nos conduce hacia lo desconocido de nosotros mismos.

En astrología, se dice que existen tres principales indicadores que rigen nuestros comportamientos: el signo del sol, de la luna, y del ascendente. No se ahondará mucho más en términos astrológicos, sin embargo, si es relevante esta introducción y las breves definiciones siguientes para dar paso a la explicación de la simbología con la que carga cada escenario.

El signo solar determinaría el ego, la identidad, rol en la vida, y, en definitiva, el núcleo de quién eres. Este simbolizaría, por tanto, nuestra expresividad creativa, el centro de la conciencia individual y nuestra capacidad de vernos como un individuo. El signo solar es el que se conoce como “nuestro signo zodiacal”, y, por tanto, se asocia a la identidad y a la personalidad.

El signo lunar gobernaría las emociones, estados de ánimo y sentimientos. Este refleja la verdadera personalidad del individuo. Astrológicamente se asocia a lo más cercano y rige nuestras vivencias más íntimas ayudando así a decodificar nuestro mundo emocional.

Finalmente, el signo ascendente sería la máscara con la que uno se presenta a la gente. En él podría verse y transmitirse un estilo personal y un patrón concreto de comportamiento. El Ascendente marcaría, en definitiva, la forma de interactuar con el mundo.

a. Habitación: Ascendente del personaje

Se trata de un espacio rebosante de elementos que se percibe a primer golpe de vista como caótico y llamativo, en el que hay tantas cosas que es difícil centrarse solo en una.

Este escenario podríamos categorizarlo como el ascendente del protagonista, ya que es un espacio muy lleno, con demasiadas cosas que ocultan las pequeñas pinceladas de dolor que siente el personaje con colores vivos e incontables elementos. Es un espacio cuya función es transmitirle al público que el protagonista está perfectamente porque todo es tan llamativo y divertido que no hay razón aparente para pensar lo contrario. No es sombrío, irradia creatividad, expresividad e incluso un personal cuidado. La habitación del personaje muestra la persona que le gustaría ser o el punto vital en el que le gustaría encontrarse.

Este espacio reduce al protagonista a un segundo plano porque todavía no nos interesa mostrar su verdadera personalidad y estado mental sino, más bien, que el público se haga una idea preconcebida del personaje a través de su habitación.

b. Baño: Luna del personaje

El baño, por otro lado, es la antítesis de lo que hablábamos anteriormente. Todo es bastante monótono y trata de cohesionar el espacio en un solo elemento.

El único elemento que encontramos que destaca aquí son unas flores con toques rojos, lilas y verdes, que descansan sobre un par de jarrones de cristal transparente sobre la repisa de la bañera.

Este escenario podríamos categorizarlo como la luna del protagonista, ya que es un set en el que, por primera vez, se transmiten los verdaderos sentimientos del personaje. Los colores se vuelven más oscuros, el ambiente más cargado y monótono dejando salir a la luz sus preocupaciones y sentimientos más íntimos. Sin embargo, como ya se avanzaba antes, esta canción no habla exactamente de la pena, ni es una oda trágica al desamor, sino que juega en la línea que separa la tristeza por algo que se ha terminado y la alegría por haberlo vivido. Es por esta razón que dentro de este escenario tan oscuro y uniforme que nos introduce en el sufrimiento más oculto del personaje, destacan aun así las flores.

c. Estudio: Sol del personaje

El estudio se separa en dos espacios divididos únicamente por un trozo de pared. El primero, un baño público, oscuro, sin demasiada luz y alumbrado con una iluminación fría de neones y, el segundo, un estudio conformado por una pared lisa de un color vivo en el que solo destacan los instrumentos y la banda.

Este cambio del baño (que sigue con la estética de la localización anterior), a la sala del estudio, narra una transición de la luna del personaje al sol.

Cuando este está cantando con sus compañeros de la banda y amigos, es él mismo, en el pleno auge de su verdadera identidad, sin nada más. Por esa razón, el espacio está vacío a excepción de los instrumentos, porque ya está viéndose al personaje en su máximo esplendor sin necesidad de elementos externos que nos muestren una máscara o un viaje a su mundo interior más íntimo. Aquí podemos ver al personaje sin tapujos, tal cual es y disfrutando de su propia identidad.

d. Coche: Liberación antes-después

En cuanto al último escenario, el espectador se encontraría por primera vez en un espacio exterior, pese a que la acción en sí se desarrolle en el interior de un coche.

Se decidió introducir un exterior porque, después de ahondar tanto en el interior del protagonista, la historia demandaba que esta escena transmitiese la liberación de la tristeza y la aceptación de un recuerdo nostálgico.

Se ha buscado transmitir la nostalgia como un sentimiento bonito y positivo cogiendo como inspiración una frase de la película *Princesas* (León de Aranoa, 2005):

Es rara, ¿no? La nostalgia...Porque tener nostalgia en sí no es malo, eso es que te han pasado cosas buenas y las echas de menos. Yo por ejemplo no tengo nostalgia de nada, porque nunca me ha pasado nada tan bueno como para poder echarlo de menos...eso sí que es una putada.

5. CONCLUSIONES

De la realización de este trabajo puede extraerse la conclusión de que la creación de un producto audiovisual es una tarea ardua y compleja. Este tipo de producciones suelen reducirse a piezas breves que pueden dar a entender a simple vista que su proceso de realización ha sido sencillo.

Sin embargo, detrás de cada producto audiovisual hay un inmenso trabajo entre departamentos para la creación de una historia y universo diegético coherente. Es por esta razón que realizar el presente trabajo de manera individual ha sido una de las mayores complicaciones que han surgido desde el inicio. En un principio, el proyecto iba a basarse únicamente en la creación de una atmósfera idónea y unos decorados adecuados para el videoclip, sin embargo, al trabajar completamente en solitario, se tuvo que plantear también la creación y desarrollo de una propuesta de guion a fin de poder realizar la propuesta estética en base a esta.

Con este fin, fue necesaria una compleja investigación y horas de trabajo, así como un constante contacto con la banda de música y un elevado consumo de contenido similar para obtener fuentes información e inspiración.

Este estudio se ha limitado todo lo posible a la dirección de arte. Solo se han tratado brevemente aquellos departamentos que eran necesarios para la correcta realización de la presente investigación, debido a que, sin un equipo, centrarse también en otros departamentos hubiera sido imposible

De este trabajo se concluye que el audiovisual y el arte son dos disciplinas que van estrechamente unidas y que, pese a esto, la realidad es que continúa siendo una ocupación que la gran mayoría de las personas da por hecho. Sin embargo, también significa que el departamento de arte está haciendo las cosas bien. Al final, el trabajo del audiovisual es introducir al espectador en otro mundo y que este se sumerja en él olvidándose de que no es real. Por esta razón, la dirección de arte es tan importante y pasa tanto desapercibida.

Tras este viaje tan largo, las conclusiones a título personal tienen que ver con la adquisición de experiencias de superación y el descubrimiento de mi capacidad para realizar un proyecto tan grande de manera individual. He descubierto nuevas habilidades, así como confirmado otras que ya tenía y que quizás antes de la realización de este trabajo no valoraba. Cabe añadir que la participación de la banda ha sido crucial para la correcta ejecución de este proyecto, puesto que siempre se mostraron dispuestos a responder cualquiera de mis dudas y preguntas.

Pese a todas las complicaciones, los objetivos planteados en una primera instancia se han logrado con éxito. Se ha conseguido crear una propuesta artística detallada para la canción ambientando las localizaciones para conseguir que el espectador empatice con la historia a través del simbolismo. A su vez, se ha dado voz a la figura del director de arte y analizado y comprendido la fórmula del éxito de la estética ochentera. Aunque es cierto que el proyecto ha terminado siendo quizá más ambicioso de lo que se pretendía en un inicio, ya que, al tratarse de una propuesta, no se ha tenido en cuenta ningún presupuesto y se ha trabajado sin límites la libertad creativa.

En definitiva, pese a que el trabajo ha tenido que ir evolucionando según se realizaba respondiendo a las dificultades y contratiempos que iban surgiendo, se ha conseguido un buen resultado final y la satisfacción plena de su autora.

6. BIBLIOGRAFÍA

A. (2022, febrero 9). *Dua Lipa se convierte en Sailor Moon en el videoclip 'Levitating'*.

La Guía GO! <https://www.laguia.go.com/espana/dua-lipa-se-convierte-en-sailor-moon-en-levitating/>

Affron, C., & Affron, M. J. (1995). *Sets in Motion: Art Direction and Film Narrative*.

Rutgers Univ Pr.

Alpañés, E. (2018, 17 abril). *Sepe: La estética ochentera que enamora a los milenials*.

Yorokobu. <https://www.yorokobu.es/sepe/>

Arenas, J. (2002, marzo 21). *Félix Murcia publica «La escenografía en el cine»*.

ABC.es. https://www.abc.es/play/cine/abci-felix-murcia-publica-escenografia-cine-200203210300-86582_noticia.html

Atkinson, M. (2021, 4 marzo). *Album review: Euphories // Videoclub*. The In

dependent. <https://www.independent.co.uk/album-review-euphories-videoclub/>

Barsacq, L. (1976). *Caligari's cabinet and other grand illusions: A history of film design*

(1st English language ed). New York Graphic Society.

- Blanco, A. (2020, 15 marzo). *Videoclub: Música virgen y amor adolescente*. El Cofre Suená. <https://elcofresuená.es/musica/videoclub-musica-virgen-y-amor-adolescente/>
- Cánovas, J. (2018). *La realidad imaginada: La dirección artística de Félix Murcia en el cine español*. Akal.
- Carpizo, I. A. (2021, 3 mayo). *Un viaje en el tiempo: «Future Nostalgia»*. Discordia Magazine. <https://discordiamag.com/2021/05/04/future-nostalgia/>
- Coupland, D. (1999). *Generación X*. Ediciones B.
- Espinosa, F. M. (2018, agosto 31). *¿Por qué nos siguen flipando los ochenta?* Ediciones EL PAÍS S.L. https://elpais.com/elpais/2018/08/29/tentaciones/1535558006_348359.html
- Ettedgui, P. (1999). *Diseño de producción y dirección artística (Screencraft)*. Gardners Books.
- F. (2020, 15 enero). *VIDEOCLUB*. compi.la. <https://compi.la/videoclub/>
- Fabara, S. (2019, 15 abril). *La tendencia ochentera, el cine y un camino de exploración*. Xataka Foto. <https://www.xatakafoto.com/opinion/la-tendencia-ochentera-el-cine-y-un-camino-de-exploracion>
- Fajardo, M. (2015, octubre 21). *Félix Murcia, el director de arte de Almodóvar, que ya no quiere trabajar con el «gigante» español*. <https://www.elmostrador.cl/cultura/2015/10/21/director-de-arte-de-almodovar-en-el-futuro-una-persona-sera-capaz-de-hacer-un-film-completamente-sola/>
- Fierro, E. (2017). *Quarter Rock Press - Dua Lipa y el éxito de su álbum debut*. Dua Lipa y El Éxito de Su Álbum Debut. Recuperado 17 de agosto de 2022, de <http://quarterrockpress.com/index.php/news/item/14316-dua-lipa-y-el-exito-de-su-album-debut>

- Franco, A. (2020, marzo 29). ANÁLISIS DE FUTURE NOSTALGIA DE DUA LIPA. *buurlywood*.
<https://annasanchezfranco.wixsite.com/buurlywood/post/an%C3%A1lisis-de-future-nostalgia-de-dua-lipa>
- Fu, W. (2020, 2 octubre). *Dua Lipa feat. DaBaby: Levitating (Music Video 2020)*. IMDb. Recuperado 12 de abril de 2022, de
https://www.imdb.com/title/tt13204310/fullcredits/?ref=tt_gl_cl
- Goodman, L. (2021). *Signos del zodiaco y su carácter, Los: Un manual imprescindible para conocernos mejor y entender a los demás* (1.ª ed.). Ediciones Urano México.
- Guerra, S. S. (2022, 20 enero). *¿Qué es la dirección de producción y la artística? Las categorías más desconocidas de los Goya*. *elconfidencial.com*.
https://www.elconfidencial.com/cultura/cine/premios-goya/2022-01-20/categorias-direccion-produccion-artistica-goya_3360818/
- Hernández, J. (1990). *Escenarios de la fantasía: El legado de la arquitectura y de las artes plásticas en el cine*. Ed. Universidad de Zaragoza.
- Hernández J. (s/f). *Esic.edu*. Recuperado el 2 de septiembre de 2022, de
https://www.esic.edu/sites/default/files/2020-11/CV_Javier%20Hernandez%20Ruiz.pdf
- Herranz, D. (2021, 5 marzo). *Premios Goya: qué es la dirección artística y por qué es imprescindible para que una película funcione*. *El País*. <https://elpais.com/icon-design/2021-03-04/premios-goya-que-es-la-direccion-artistica-de-una-pelicula-y-por-que-es-imprescindible-para-que-una-pelicula-funcione.html>
- Herrero, E. (2016). *La estética de la deformación en la era de la cultura de masas. Un proyecto de Allison y Peter Smithson*. Universidad Politécnica de Madrid.

- Imanishi, E. (2021, 30 marzo). *RAW FROM THE SAW – Album Review: Euphories by Videoclub – Buzzsaw Magazine*. Album Review: Euphories by Videoclub.
Recuperado 8 de agosto de 2022, de <https://buzzsawmag.org/2021/03/30/raw-from-the-saw-album-review-euphories-by-videoclub/>
- Jaunarena, J. (abril de 2020). *Las etapas del proceso de realización*.
<https://perio.unlp.edu.ar/catedras/narrativasaudiovisualescat2/wp-content/uploads/sites/80/2020/03/Jaunarena-Jorge-Proceso-de-realizaci%C3%B3n-2016-1.pdf>
- Jerusalem, S. (2021, 19 noviembre). *Narita Boy: Los 80's como deformación estética*. Espada y Pluma. <https://espadaypluma.com/2021/11/19/narita-boy-los-80s-como-deformacion-estetica/>
- Joric, C. (2019, 5 diciembre). *¿Por qué nos gustan los años ochenta?* La Vanguardia.
<https://www.lavanguardia.com/historiayvida/mas-historias/20190628/47312240079/por-que-nos-gustan-los-anos-ochenta.html>
- Julieta Wibel. (2020, 4 abril). *ANALISIS de DUA LIPA ESTETICO VISUAL 80s / Future Nostalgia Album / Aesthetics REAKSIS* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=leXGN8koe3s>
- L. (2022, 25 enero). *¿Qué es la dirección de arte en el cine? Estudiar y aprender*. MasterMedia. <https://escuelamastermedia.es/blog/que-es-la-direccion-de-arte-en-el-cine/>
- Lautrec, T. (2022, junio 27). *¿Qué es la dirección de arte?* Toulouse Lautrec.
<https://www.toulouselautrec.edu.pe/blogs/que-es-direccion-arte>
- Lecturalia.com. (2010). *Lucía Solaz Frasquet: libros y biografía autora*. Lecturalia.
Recuperado 5 de septiembre de 2022, de
<https://www.lecturalia.com/autor/17463/lucia-solaz-frasquet>
- León de Arnoa, F. (2005). *Princesas*.

- López, A. (2018, 4 mayo). *Georges Méliès, el mago que convirtió el cine en arte, fantasía y espectáculo*. El País.
https://elpais.com/cultura/2018/05/03/actualidad/1525328820_070614.html
- Macías, E. (2018, diciembre). *Tendencias estéticas de la década de los 80's. Influencia en la moda y en la imagen de los iconos de la música*.
<https://prezi.com/p/k88b0bahbc-y/tendencias-esteticas-de-la-decada-de-los-80-s-influencia-en-la-moda-y-en-la-imagen-de-los-iconos-de-la-musica/>
- Magazine, D. (2020, 27 marzo). *Crítica: Dua Lipa - Future Nostalgia (2020)*. Dod Magazine. <https://www.dodmagazine.es/critica-dua-lipa-future-nostalgia/>
- McCarthy, K. (2019, 21 septiembre). *Remember Things: Consumerism, Nostalgia, and Geek Culture in Stranger Things*. Remember things.
<https://scholarworks.iu.edu/dspace/handle/2022/24398>
- Murcia, F. (2022, 5 septiembre). *La escenografía en el cine: El arte de la apariencia*. SOCIEDAD GENERAL AUTORES.
- Ortega, L. (2015). *La sociedad española en los años ochenta: Análisis de las manifestaciones de protesta en el diario El País (1983-1989)*. Universidad de Sevilla.
- O.N.G.D., A. (2010, abril 26). *CINEMATOGRAFÍA: La industria del cine: Los directores artísticos*. La industria del cine: Los directores artísticos. Los directores artísticos. Recuperado 1 de agosto de 2022, de
https://natureduca.com/cultureduca/cine_industria-del-cine-los-directores-artisticos01.php
- Producción audiovisual ¿Qué es y qué fases tiene?* · Prodisa Comunicación. (s. f.).
Producción Audiovisual: qué es y qué fases tiene.
https://prodisacomunicacion.com/es/noticias/produccion_audiovisual_que_es_y_que_fases_tiene/
- ¿Qué es la dirección de arte?* (2016, febrero 9). Esdima.com; Escuela ESDIMA.
<https://esdima.com/que-es-la-direccion-de-arte/>

Redondo, M. (2021, 10 marzo). *Retro parece, moderno no es: ¿por qué hemos vuelto a 'Aquellos maravillosos años'?* Hipertextual.

<https://hipertextual.com/2019/12/retro-parece-moderno-no-es-que-hemos-vuelto-aquello-maravillosos-anos>

Redondo, M. (2021b, diciembre 23). *Asúmelo, los regalos de Navidad que pedías de pequeño ahora son retro.* Hipertextual.

<https://hipertextual.com/2021/12/regalos-navidad-retro>

Rizzo, M. (2022). *M.DIRECCION ARTISTICA CINEMATOGRAFICA (FOTO, CINE Y TV-CINEMATOGRAFIA Y TELEVISION)*. Omega.

Rojas, A. (2021, julio 19). *Videoclub, una banda francesa que se quedó en el intento.*

Chill & Out! <https://chillandout.com.mx/videoclub-una-banda-francesa-que-se-queda-en-el-intento/>

Sennett, R. S. (1994). *Setting the Scene: The Great Hollywood Art Directors*. Harry N Abrams.

Solaz, L. (2005). *La dirección artística*. La dirección artística. Recuperado 16 de mayo de 2022, de

http://www.encadenados.org/n48/048stone/eb_direccionartistica.htm

Tok.wiki. (2020, 25 marzo). *Break My Heart (canción de Dua Lipa)*

Contenido y Escritura y producción. Break My Heart. Recuperado 7 de agosto de 2022, de [https://hmong.es/wiki/Break_My_Heart_\(Dua_Lipa_song\)](https://hmong.es/wiki/Break_My_Heart_(Dua_Lipa_song))