



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escuela Técnica Superior de Arquitectura

La dinámica cinematográfica de los vídeos musicales y la
arquitectura como referencia espacial en su desarrollo

Trabajo Fin de Grado

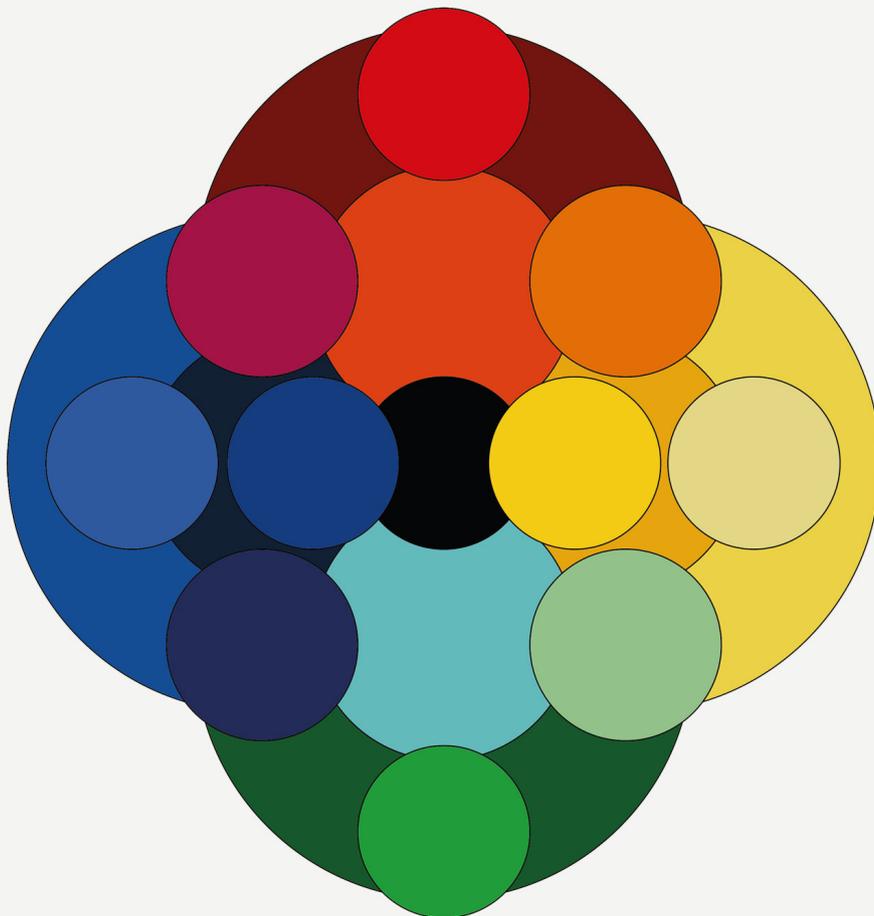
Grado en Fundamentos de la Arquitectura

AUTOR/A: Sánchez Alcaraz, José Ángel

Tutor/a: Deltell Pastor, Juan

CURSO ACADÉMICO: 2023/2024

la dinámica cinematográfica de los vídeos musicales
y la arquitectura como referencia espacial en su desarrollo



José Ángel Sánchez Alcaraz

Trabajo Final de Grado
Grado en Fundamentos de la Arquitectura
Curso 2023 - 2024



ESCOLA TÈCNICA
SUPERIOR
D'ARQUITECTURA



UNIVERSITAT
POLITÀCNICA
DE VALÈNCIA

A MI MADRE

*por abrazarme entre lágrimas cada vez que subo un escalón,
por ser el lugar más seguro del mundo.*

A MI PADRE

*por tocar la guitarra cada noche antes de dormir,
porque veo en ti colores que nadie más sabe ver.*

A MI HERMANA

*por cogerme fuerte de la mano en medio de la marea,
por ser la única mirada cómplice que busco entre las demás.*

A TODOS

*los que me habéis impulsado a seguir,
por creer en mi cuando yo no soy capaz de hacerlo.*

I MADE THIS ALBUM FOR YOU
AND



I MADE THIS ALBUM SO I DON'T GO CRAZIER

I MADE THIS ALBUM ENTRE EL AMOR ♥ Y ♥ LOS SCRIBBLES

I MADE THIS ALBUM BC THE ENERGY HAS TO GO SOMEWHERE

(Si te la guardas por too long te puede hacer daño y si no la dejas ir a donde es como si nunca la tuviste y fue pena si nunca la tuviste)

I MADE THIS ALBUM ENTRE MIS 27 Y MIS 29

I MADE THIS ALBUM SO I MADE THIS ALBUM

I MADE THIS ALBUM IN THE MIDDLE OF A PANDEMIC / EN EL MEDIO DE MI VIDA TAMBIÉN

I made it having the feeling que el mundo seguía sin mí pero yo estaba exactamente donde tenía que estar y haciendo exactamente lo que TENÍA QUE HACER

ESTE ALBUM PASO EN BARCELONA, PASO EN PR, EN NY, EN LA, EN MIA Y EN RD

I made this album pk si yo no lo hago no sé quien lo va a hacer

HICE ESTE ÁLBUM A VECES VESTIDA EN EL ESTUDIO
A VECES DESNUDA EN CASA EN TANGA



Hice este álbum ACORDÁNDOME DE QUIEN SOY

Hice este álbum ACORDÁNDOME DE LOS QUE QUIERO

HICE ESTO PORQUE SI EL TIEMPO ES ~~COMO~~ COMO EL DINERO YO PREFIERO gastarlo EN algo que es "PARA SIEMPRE"

HICE ESTE ÁLBUM PARA QUE CUANDO YO NO ESTÉ
ÉL ESTÉ X MÍ



"Hice este álbum para vosotros
e

Hice este álbum para no volverme más loca.

Hice este álbum entre el amor y los (...)

Hice este álbum porque la energía debe ir a alguna parte.

(Si la guardas demasiado tiempo te puede hacer daño y si no la dejas ir adrede es como si nunca la tuviste y qué pena si nunca la tuviste)

Hice este álbum entre mis 27 y mis 29.

Hice este álbum así que HICE ESTE ÁLBUM.

Hice este álbum en mitad de una pandemia y en medio de mi vida también.

Lo hice teniendo la sensación de que el mundo seguía sin mí pero yo estaba exactamente donde tenía que estar y haciendo exactamente lo que tenía que hacer.

Este álbum pasó en Barcelona, pasó en Puerto Rico, en Nueva York, en los Ángeles, en Miami y en República Dominicana.

Hice este álbum porque si yo no lo hago no sé quién lo va a hacer.

Hice este álbum a veces vestida en el estudio
a veces desnuda en casa en tanga.

Hice este álbum acordándome de quién soy.

Hice este álbum acordándome de los que quiero.

Hice esto porque si el tiempo es como el dinero yo prefiero gastarlo en algo que es "PARA SIEMPRE".

HICE ESTE ÁLBUM PARA QUE CUANDO YO NO ESTÉ
ÉL ESTÉ POR MÍ

la dinámica cinematográfica de los vídeos musicales
y la arquitectura como referencia espacial en su desarrollo

Resumen

ES

Este Trabajo final de grado apuesta por conectar la arquitectura y la música a través del estudio de proyectos audiovisuales. Se ahondará en la figura del videoclip y su impacto en la historia de la cultura popular así como en la industria musical, con el propósito de poner en valor y conocer las nuevas dinámicas de este formato. Se establecerá una relación entre la arquitectura y su aprovechamiento escenográfico para conformar una narrativa audiovisual que complementa a un proyecto musical, estudiando cuales son los recursos cinematográficos que se emplean en cada caso de investigación, con el fin de conseguir una atmósfera capaz de transformar el espacio tridimensional a imágenes en diferido que emocionan al espectador.

Palabras clave: Videoclip, arquitectura, cine, escenografía, plataformas digitales, música.

Abstract

EN

This final degree project aims to connect architecture and music through the study of audiovisual projects. The figure of the video clip and its impact on the history of popular culture as well as the music industry will be delved into, with the purpose of highlighting and learning about the new dynamics of this format. A relationship will be established between architecture and its scenographic use to form an audiovisual narrative that complements a musical project, studying which cinematographic resources are used in each research case, in order to achieve an atmosphere capable of transforming the space. three-dimensional time-shifted images that excite the viewer.

Keywords: Video clip, architecture, cinema, scenography, digital platforms, music.

Resum

VAL

Este Treball final de grau aposta per connectar l'arquitectura i la música a través de l'estudi de projectes audiovisuals. S'aprofundirà en la figura del videoclip i el seu impacte en la història de la cultura popular així com en la indústria musical, amb el propòsit de posar en valor i conèixer les noves dinàmiques d'este format. S'establirà una relació entre l'arquitectura i el seu aprofitament escenogràfic per a conformar una narrativa audiovisual que complementa a un projecte musical, estudiant quals són els recursos cinematogràfics que s'empren en cada cas d'investigació, amb la finalitat d'aconseguir una atmosfera capaç de transformar l'espai tridimensional a imatges en diferit que emocionen a l'espectador.

Paraules clau: Videoclip, arquitectura, cinema, escenografia, plataformes digitals, música.

Índice

1. Cuestiones principales	<i>página</i>	10
1.1. <i>Introducción</i>	<i>página</i>	12
1.2. <i>Objeto de estudio</i>	<i>página</i>	14
2. Orígenes y punto de partida	<i>página</i>	16
2.1. <i>El rayo divino</i>	<i>página</i>	18
· <i>El conocimiento de la perspectiva</i>	<i>página</i>	18
· <i>Las primeras puestas en escena teatrales</i>	<i>página</i>	22
2.2. <i>Los cimientos de la escenografía</i>	<i>página</i>	25
· <i>Teatro Olímpico de Vicenza</i>	<i>página</i>	25
· <i>Escenografía en el cine</i>	<i>página</i>	30
· <i>La dirección artística</i>	<i>página</i>	34
2.3. <i>Antecedentes de los videoclips</i>	<i>página</i>	38
· <i>El cine experimental</i>	<i>página</i>	40
· <i>El cine musical</i>	<i>página</i>	42
3. Evolución del videoclip	<i>página</i>	44
3.1. <i>El videoclip como medio de publicidad</i>	<i>página</i>	46
3.2. <i>Espacios musicales en televisión</i>	<i>página</i>	48
3.3. <i>Exploración de los nuevos formatos</i>	<i>página</i>	53
3.4. <i>La evolución de las plataformas digitales</i>	<i>página</i>	56
4. El videoclip cinematográfico	<i>página</i>	66
4.1. <i>Recursos audiovisuales</i>	<i>página</i>	68
4.1.1. <i>Dirección de fotografía</i>	<i>página</i>	69
4.1.2. <i>Edición y montaje</i>	<i>página</i>	70
4.1.3. <i>Diseño de producción artística</i>	<i>página</i>	71
4.1.4. <i>Iluminación y color</i>	<i>página</i>	72
4.1.5. <i>Efectos visuales (VFX)</i>	<i>página</i>	73
4.2. <i>Recursos narrativos</i>	<i>página</i>	74
4.2.1. <i>El álbum visual</i>	<i>página</i>	78
4.3. <i>Recursos espaciales</i>	<i>página</i>	82
4.3.1. <i>El espacio urbano</i>	<i>página</i>	83
4.3.2. <i>El espacio íntimo</i>	<i>página</i>	84
4.3.3. <i>El espacio ficticio</i>	<i>página</i>	85
5. La arquitectura como recurso espacial del videoclip	<i>página</i>	86
5.1. <i>La arquitectura como motivo visual</i>	<i>página</i>	88
5.1.1. <i>La composición arquitectónica</i>	<i>página</i>	90
5.1.2. <i>El urbanismo vídeo-musical</i>	<i>página</i>	92
5.1.3. <i>El proyecto arquitectónico</i>	<i>página</i>	94
5.1.4. <i>La construcción del set</i>	<i>página</i>	96
5.1.5. <i>El diseño estructural para el vídeo musical</i>	<i>página</i>	98
5.1.6. <i>La expresión gráfica arquitectónica</i>	<i>página</i>	100
5.2. <i>El impacto cinematográfico de la arquitectura</i>	<i>página</i>	102
5.2.1. <i>La creación de ambientes y atmósferas</i>	<i>página</i>	104
5.2.2. <i>La arquitectura y el movimiento</i>	<i>página</i>	105
5.2.3. <i>El espacio psicológico</i>	<i>página</i>	106
6. Casos de estudio	<i>página</i>	108
· <i>Selección de videoclips</i>	<i>página</i>	110
6.1. <i>"911" de Lady Gaga</i>	<i>página</i>	112
6.1.1. <i>Contextualización musical</i>	<i>página</i>	114
6.1.2. <i>Despliegue audiovisual</i>	<i>página</i>	115
6.1.3. <i>La narrativa</i>	<i>página</i>	116
6.1.4. <i>El espacio cohesivo</i>	<i>página</i>	118
6.1.5. <i>La arquitectura como recurso</i>	<i>página</i>	119
6.2. <i>"Physical" de Dua Lipa</i>	<i>página</i>	120
6.1.1. <i>Contextualización musical</i>	<i>página</i>	122
6.1.2. <i>Despliegue audiovisual</i>	<i>página</i>	123
6.1.3. <i>La narrativa</i>	<i>página</i>	124
6.1.4. <i>El espacio cohesivo</i>	<i>página</i>	127
6.1.5. <i>La arquitectura como recurso</i>	<i>página</i>	128
6.3. <i>"No Tears Left To Cry" de Ariana Grande</i>	<i>página</i>	130
6.1.1. <i>Contextualización musical</i>	<i>página</i>	132
6.1.2. <i>Despliegue audiovisual</i>	<i>página</i>	133
6.1.3. <i>La narrativa</i>	<i>página</i>	134
6.1.4. <i>El espacio cohesivo</i>	<i>página</i>	137
6.1.5. <i>La arquitectura como recurso</i>	<i>página</i>	138
7. Conclusiones	<i>página</i>	140
8. Créditos	<i>página</i>	144

1.1. introducción

La música es un estímulo sonoro capaz de hacer florecer las emociones más puras de lo más profundo de nuestro corazón. No importa la edad ni el género y en la mayoría de ocasiones tampoco importa el momento que estemos atravesando. No conoce de bloqueos o prejuicios ni concede espacio a estos, pues es ella quien escribe sus silencios y los llena de sonido e historias según su propio "tempo". Estas historias pueden ser fruto de nuestra imaginación como seres humanos racionales, o bien pueden estar influenciadas por la aportación visual del imaginario de un desconocido que materializa y divulga su visión del arte a través de un proyecto audiovisual.

Bono, componente de la banda U2, dijo que *la música puede cambiar el mundo porque puede cambiar a las personas*, y es que ésta complementa momentos y genera en nosotros sentimientos que no somos capaces de olvidar. Unas veces tendremos el recuerdo de aquella cena familiar en la que nadie se levantaba de la mesa porque todos queríamos escuchar a esa figura paterna tocar la guitarra, y otras tendremos esa canción que poníamos en el coche al atardecer de vuelta a casa para que nuestra madre conociera a nuestra nueva cantante favorita. Y es que ¿quién no tiene una imagen enlazada a una banda sonora?

Estos recuerdos fueron provocados por *ilusiones audiovisuales* generadas por el valor añadido que presentan, siendo éste el *valor expresivo e informativo con el que un sonido enriquece una imagen dada* (Chion, 1993, 16) mediante el texto, la música, el movimiento, el espacio y el tiempo que, hilados a canciones, hacen que todos seamos protagonistas de fugaces fotogramas convertidos en secuencias visuales acompañadas de música, las cuales permiten que nos sintamos libres imaginando mientras escuchamos diferentes progresiones armónicas. Sin embargo, en otras ocasiones son las canciones quienes nos transportan a unas imágenes que no hemos vivido nosotros mismos, ya que son parte del recuerdo fruto de la imaginación de otras personas que hacen inseparable la composición musical de su propuesta visual. Es aquí donde entran en escena los videoclips.

También conocidos como vídeos musicales, son en la actualidad un compañero fiel de cualquier artista, puesto que no sólo les permite promocionar su música de una manera más completa, sino que también les ayuda a comunicar al público cuál es la dirección artística, estética y emocional del sencillo o de su próximo trabajo discográfico.

Cada vez es más frecuente encontrar proyectos vídeo-musicales que se distancian del original propósito promocional del videoclip clásico y que, por consiguiente, buscan elaborar un discurso narrativo, ganando así la atención del público y consiguiendo una mayor comprensión crítica del proyecto musical. Esto se debe en gran parte a la aparición de nuevas plataformas digitales de reproducción y ac-

ceso al contenido. *La narración en el videoclip ha encontrado un nuevo resurgir en las últimas décadas tras su traslado de la televisión a Internet* (Tarín, 2016, 5) ya que los videoclips originales se realizaban como producciones en masa de manera lineal con una finalidad meramente promocional, ocupando un espacio limitado de tiempo en las televisiones públicas que no iba más allá de los tres o cuatro minutos de duración, sin la posibilidad de volver a visionar el contenido una vez este llegaba a su fin. Este cambio de plataformas ha supuesto un choque cultural para las nuevas generaciones, ya que de esta manera se permite al artista y a su equipo apostar por propuestas más arriesgadas que convergen en nuevas formas de comunicar.

Los avances tecnológicos y la evolución social, así como el carácter revolucionario que poco a poco ha encontrado una vía de canalización artística capaz de compartir su expresión más liberal mediante el arte y la visualización de temas como la libre exploración de la sexualidad, el feminismo, la divulgación de los derechos de la comunidad LGTBQ+ o la crítica a las injusticias sociales, han sido factores que impulsaron una simbiosis entre los vídeos musicales y la narrativa de un discurso con un mensaje directo que apoya y refuerza la dirección comunicativa de la canción que representan. De esta manera, se consigue llegar a la creación de videoclips con carácter cinematográfico que, además, respaldados por el auge de plataformas de vídeo como YouTube, dotan al usuario de la libertad de acceso y elección del momento en que visualizan el proyecto audiovisual.

La manera en que se consumen los vídeos musicales desde la aparición de estos medios digitales ha cambiado mucho la forma de visualización del contenido, e inevitablemente ha alterado al conocimiento de la actualidad musical. Sin embargo, estos avances han permitido que lo que antes era un vídeo promocional musical pase a ser una pequeña obra audiovisual perdurable y memorable en el tiempo. Y es que alguno de estos vídeos han supuesto una cohesión tan perfecta entre la música, la narrativa y la estética que han conseguido trascender más allá de su función promocional original, llegando a hacerse un hueco y marcar un impacto imborrable en la memoria cultural de toda una generación.

1.2. objeto de estudio

1.2.1. objetivo principal de este TFG

Este trabajo pretende estrechar los lazos entre la arquitectura, la música y el cine. Se tratará de conocer la evolución de los videoclips y estudiar los múltiples usos que tiene la arquitectura más allá de los propuestos en el proyecto original, así cómo esta se ha convertido de manera efímera en el espacio escenográfico donde surge la acción de los vídeos musicales. Mediante el análisis histórico-evolutivo de los clips audiovisuales se llega a conocer cómo estos conversan con el mundo de la cinematografía, así como el de la arquitectura. Pondremos en valor su aprovechamiento y cómo ésta ha sido aplicada dentro del concepto audiovisual para hacerla formar parte de la escenografía, complementando así la narrativa de un proyecto musical.

1.2.2. objetivos específicos

OBJ. 1_ Conocimiento de los orígenes de la puesta en escena y cuales fueron los impulsores de la creación del formato original del videoclip.

OBJ. 2_ Estudio del videoclip como producto de la industria musical y su influencia en la historia de la música, así como su transformación con el crecimiento de los medios de comunicación y las redes sociales.

OBJ. 3_ Análisis del videoclip como proyecto que ayuda a conceptualizar y materializar la propuesta musical mediante una narrativa más extensa.

OBJ. 4_ Estudio del aprovechamiento de la arquitectura construida como medio espacial que acoge y conversa con la puesta en escena. Se detallará el uso de las diferentes escalas en función de la narrativa buscada del proyecto audiovisual.

OBJ. 5_ Análisis de casos de estudio donde apreciar y reconocer arquitectónica y cinematográficamente los puntos estudiados a lo largo del trabajo sobre la representación audiovisual de los vídeos musicales.

2.1. el rayo divino

Hablar de arquitectura es asumir que entendemos la concepción del espacio y somos capaces no sólo de habitarlo, sino de ser críticos y objetivos a niveles analíticos respecto a su diseño y construcción. Entender no sólo la materialidad que lo reviste y tener el criterio suficiente para ofrecer una opinión subjetiva sobre ella, sino también reducir un sinfín de estímulos visuales a las líneas conceptuales que fueron trazadas cientos de años atrás, siendo capaz de *enmarcar el infinito en un papel en blanco mediante un sistema de representación del espacio de manera simbólica* (Panofsky, 1983).

Resulta impensable creer que existe la posibilidad de reducir la ambigüedad de lo desconocido e imaginario, entendiendo esto como la percepción del espacio y todas sus dimensiones yuxtapuestas, forzándolo a concentrarse en un solo punto signifiante de lo infinito. Esto evidencia una *conquista del pensamiento metafísico-racional de nuestra cultura* (Vila, 1997, 61), asistiendo así al encuentro del arte y la ciencia; el nacimiento de la perspectiva.

Parece desleal hablar de ella sin remontarnos a su origen histórico en el siglo XV d. C. de la mano de Filippo Brunelleschi, un maestro de la ingeniería de la época quien, gracias a sus conocimientos en ámbitos como la matemática, la escultura y la arquitectura, condujo al mundo hacia uno de los descubrimientos indiscutibles que más perfiló las claves del Renacimiento: su teoría de la perspectiva.

Brunelleschi difundió su pensamiento de manera práctica empleando un dispositivo que generaba una "ilusión óptica", instrumento que fue de gran utilidad para la planificación urbanística de la época. Este dispositivo estaba formado por una lámina de madera sobre la que se pintaba de manera detallada el espacio que se deseaba proyectar. En el caso de que se tratara de un entorno urbano a cielo abierto, se colocaba una lámina de plata pulida sobre el cielo pintado que reflejaba las nubes y la profundidad e iluminación ambiental reales del espacio aéreo. Tras esto, se agujereaba la tabla de madera por el centro y se colocaba la escena pintada en el tablero enfrentada a un espejo. De esta manera, si el espectador se colocaba tras la tabla, mirando de manera perpendicular al espejo a través del agujero, veía reflejado el estado final del proyecto una vez construido. De esta manera, Brunelleschi conseguía mostrar al espectador su mismo punto de perspectiva, haciendo creer que se estaba viendo una realidad palpable y no un lienzo. [Fig 1] y [Fig 2].

Un descubrimiento es el augurio de nuevas formas de actuar, decidir, diseñar o juzgar, entre otros. Con la revolucionaria teoría de Brunelleschi se aplica una novedosa ley constructiva dictada por la razón y la perspectiva a la arquitectura y no sólo impactó en esta, sino que también influyó a otras ramas del arte.

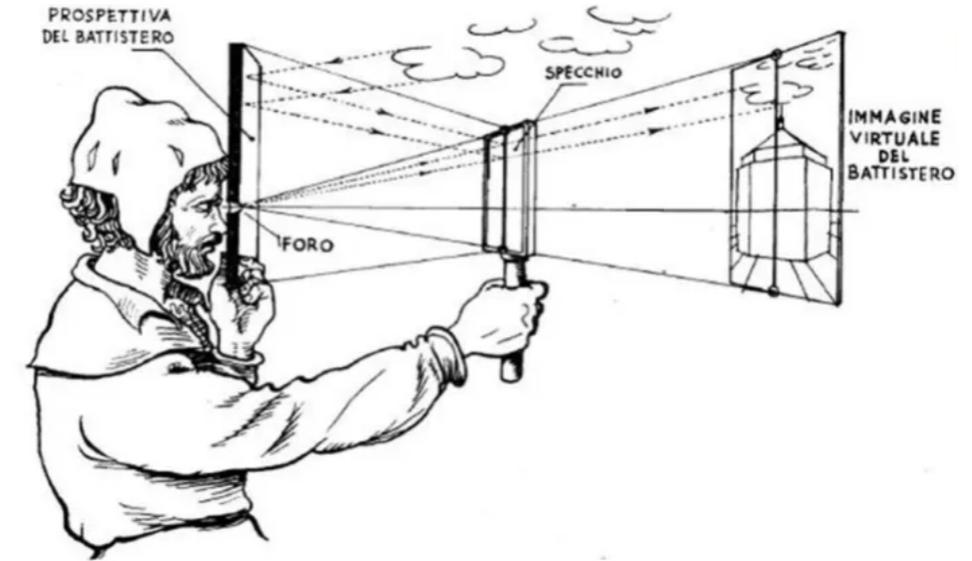


Fig. 1. Imagen explicativa sobre el funcionamiento del dispositivo empleado por Filippo Brunelleschi. [101]

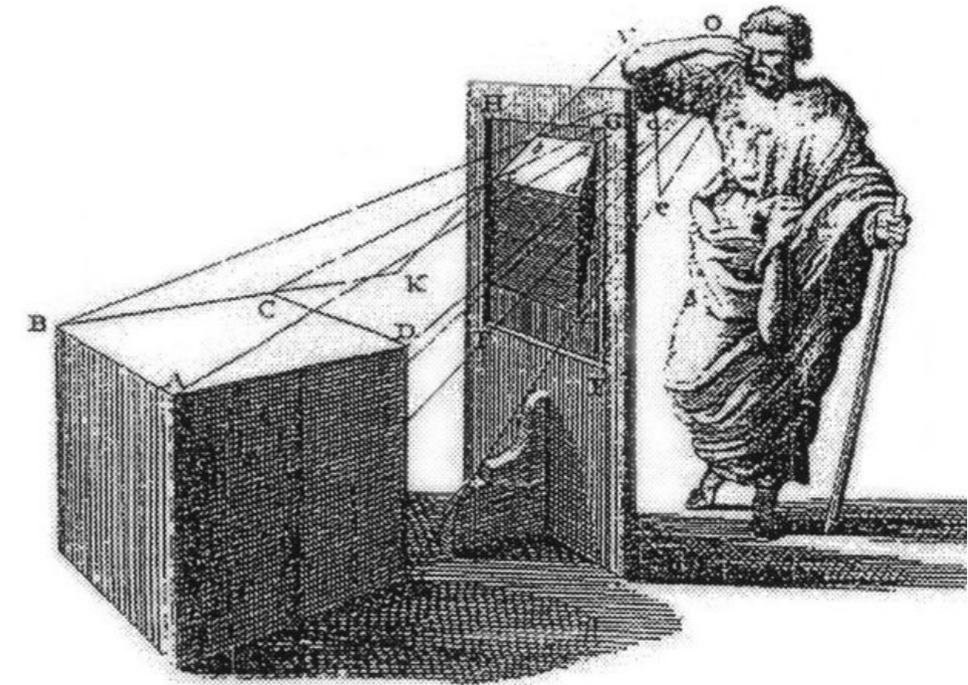


Fig. 2. Imagen ilustrativa de una variante del dispositivo empleado por Filippo Brunelleschi, en la que se apoya la lámina de plata sobre una superficie plana reflejando el cielo, agujereando la obra y vaciándola en el lugar que este ocupa en ella para ver así la reflexión de la lámina a través de la obra. [102]

Acostumbrada a representar la omnipotencia de Dios en los lienzos, la pintura empleaba de manera simbólica un fondo dorado y totalmente plano e infinito, más allá de los bordes que limitan los cuadros, para escenificar la presencia divina en sus obras. Con la llegada de la perspectiva se propone al espectador una "mirada a Dios", o "ver desde los ojos de Dios". Estructurada mediante un punto focal equivalente al fondo dorado empleado en el medievo, pero capaz de organizar el espacio, siendo el eje perpendicular a la obra el que une el punto de fuga de la representación en perspectiva con el ojo del pintor, a lo que Alberti denominó el "rayo divino" (Vila, 1997, 62- 63).

Uno de los mayores ejemplos de esto es *La Última Cena* de Leonardo Da Vinci, pintada entre los años 1495 y 1498. En ella podemos apreciar cómo todas las líneas de fuga (trazadas de manera auxiliar para facilitar la comprensión del esquema) convergen en el ojo del figurante central, siendo el punto rojo en el que intersectan todas estos esbozos el previamente mencionado *rayo divino*, conectando así la mirada del espectador con el punto de referencia focal de perspectiva de la obra.

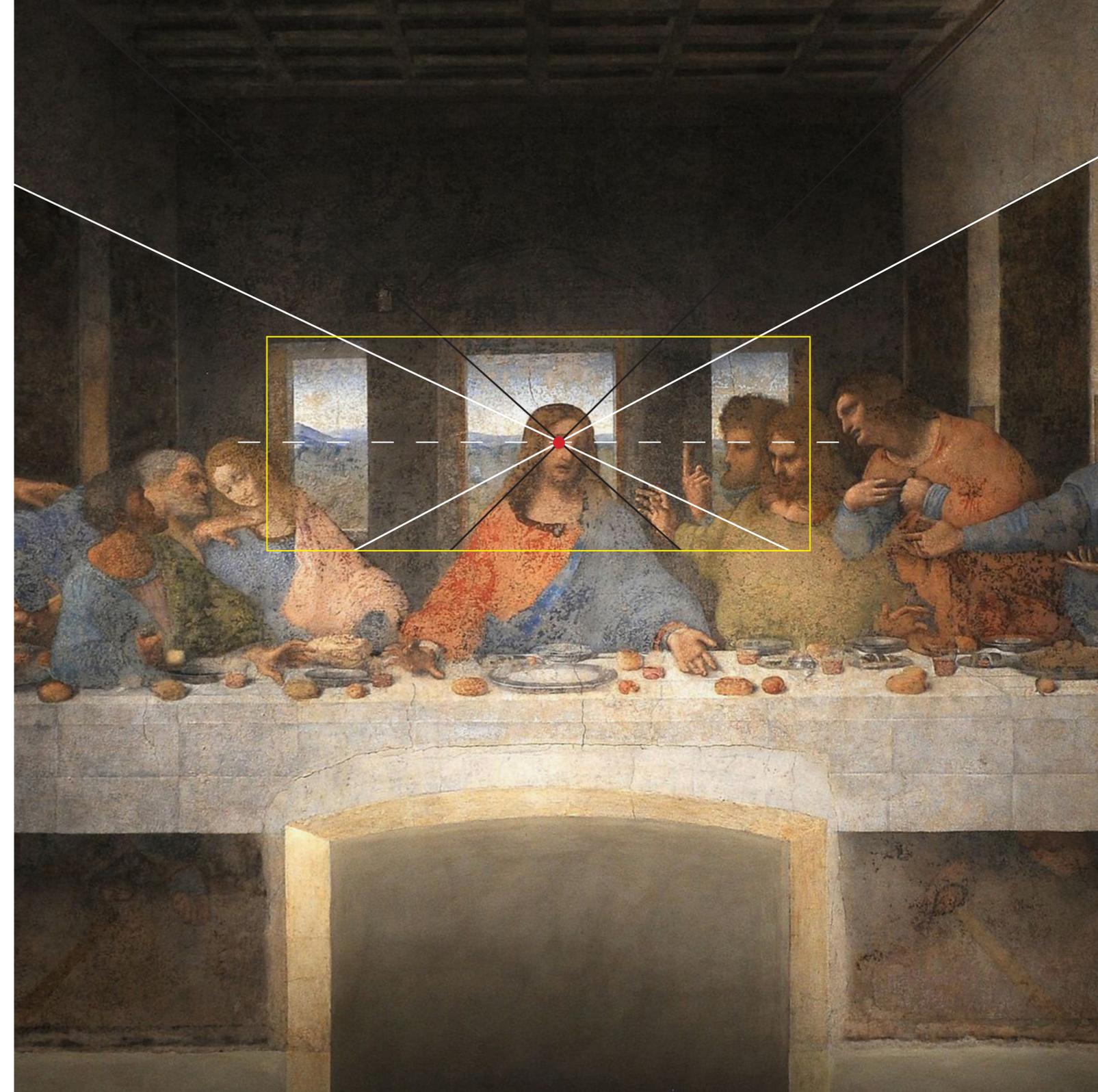


Fig. 3. La Última Cena, Leonardo Da Vinci (1495- 1498). [I03]

El espacio en perspectiva se convirtió en un criterio capaz de homogeneizar al objeto, al sujeto y al espacio en un mismo conjunto coherente en el ámbito visual. Según Pomponio Gauricus, "el lugar existe antes que los cuerpos que en él se encuentran y por esto es necesario establecerlo gráficamente antes que ellos". Este es uno de los principales motivos que verifican la importancia de elegir el punto de vista más idóneo en función de la ubicación espacial, con el fin de generar una representación óptima y así, escapar de posibles aberraciones ópticas en las puestas en escena.

Si lo que se pretende es garantizar la construcción de un espacio racional infinito y homogéneo, la perspectiva central asegura dos hipótesis: la primera, que se ubica un ojo fijo o inmóvil, y la segunda, que *la intersección plana de la pirámide visual se entiende como una representación fiel de nuestra imagen visual* (Panofsky, 1983, 8). Remontándonos al espectáculo teatral de las representaciones renacentistas, los actores acotaban el espacio escénico haciendo uso de elementos arquitectónicos como los planos verticales que delimitan el perímetro de la sala o las *baldosas del suelo, estableciendo el primer ejemplo de un sistema de coordenadas e ilustrando el moderno "espacio sistemático"* (Panofsky, 1983, 40), que les servía como referencia espacial de los diferentes elementos compositivos incluidos en la escena. De esta manera podían ubicar el centro del decorado respecto de la visión del espectador y configurar una composición compleja en perspectiva capaz de enmarcar a las figuras principales que intervienen en el escenario, envolviéndoles en un ambiente realista precediendo de esta manera al concepto que posteriormente se conocerá como "escenografía".

Definida por Vitruvio: "Escenografía es la reproducción ilusoria de la fachada y las paredes laterales [...] distinguiendo así *ichnographia*, representación del edificio en planta; *ortographia*, representación del edificio en alzado, y *scenographia*, representación del edificio en imagen perspectiva." (Vila, 1997, 74). En la escenografía teatral apareció un concepto conocido como "cubo escénico" o "caja espacial" que, aunque fue abolido durante las vanguardias, se recuperó en los proyectos audiovisuales de la actualidad. Consiste en el empleo de la perspectiva frontal en un espacio idealmente infinito que queda restringido a la imagen acotada de un cubo, compuesta de un punto de fuga principal que refuerza el *rayo divino*. En las representaciones teatrales de la época, el lugar en el público equivalente al ojo del pintor era el asiento reservado para los príncipes o altos cargos en su defecto.

La llegada del conocimiento y la aplicación del espacio perspectivo a los teatros en España fue algo más tardía, remontándose así al reinado de Felipe IV (1621 - 1665). Fue el monarca quien en el año 1630 ordenó comenzar la construcción del Palacio del Buen Retiro y a su vez, mandó traer de Italia al escenógrafo Cosme Lotti para que se encargase del proyecto de diseño del Coliseo y por ende, de su escenografía, quedando inaugurado en 1640.

Especialista de la época en el diseño pionero de escenarios y su aplicación de la perspectiva a estos, Lotti fue conocido por sus innovaciones en el mundo del teatro por la inclusión de elementos ca-

racterísticos como el *arco de proscenio* y su icónico *telón*, sobre el cual era recurrente imprimir bocetos pintados significativos de la obra teatral que escondía tras su extensión. Sin embargo, cabe destacar que, en ocasiones, el espacio teatral podía verse desplazado por exigencias del guión. En estos casos en que la representación seguía en otras estancias de palacio, siempre se cuidaba la prioridad visual del monarca. Cuando la representación se extendía a los jardines de palacio o al estanque del Buen Retiro, por cuestiones obvias, el *rayo divino* se desplazaba con la escenografía. En estas situaciones era común que los altos cargos sociales se montaran en pequeñas barcas para así seguir la evolución de la dramaturgia desde una perspectiva nuevamente privilegiada.

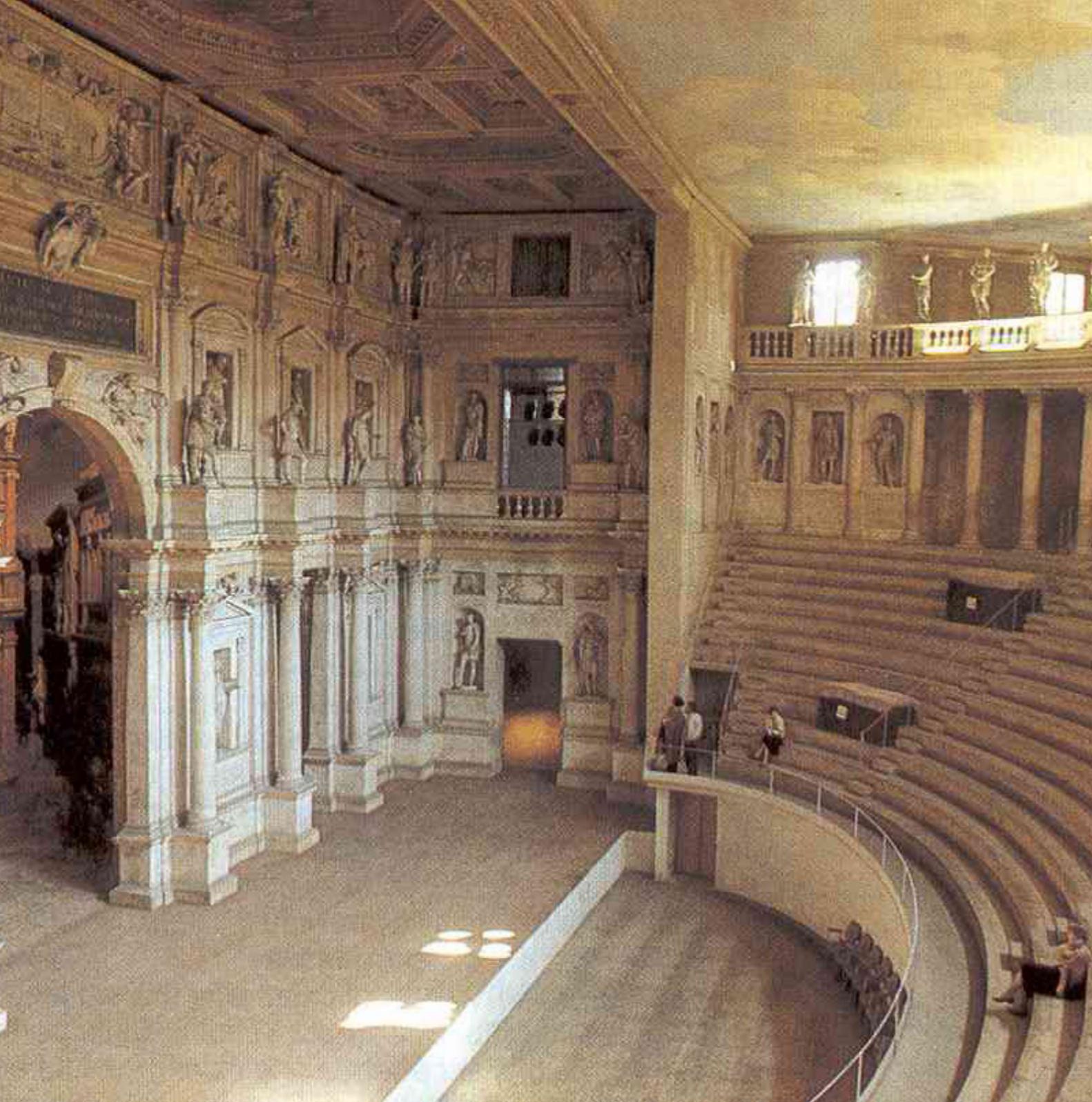
El hecho de que el *ojo del pintor* o el lugar del príncipe se pudiera movilizar sin que la concepción espacial de la esencia de la perspectiva escenográfica se alterase dio cabida a nuevas corrientes en el mundo del cine. La aplicación de estas prácticas llevadas del teatro al ámbito cinematográfico fue impulsada por los operadores de Lumière, quienes grababan el entorno urbano desde el interior de trenes y otros vehículos en movimiento consiguiendo así conducir al espectador hacia una nueva dimensión visual comunicativa dentro de la propia escena de manera homogénea y cohesiva. Esta acción generada por un operario fue la predecesora de los movimientos de cámara mecánicos: el *travelling*¹.

Fig. 4. Maqueta en física en la que queda representada una naumaquia² [104]



¹ El Travelling es según el diccionario de la Real Academia Española (RAE) el "desplazamiento de la cámara montada en rieles para acercarla al objeto, alejarla de él o seguirlo en sus movimientos".

² Representación teatral de un combate naval de origen romano que tenía lugar en grandes estanques, lagos o en su defecto, en un anfiteatro.



2.2. *los cimientos de la escenografía*

Una de las intervenciones teatrales más destacables de la historia de este arte es, sin lugar a dudas, la realizada por Palladio en el Teatro Olímpico de Vicenza, inaugurado el 3 de marzo de 1585. Se sitúa en el interior de una fortaleza medieval que sirvió como espacio gestante del futuro teatro. Su arquitectura heredada de los teatros romanos contrasta con las estrategias innovadoras que hacen de él un espacio escenográfico reseñable.

La estructura de este teatro está formada por unas gradas semicirculares situadas frente a la *orchestra*¹ (también semicircular, reforzando así la influencia de los teatros romanos y diferenciándose de la *orchestra* circular griega). En el perímetro, una imponente columnata que sirve de filtro y acceso a la sala del teatro. A diferencia de los teatros de la Antigua Roma, este se encuentra cubierto por un techado que presenta un *trampantojo*², ya que muestra un fresco del cielo, ampliando visualmente la percepción espacial de la acotada sala del teatro. El *proscenio*³, de geometría rectangular, queda ubicado entre la *orchestra* y el *scenae frons* o *frente escénico*; un frontal a modo de fachada ligera, de tres pisos de altura, en la que Palladio realiza cinco aberturas por las que los actores intervienen o desaparecen de la escena. Esta "falsa fachada" con aspecto de piedra pero construida en madera revestida por estuco, alberga decoraciones entre las que encontramos relieves, esculturas desnudas o nichos a modo de fachadas de templos a escala reducida, así como figuras con cuerpos femeninos y caras posteriormente sustituidas por masculinas, esculpidas en honor a los componentes de la *Sociedad Olímpica*⁴.

25

Fig. 5. Imagen del interior del Teatro Olímpico de Vicenza. [105]

1 Espacio reservado para la colocación de los músicos dentro de un teatro.

2 Ilusión visual que engaña al espectador haciendo creer que lo que tiene ante él es algo que, realmente, no es.

3 Espacio para la representación de la acción dramática situado delante del pórtico de la fachada escénica.

4 La Sociedad Olímpica era un grupo fundado en el año 1555, formado por veintiún hombres entre los que se encontraba Palladio. En sus reuniones realizaban tertulias culturales o trataban cuestiones teatrales. Mandaron construir el Teatro Olímpico de Vicenza.

Al otro lado de la *scenae frons* encontramos un espacio que, en este proyecto, mostró un rumbo innovador, pues iba más allá de su uso original de área privada para el tránsito de los actores y del personal partícipe de la representación teatral, así como de almacenamiento del *atrezzo*¹ y otros elementos parte del decorado: Palladio reforzó la idea del *trampantojo* (ya previsto para el cielo pintado en el techo del teatro) diseñando un tejido de *calles ficticias* tras los arcos de la fachada del frente escénico, de manera que se generaba una ilusión óptica que aportaba profundidad a la sala, además de realismo y perspectiva al representar el *alzado urbano* de la ciudad.

Con esta hazaña, no sólo conseguía dotar de realismo a la representación escénica, sino que también rompía con la teórica del *ojo del pintor*, puesto que ahora, cualquier asistente a la obra podría ver la representación desde un ángulo que dirige su vista hacia un *punto de fuga* distinto en función de la ubicación de su asiento, como si de una representación en un espacio a cielo abierto se tratase, y por tanto, no estando limitada a la perspectiva frontal.

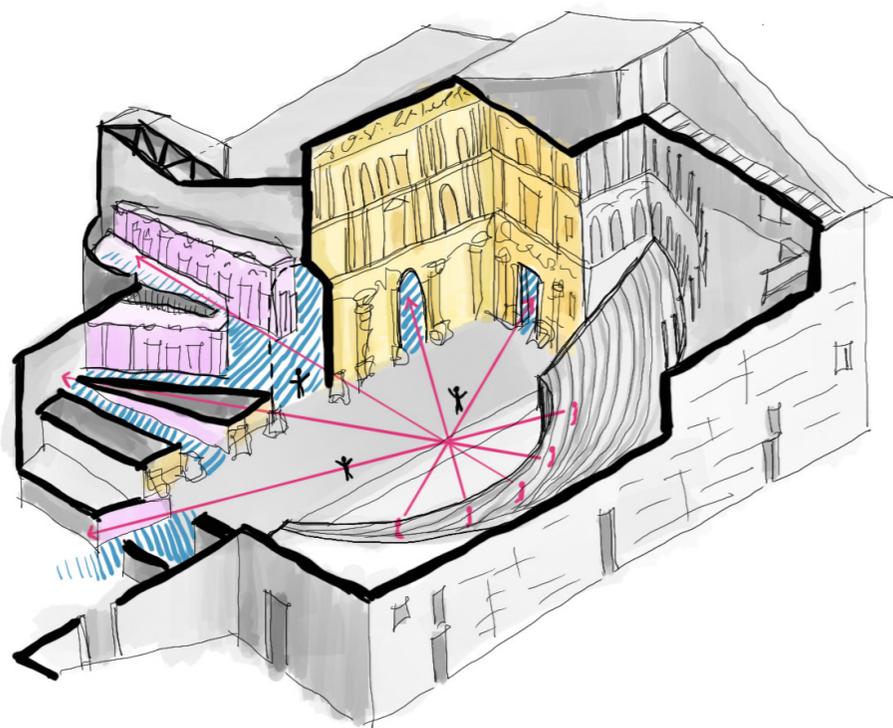


Fig. 6. Axonometría seccionada que muestra las diferentes zonas del teatro [106]

¹ Del italiano "attrezzo", se refiere al conjunto de objetos y enseres que forman parte del decorado, requeridos para llevar a cabo una representación escénica.



Fig. 7. Vista por el arco central del frente escénico hacia la calle principal de la escenografía interior del Teatro Olímpico. [107]

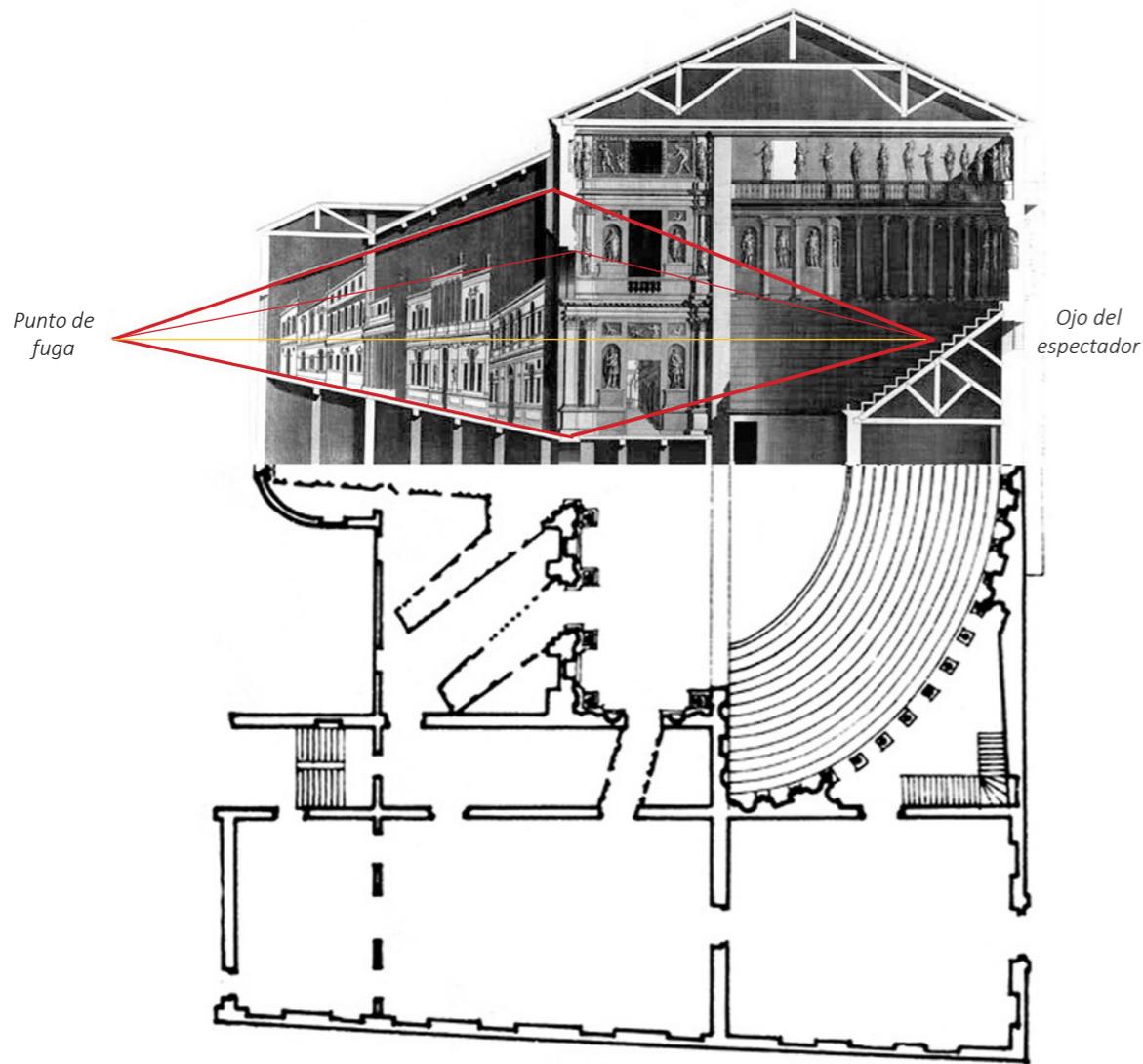


Fig. 8. Planta y sección detallada del Teatro Olímpico por la calle central de la escenografía [108]

Los arquitectos trabajan en un amplio abanico de escalas a la hora de definir el detalle de montaje de una carpintería o de diseñar la distribución urbana de una ciudad. Es por ello que la comprensión y el manejo de la escala es de vital importancia a la hora de definir los espacios, ya sean urbanos, como las calles o los parques, el interior de los edificios o la fachada de los mismos.

La profundidad va de la mano de la dimensión. La arquitectura es una interacción armoniosa de elementos constructivos que conforman un hito. Sin embargo, son muchas las ocasiones en que las dimensiones de estas construcciones superan la capacidad visual del ser humano. Esto se refiere a que, cuando la escala de trabajo es demasiado grande o incluso monumental, *el ojo humano tiende a distorsionar el espacio, de modo que las cosas que son, en realidad, del mismo tamaño no se parecen. Otras veces, los arquitectos no tienen el espacio físico que necesitan para crear la profundidad real implícita en el diseño. En cualquier caso, la perspectiva forzada puede ser la solución.* (Tormentarium, 2017).

Esta fue la decisión por la que Palladio apostó para el diseño del Teatro Olímpico de Vicenza y que Scamozzi reprodujo en su construcción. Se llevó a cabo la configuración de una calle por cada una de las puertas de acceso a la escena, y en las fachadas laterales que recorrían toda su extensión, se jugó con la altura de los edificios representados siguiendo la perspectiva de cada una de estas calles. Debido a esta cuestión, los edificios presentaban una dimensión distorsionada de la escala real, pero con esta solución conseguían generar una ilusión óptica para el espectador, puesto que el final de la visión siempre acababa en el horizonte, presenciando nuevamente un *trampantojo* de mano de la arquitectura.

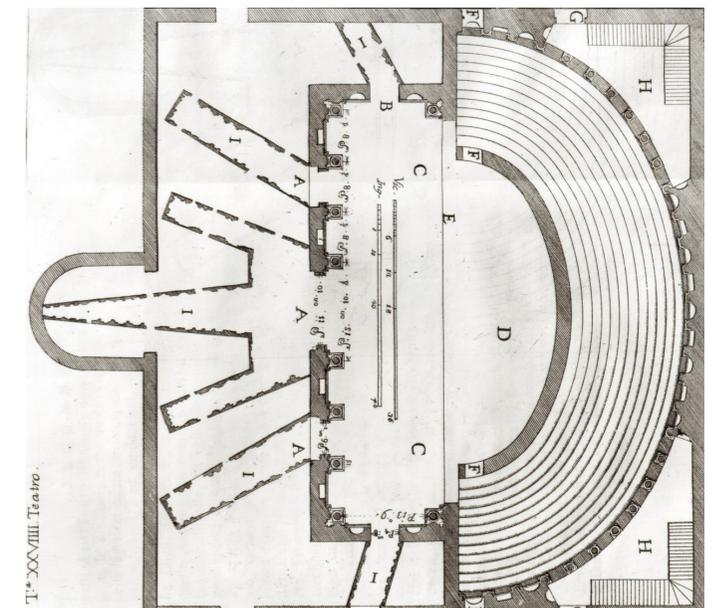


Fig. 9. Planta del Teatro Olímpico de Vicenza. [109]

Ramas de las bellas artes o las artes escénicas, tales como el teatro, el interiorismo o los recitales musicales como la ópera, aportaron sus recursos de manera altruista en función de las experiencias propias vividas dentro de cada sector del arte. Posteriormente, la arquitectura se ramificó para ofrecer una perspectiva que ayudó a instruir decisiones y redefinir costumbres adquiridas previamente o por acumulación histórica, de manera que la evolución cinematográfica y de la escenografía fue un proceso orgánico y prácticamente simultáneo. Cabe destacar que *la escenografía es una de las artes más antiguas de las que se ha servido el cine* (Murcia, 2002, 20).

Con el dominio de la perspectiva y su aplicación posterior a las artes escénicas, los decorados adquieren un realismo más allá de la ficción, cruzando la barrera del impacto psicológico. Este progreso acompañado y reforzado por los avances en la posproducción de efectos y la inclusión del proscenio asientan las nuevas corrientes escenográficas de la época comprendida entre los siglos XV y XVI. A partir de este período histórico y hasta el siglo XIX, a penas hubo avances notables en el campo de la puesta en escena. Sí incluyeron algunas innovaciones remarcables que complementaban las representaciones teatrales, como los efectos lumínicos por la introducción de la iluminación mediante gas o la inclusión de elementos móviles mediante mecanismos hidráulicos.

En el siglo XX, la escenografía del cine no sólo se distancia de la teatral, sino que además le sirve de influencia a esta, la cual había incluido por primera vez en su historia la puesta en escena tridimensional, reforzada por decorados muy detallados, provocando así la escenografía que se conoce en la actualidad. Pruebas de estos nuevos decorados "ultra realistas" se encontraban en las obras de Erwin Piscator¹. Según comenta Bertolt Brecht (1898) en su libro "Escritos sobre teatro", Piscator tuvo que invitar a los espectadores a que subieran al escenario para así poder mostrar parte del decorado de su escenografía. En este caso se trataba de unas cañerías rotas.

¹ Erwin Piscator (1893 - 1966) fue un director y productor teatral de origen alemán, pionero en el teatro por incluir en algunas de sus representaciones pantallas de proyección como parte de la escenografía de la obra.



Atendiendo al mundo de las artes musicales, fue la ópera una de las primeras variantes que incluyó grandes decorados en sus escenografías. Sin embargo, estos destacan más por su carácter monumental, grandioso, que por la simbiosis con la narrativa de la obra, al contrario que en las representaciones teatrales.

Giovanni Pastrone (1883 - 1959) conocido bajo el seudónimo de "Piero Fosco", creador de la aclamada película *Cabiria* (1914) [Fig 5], junto con George Albert Smith (1864 - 1959), fueron pioneros en el uso del *travelling* o *trávelin* en el cine de la época. En el rodaje de *Cabiria*, intervino el español Segundo de Chomón (1871), quien innovó desplazando la cámara entre los decorados de la puesta en escena para lucir y destacar su esplendor. G. A. Smith enfatizaba este movimiento de cámara en los actores para variar el punto de vista de la trama y acercarla al espectador. De esta manera conseguía agudizar el interés del público y curiosear a una escala de detalle atendiendo a la expresión visual y la gesticulación de los protagonistas.

De la misma manera que se buscaba la fidelidad emocional de la actuación con el espectador, debido a la falta de información y/o recursos de la época era habitual encontrar réplicas falseadas de algunos de los decorados, así como soluciones poco fidedignas resueltas mediante prótesis con esqueletos de madera, revestidas de escayola y otros materiales tratados exteriormente con una aplicación de color que contrastaban con un atrezzo² acorde a la época de la trama representada.

Uno de los ejemplos donde podemos encontrar este tipo de soluciones de rodaje es en la película *El caballero del dragón* (1985) de Fernando Colomo, filme que incluía en el guión original descripciones sobre cómo debería ser el decorado de la escenografía.

Fig. 10. Póster oficial de la película "Cabiria" estrenada el 18 de abril de 1914 [1010].

² Conjunto de objetos, prendas de ropa, accesorios y otros elementos decorativos que refuerzan la coherencia temporal de la obra.

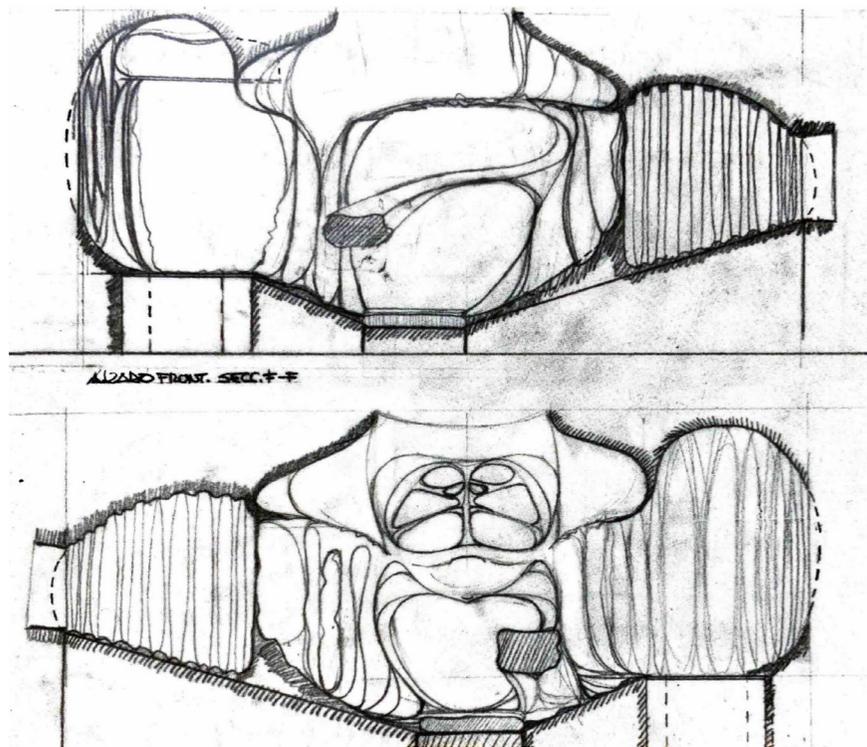
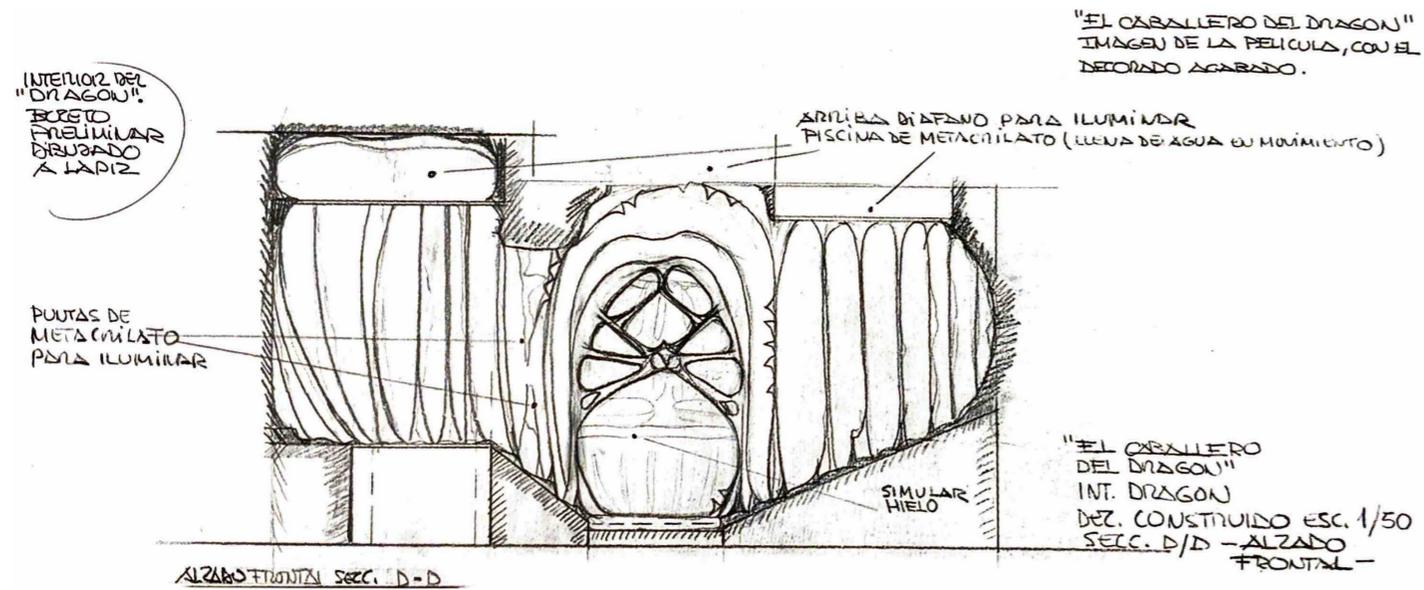


Fig. 11. Alzados interiores seccionados del aspecto del "dragón". Diseño de Enric Ventura. [1011]

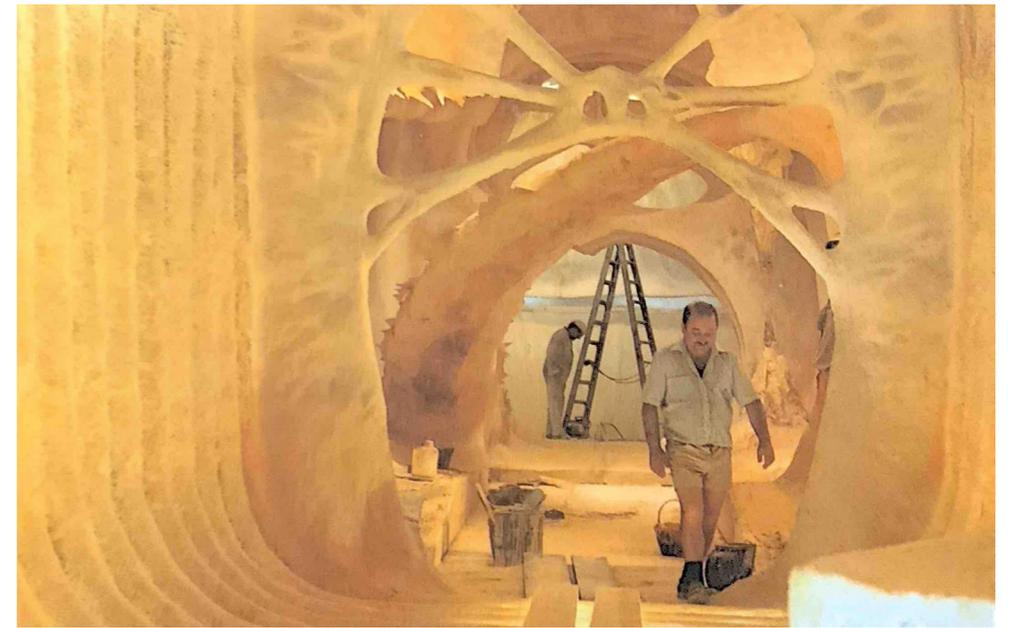


Fig. 12. Imagen interior durante el montaje del decorado interior del "dragón" en el que se puede apreciar la construcción de las paredes con revestimiento de yeso. Diseño de Enric Ventura. [1012]



Fig. 13. Imagen de la película "El caballero del dragón". Diseño de Enric Ventura. [1013]

2.2.1. *la dirección artística*

El mundo audiovisual se ve en el compromiso de representar de la manera más fiel posible lo que el espectador está acostumbrado a ver en su día a día, siempre y cuando esta sea la intención directa del guión. En todo caso, para asegurar la identidad del proyecto artístico, se conforma un equipo de trabajo que se focaliza en buscar una dirección estética y unos códigos visuales que sean representativos de la obra.

En el principio del cine no había cineastas (Gorostiza, 2007, 231), eran los propios trabajadores interesados en llevar a cabo la obra los que iban solucionando los diferentes contratiempos que surgían previos y durante el rodaje, hasta que la complejidad de los problemas comenzó a adquirir magnitudes de trabajo insostenibles, obligando a designar nuevas especialidades entre los trabajadores, como la de "técnico cinematográfico". Durante mucho tiempo se pensó que el director cinematográfico estadounidense D.W. Griffith (1875) fue quien inspiró muchos de los elementos arquitectónicos de las primeras décadas del S XX, pero más tarde aparecieron otros nombres exhumados de los créditos originales de películas de la época. Este hecho no hace más que evidenciar *la escasa importancia que se atribuía al arquitecto que trabajaba para el cine* (Ramírez, 1993, 30).

Los predecesores de los técnicos cinematográficos fueron los escenógrafos teatrales. Estos se encargaban de diseñar y decorar los espacios donde tenían lugar las representaciones teatrales y, además, su función desempeña un papel fundamental en el que prima la comunicación interna del equipo de desarrollo artístico. Esto involucra tanto a la dirección de fotografía, como al departamento de maquillaje, peluquería, vestuario, coreografía o movilidad del intérprete, entre otros. Es vital que sus decisiones estéticas estén cortadas por el mismo patrón para asegurar una coherencia visual y cinematográfica, así como espacio-temporal en lo que a la trama del proyecto respecta.

En algunas ocasiones, los rodajes tanto de cine como de videoclips se realizan en espacios públicos exteriores en los que no es necesario añadir decorados o modificar los existentes. Sin embargo, muchos de los sets tienen lugar en interiores de edificios, locales o espacios vacíos, que incitan a incluir en el espacio escénico el atrezzo necesario para humanizar la toma de grabación y dotarla de una naturalidad difícil de conseguir por otros medios digitales (aunque cada vez más fidedignos), incluso les sugiere adecuarse a la imagen de otra época diferente, por lo que se ven obligados a crear el set de rodaje con el decorado acorde para la grabación. Este trabajo implica conocer el ideario visual de los guionistas y las generaciones previas, así como llegar a acuerdos para diseñar un decorado acorde al universo descrito para luego construirlo en un plató. Según dice Ephraim Katz (1932) en su libro *"The Film Encyclopedia"*: *un director artístico debe tener conocimientos de arquitectura y diseño, de los estilos de decoración y vestuario de todos los períodos, habilidad gráfica, agudeza financiera, [...] y de lo relativo a la producción, incluyendo fotografía, iluminación, efectos especiales y montaje.*

De manera intrínseca, los responsables de la dirección cinematográfica y artística suelen evitar mostrar los entresijos del rodaje de sus trabajos. Sin embargo, uno de los eventos cinematográficos postpandémicos que impactó en la retina de la generación actual fue la serie *"Veneno"* (2020), escrita y dirigida por Javier Calvo (1991) y Javier Ambrossi (1984).

Popularizada en España y triunfando al otro lado del océano, este *biopic*¹ que narra las memorias de Cristina Ortiz (1964), comúnmente conocida como *"La Veneno"*, presenta una dirección de arte espléndida, no sólo por el cuidado detalle en los sets de grabación, sino también por el ingenio puesto en la materialización de metáforas representadas mediante decisiones artísticas que ayudan a asimilar psicológicamente escenas que pellizcaron el corazón de quienes le dieron la oportunidad.

¹ Película biográfica en la que se narra la vida de una persona.



Como broche final del capítulo 5 titulado "*Cristina a través del espejo*", se muestra a la protagonista en la segunda etapa de su vida, tras alcanzar la fama televisiva y causar furor mediático, totalmente sumida en la tristeza al enterarse de la cancelación del programa de televisión que la catapultó al éxito y la hizo acercarse a las casas de la gente cada semana, ganándose el cariño del público con el que suplió las carencias emocionales y afectivas que sufría desde su infancia por parte del entorno familiar.

Para esta escena, los directores de arte tomaron la decisión de recrear el plató de televisión original del programa de Pepe Navarro "*Esta noche cruzamos el Mississippi*" (1995) aunque dejándolo un tanto desolado, puesto que minutos previos a esta escena comienzan a recoger las pertenencias del set para su vaciado y posterior cierre.

En esta secuencia se pretende comunicar al espectador que la vida de Cristina se ha venido abajo tras la noticia, y para ello, deciden destruir mediante explosiones y derrumbes el decorado del set durante la grabación de la propia escena, de manera que sólo existe una única toma válida que debía ser perfecta; de lo contrario, habría que volver a diseñar y construir todo el set sólo para grabar esta secuencia de apenas 30 segundos.

36

A la par que suceden estos estímulos, la cámara realiza un trávelin que va desde un primer plano de Cristina, mostrando su evidente tristeza, hasta un plano picado cuya función es incrementar la sensación de debilidad y fragilidad sobre el personaje, así como sirve para ayudar al espectador a percibir lo que está ocurriendo a su alrededor.

Además, la escena está acompañada de una canción creada específicamente para la serie, titulada "*Nunca debiste cruzar el Mississippi*" interpretada por Leiva, la cual carece de videoclip oficial, aunque inevitablemente, para las personas que hayan visualizado la serie, sin duda ésta será la secuencia que dote de identidad visual a la canción del artista.

Fig. 15. Dibujo de la escenografía del set de "VENENO". [I015]

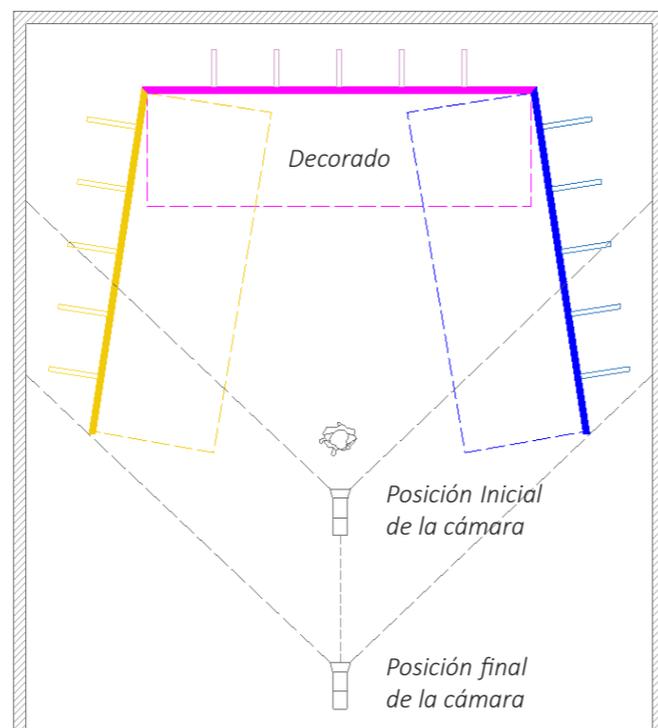


Fig. 16. Fotograma extraído de la serie "VENENO". [I016]

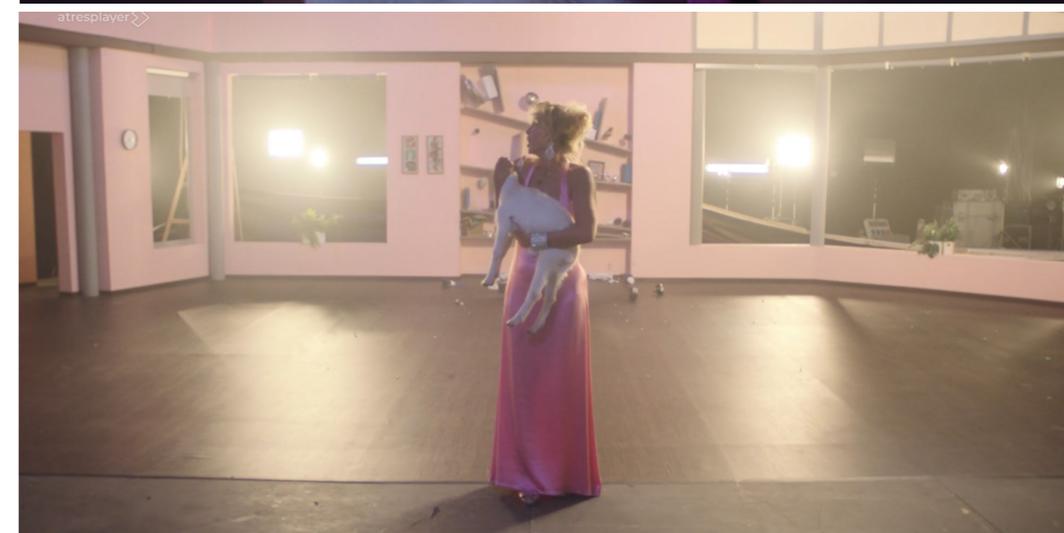


Fig. 17. Fotograma extraído de la serie "VENENO". [I017]



Fig. 18. Fotograma extraído de la serie "VENENO". [I018]

2.3. antecedentes de los videoclips

Si bien el videoclip tuvo numerosos predecesores, uno de sus fieles orígenes es el cine. A finales del siglo XIX, de la mano del cine mudo que se proyectaba al público en las pantallas de algunos teatros en Estados Unidos, era común que un músico y un vocalista tocaran alguna pieza mientras se proyectaban imágenes que reforzaban el discurso de la canción interpretada durante la espera. Estos eventos no sólo sucedían minutos previos al inicio de la proyección cinematográfica, sino también durante los cambios del rollo de película de los proyectores de la época, ya que era una manera ágil de entretener al público mientras el encargado realizaba su trabajo de intercambio. Estas interpretaciones propias de los espacios musicales en el cine adoptaron el nombre de "canciones ilustradas". Además de entretener, estos espacios eran los que actualmente, las grandes marcas utilizan para promocionar sus productos en los medios de comunicación, por lo que estas canciones ilustradas servían a su vez, no solo como medio de entretenimiento artístico sino también promocional del artista en cuestión.

"Video-clip" es la denominación que reciben las realizaciones audiovisuales con fines meramente promocionales, que buscan acercar al público juvenil las últimas novedades musicales. Se caracterizan por tener la duración exacta o aproximada de la canción que representan, siendo un producto de consumo rápido e inmediato. Además de este carácter que, podría decirse, es urgente, los clips musicales se diferencian del cine en características referentes a la calidad de imagen, siendo esta en sus inicios sustancialmente menor, de manera totalmente concienciada, que los largometrajes de la gran pantalla. La facilidad de acceso a copias del formato y el interés por los procesos mixtos son otros de los factores que definen al videoclip; los primeros ejemplares de estos proyectos audiovisuales se filmaban en formato película de 35 mm mientras que el sonido, la edición y los efectos de posproducción se realizaban en vídeo, beneficiándose así de la calidad de imagen cinematográfica e introduciendo a su vez efectos electrónicos distintivos.

Se podrían destacar dos modelos de videoclips relativamente antagónicos: por un lado están aquellos que emplean numerosos recursos cinematográficos y, por otro lado, los que se alejan de estos recursos de grabación y edición de cine, acercándose a unas propiedades más experimentales nutridas por el *videoarte*¹. Sin embargo, el *videoarte* y los videoclips plantean una problemática entre sí, y es que *la función publicitaria de los clips es contradictoria al rechazo que manifiestan los videoartistas hacia los medios de comunicación* (Durá, 1988, 12- 13).

El videoclip es considerado el último eslabón de los proyectos audiovisuales. La voluntad de asociar la música a las composiciones iconográficas surge desde los inicios del cine. Sin embargo, no se consolidó hasta que compositores como Arnold Schönberg (1874) o pintores como Kandinsky (1866)

¹ Movimiento artístico que emplea montajes de grabaciones de vídeo y sonido como método de manifestación visual.

mostraron vocación por fusionar su arte con la música. En el caso del pintor, Kandinsky, trató la sinestesia² con la finalidad de relacionar música y composición visual. Es así como en el año 1931 diseñó un mural formado por tres paneles con dibujos sobre azulejos blancos llamado "*Salón de la música*", el cual fue expuesto en la Exposición de Arquitectura Alemana en la ciudad de Berlín. Acompañados de un piano de cola y un intérprete, se reproducía música clásica que sirvió de inspiración al pintor en directo, mientras los curiosos se acercaban a disfrutar de la experiencia. Con la existencia y proliferación de eventos innovadores del arte que mostraban su voluntad por mezclar eventos relacionados con lo visual y otros eventos relacionados con el disfrute sonoro, empezaron a brotar las primeras notas del futuro *clip musical*.

² Según la RAE: "Imagen o sensación subjetiva, propia de un sentido, determinada por otra sensación que afecta a un sentido diferente".

Fig. 19. Sala de exposición de la obra *Salón de la música* de Kandinsky en Berlín. [1019]



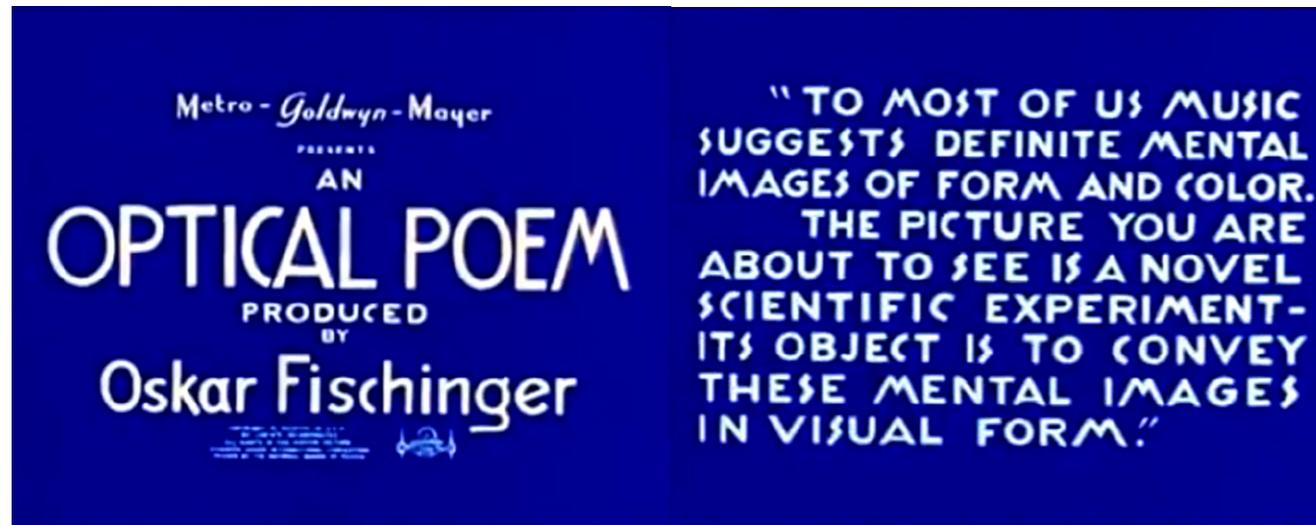
2.3.1. el cine experimental

La primera muestra firme de simbiosis entre imagen y sonido vino de la mano del cine experimental de Fischinger (1900), un cineasta de nacionalidad alemana que, influenciado por las vanguardias europeas, fue capaz de unificar el carácter innovador de esta corriente con sus cortometrajes publicitarios. Estos cortos, que empezaron a popularizarse entorno al año 1921, fueron realizados teniendo en cuenta en carácter prioritario los ritmos y compases de la música, a los que adaptaba imágenes, confeccionando de esta manera uno de los criterios de elaboración y montaje de los videoclips actuales, y dando cabida así a lo que posteriormente fue conocido como "cine musical".

Una de sus producciones más conocidas fue "Poema Óptico", presentada por la compañía de producción y distribución cinematográfica estadounidense "Metro-Goldwing-Mayer" en 1938, a la que el cineasta puso imágenes geométricas que dotaban de una identidad visual subjetiva a la "Segunda Rapsodia Húngara" de FranzLizst (1811).

Al inicio del vídeo se realiza una introducción hablada que ayuda al espectador a entrar en contexto de lo que se va a visualizar. Traducida al castellano dice lo siguiente: "Para la mayoría de nosotros, la música sugiere imágenes mentales definidas de forma y color. Las imágenes que está a punto de ver son parte de un experimento científico cuyo objetivo es comunicar esas imágenes mentales en una forma visual".

Fig. 20. Fotogramas obtenidos del vídeo "Poema Óptico de Oskar Fischinger". [1020]



Poema óptico
Oskar Fischinger



Escanear el QR para
acceder al vídeo [V01]

2.3.2. el cine musical

Se popularizó en los años 30 y, junto con la comedia musical, fue uno de los géneros más populares de la década, especialmente en Hollywood. Alguna de las características que mejor expone a estos géneros es el robusto peso que tiene la parte musical dentro de la representación. Partiendo de las directrices de personalidades como Busby Berkeley (1895) o Vicente Minelli (1903), se consiguieron realizar vitales innovaciones en la estructura del cine clásico, gracias a la inclusión de escenas bailadas donde los movimientos de los actores, de las cámaras, la danza y la escenografía respondían a los ritmos marcados de la música, siendo esta la que prácticamente dirigía la acción.

El cine musical se diversifica durante los años 50 y 60 hacia la creación de grupos musicales como Los Beatles (1956) y otros perfiles cercanos al *rock and roll*. Tras el éxito de celebridades como Elvis Presley (1935) en rodajes cinematográficos de carácter musical, además de su evidente furor en el mundo de la música, se dice que fue *el primer cantante cuya imagen generó tanto impacto como su música* (Sedeño, 2002, 24) [Fig 23].

Como se menciona previamente, Los Beatles son un ejemplo claro de cine musical, puesto que rodaron numerosas películas entorno a los años 60 tales como "*Help*" (1965), *así como* algunos cortometrajes para algunas de sus canciones como "*Strawberry Fields Forever*", hasta que en los años 70 rodaron su última película documental: "*Let it be*".

Fig. 21. Portada de la película documental de "Let it be". [I021]



Let it be
The Beatles

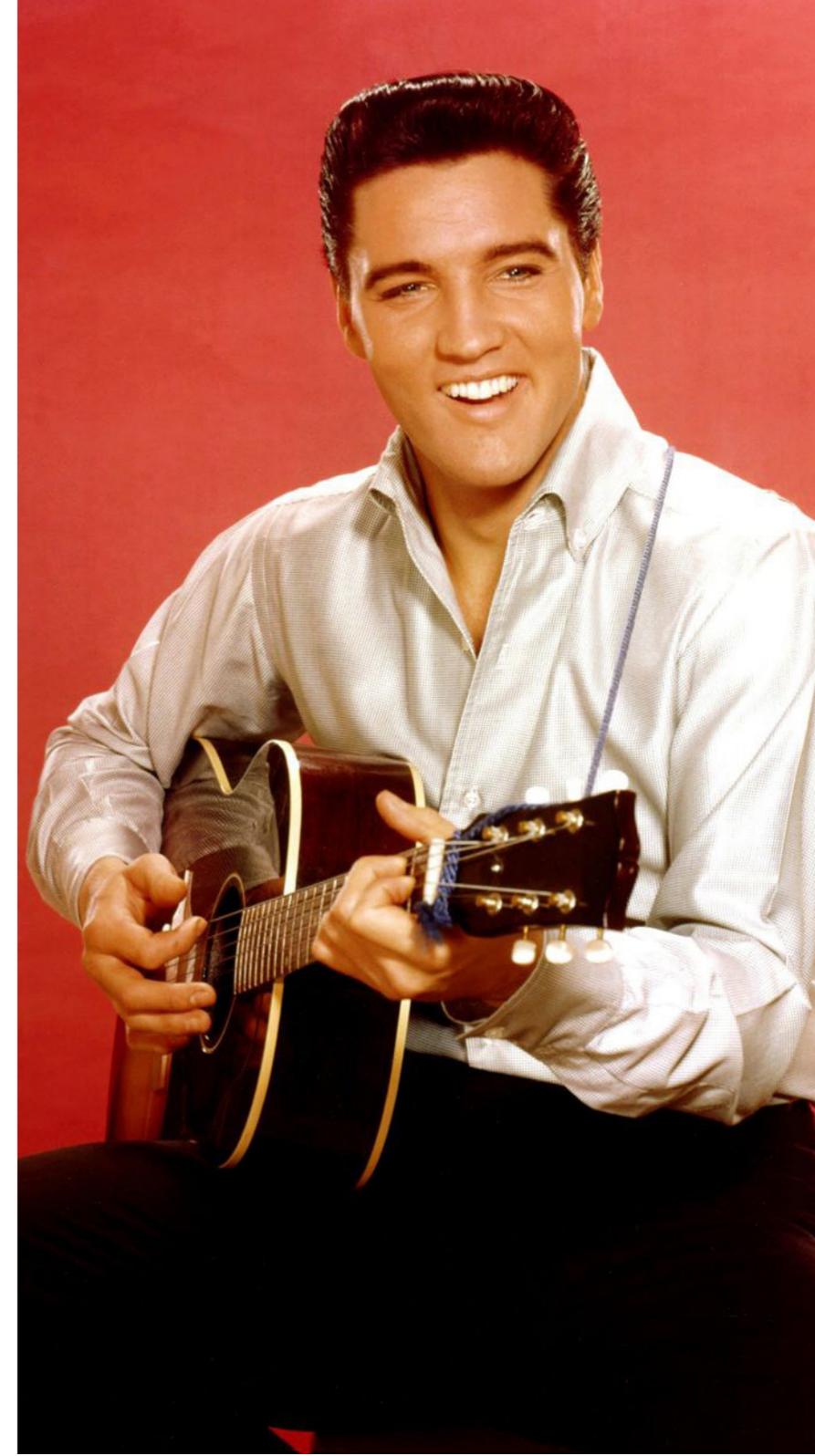


Escanear el QR para
acceder al video [V02]

Encontramos varios aspectos que perfilan algunas diferencias destacables entre el cine musical y los videoclips: por un lado, distinguimos un claro posicionamiento por parte del clip hacia los medios publicitarios o *mass media*.

La función primordial de un videoclip en su origen histórico no es más que la de provocar una llamada de atención que dirija el interés del oyente hacia el álbum o sencillo de un intérprete. Sin embargo, el cine musical va más allá de los medios de comunicación, sin buscar la viralidad, ya que apuesta por ser un *objeto de consumo cultural por sí mismo* (Durá, 1988, 31).

Fig. 22. Imagen promocional de Elvis Presley con motivo de la renovación de su contrato. [I022]



3.1. el videoclip como medio de publicidad

El manejo del tiempo y el espacio en la trama es crucial para crear un mundo imaginario que atrape al espectador y mantenga su atención. En la actualidad, esto es algo difícil de conseguir puesto que las redes sociales acostumbran al consumidor a vídeos de muy corta duración (entorno a los 15 o 30 segundos). Como consecuencia, se consume mucho más contenido que con campañas publicitarias más extensas. Sin embargo, esta forma de consumo genera aburrimiento o la sensación de falta de agilidad en el resto de filmaciones que superen la barrera de los 30 segundos.

Con la llegada de los Beatles se produce una revitalización de la escena musical, así como del género *rock* que, en la época de los 60, sufrió una gran crisis de popularidad. Fueron estos quienes consiguieron impulsar algunos avances creativos y emparentarlos con el *pop* de la época.

Los setenta fueron años de especial desarrollo del videoclip que se conoce hoy en día. A mediados de esta década, trabajadores de las discográficas de Estados Unidos comenzaron a difundir vídeo filmaciones de conciertos con la finalidad de ampliar el conocimiento del panorama musical y exponer en lo más recóndito del país las novedades musicales que surgían, cosiendo así una estructura geográfica dispersa con hilos de comunicación urgentes y efectivos, además de económica. Los vídeos que se enviaban eran generalmente fragmentos de actuaciones grabadas, por lo que se mostraba al grupo en su más rica pureza y esencia. Esto, en ocasiones y en función del tipo de música que hacía cada uno, podía ser considerada como una propuesta válida y perfecta para publicar en los medios de comunicación o, si por el contrario, se trataba de una agrupación musical cuya actuación en directo no era llamativa o atractiva visualmente, se optaba por añadir efectos especiales.

Esta sobreexposición de los grupos musicales de la época y el interés que comenzaron a generar en la sociedad, coexistiendo en un momento histórico en que la televisión sufría avances importantes en cuanto a la inclusión de diferentes canales de visualización de contenido, supuso una combinación histórico-temporal perfecta para llevar a cabo lo que fue el siguiente paso en la instauración social de los videoclips: la posibilidad de comercializar la música mediante un canal de televisión.

God only knows
The Beach Boys

Escanear el QR para
acceder al vídeo [V03]



Fig. 23 Portada del single "God Only Knows" de The Beach Boys. [I023]

3.2. espacios musicales en televisión

El progreso de los videoclips vino de la mano de la evolución de algunos géneros musicales, como la entrada en el mercado del género *punk*¹ o de la música *disco*², vinculados al movimiento británico de la "Nueva Ola"³. Estos géneros se caracterizan por presentar un estilo propio muy marcado ya no sólo por la música, sino por la estética que los envuelve.

La fusión de todas estas tendencias fue un motivo que reforzó la idea de que un proyecto musical no sólo está envuelto por el sonido que abarca, sino que también es producto de la influencia de otras ramas del arte como la moda y el estilismo. Esto hace que una propuesta sea aún más potente de cara al público que la consume, ya que no sólo pueden empatizar con las letras de las canciones o con sus melodías, sino que también entran en juego otros factores capaces de poner de moda tendencias estilísticas, potenciando así la búsqueda de la originalidad en la imagen y la publicidad de los artistas en los medios de comunicación, de manera que este conjunto fuera un impacto llamativo a ojos del espectador.

Uno de los pioneros en la televisión musical fue el programa británico "Top of the Pops" (1964), siendo este un espacio televisivo que realizaba un repaso de la actualidad musical y, en ocasiones, invitaba a cantantes a actuar en directo como medio de promoción musical.

A mediados de los setenta, el grupo musical *Devo* fue uno de los primeros en subirse a la ola del audiovisual como elemento complementario del proceso creativo, resaltando que las decisiones que comprometían al proceso de creación del visual eran tan importantes como las decisiones musicales del proyecto, lo que incluye la preocupación y cuidado del formato físico del álbum, así como su portada, cartelera e incluso la realización de películas musicales o documentales.



Fig. 24 Fotograma del videoclip de "(I Can't Get No) Satisfaction". [I024]



Fig. 26 Fotograma del videoclip de "Whip it". [I026]



Fig. 25 Fotograma del videoclip de "(I Can't Get No) Satisfaction". [I025]



Fig. 27 Fotograma del videoclip de "Whip it". [I027]

1 Se considera al punk como un género musical nacido en Inglaterra a mediados de los años 70, característico por su actitud independiente y contracultural. Se dice que nace con motivo de la rebelión del rock and roll, característico por sus letras en modo protesta explorando ideas reivindicativas, anarquistas y escépticas.

2 La música disco surge a mediados de los años 70, fruto de estilos como el soul, el rhythm and blues o el funk en Estados Unidos. Su lenguaje es inclusivo y abierto, caracterizado por un sonido electrónico de metales y sintetizadores. Además, incluye pinceladas de música urbana y psicodelia consiguiendo así un sonido cuya base es el ritmo.

3 La Nueva Ola fue un movimiento de origen británico nacido a mediados de los 60 que abarcaba un cambio en una cultura de masas mayoritariamente juvenil, extendiéndose así a todo el mundo.

(I Can't Get No) Satisfaction
Devo

Escanear el QR para
acceder al vídeo [V04]



Whip it
Devo

Escanear el QR para
acceder al vídeo [V05]



A principios de los ochenta, las multinacionales Warner Communications y American Express comenzaron a trabajar en conjunto, dando lugar a la WASEC⁴, empresa responsable del nacimiento el 1 de agosto de 1981 de la mundialmente conocida cadena de televisión MTV (*Music Television*).

El impacto de esta cadena fue tal que consiguió que millones de personas se suscribieran a ella tras su publicación. La emisión de videoclips de manera ininterrumpida invitaba a un consumo televisivo distinto al que la sociedad estaba acostumbrada, puesto que no requería de la atención que una película necesita para seguir la trama, siendo posible de esta manera la compaginación de las tareas domésticas con el consumo de la cadena. Fue tal su impacto, que muchos grupos de música realizaban su promoción exclusivamente mediante la MTV.

Gran parte de la cultura americana bebe de estos primeros pasos de difusión del videoclip, ya que no sólo se reproducía en la intimidad del hogar, sino que también se hacía eco en las televisiones de los bares y locales de copas juveniles, llegando a un público más generalizado y rompiendo la barrera del interés. Además, a finales de los años ochenta, estos locales de ocio comenzaron a incorporar monitores más grandes, así como paneles móviles que permitían la reproducción de estas cadenas de televisión y sus vídeos musicales, revitalizando y reinventando las discotecas de la época y sirviendo de medio promocional entre los que disfrutaban de la noche americana. Un ejemplo de esto es la *macro-discoteca Palladium, diseñada por Yamasaki, presentó sus paneles móviles de monitores suspendidos sobre la pista* (Sedeño, 2002, 38), siendo esta costumbre audiovisual de reproducir los videoclips originales de las canciones que suenan en los pubs, la que decora los interiores de las discotecas más frecuentadas en la actualidad por las nuevas generaciones.

Como toda moda, incluso el vídeo musical sufrió una época de decadencia a finales de los ochenta y principios de los noventa: la sociedad empezó a mostrarse poco receptiva a seguir consumiendo este tipo de formato, y es inevitable pensar en que uno de los motivos que pudo provocar este sentimiento generalizado estuviese relacionado con la falta de variedad e innovación visual como consecuencia de la ausencia de propuestas creativas rompedoras. Sin embargo, gracias al crecimiento y desarrollo de las nuevas tecnologías y el bagaje experimentado por el cine entorno a la animación visual, ésta pudo desarrollarse de manera orgánica y saltar de la gran pantalla a los vídeos musicales, siendo *"Digital Productions"* la compañía de animación por ordenador, fundada en Los Ángeles en 1982 por John Whitney y Gary Demos, quien popularizara la animación aplicada a la música. Uno de los primeros proyectos en presentar esta nueva corriente el de Mick Jagger con su *"Hard Woman"* en 1986.

⁴ Siglas de Warner-Amex Satellite Entertainment, fue una empresa que creó programas de televisión durante las décadas de los 70 y 80 además de impulsar algunas cadenas de televisión por cable que siguen siendo reconocidas en la actualidad.



Fig. 28. Captura del videoclip de "Hard Woman" Mick Jagger. [1028]



Fig. 29. Captura del videoclip de "Hard Woman" Mick Jagger. [1029]



Fig. 30. Captura del videoclip de "Hard Woman" Mick Jagger. [1030]



3.3. *exploración de los nuevos formatos*

El éxito innegable del programa MTV en América se hizo eco tanto en libros de autores como Brett Easton-Ellis, así como en la gran pantalla o incluso en discursos políticos de la época. En definitiva, MTV estaba en boca de todos. Es indiscutible el hecho de que fue una de las herramientas de publicidad de artistas más aclamada y potente de la historia. Tanto fue su valor que no solo artistas del ámbito musical promocionaban sus canciones en ella, sino que también la industria del cine musical comenzó a promocionar sus películas recortando escenas en las que los protagonistas interpretaban una canción para así adaptarse al marketing de la época de la televisión musical.

Todo producto que salta a la fama queda expuesto al intento de copia o imitación dentro de su propia industria. Es así como en 1984 surgió un nuevo canal llamado *Cable Music Channel* que trató de rivalizar con MTV, con un contenido musical más amplio en cuanto a géneros (pop, hip-hop, rock and roll, entre otros). Sin embargo, a pesar del tirón que generaba su amplia variedad musical, los grandes éxitos seguían publicándose de la mano de MTV, ya que esta cadena firmaba contratos de exclusividad promocional con los artistas para que sus vídeos solo fueran emitidos en este canal, impidiendo que otras cadenas emergentes opacaran el éxito de las novedades musicales más aclamadas por las masas. Tan frustrado fue el mantenimiento de *Cable Music Chanel* que acabó siendo comprado por MTV, quien utilizó su estructura para reinventar el canal bajo el nombre de "*Video Hits One*", donde publicaba contenido de artistas emergentes no firmados bajo un sello discográfico.

53

Su llegada a Europa se produjo en 1987 con una buena acogida. Sin embargo, fueron los artistas europeos de la época quienes se quejaron de que el contenido reproducido era en su mayoría de origen americano, lo que quitaba visibilidad a los artistas locales, motivo por el que grandes compañías como Sony, EMI Music o Warner, entre otras, crearon el canal "*VIVA*", competencia directa de la MTV en Europa, que exhibía un contenido casi íntegro de artistas europeos. La segregación nacional por el consumo de este contenido dio lugar a la aparición de subcanales nacionales bajo el nombre de, por ejemplo, MTV Italia o MTV España, y de igual manera ocurrió con *VIVA*. Fue tal el éxito y la competencia entre ambas cadenas que la selección de vídeos musicales a reproducir era muy crítica y estudiada, con el fin de ofrecer el mejor contenido de manera individual a su público, dejando así un muy buen archivo histórico-musical.

El final de esta lucha entre canales de televisión musical vino cuando MTV Networks compró el canal *VIVA* y, de esta manera, comenzaron a trabajar en conjunto como canales complementarios de reproducción videomusical a nivel mundial.

Fig. 31. Britney Spears y Christina Aguilera en la entrega de premios MTV Video Music Awards del año 2000 [1031]

Entrando en el nuevo milenio, los 2000 fueron años marcados por la industria musical en cuanto a lo que a iconicidad respecta. Esta nueva época revolucionó los formatos de distribución y promoción artística, viniendo de la mano del fenómeno tecnológico "Apple" una de las mayores revoluciones hasta la fecha para el mundo de la música y el audiovisual: la plataforma *iTunes Store*, publicada el 28 de abril de 2008.

Impulsada por una decadencia comercial de la época relacionada con una significativa bajada en la demanda de compra de música en formato físico, la plataforma digital instaurada por Apple abrió las puertas a la sociedad a una nueva forma de consumo de música de manera digital y desde la comodidad del hogar; algo similar a lo que sucedió con los canales musicales de televisión en su momento.

A pesar de que esta nueva ola perdía la riqueza del trabajo de los directores de arte y de producto en cuanto al cuidado del formato físico, como se hacía en los cd y sus libretos, los vinilos y otros productos de merchandising, la plataforma *iTunes Store* permitía a su vez visualizar los videoclips de los artistas previo pago. De esta manera, seguían siendo un producto comercial, por lo que las discográficas percibieron cierto potencial en ellos, pero esta vez apostaban por unas mayores producciones como inversión para obtener nuevas fuentes de ingresos.

54 Fue un par de años antes, en 2005, cuando la plataforma YouTube llegó a internet para que el usuario pudiera publicar libremente cualquier tipo de contenido de audio, de visual, o que combinase ambas facetas. No fue la primera web de estas características en ver la luz, ya que "Vimeo" (2004) dio algunos pasos antes que YouTube en este campo, pero sí que fue la que más éxito acaparó, de manera que en 2006, Google la adquirió como uno de sus servicios estándar online, haciendo que artistas y discográficas de todo el mundo la utilizaran como medio de distribución gratuito de sus proyectos video-musicales, así como archivo público de vídeos de interés para el artista, como entrevistas, comentarios sobre álbumes o escenas inéditas de los vídeos musicales, entre otros tipos de contenido.

En 2007, se comenzó a incorporar publicidad en los vídeos musicales, puesto que este era el tipo de contenido más consumido de la era digital y, por ende, el que más ganancias producía en la plataforma, factor del que las discográficas se percataron y que supuso, tras numerosas reuniones y acuerdos, la creación de "Vevo" en 2009, de la mano de Google y discográficas como Universal o Sony. Con este nuevo canal digital de reproducción musical, los artistas aseguraban que la economía generada por sus proyectos musicales era íntegramente rentabilizada para su equipo, en colaboración con el gigante Google.

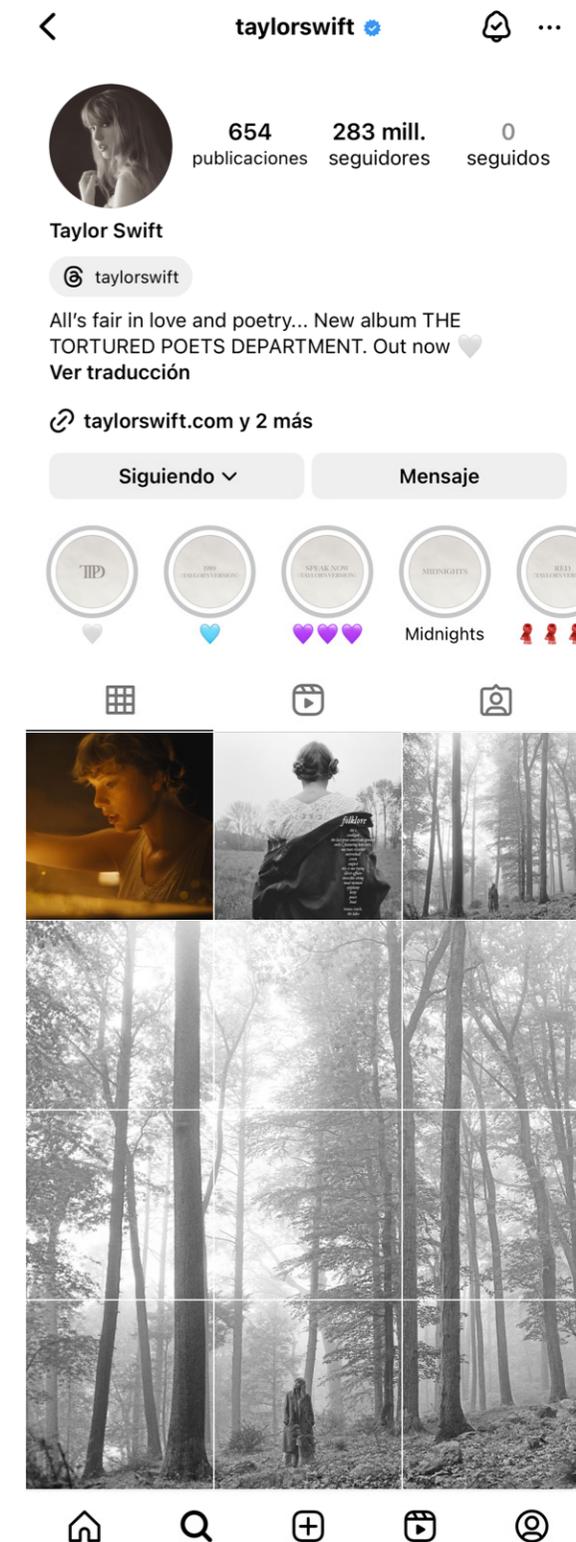
Además, en esta primera década de los años 2000, el surgimiento de otras redes sociales como X (*Twitter*, 2006) o *Instagram* (2010) ayudaron a muchos artistas a generar contenido visual para promocionar sus proyectos musicales y publicarlo de manera que llegase a su público de una forma directa y eficaz.

Estas plataformas permiten compartir vídeos no sólo de contenido personal del usuario, sino que también vierten la posibilidad de lanzar fragmentos de videoclips capaces de generar expectación social antes del estreno oficial del trabajo discográfico.

No sólo sirven como un método de promoción artística, sino que las redes sociales son también utilizadas para potenciar el marketing y la conexión del intérprete con su proyecto, así como mejorar la forma en que el consumidor accede e interactúa con ellos.

Muchos artistas utilizan su perfil de instagram para generar una especie de almacén de contenido que define y caracteriza un proyecto musical, siendo este un espacio muy cuidado estéticamente y visualmente por los directores artísticos, así como por los directores creativos y de marketing de los artistas. Además, las últimas tendencias entorno al anuncio de un proyecto musical están regidas por la publicación de la portada de manera fragmentada en el perfil de Instagram del artista, acompañado de la publicación de vídeos o imágenes extraídas de la parte visual del sencillo o álbum, siendo este el que anuncia la dirección estética que llevará la próxima etapa artística y audiovisual.

Fig. 32. Perfil de instagram de Taylor Swift tras el anuncio de su octavo álbum de estudio "Folklore" el 23 de julio de 2020. [1032]



3.4. *la evolución de las plataformas digitales*

Con la evolución de YouTube respecto a la promoción musical, la revolución digital ha transformado de manera radical la forma en que se consume y desarrolla el contenido audiovisual. El incuestionable éxito de la plataforma de reproducción de vídeo es evidente por facilitar el nacimiento y la viralización de artistas como Justin Bieber o Pablo Alborán, consolidándose como una herramienta de marketing y distribución del arte, así como un archivo público audiovisual, siendo un canal directo y rápido para facilitar la conexión de los artistas y sus proyectos con el público, cambiando la perspectiva de la industria musical.

Sin embargo, fue con el apogeo de la aplicación *Tik Tok*¹ cuando el mercado audiovisual se reinventó. Su formato de vídeos cortos altamente editables y la fuerte integración musical, consiguió atraer a un público joven y diverso, siendo capaz de modificar su algoritmo y llegando a un usuario mucho más alejado del producto, ampliando así el alcance de mercado y de su promoción. Esta aplicación no sólo ha ayudado a promocionar y viralizar las novedades audiovisuales de artistas musicales actuales, sino que también ha rescatado antiguos éxitos y clásicos de la música, siendo el público más joven el que redescubre esta parte de la industria y colabora con su contenido.

56 La sociedad ha evolucionado en cuanto a la manera de consumir contenido audiovisual, siendo este uno de los factores que mejor definen la transición entre plataformas de reproducción de vídeo; YouTube popularizó el consumo de proyectos audiovisuales más extensos, mientras que TikTok ha conseguido crear una tendencia definida por el consumo ágil en busca de la gratificación instantánea, capitalizando la misma en función de las reproducciones e interacciones de los vídeos publicados. Esta transición ha llevado a los artistas a adaptar sus estrategias promocionales, creando no solo videoclips tradicionales, sino también contenido que se ajuste al formato breve de TikTok.

Esta adaptación a las nuevas tendencias ha supuesto que los artistas hagan promoción de sus futuros lanzamientos mediante esta plataforma, siendo una de las pioneras la mismísima Rosalía, quien anunció "*La Fama*" como el primer sencillo de su tercer y mundialmente aclamado álbum de estudio "*Motomami*" (2022) haciendo uso de Tik Tok para ello. La artista publicó un vídeo de 30 segundos de duración donde bailaba al ritmo de un fragmento inédito de la canción que más adelante publicaría en plataformas digitales. Otro ejemplo de adaptación a los nuevos formatos fue la artista Lola Índigo, quien realizó un videoclip con orientación vertical para su sencillo "*La Santa*", de manera que su visualización desde los dispositivos móviles fuese más cómoda.

¹ La aplicación *Tik Tok* surgió en 2016 en el mercado asiático, pero no fue hasta 2018 que aumentó su popularidad, siendo un gigante de la distribución de vídeos con sonido donde el usuario puede generar su contenido de manera gratuita y sumarse a las tendencias musicales de actualidad, colaborando de manera directa con la música del momento.

TikTok de "La Fama"
Rosalía



Escanear el QR para
acceder al vídeo [V07]

La Santa
Lola Índigo



Escanear el QR para
acceder al vídeo [V08]



Fig. 33. Fotograma del videoclip "*La Santa*" (2023) de Lola Índigo. [I033]

Rosalía es una artista que ha revolucionado el panorama musical en los últimos años. Desde la salida de su primer álbum bajo el nombre de *Los Ángeles* (2017) y pasando por su escalada al éxito mundial con su segundo trabajo discográfico titulado *El Mal Querer* (2018), la catalana se consolidó como una de las artistas más completas del panorama actual tras la publicación de su tercer álbum; *Motomami* (2022) y *Motomami +* (2022).

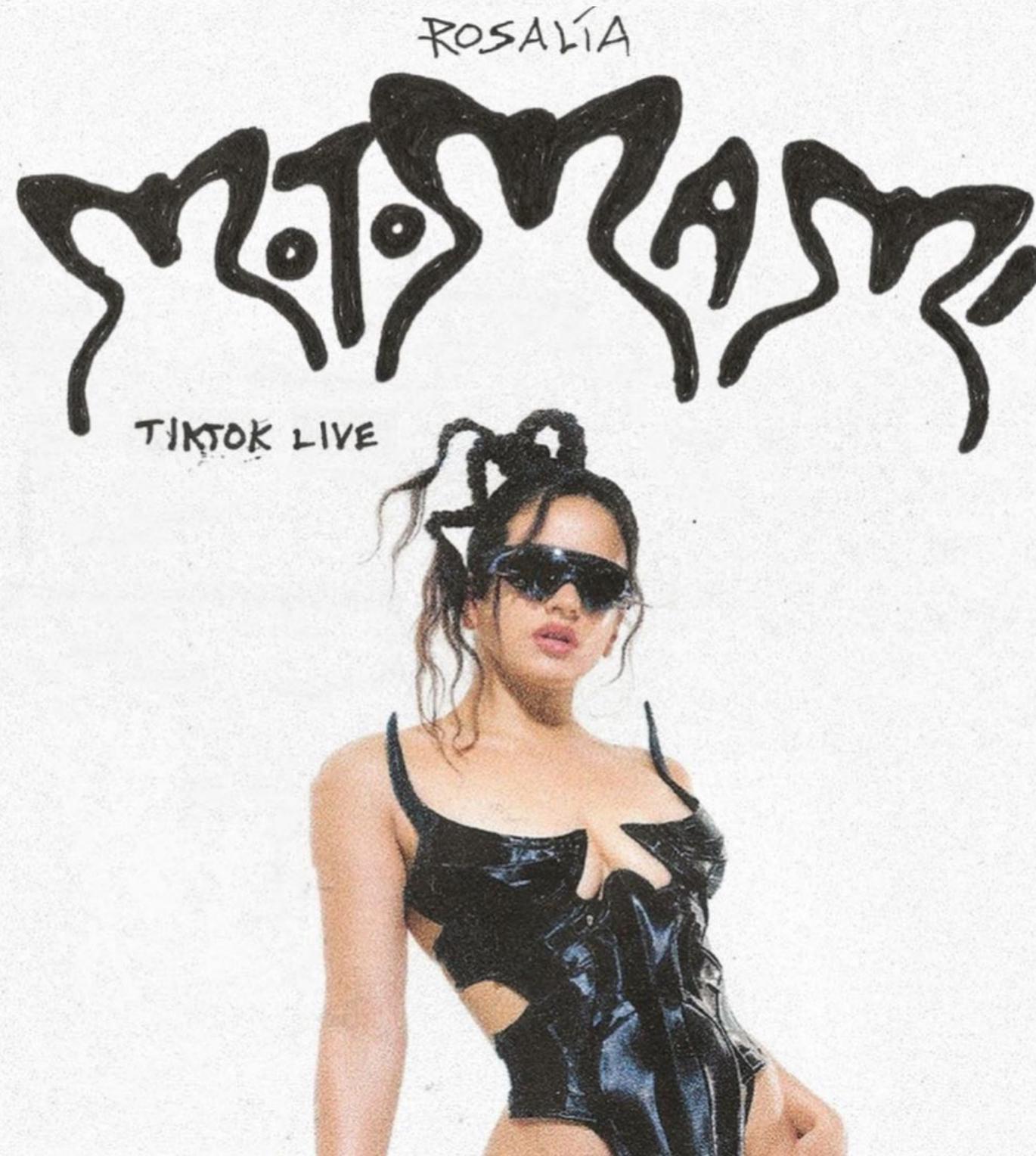
Previo a la salida de este álbum, la cantante fue pionera en la forma de anunciar sencillos vía TikTok, lo cual generó conversación entre las masas, quienes discutían sobre el contenido publicado en redes sociales por la artista, además de interactuar con el mismo, realizando coreografías, versiones o incluso teorías sobre la dirección artística del álbum aún no publicado, que la propia Rosalía compartía en sus cuentas profesionales.

El debut de *Motomami* fue un hito histórico de cara a la forma en que un artista presenta su música al mundo, ya que la cantante y su equipo fueron capaces de comprender la capacidad de las redes sociales para publicar contenido audiovisual y su gran alcance de cara al público actual. Es por esto que decidieron que, aunque el álbum vería la luz el 18 de marzo de 2022 a las 00:00h hora peninsular, en ese mismo momento se publicaría un vídeo en directo desde la aplicación TikTok con una duración de 28:47 minutos en los que se mostraría una actuación a modo de síntesis, generando así un álbum visual, como si de un videoclip a modo de experiencia inmersiva se tratara. De esta manera, el espectador comprendería la estética del disco, además de estar familiarizado con el sonido antes de escuchar el álbum completo y, de esta manera, también asegurarían conectar al consumidor mediante un lazo emocional sustentado por la expectación ante la novedad y la sensación de acudir a una actuación íntima entre la artista y el usuario desde su propio hogar.

Dirigido por Ferrán Echegaray, STILLZ y la propia Rosalía Vila, el "*MOTOMAMI TikTok Live*" ha recibido numerosas aclamaciones por la crítica, además de haber sido galardonado mediante reconocimientos como el *León de plata* en la categoría de "*Excellence in Music Video*" en el Festival Internacional de la Creatividad *Cannes Lions* o la nominación a los *Grammy Latinos* en la categoría "*Mejor vídeo versión larga*".

La escenografía diseñada para este evento digital es muy rica en el empleo de planos cinematográficos así como innovadora en la manera de ejecutar los mismos. Todos los clips correspondientes a cada una de las canciones interpretadas han sido rodados dentro del mismo set, el cual está compuesto por un fondo de estudio fotográfico de vinilo blanco que, por su color y materialidad, dota de versatilidad y homogeneidad visual al espacio de rodaje. Destacó también su adaptación al formato "en directo" durante su gira mundial, ya que el diseño del escenario mantenía la forma y la esencia del vinilo blanco del set, además de estar producido de manera que el espectador parecía estar asistiendo al rodaje de un videoclip en vivo, como una recreación constante del "*MOTOMAMI Tik Tok Live*".

Fig. 34. Cartel promocional del "*MOTOMAMI TikTok Live*". [1034]





canción 1
saoko

Apertura del álbum y del vídeo musical. Se llevan a cabo planos grabados por la propia artista a modo "selfie" sobre el vinilo blanco combinados con planos cenitales rodados mientras la cámara desciende dando vueltas, además de un plano en movimiento desde el interior de un casco de moto. Utilizan todos los elementos decorativos acordes a la estética del álbum.

Fig. 35. Fotograma de "Saoko" del *Motomami Tik Tok Live*. [I035]

canción 2
candy

Segundo set de rodaje y único distinto al vinilo blanco de saoko. Se plantea una perspectiva cuyo punto de fuga se mantiene estático, al igual que lo hace la cámara situada en el "ojo del pintor". El suelo lo forma una plataforma que se desliza de manera horizontal acompañada de un cubo que ayuda al espectador a entender el movimiento de la escena.



Fig. 36. Fotograma de "Candy" del *Motomami Tik Tok Live*. [I036]



interludio 1
bulerías outro

La cámara sigue invertida y el fondo sigue siendo el vinilo blanco. Se escoge un nuevo vestuario que posteriormente lucirá en sus conciertos. Un casco le cubre la cabeza tapándole el rostro, forzando al espectador a reconocer su figura como icono. La escena enfatiza la simbiosis de la estética y la imagen de un artista con su música, e influyó a marcas de ropa para sus promociones.

Fig. 39. Fotograma de "Bulerías outro" del *Motomami Tik Tok Live*. [I039]

canción 5
chicken teriyaki

Sobre el mismo fondo, el cuerpo de baile y la artista realizan una coreografía sencilla como estrategia de viralización de la canción en Tik Tok, consiguiendo de esta manera que el público se sume a la tendencia y promueva la salida del álbum. Se realizan primeros planos, así como cámaras en movimiento sostenidas por los propios usuarios mientras se desplazan en patinete por el set de rodaje.



Fig. 40. Fotograma de "Chicken teriyaki" del *Motomami Tik Tok Live*. [I040]



canción 3
la fama

Vuelve el fondo de vinilo blanco. Al tratarse de una colaboración entre Rosalía y el canadiense The Weeknd, y debido a la ausencia de éste, se plantea un doble vídeo. En el de la izquierda se apuesta por un plano contrapicado, mientras que en el vídeo de la derecha se apuesta por un primer plano de la misma, enfatizando las partes de la canción que le corresponden a ella de manera original.

Fig. 37. Fotograma de "La fama" del *Motomami Tik Tok Live*. [I037]

canción 4
bulerías

Primera rotación de la cámara buscando la interacción del espectador. La escenografía plantea una escalera colocada en medio de una estructura metálica circular para el trávelin de la cámara, que gira entorno al conjunto en su inicio, combinando las secuencias con planos frontales invertidos.



Fig. 38. Fotograma de "Bulerías" del *Motomami Tik Tok Live*. [I038]



canción 6: hentai

La escenografía se modifica añadiendo un círculo de arena sobre el vinilo blanco por el que Rosalía se va desplazando durante todo el clip. Al ser una canción que expone la intimidad sexual, se apuesta por los planos detalle acompañados de movimiento y cortes de cámara, contrastando con la crudeza sonora de la canción. A veces, ella misma sostiene la cámara para potenciar la intimidad y el efecto "casero".

Fig. 41. Fotograma de "Hentai" del *Motomami Tik Tok Live*. [I041]

canción 7: bizcochito

Como en chicken teriyaki, la artista junto con algunos miembros del cuerpo de baile presentan otra de las coreografías con potencial proyección viral del álbum visual. La canción trata la idea de no pertenecer a nadie, por esto emplean planos contrapicados e incluyen el plano "nadir" que consiste en colocar la cámara bajo el sujeto y perpendicular a él para aportar dramatismo a la escena y dotarla de ese efecto "inalcanzable".

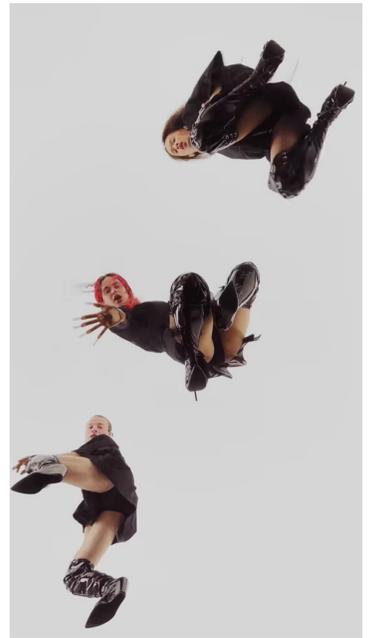


Fig. 42. Fotograma de "Bizcochito" del *Motomami Tik Tok Live* [I042]



interludio 2
"BTS" o
"Detrás de cámaras"

Se apuesta por un plano a modo de grabación de pantalla en el se simula que el espectador está haciendo una videollamada con Rosalía. Durante este espacio, la artista cuenta sensaciones del rodaje, además de compartir momentos especiales con el equipo, estrechando así el vínculo de cercanía con el usuario al otro lado de la pantalla.

Fig. 43. Fotografía de la escena detrás de cámaras del *Motomami Tik Tok Live*. [I043]

canción 8
G3N15

La escenografía comienza sobre el fondo de vinilo blanco al que unos operarios le colocan un cromograma azul durante la grabación sobre el que proyectan unas imágenes digitales. La cámara se va alejando del primer plano inicial hacia uno general en el que vemos una plataforma giratoria sobre la que se coloca Rosalía. Se acompaña con planos detalle que muestran la delicadeza interpretativa.



Fig. 44. Fotografía de "G3N15" del *Motomami Tik Tok Live*. [I044]



canción 9
motomami

En este clip se hace una referencia al videoclip "Bound 2" de Kanye West (2013) en el que éste finge conducir una moto con un fondo en movimiento proyectado sobre un cromograma. Rosalía reinventa esta toma realizando una "moto humana" con los bailarines y proyectando un vídeo sobre el vinilo blanco del set. La cámara se acerca y aleja en planos generales de manera caótica al ritmo de la música.

Fig. 45. Fotografía de "Motomami" del *Motomami Tik Tok Live*. [I045]

canción 10
diablo

La temática de esta canción es referida a las críticas destructivas del público. Para su escenografía se propone un juego entre planos de cámara. En las partes de la canción en que la letra narra el punto de vista de la cantante, se usa el plano picado para dramatizar la escena y dar sensación de fragilidad, mientras que para las críticas se emplea el primer plano y plano detalle a modo de juicio.

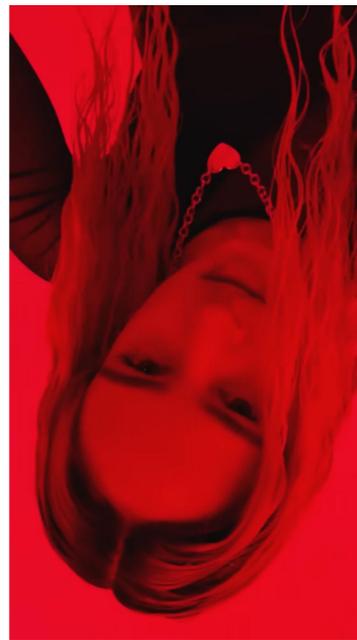
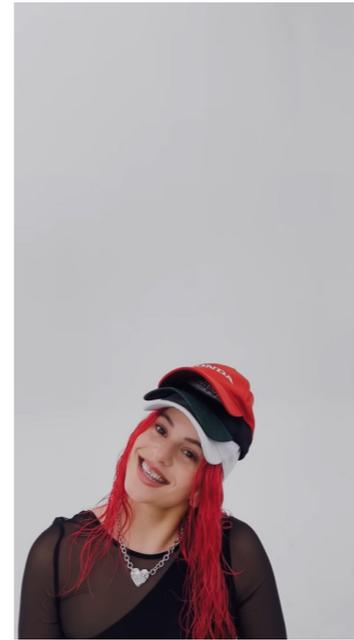


Fig. 46. Fotografía de "Diablo" del *Motomami Tik Tok Live*. [I046]



canción 11
abcdefg

Para la canción que expone el abecedario de Motomami se emplea el fondo de vinilo blanco y se realizan numerosas escenas con cortes de cámara y diferentes tipos de grabación; desde planos detalle, pasando por planos contrapicados, cenitales, primeros planos, plano nadir, entre otros. El orden seguido es el que rigiere la narración del audio.

Fig. 47. Fotografía de "abcdefg" del *Motomami Tik Tok Live*. [I047]

canción 12
La combi versace

Una de las propuestas más ambiciosas del vídeo musical. Se inicia con un plano insertado directamente de la grabación de pantalla del teléfono con el que se rodó la escena con formato gran angular. A mitad de la toma, se une a la escena la artista Tokischa, colaboradora oficial en el tema musical, y se finaliza con la combinación de un plano contrapicado y un plano tres cuartos de la artista.

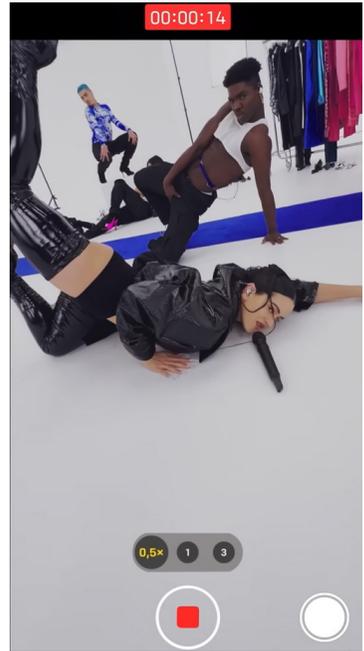
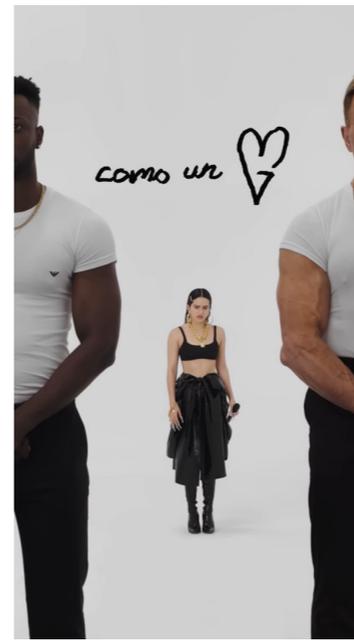


Fig. 48. Fotografía de "La combi versace" del *Motomami Tik Tok Live*. [I048]



canción 9
como un g

Sobre el mismo fondo de vinilo blanco, se coloca a dos figurantes frente a la cámara sin interacción con la artista. Ella, situada en el centro de la toma respaldada por los figurantes, interpreta la canción mientras la cámara realiza un trévin rotando sobre su propio eje, acercándose despacio sin cruzar la frontera ficticia entre los figurantes y Rosalía, como si estuvieran protegiéndola del espectador.

Fig. 49. Fotografía de "Como un G" del *Motomami Tik Tok Live*. [I049]

canción 10
CUUUUUuuuute

El vídeo acaba con una propuesta escenográfica potente. Comienza la escena con un pase de modelos sobre el fondo blanco original, usando el plano contrapicado para enfatizar la agresividad de la narrativa sonora, contrastando con un plano picado móvil simulando el movimiento de una mariposa, para acabar con la artista realizando un graffiti del logotipo de Motomami sobre la escenografía.



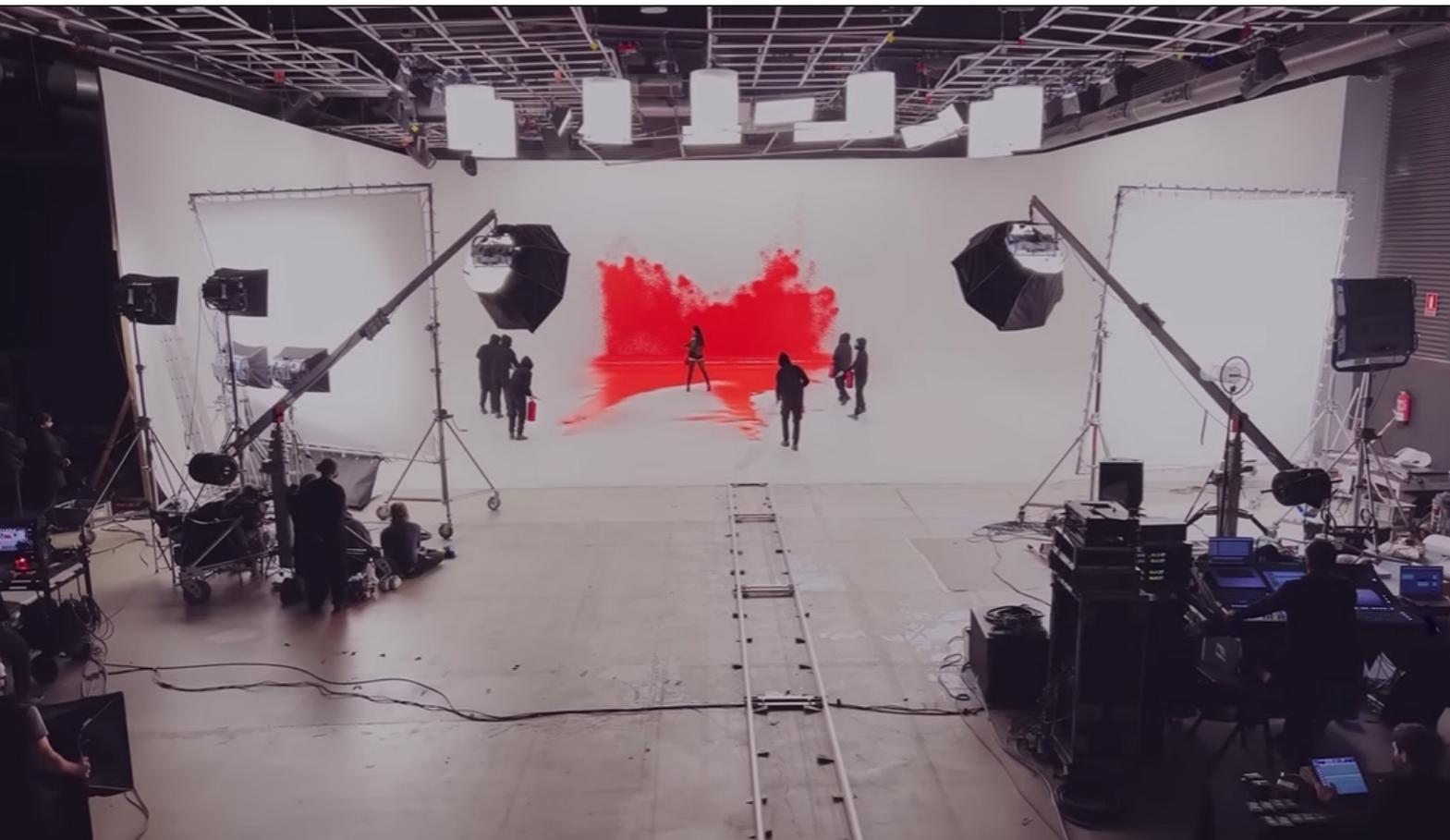
Fig. 50. Fotografía de "CUUUUUuuuute" del *Motomami Tik Tok Live*. [I050]

La filmación de este vídeo musical fue realizada principalmente con teléfonos móviles en el formato final de publicación de 16:9 en vertical, acompañado de una peculiar elección de planos de cámara potenciados con post-producción para rematar algunas transiciones entre canciones que obligaban al usuario a rotar la pantalla de su teléfono.

Mediante el empleo de estas acciones interactivas se consigue mantener la atención del espectador haciendo de este evento audiovisual una experiencia inmersiva para el público.

Con iniciativas como esta por la búsqueda de la innovación se evidencia cómo el vídeo musical sigue siendo una herramienta fundamental para la conexión entre el artista, el producto y el público. La importancia de la correcta elección y diseño de la arquitectura que envuelve al set de rodaje no sólo abarata los costes de producción y desarrollo, sino que también es imprescindible para facilitar la comprensión de un proyecto audiovisual como un conjunto coherente y visionario.

Fig. 51. Fotograma de la escena donde se realiza el graffiti sobre la escenografía del "Motomami Tik Tok Live". [I051]



Motomami Tik Tok Live
Rosalía



*Escanear el QR para
acceder al vídeo [V09]*

Fig. 52. Fotograma del logotipo de Motomami como conclusión del "Motomami Tik Tok Live". [I052]





4

la dinámica cinematográfica

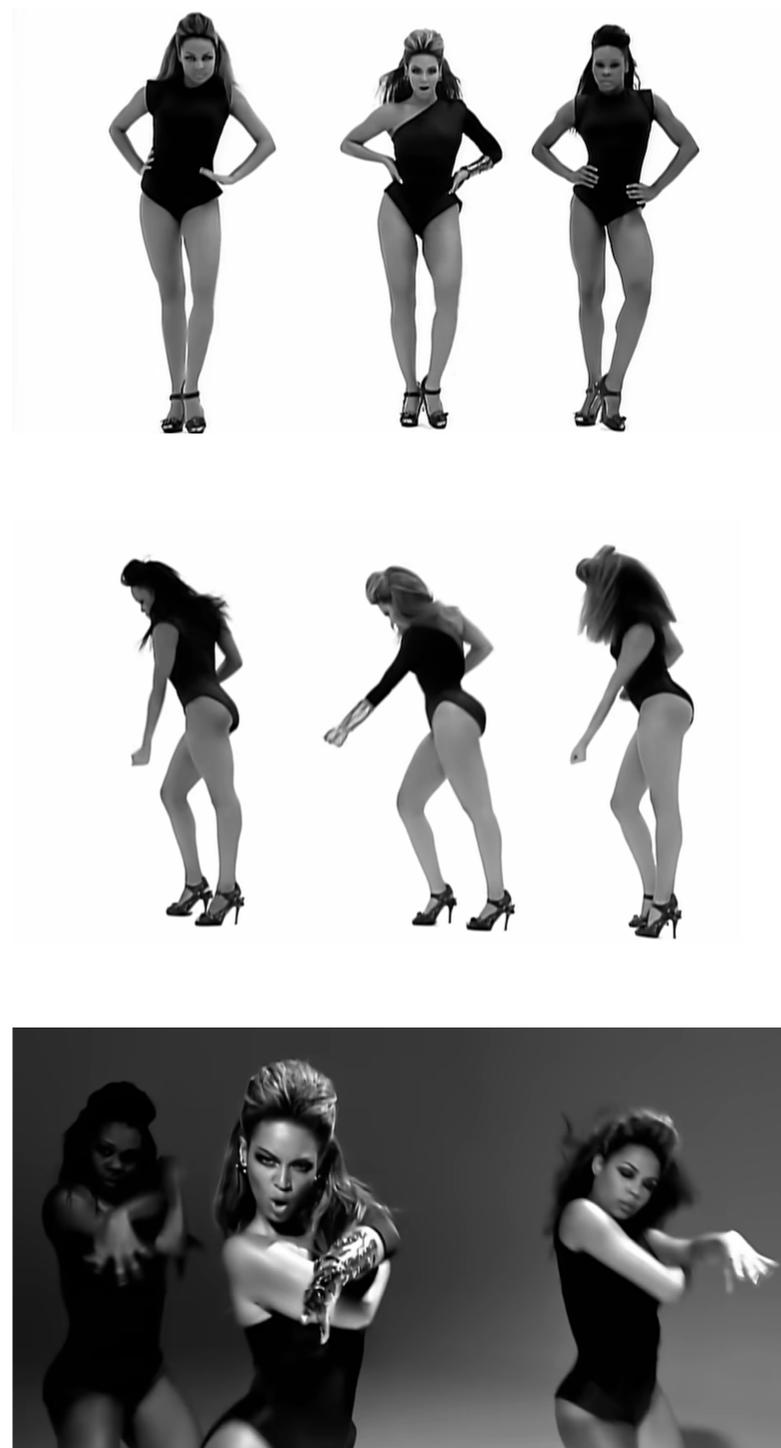
4.1. recursos audiovisuales

Han sido muchos los elementos que han definido el recorrido histórico del videoclip desde sus orígenes hasta la actualidad. Los recursos descriptivos, que también podrían incluirse en el grupo de los estéticos, completan la experiencia audiovisual combinando elementos que dotan de identidad a un vídeo musical. Estos elementos integrados de manera cuidadosa entre sí permiten a los videoclips convertirse en obras de arte de propio derecho.

El cine es un escaparate fascinante a la hora de generar tendencia. Un ejemplo de esto es lo sucedido con el vestido que llevó la actriz Joan Crawford en la película *Letty Lynton* en el año 1932. La estrategia llevada a cabo por los estudios de cine era sencilla: *distribuían fotografías mostrando a las actrices con las ropas que llevarían en las próximas películas* (Ramírez, 1993, 26), siendo esta una eficaz herramienta publicitaria para atraer el interés social hacia el cine y la moda de la época.



Fig. 53. Imagen de la actriz Joan Crawford con el popular vestido que refuerza la influencia del diseño del visual cinematográfico. [1053]



4.1.1. Dirección de fotografía

La elección del estilo visual es crucial para establecer el código estético del clip. Elementos como el color y el dilema entre las gamas cálidas o las frías, el contraste de colores y la textura de los elementos que se incluyen en el rango de visión de la cámara determinan la esencia no sólo visual, sino también emocional del proyecto.

El acercamiento a la película de un pintor es completamente diferente a la del arquitecto. El pintor ve siempre su diseño como una pintura [...] mientras que el arquitecto diseña un edificio que puede ser fotografiado (Ramírez, 1993, 55). La elección de los movimientos de cámara es vital para la transmisión sensorial de la emoción y para introducir el contexto espacial del argumento. La selección de estos planos puede ser simbiótica entre música y movimiento, pero no debe ser una forma de actuar limitativa; es importante encontrar el objetivo descriptivo que pretende representar el proyecto.

Un ejemplo de ello es el empleo de tomas estáticas para el videoclip de "Single ladies" (2009) de Beyoncé, una canción enérgica y dinámica para la que se escogieron planos estáticos y pequeños desplazamientos de cámara rotatorios cuya finalidad exclusiva era enfatizar lo máximo posible la potente coreografía que actualmente tanto caracteriza parte de la carrera de la artista.

Single Ladies
Beyoncé
Escanear el QR para
acceder al vídeo [V010]



Fig. 54. Fotogramas del videoclip "Single ladies" de Beyoncé. [1054]

4.1.2. Edición y montaje

Una de las normas generales más asentadas en el mundo de edición de vídeos musicales es la gran importancia que supone la secuenciación milimétrica de los cortes de cámara, así como los cambios de plano y su sincronización con el ritmo del audio.

Mientras que los vídeos rodados con pocos planos y movimientos de cámara lentos pueden transmitir sensación de calma, intimidad e introspección, *el movimiento más habitual en el clip actual se define por su irregularidad* (Sedeño, 2002, 57); la edición mediante planos cortos y rápidos genera un evento energético y con un carácter más intenso, siendo este un estilo de montaje mayoritariamente utilizado en videoclips con una temática más cercana a la ciencia ficción.

En el caso de "One last time" (2013) de Ariana Grande, la temática que narra la inestabilidad emocional ante una ruptura que fue caótica a la que se suma la carga emocional por el apego ansioso, hace que la grabación del vídeo musical busque ese efecto caótico como si se tratase del "fin del mundo" mediante tres planos secuencia con poca estabilidad de cámara, consiguiendo un efecto de grabación "espontánea" que contrasta con los efectos visuales generados por ordenador.

One last time
Ariana Grande

Escanear el QR para
acceder al vídeo [V011]



Fig. 55. Fotogramas del videoclip "One last time" de Ariana Grande. [1055]

4.1.3. Diseño de producción artística

Los recursos estéticos, decorativos y de atrezzo influyen significativamente en la definición del personaje y el contexto temático del hilo narrativo-visual que compone la columna vertebral del videoclip.

Ejemplos como el vídeo musical realizado para el sencillo "When the party is over" (2018) de Billie Eilish muestran la eficacia de cohesionar la narrativa visual dentro de la dinámica textual de la canción, consiguiendo así un proyecto híbrido completo que se apoya en el uso de algunos efectos especiales: se trata de un único plano secuencia en el que la cámara parte de un plano detalle de un vaso colmado de lo que parece ser un "líquido tóxico" tintado de negro, para después retroceder hacia un plano general de la artista y su espacio directo, componiendo la escenografía de este un fondo blanco, una silla blanca y un cubo, también blanco, extruído a modo de mesa donde se apoya el vaso. Tras beber el contenido, la cámara realiza un primer plano de su rostro mientras ella verbaliza por primera vez un par de frases de la letra de la canción. Finaliza el vídeo con un plano en el que la cámara desciende por la vertical que genera la mesa cúbica, ocultando así lo que parece la explosión de su cuerpo, dejándolo intuir en el rastro negro que mancha el fondo blanco que se mantuvo inerte durante toda la grabación.

When the party is over
Billie Eilish

Escanear el QR para
acceder al vídeo [V012]

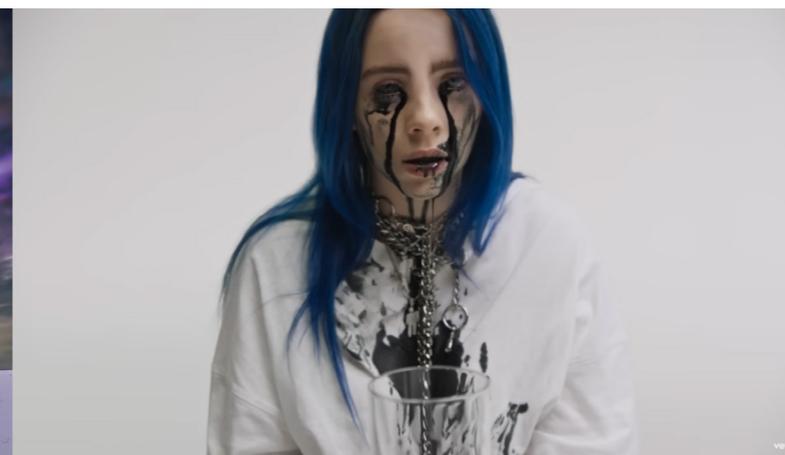
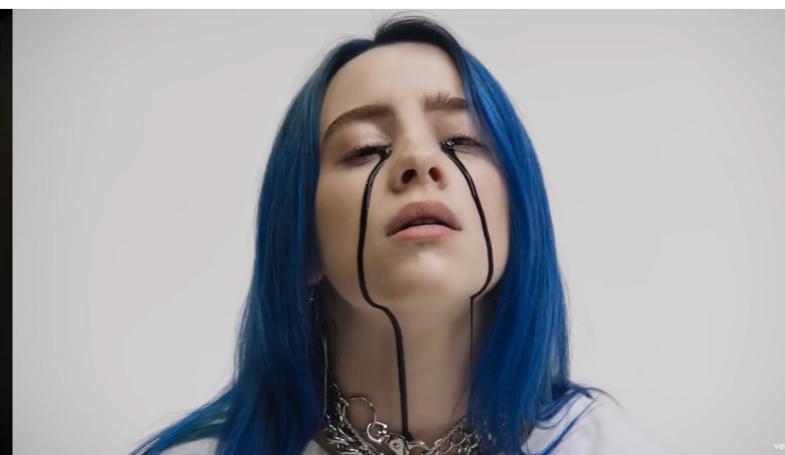


Fig. 56. Fotogramas del videoclip "When the party is over" de Billie Eilish. [1056]

4.1.4. Iluminación y color

Como dice Ana María Sedeño en su libro *"lenguaje del videoclip": la utilización creativa de la iluminación constituye un recurso insustituible* (Sedeño, 2002, 59), ya que ayuda a dramatizar, enfatizar, suavizar o realzar elementos puntuales o generales de una escena. Las luces duras potencian las escenas dramáticas mientras la iluminación suave o difusa aporta calidez sensorial a la escenografía, convirtiéndola en íntima y acogedora.

La paleta de color tiene múltiples funciones: desde exponer ambientes variables, identificar estados de ánimo o incluso generar imágenes visuales de realidad alterada al modificar el color natural de los elementos cotidianos, además de formar parte del lenguaje identificativo que dota de simbolismo a la obra audiovisual.

"Espresso" (2024) es un ejemplo de apuesta por una paleta de color cálida, en la que predominan los tonos ocres, marrones, naranjas y dorados, evocando al ambiente salado y caluroso del verano, así como iluminación suave que complementa la luz natural del sol. Para evitar el contraluz, se emplea una iluminación frontal potente que reaviva la figura de la cantante. La transición del efecto "retro" en blanco y negro al más puro color cálido durante el inicio del vídeo refuerza la temática: la evolución de la ausencia de compromiso emocional hacia el disfrute individual.

Espresso
Sabrina Carpenter
Escanear el QR para
acceder al vídeo [V013]

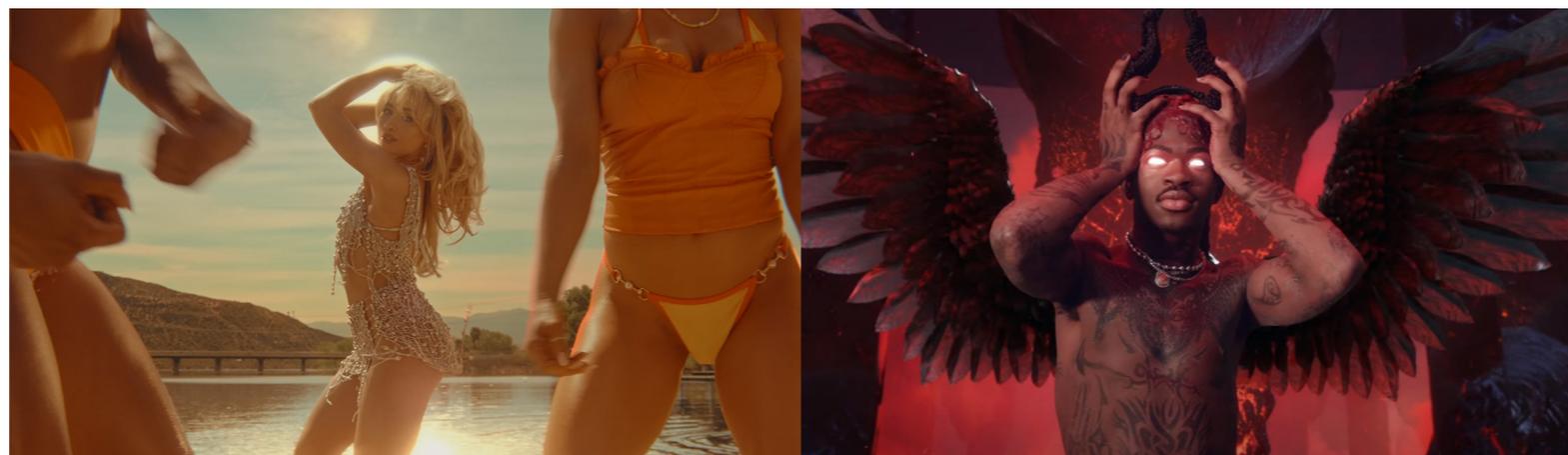


Fig. 57. Fotogramas del videoclip "Espresso" de Sabrina Carpenter. [1057]

4.1.5. Efectos visuales (VFX)

Los avances tecnológicos en el ámbito audiovisual han hecho posible la inclusión de técnicas vanguardistas como el CGI (Computer-Generated Imagery). *Todo efecto pretende la sorpresa* (Durá, 1988, 172), y el empleo de este tipo de recursos consigue crear universos digitales dinámicos con los que explorar un sinfín de posibilidades cuya ejecución, tradicionalmente, era inviable.

Los videoclips parten con una ventaja respecto del cine, y es que *al ser un género artístico y promocional de menor costo productivo que las películas, ha facilitado el avance de estas técnicas llegando a ser pionero en estos métodos* (Sánchez, 2023, 25).

Este tipo de recursos digitales permiten la creación de cualquier tipo de plano, movimiento de cámara y la materialización visual de todo lo que el cerebro pueda imaginar.

Es el caso del videoclip *"Montero (Call me by your name)"* (2020) de Lil Nas X, donde se consigue recrear el "jardín del Edén", así como visualizar la ascensión de su cuerpo hacia el cielo para después, descender al infierno atravesando un coliseo mediante una barra de "pole dance", siendo todo este imaginario una creación digital.

Montero (Call me by your name)
Lil Nas X

Escanear el QR para
acceder al vídeo [V014]



Fig. 58. Fotogramas del videoclip "Montero (Call me by your name)" de Lil Nas X. [1058]

4.2. recursos narrativos

Según Gonzalo Martín, se puede definir la narrativa audiovisual como la *articulación de todos los elementos que componen una obra audiovisual, tanto los que conforman la imagen [...] como los que pertenecen a la banda sonora de la película* (Martín, 2006, 111). Es cierto que la narración no suele ser el método más utilizado a la hora de acaparar la atención del espectador en el formato videoclip (ya que no es el mecanismo más ágil para ello), por lo que la tendencia es volcar su dirección hacia un camino más descriptivo, donde haya un *despliegue veloz e interminable de los códigos de la imagen y su sincronización con el elemento musical* (Sedeño, 2002, 67). Sin embargo, es indudable que la industria musical actual tiene como referente al cine como elemento sustentante de sus trabajos musicales.

Muchos artistas refuerzan sus proyectos audiovisuales en clásicos de la gran pantalla que les ayudan no sólo a generar un hilo visual para los videoclips, sino también a crear una narrativa que revive la voz de toda una generación. Es el caso de la artista estadounidense SZA con su éxito "Kill Bill" (2023), en el que la cantante realiza un homenaje al cine de Tarantino en "Kill Bill Vol. I" y "Pulp Fiction" (1994), inspirándose en las películas como guión narrativo y canalizador de sus propias emociones.

En este tema, SZA expresa el dolor tras la separación con un ser querido y lleva al extremo la idea de que éste pueda pasar página y ser feliz con alguien que no sea ella misma, manifestando una decisión definitiva en la que opta acabar con la vida de su amado como solución final para evitar que sus temores se hagan realidad. Si analizamos la traducción de la letra de la canción encontramos la siguiente narrativa:

Fig. 59. Fotograma de la película "Pulp Fiction". [1059]



"Kill Bill"

SZA

[Verso 1]

*Sigo siendo tu admiradora a pesar de que estaba molesta
Odio verte con otra mujer y saber que eres feliz
Odio verte feliz si no soy la protagonista*

[Pre-Coro]

*Soy tan madura, soy tan madura
Soy tan madura que tengo un terapeuta
para que me diga que hay más hombres
No quiero a ninguno, solo te quiero a ti
Si yo no puedo tenerte, nadie debería*

[Coro 1]

*Podría matar a mi ex, no es la mejor idea
Y después a su nueva novia, ¿cómo llegué aquí?
Podría matar a mi ex, aunque todavía lo amo
Prefiero estar en la cárcel que estar sola*

[Verso 2]

*Tengo la sensación de que es una causa perdida
Tengo la sensación de que realmente podrías amarla
El texto será una evidencia, este texto es evidencia
Intento ser justa contigo, ni asesinatos ni crímenes
pasionales, pero, ¡joder! Estabas fuera de alcance*

*Estabas en el mercado con tu "melocotón" perfecto
Ahora estoy en el sótano, planeando invadir tu casa
Ahora que estás acostado boca abajo,
me tienes cantando sobre un ritmo*

[Pre-Coro]

*Soy tan madura, soy tan madura
Soy tan madura que tengo un terapeuta
para que me diga que hay más hombres
No quiero a ninguno, solo te quiero a ti
Si yo no puedo tenerte, nadie debería*

[Coro 1]

[Puente]

*Lo hice todo por amor. Lo hice todo sin drogas
Lo hice todo sobria. Lo hice todo por nosotros
Lo hice todo por amor. Lo hice todo sin drogas
Lo hice todo sobria. ¿No ves que lo hice todo por nosotros?
(Te mataré esta noche)*

[Coro 2]

*Acabo de matar a mi ex, no fue la mejor idea
Maté a su novia después, ¿cómo llegué aquí?
Acabo de matar a mi ex, aunque todavía lo amo
Prefiero estar en el infierno que estar sola*

Fig. 60. Fotograma del videoclip de "Kill Bill" de SZA. [1060]





Fig. 61. Fotograma de la película "Kill Bill Vol. I". [I061]



Fig. 62. Fotograma del videoclip de "Kill Bill". [I062]



Fig. 63. Fotograma de la película "Kill Bill Vol. I". [I063]



Fig. 64. Fotograma del videoclip de "Kill Bill". [I064]



Fig. 65. Fotograma de la película "Kill Bill Vol. I". [I065]



Fig. 66. Fotograma del videoclip de "Kill Bill". [I066]

Son muchos los ejemplos de videoclips que referencian a clásicos del cine, ya sea reinventando su temática o recreando planos y escenas originales del séptimo arte. Dependiendo de la narrativa que la canción presente se busca un enfoque hacia una dirección artística, estética y visual que apoye y reafirme el proyecto musical.

Encontramos esta dinámica vídeo-musical en infinidad de ejemplos, como es el caso de "Material girl" (1984) de Madonna, dirigido por la directora de cine estadounidense Mary Lambert, y su inspiración en la película "Los caballeros las prefieren rubias" (1953) protagonizada por Marilyn Monroe. Otro videoclip que recoge la esencia cinematográfica de algunos clásicos es "The Kill" (1998) de la banda 30 seconds to Mars, inspirado en "El resplandor" (1980).



Fig. 67. Fotograma del videoclip "Material girl" de Madonna. [I067]



Fig. 68. Fotograma del videoclip "The Kill" de 30 seconds to Mars. [I068]

Kill Bill
SZA

Escanear el QR para acceder al vídeo [V015]



Material girl
Madonna

Escanear el QR para acceder al vídeo [V016]



The Kill
30 seconds to Mars

Escanear el QR para acceder al vídeo [V017]



4.2.1. el álbum visual

En la última década, se ha desarrollado una de las tendencias más ambiciosas en el mundo del videoclip: la creación de álbumes visuales. Estos proyectos generalmente conceptuales, además de integrar música y cine, van más allá del formato del videoclip tradicional, proporcionando una experiencia inmersiva donde cada canción muestra una representación visual cohesiva. De esta manera se revaloriza la narrativa espacial y arquitectónica dentro del medio audiovisual, sirviendo como un vehículo capaz de reforzar y mejorar la experiencia de escucha y comprensión del álbum, convirtiéndola en un *evento cinematográfico que amplifica el impacto emocional [...]. El diseño sonoro de cualquier material audiovisual no sólo está mucho más cuidado que anteriormente, sino que también se ve en una posición de mayor responsabilidad narrativa.* (Caro, 2024, 14)

La música es un arte capaz de generar imágenes subjetivas en la mente de los oyentes, lo cual es algo fascinante ya que dota de libertad absoluta al usuario para personificar la experiencia musical y hacerla suya, de manera que la capacidad empática que se genera es absoluta. Sin embargo, muchas de las historias narradas en las canciones también esconden un trasfondo o una segunda cara oculta entre las metáforas y el parafraseo; esto llevado a la complejidad de un álbum que reúne muchas de estas composiciones lo hace aún más enigmático y reservado. De esta manera, al generar un álbum visual se presume de la posibilidad de relegar elementos narrativos con gran capacidad explicativa que hacen de la experiencia una inmersión sensorial más completa y homogénea.

La ejecución de este híbrido entre vídeo musical y despliegue cinematográfico puede abarcar un campo muy amplio en cuanto al diseño de sets de rodaje, elementos decorativos y visuales, así como espacios arquitectónicos variados, como es el caso del recién estrenado último trabajo de Nathy Peluso "Grasa" (2024), siendo este un proyecto audiovisual que comprende dieciséis canciones de las cuales se presentan vídeos musicales de trece de ellas. Lo peculiar de este álbum visual, además de su riqueza cinematográfica en la elección de planos y el cuidado de los elementos que componen la iluminación y el color, así como el espacio arquitectónico diseñado, es que se encuentra rodado en su totalidad en una misma localización, donde se ubican tres sets de rodaje entre los que la artista varía en función del tema y la narrativa que expone cada canción.



Grasa
Nathy Peluso
Escanear el QR para
acceder al vídeo [V018]

Fig. 69. Fotogramas del álbum visual "Grasa" de Nathy Peluso. [1069]



Otro ejemplo de este tipo de proyectos híbridos es el álbum visual "*Lemonade*" (2016) de Beyoncé. Dividido en once capítulos (canciones) y cada una representada bajo un título alternativo que expone la evolución de una persona que ha sido víctima de una infidelidad: *intuición, negación, ira, apatía, vacío, responsabilidad, reforma, perdón, resurrección, esperanza y redención*. En cada uno de estos vídeos, además de presentar las distintas fases del duelo acompañado de música y vídeo, incorpora un pequeño texto que la propia Beyoncé lee al espectador. De esta manera no sólo presenta la canción de una manera más profunda, sino que potencia su narrativa y dota al videoclip de un carácter cinematográfico mayor, haciendo que sirva como exposición visual de una emoción, así como de elemento narrativo-visual de una historia.

Mediante este trabajo discográfico no sólo se utilizó la música y el vídeo como medio canalizador de un evento traumático en lo sentimental, sino que la artista aprovechó este proyecto para criticar la situación nacional y las injusticias raciales que afectan a una gran parte de la sociedad incluso en la actualidad. Es el caso del videoclip de "*Formation*" (2016), canción número doce del álbum que sirve como conclusión y resumen de todo el proyecto. En ella se hace alusión al desastre provocado por el "Huracán Katrina" en Nueva Orleans en 2005, ciudad que quedó inundada mientras los supervivientes esperaban durante días la ayuda y asistencia del gobierno de los Estados Unidos, dejando en evidencia la inoperancia y negligencia del presidente de la época. Además, no solo en este vídeo, sino en todo el álbum, se expone la injusticia social sufrida por los afroamericanos, celebrando su cultura y exponiendo su orgullo.

En "*Formation*" se representa una escena en el interior de una piscina vacía que reinterpreta el suceso discriminatorio ocurrido en los años cincuenta a la cantante y actriz Dorothy Dandridge (1922), quien fue a darse un baño a la piscina de su hotel cuando el encargado se acercó a advertirla de que las personas negras no podían bañarse ahí, a lo que la estrella de Hollywood respondió metiéndose y salpicando a un bañista, suceso que hizo que vaciaran totalmente la piscina y que expone un ejemplo más de la brutal segregación racial que sufrió esta parte de la sociedad. Otra imagen potente de este vídeo es la que muestra a un niño frente a todo un cordón policial, criticando la brutalidad de los anti-disturbios con la sociedad afroamericana.

En definitiva, "*Lemonade*" evidencia que no sólo se puede buscar la publicidad de un álbum mediante un vídeo musical, sino que éste puede ser una carta de lucha ante las desigualdades sociales, y otros tantos problemas que ahogan a la sociedad actual.



Formation
Beyoncé

Escanear el QR para
acceder al vídeo [V019]

Fig. 70. Fotogramas del videoclip de "*Formation*", parte del álbum visual "*Lemonade*" de Beyoncé. [I070]



4.3. recursos espaciales

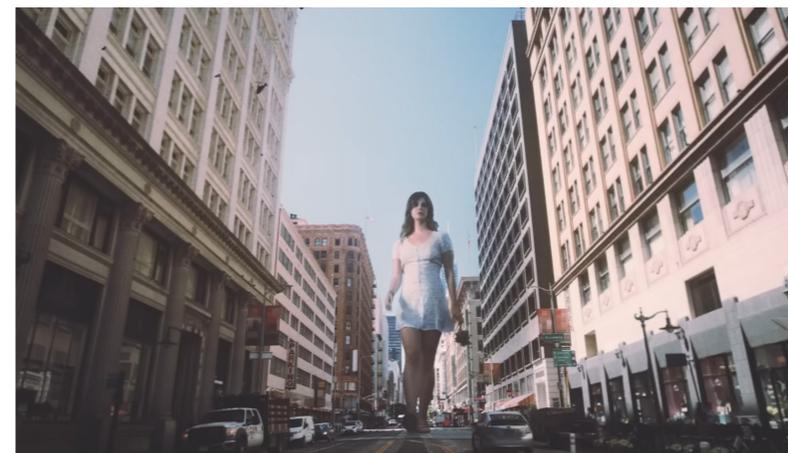
El espacio es uno de los elementos que más contribuyen a la definición de los videoclips, ya que no sólo sirven como escenarios visuales, sino que también desempeñan un papel de gran importancia en la construcción de la narrativa, la atmósfera y la conexión emotivo-visual del proyecto audiovisual.

Muchos son los factores que definen el espacio arquitectónico en que se desenvuelve la acción: para analizarlo *se debe indicar cuantos espacios aparecen, suponiendo que exista más de uno, cómo son los encuadres, angulaciones e iluminación de los elementos que determinan la configuración espacial* (Gómez, 2001, 132). En ocasiones resulta imposible conocer los límites del espacio, ya sea porque el uso de efectos visuales (VFX) o bien por la selección de espacios de rodaje en los que el perímetro arquitectónico queda diluido en el espacio, siendo la luz quien define los contornos al servicio de la grabación.

La apuesta escenográfica de G.B. Piranesi ¹ ya manifestaba el interés por el tratamiento del espacio, defendiendo *lo fantástico en oposición a la rígida disciplina racionalista* (Vila, 1993, 26), *posicionamiento que le coloca en la tendencia goticista del barroco. [...] Elabora una valoración polisémica de lo imaginario [...] poniendo en el espacio un discurso que expresa el deseo del sujeto, contra la represión del orden consciente* (Vila, 1993, 269).

Fig. 71. Imagen de un ejemplar del archivo "Prisiones imaginarias" de G. B. Piranesi. [I071]

¹ Giovanni Battista Piranesi (1720 - 1778) fue un arqueólogo y arquitecto que destacó por su interminable archivo de grabados de edificios y espacios urbanos reales e imaginarios, siendo por ello considerado uno de los arquitectos visionarios de época.



4.3.1. el espacio urbano

El espacio urbano en los videoclips no solo se utiliza como fondo estático del clip, ya que también puede formar parte de los elementos visuales que interactúan con la narrativa principal.

Es frecuente encontrar en el entorno urbano el escenario perfecto para situar contextos temporales, así como la exploración de la escala de la arquitectura construida o del sujeto principal. En otras ocasiones, acompañada de elementos lumínicos se generan ambientes espaciales con rasgos sensoriales concretos, e incluso con el empleo de efectos visuales es posible mostrar una condición psicológica radical.

En el caso de "Doin' time" (2019) de Lana del Rey, vemos a la cantante sobredimensionada caminando por las calles de Los Ángeles, interactuando con la ciudad como si el espacio urbano que la rodea fuese parte de una construcción arquitectónica a escala infantil. Su actitud es desenfadada, e incluso realiza actividades de esta índole con acciones como la de arrancar una palmera para abanicarse o beber del depósito de agua de un edificio. En este videoclip se emplea la arquitectura del urbanismo norteamericano como una metáfora en la que el intercambio de rigor entre la escala humana y la escala urbana supone un empoderamiento ante una infidelidad. La temática del clip recuerda a la película "El ataque de la mujer de 50 pies" (1958) de Nathan H. Juran.

Doin' time
Lana del Rey
Escanear el QR para
acceder al vídeo [V020]



Fig. 72. Fotogramas del videoclip "Doin' time" de Lana del Rey. [I072]

4.3.2. el espacio íntimo

Según la Real Academia de la Lengua Española, se entiende por "intimidad" al *ámbito reservado de una persona o un grupo de ellas*, de manera que el espacio arquitectónico que envuelve dicho ámbito también debería considerarse "íntimo".

Tal y como cita Jaques Copeau (1879) en su libro *"Investigaciones sobre el espacio escénico"*, para el escenógrafo Adolphe Appia (1862) *el espacio manifiesta la necesidad del actor de crearlo a través de su temporalidad*, sometiendo así al espacio íntimo a la *interpretación física* que dibuja el actor dentro de él (Copeau, 1970, 23).

El vídeo musical realizado para *"Di mi nombre (Capítulo 8: Éxtasis)"* del álbum conceptual *"El Mal Querer"* de Rosalía, apuesta por el uso de dos planos secuencia sectorizados en el minuto 1:39 del clip durante los cuales, la artista es quien dirige el movimiento de cámara por el espacio arquitectónico interior que se muestra "dentro de campo" y el que posteriormente aparece, pues estaba oculto para el espectador (fuera de campo), siendo ella quien lo expone al divagar por las diferentes estancias del set. El acercamiento de la cámara desde planos generales hacia planos detalle enfatiza, junto con la narrativa musical, el efecto íntimo del espacio abordado.

Di mi nombre
Rosalía

Escanear el QR para
acceder al vídeo [V021]

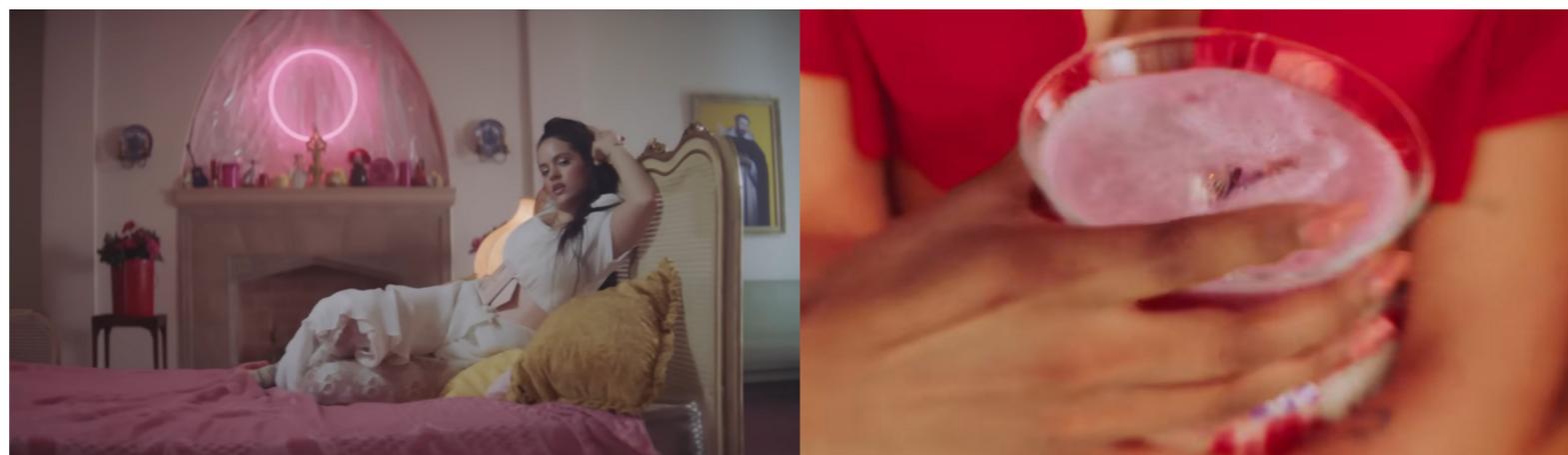


Fig. 73. Fotogramas del videoclip "Di mi nombre" de Rosalía. [I073]

4.3.3. el espacio ficticio

Según relata Jorge Gorostiza en su libro *"La profundidad de la pantalla"*, *el espacio ficticio se expande de una forma increíble en la realidad [...] aquel que sólo puede ser recorrido por el ojo humano en el cine* (Gorostiza, 2007, 153).

Un ejemplo de este recurso cinematográfico es el que ocurre en la película *"La calle 42"* (1933), dirigida por Lloyd Bacon (1889) y cuya dirección artística corrió de la mano de Jack Okey (1889). En ella podemos apreciar cómo se plantean escenas en las que se encuadra un escenario teatral, y cuando la cámara avanza para introducirse en él, *el escenario se convertirá en un mundo en sí mismo con unas dimensiones imposibles de abarcar* (Gorostiza, 2007, 153).

Acercándonos al mundo de los videoclips musicales, encontramos el clip "Break my heart" (2020) de Dua Lipa, donde se plantean efectos visuales generados con VFX de manera digital en los que se diseñan transiciones entre espacios arquitectónicos interiores, transitando de unos a otros mediante acercamientos a elementos decorativos que la cámara "atraviesa" de manera ficticia sin que se altere el hilo narrativo de la acción. En este caso, se aprecia la transición en la que Dua se lanza de espaldas a la bañera llena de espuma con un "zoom in" de la cámara, y aparece dentro de una copa dando paso a la siguiente escena.

Break my heart
Dua Lipa

Escanear el QR para
acceder al vídeo [V022]



Fig. 74. Fotogramas del videoclip "Break my heart" de Dua Lipa. [I074]



5.1. *la arquitectura como motivo visual*

Según expone Juan Antonio Ramírez en su libro *"La arquitectura en el cine"* (1993), es posible identificar al menos dos razones que justifican el estudio de la arquitectura como recurso cinematográfico: *en primer lugar, existió, y su imagen resucita periódicamente en cada nueva proyección.* Continúa expresando que el segundo motivo *tiene que ver con el modo peculiarmente Hollywoodiense de combinar tradición y modernidad,* siendo esta una muestra de la evidente *"crisis de la modernidad"* sufrida en el cine. Dicha influencia se plantea como la responsable del *parentesco entre muchos sets de los años veinte-cuarenta y algunas obras de Venturi, P. Johnson, Bofill, Moore y otros.* (Ramírez, 1993, 11-12)

La arquitectura forma parte de la memoria cultural generacional, al igual que otras ramas del arte. En la intersección entre la música, el cine y la arquitectura, los videoclips han surgido como un medio híbrido que ayuda a exhibir el espacio. De esta manera, podría ser considerada como un recurso audiovisual de vital importancia contextual dentro de la narrativa y la estética de un clip.

La escenografía se diseña teniendo en cuenta el marco arquitectónico disponible para el rodaje, entendiendo a este como el espacio interior de los locales empleados como sets de grabación, así como la arquitectura que dota de identidad visual y espacio-temporal a un proyecto audiovisual. La escena *se transforma y da lugar a infinitos paisajes, a multitud de atmósferas, a las imágenes que constituyen la escenografía de la obra teatral. La estética del espacio escénico, al fin y al cabo, define el diseño escenográfico y lo dota de significado* (Jara, 2022, 87), siendo la arquitectura no sólo un recurso empleado como fondo, sino también como caja espacial y conjunto protagonista del videoclip musical, además de la capacidad que ofrece para construir una estructura psicológica capaz de contextualizar emociones sensoriales con elementos cotidianos. Es el caso de la imagen que se expone en este pliego. Fruto del videoclip *"Raindrops"* (2018) de Ariana Grande, donde la encontramos en mitad de una escalera de la que no conocemos su inicio ni su final, perdida en medio de la nada, dentro de un espacio inabarcable para el espectador, exponiendo así el estado psicológico de la artista tras el atentado sucedido en Manchester durante uno de sus conciertos.

En el estudio de la arquitectura como grado universitario se plantean bloques de enseñanza en función del departamento correspondiente a sus contenidos. Dependiendo de la facultad, los contenidos podrán variar ligeramente, pero se encuentran seis bloques sustancialmente comunes a todas las variedades de la materia impartida: el bloque compositivo, el urbanístico, el proyectual, el constructivo, el estructural y el correspondiente a la expresión gráfica y su visualización arquitectónica. Es por ello que se propone analizar la arquitectura de los vídeos musicales teniendo en cuenta estos bloques de estudio oficiales para conseguir encontrar la influencia de las diferentes ramas de la arquitectura en el mundo del rodaje cinematográfico, con el fin de comprender mejor la simbiosis entre estos campos del diseño creativo.

Fig. 75. Fotograma extraído del videoclip "Raindrops" de Ariana Grande. [1075]



5.1.1. la composición arquitectónica

La composición en arquitectura se define como la organización de los elementos visuales dentro del campo o encuadre (Sedeño, 2002, 58). Cada vídeo musical posee un patrón escenográfico individual y personalizado. Un método compositivo del espacio sería el referido a la dimensión, la simbología y los parámetros de la arquitectura como hito, ya que estos definen el lugar, la función, la geometría, la forma del espacio, (pudiendo éste ser acotado o no) el recorrido, la materialidad o la iluminación.

El videoclip de "Juro que" (2020) de Rosalía es el ejemplo perfecto para este cómputo de propiedades; la narrativa expresa la pena de una mujer ante el encierro en prisión de su marido. Ésta le asegura que esperará a su salida, pero le jura que, en caso de que no sea puesto en libertad, será ella quien entre a cumplir condena con él.

La escenografía, dibujada por una amplia gama de colores, está claramente inspirada en el universo cinematográfico de Pedro Almodóvar, quien acostumbra a combinar altas saturaciones de colores complementarios, especialmente en las escenas interiores, donde se exponen estancias privadas de la casa o que muestran un cierto rango de intimidad. Puesto que se trata de una narrativa que sucede a modo de una conversación entre una pareja y, por lo tanto, tiene ese tono íntimo en que la desesperación por sacar a su amado de prisión le lleva a realizar promesas indebidas. Se plantea la escena a modo de una arquitectura compuesta por dos estancias separadas mediante un muro con un paño de vidrio con el fin de permitir este diálogo permeable, pero a la vez, intentando que se comprenda el distanciamiento físico a través de un cristal frío, como el de las salas de visita de las cárceles al uso: a un lado, la celda del hombre, y al otro, el salón de la casa de la pareja donde se encuentra Rosalía.

El vídeo comienza con unos primeros planos de los ojos de la joven, quien muestra su profunda tristeza al llevar separada de su amado por más de cuatrocientos días (cita ella textualmente). Mientras la protagonista cuenta al espectador que lo estaba abrazando cuando se lo llevó la policía (min. 0:25), se realiza un cambio en la iluminación junto a un plano general de Rosalía y, segundos después, de la estancia, en el que se combinan luces azules y rojas como si rememorase la llegada del coche de policía. De esta manera, queda evidenciada la posibilidad de narrar una historia mediante elementos compositivos y, por supuesto, la arquitectura.



Juro que
Rosalía

Escanear el QR para
acceder al vídeo [V023]

Fig. 76. Fotogramas del videoclip "Juro que" de Rosalía. [1076]



5.1.2. el urbanismo vídeo-musical

Este bloque explora la relación entre el proyecto musical y la ciudad como método recurrente en los videoclips para reflejar temáticas contemporáneas y su influencia en la narrativa audiovisual.

En muchas ocasiones, la ciudad no sólo es el escenario que completa el horizonte visual de un clip, sino un protagonista más que interactúa con la narrativa y conversa con la temática de manera representativa, como surge en el caso de "Empire State of mind" (2021) de Jay-Z y Alicia Keys, clip que discurre entorno a la ciudad de Nueva York, siendo esta representada mediante la iconografía urbana de algunos de sus edificios más representativos, tales como el Empire State.

Tal y como expone Gorostiza, en el ámbito de la ficción, la ciudad que aparece en pantalla puede ser real o inventada (Gorostiza, 2007, 281). Un ejemplo de este caso sucede en el videoclip "Mafiosa" (2021) de Nathy Peluso: el vídeo comienza con una serie de planos de la artista paseando por lo que parece ser una calle prototipo del urbanismo norteamericano, pero sin embargo, se trata de una de las calles construidas en Madrid dentro del Parque Warner, ambientado en la estética estadounidense.

Otros videoclips abordan el entorno urbano de una manera distópica, futurista o incluso surrealista para contextualizar narrativas complejas. Haciendo uso de CGI (Computer-Generated Imagery), se consigue diseñar ciudades inexistentes o alterar la realidad de las reales, explorando así temáticas que engloban las tecnologías avanzadas o que exploran el mundo psíquico.

Este último es el caso del vídeo "Blinding lights" (2020) de The Weekend, que trata la lucha interna ante una relación intermitente, se busca identificar emociones como la ansiedad mediante el recorrido en coche por una ciudad a gran velocidad, alternando escenas en que se altera la visualización de las fachadas de los edificios para mostrar la ausencia de rumbo y el sentimiento de pérdida de la noción del espacio y del tiempo.



Fig. 77. empire state of mind



Fig. 78. mafiosa



Fig. 79. blinding lights



Empire State of Mind
Jay-Z y Alicia Keys
Escanear el QR para acceder al vídeo [V024]



Mafiosa
Nathy Peluso
Escanear el QR para acceder al vídeo [V025]



Blinding lights
The Weekend
Escanear el QR para acceder al vídeo [V026]

Fig. 77. Fotogramas del videoclip "Empire State of mind" de Jay-Z y Alicia Keys. [I077]

Fig. 78. Fotogramas del videoclip "Mafiosa" de Nathy Peluso. [I078]

Fig. 79. Fotogramas del videoclip "Blinding lights" de The Weekend. [I079]

5.1.3. el proyecto arquitectónico

La arquitectura construida es muchas veces rescatada en los vídeos musicales como espacio escenográfico base del proyecto. Son muchos los casos en los que se escogen construcciones preexistentes en lugar de optar por la construcción de sets de rodaje, lo cual abarata los costes de producción del clip y a su vez, éstos pasan a formar parte de la estética visual y narrativa del vídeo.

Parece obvio pensar que la mayoría de vídeos musicales están rodados en un espacio interior y que, por esta razón, ya quedaría justificada su inclusión en el "archivo" de "videoclips que recogen un proyecto arquitectónico como recurso espacial para su desarrollo". Sin embargo, se propone una diferenciación que pretende distinguir aquellos vídeos musicales que utilizan una arquitectura construida (ya sea una sala de grandes dimensiones que se aprovecha para ubicar y construir el set de rodaje que engendrará la acción, o bien pequeños espacios donde se ruedan tomas que aparecen en el clip final) de la arquitectura que es protagonista como marco contextual o como espacio construido (o no, podría ser digitalizada) y narrativo del proyecto vídeo-musical.

La cantante estadounidense Miley Cyrus escogió la vivienda unifamiliar de Los Ángeles de unos tres mil metros cuadrados de terreno que vio transcurrir parte de la vida de Frank Sinatra o de la actriz Marilyn Monroe, como escenario principal del videoclip oficial de su éxito mundial "Flowers" (2023), además de utilizarlo para las "Backyard Sessions" de su álbum "Endless Summer Vacation" (2023). Estas sesiones de música en directo se proponen como un híbrido entre un álbum visual y una propuesta de actuaciones en directo (recuperando esa esencia que tenía el videoclip en sus orígenes de mostrar al artista representando en vivo sus propios temas), donde cada canción transcurre en una estancia de la vivienda, haciendo partícipe a cada espacio dentro de la narrativa del disco.

Se proponen varias temáticas para la escenografía, siendo esta muy sencilla, ya que lo único incluido ajeno a la vivienda es un par de músicos para tocar en directo, focos para mejorar la iluminación, un pie de micrófono y una pequeña plataforma plateada para actuaciones como la correspondiente a la canción "Jaded" (2023), que tiene lugar en el césped del jardín. Las canciones que muestran una narrativa o un significado más personal se graban en espacios interiores, buscando esa conexión con el espectador desde la intimidad de un espacio cerrado y los primeros planos faciales, siendo este el caso de "Wonder woman", canción que la artista dedica a su propia madre.



Fig. 80. flowers



Fig. 81. jaded

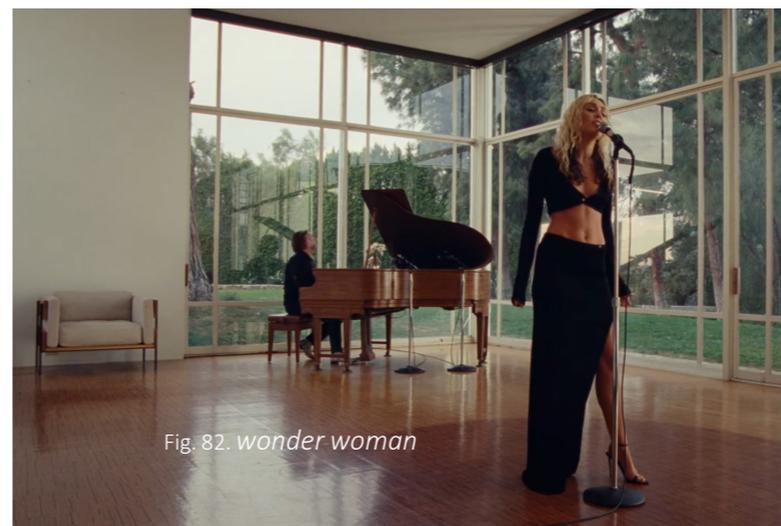


Fig. 82. wonder woman



Flowers
Miley Cyrus

Escanear el QR para
acceder al vídeo [V027]



Jaded
Miley Cyrus

Escanear el QR para
acceder al vídeo [V028]



Wonder woman
Miley Cyrus

Escanear el QR para
acceder al vídeo [V029]

Fig. 80. Fotogramas del videoclip "Flowers" de Miley Cyrus. [I080]

Fig. 81. Fotogramas del videoclip "Thousand miles" de Miley Cyrus. [I081]

Fig. 82. Fotogramas del videoclip "Wonder woman" de Miley Cyrus. [I082]

5.1.4. la construcción del set

El diseño de la escenografía de un vídeo musical, en la mayoría de casos, implica la materialización física del diseño de elementos decorativos del espacio en que se filman los videoclips, destacando cómo estos contribuyen a la narrativa y a la inmersión visual del espectador.

Según menciona Juan Antonio Ramírez en su libro *"La arquitectura en el cine"*: durante los primeros años veinte lo normal era que el director artístico se encargara también de vigilar la materialización de los decorados. [...] Sólo en los años sesenta el empleo masivo de materiales sintéticos revolucionará radicalmente los viejos procedimientos (Ramírez, 1993, 65). En ocasiones, se empleaba el trampantojo con unas técnicas algo más avanzadas, por motivos evidentes, que las que proponía Brunelleschi para demostrar su teoría de la perspectiva (explicada en el primer punto de este trabajo): se trata del *"Glass Shot"* o *pintura sobre vidrio* (Ramírez, 1993, 76), técnica utilizada en el cine en películas como *"Missions Of California"* (1907) de Norman O. Dawn para completar decorados que resultaban bastante complejos de construir. Consiste en pintar sobre un cristal los elementos que se quieren añadir a una secuencia en cámara, para posteriormente situar el vidrio entre la cámara y el objeto real, de manera que en cámara se unifican formando un único elemento ficticio ante el ojo del espectador.

A pesar de que se pretende encontrar el diseño más óptimo y apropiado al coste más bajo posible, *construir estas arquitecturas efímeras ocupaba una parte importantísima de las energías en los estudios* (Ramírez, 1993, 66), y por esto deben comprometerse con unas leyes básicas de seguridad, ya que de manera generalizada se diseñan construcciones espontáneas que deben resistir cargas como la de su peso propio, el de los figurantes, o en el caso de ser un set rodado en exterior, la del viento, así como tener en cuenta otros factores de seguridad básicos como la protección ante incendios.

Para el vídeo musical de *"Yes, and?"* (2024) del álbum *"Eternal Sunshine"* (2024) de Ariana Grande, se propone un set de rodaje ubicado en el interior de una nave industrial, potenciando el retoricismo constructivo y el uso de andamios y estructuras diseñadas para el propio videoclip. A pesar de su aspecto material semejante al hormigón, se trata de estructuras ligeras construidas con elementos metálicos que le aportan rigidez y estabilidad, así como agilidad constructiva y un bajo coste económico. La escenografía, que incluye una escalera y una plataforma, plantea una coreografía que surge entorno a este elemento constructivo protagonista, con la que Ariana trata de sosegar a los críticos que han ido a juzgar su propuesta musical. Además, los propios bailarines y la artista se convierten en figuras de piedra al inicio y al final del clip musical como metáfora que expresa la indiferencia ante el ojo público.



Yes, and?
Ariana Grande

Escanear el QR para
acceder al vídeo [V030]

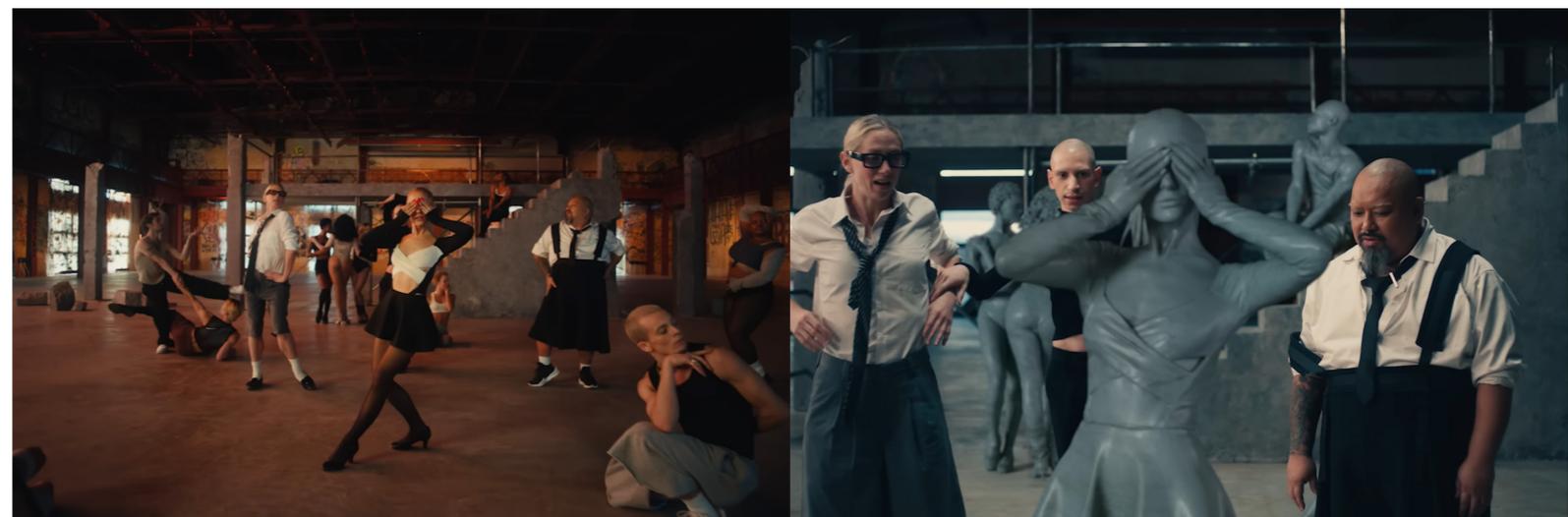


Fig. 83. Fotogramas del videoclip "Yes, and?" de Ariana Grande. [I083]

5.1.5. el diseño estructural para el vídeo musical

Las estructuras son un elemento esencial en cuanto a la concepción y ejecución de escenas visualmente impactantes. Su proceso de diseño y ejecución requiere de la colaboración de arquitectos e ingenieros que calculen y aseguren el diseño y la estabilidad de la estructura.

Estos elementos deben afianzar la seguridad de la gente involucrada en el rodaje, ya que no sólo se diseñan elementos capaces de sostener el peso de varios figurantes, sino que también se realizan escenografías con estructuras ocultas en el fuera de campo que generan ese efecto ilusorio, ya que permiten giros de 360º sobre un mismo eje mientras la cámara permanece estática, de manera que la estructura se mueve por el espacio a la vez que el artista y el espectador permanecen fieles a las leyes de la gravedad. Estos efectos se suelen apoyar de otras opciones de visualización digital como los efectos VFX o los CGI (*Computer-Generated Imagery*), reforzando ese efecto "imposible" que tanto consigue impactar al usuario.

En ocasiones, las estructuras también son capaces de generar imágenes de gran impacto visual por sí mismas sin necesidad de apoyo digital. Un ejemplo de ello son las estructuras sumergidas en el agua, siendo este un recurso que muchos vídeos musicales utilizan para ejecutar el icónico efecto en que una persona está caminando por encima del agua, empleando estructuras rígidas de vidrio como elemento sustentante que se queda a pocos centímetros de la superficie.

Un videoclip que utiliza este tipo de recursos es el realizado para el sencillo "Illusion" (2024), parte del álbum "Radical Optimism" (2024) de Dua Lipa. El emplazamiento escogido como localización para el set de rodaje fueron las piscinas municipales de Montjuic en Barcelona, espacio que albergó las competiciones de saltos y *waterpolo* de Los Juegos Olímpicos de Barcelona '92. Inspirado en las famosas torres humanas características de la ciudad condal, conocidas bajo el nombre de "castells", el videoclip expone esa ilusión visual de la artista flotando sobre el agua, aunque no se esconde ante la cámara el uso de esta estructura de color metálico. Además, se emplean dos elementos estructurales más, siendo uno de ellos una grúa que suspende un tensor del que cuelga un aro, permitiendo así que Dua ascienda del agua hacia el cielo, además, potenciado mediante el uso de efectos VFX para eliminar digitalmente la grúa y ampliar la extensión del cable. El otro elemento estructural diseñado es un conjunto piramidal de seis metros de altura formado por plataformas metálicas arriostradas mediante una estructura interna de perfiles cilíndricos que describen un hiperboloide y soportan los "forjados".



Illusion
Dua Lipa

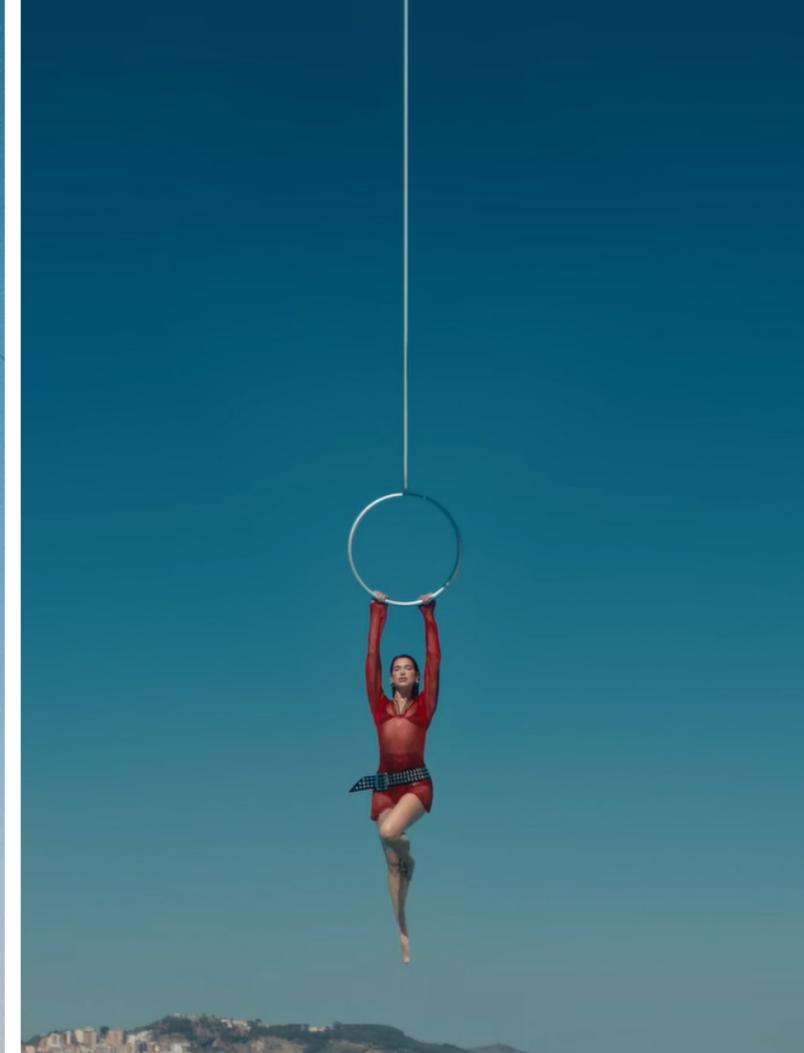
Escanear el QR para
acceder al vídeo [V031]

Fig. 84. Imagen del rodaje del clip "Illusion" de Dua Lipa. [I084]

Fig. 85. Fotogramas del videoclip "Illusion" de Dua Lipa. [I085]



Fig. 84.



5.1.6. la expresión gráfica arquitectónica

La representación visual es uno de los factores más importantes en el ámbito audiovisual: se puede observar que *el contenido seductivo de las imágenes está por encima de lo informativo. Para informar hay que atraer y, si no se atrae, el receptor deja de observar las imágenes* (Gómez, 2001, 57).

En el mundo de la escenografía y el rodaje cinematográfico han sido muchos los elementos encargados de llamar la atención del espectador enriqueciendo la puesta en escena mediante la creación de ilusiones ópticas, empleando *procedimientos tecnológicos, ópticos, reflectarios e incluso químicos* (Gómez, 2001, 60). Alguno de estos recursos los podemos presenciar en clásicos de la historia del arte, como en el cuadro *"Las Meninas"* (1656) de Velázquez, siendo este lienzo una composición en la que se genera un efecto visual que confunde al usuario debido a la incertidumbre que genera no saber a ciencia cierta si el pintor trataba de inmortalizar a la infanta, a los reyes reflejados en el fondo del cuadro o a la escena general (ya que se incluye a si mismo como si se tratase de la vista que devuelve un espejo).

Es importante el empleo coherente de los recursos gráficos para conseguir que la narrativa audiovisual sea un conjunto homogéneo capaz de trazar una historia uniforme para el espectador. Es el caso del videoclip realizado para el sencillo "Lover" (2019) de Taylor Swift, quien propone el diseño mediante el empleo de técnicas digitales como VFX y CGI (*Computer-Generated Imagery*) de una casa en sección dentro de una bola de cristal rodeada de nieve. La sección de la vivienda permite al espectador visualizar su interior, evidenciando así hasta un total de nueve estancias, cada una correspondiente a un álbum de la artista y cuya ambientación interior individual, así como la iluminación y los colores escogidos, se corresponden con la estética seguida para cada uno de los álbumes que la cantante había publicado hasta aquella fecha. Este hecho dio mucho que hablar, ya que se crearon nueve estancias, pero hasta ese momento sólo se conocían de manera oficial siete álbumes: *"Taylor Swift"* (2006, estancia verde en planta baja), *"Fearless"* (2008, estancia anaranjada en planta primera), *"Speak Now"* (2010, estancia lila en planta baja), *"Red"* (2012, estancia roja en planta primera), *"1989"* (2014, estancia azul en planta segunda), *"Reputation"* (2017, ático) y *"Lover"* (2019, estancia rosa en planta segunda), quedando descontextualizados los dos núcleos de escaleras que componen las estancias centrales (gris y marrón). Apenas un año después de la publicación del videoclip, este acertijo entorno a los espacios de comunicación vertical quedó finalmente resuelto; se trataba de los dos álbumes sorpresa que Taylor publicaría en la segunda mitad de 2020: *"Folklore"* (julio de 2020, escalera de caracol en la estancia gris) y *"Evermore"* (diciembre de 2020, estancia marrón con escalera escamoteable en la segunda planta).



Lover
Taylor Swift

Escanear el QR para
acceder al video [V032]

Fig. 86. Imagen del rodaje del clip "Lover" de Taylor Swift. [I086]



5.2. el impacto cinematográfico de la arquitectura

La arquitectura y el cine han compartido de manera constante a lo largo de su historia ofreciendo experiencias sensoriales únicas a sus audiencias. Podría decirse que hasta han llegado a retroalimentarse de manera mutua, ya que la arquitectura, de origen más primitivo que el séptimo arte, ha sido el espacio que siempre se vio predispuesto a albergar la faceta más artística de la humanidad: desde representaciones teatrales, pasando por conciertos y hasta las primeras proyecciones cinematográficas que conoció el ser humano. Por su parte, el cine le ha devuelto el honor cuidando la escenografía y exponiendo la arquitectura en todas sus estados a lo largo de la historia, dejando un archivo visual que, a diferencia de la construcción física original, siempre quedará al alcance de la memoria histórica generacional. Sin embargo, Jorge Gorostiza detalla en su libro *"La profundidad de la pantalla"* que *sólo cuando el cineasta use edificios construidos habrá una cierta influencia y en ese caso el cine funcionará como conciencia del arquitecto*. Este pensamiento surge tras lo que hoy en día se conoce como "intrusismo laboral", ya que también introduce la cuestión sobre *si la arquitectura la plantea sólo el arquitecto, y hasta qué punto son arquitectura esos espacios que crean los profesionales del cine* (Gorostiza, 2007, 248).

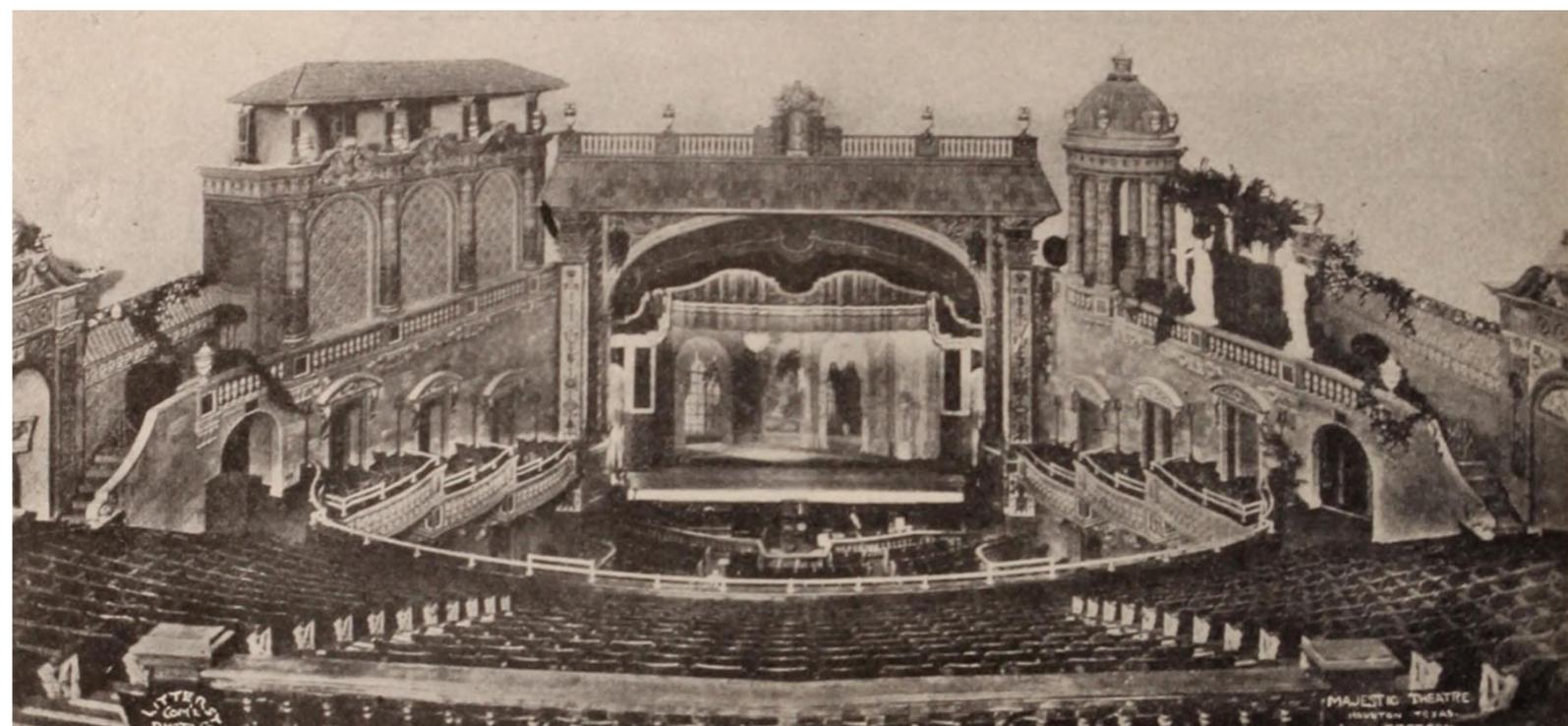
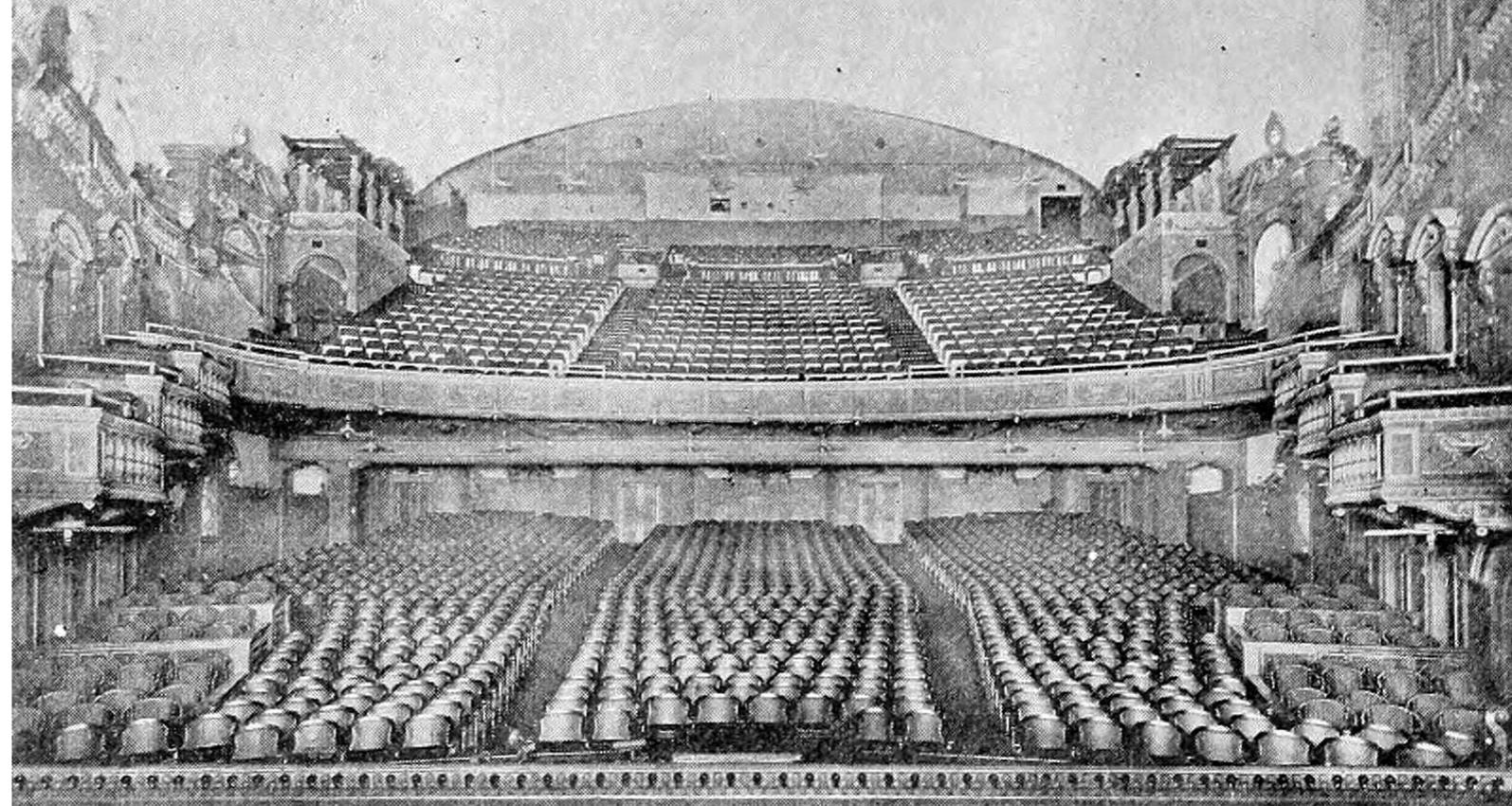
Los teatros fueron durante muchos años el espacio deseado por las masas. Un ejemplo de esto fue lo sucedido en el *"Strand Theatre"* (1914) en Broadway, Nueva York: tras la apertura de sus puertas al público, sin duda, la clase pudiente, pudo vivir una experiencia fuera de lo habitual, y era el hecho de *ver cómo las películas eran exhibidas en un palacio con lámparas de cristal, láminas de oro y diversas obras artísticas; acomodadores impecablemente uniformados conducían a los clientes hasta sus asientos pisando alfombras elegantes. El precio de la entrada, 25 centavos [...]* (Ramírez, 1993, 21). Otros ejemplos de estos primeros espacios arquitectónicos que abrazaron al universo cinematográfico fueron el *"Ohio Theatre"* (1928) o el *"Houston Majestic"* (1923), realizado por John Ebersson¹ (1875) siendo este último uno de los primeros espacios que datan como "cines atmosféricos"².

El mundo audiovisual se ve profundamente influenciado por la arquitectura en cuanto a tácticas de ejecución se refiere: la composición de los encuadres, el empleo de la iluminación como refuerzo visual del espacio lleno y del espacio vacío, así como el refuerzo y el juego de sombras y perspectivas como recurso fotográfico elemental que dignifica el diseño cinematográfico. *La arquitectura de los cines y la arquitectura en el cine se desarrollan, pues de un modo paralelo. [...] Se trata de emocionar al espectador haciéndole olvidar su realidad cotidiana, de llevarle a un mundo de ensueño y maravilla* (Ramírez, 1993, 22).

Fig. 87. Imágenes del "Houston Majestic" (1923) obra de John Ebersson. [1087]

¹ John Ebersson fue un arquitecto austriaco - estadounidense conocido por el diseño de palacios de cine, diseñando más de quinientos ejemplares a lo largo de su vida.

² Los cines atmosféricos son una variante de los cines al uso, diferenciados por su diseño interior, cuyo objetivo es dar al espectador la sensación de estar sentado al aire libre.



5.2.1. la creación de ambientes y atmósferas

La arquitectura juega un papel muy relevante en el desarrollo y creación de ambientes y atmósferas para los vídeos musicales y el cine, permitiendo de esta manera establecer un tono narrativo y emotivo que llegue al espectador.

La selección de estos espacios puede transitar en función del grado de intimidad deseado para la representación audiovisual.

En el caso del clip realizado por la productora *Little Spain* para el "*Tiny Desk (Home) Concert*" (2021) de C. Tangana, se muestra el tratamiento de espacios interiores de la vivienda como escenografía para un evento visual a modo de videoclip de un conjunto reducido de canciones de su álbum "*El Madrileño*" (2021).

En él podemos ver una escena cotidiana típica de cualquier evento familiar que representa "la sobremesa", siendo este un momento para el disfrute y para compartir música con familiares y amigos. De esta manera, el espacio forma parte de la escena como protagonista principal, dotando de intimidad y calidez espacial y sensorial al vídeo musical, además de transmitir estas sensaciones al espectador a través de la pantalla mientras el artista transita de la mesa del comedor al salón de la vivienda, acompañado de música en directo.

Tiny Desk (Home) Concert
C. Tangana y amigos

Escanear el QR para
acceder al vídeo [V033]



Fig. 88. Fotogramas del clip "Tiny Desk" de C. Tangana. [I088]



Fig. 88. rodaje



5.2.2. la arquitectura en movimiento

En el contenido audiovisual es común que se utilicen recursos de movimiento de cámara o del propio actor de manera que *repercuten en el ritmo audiovisual y en la propia narración de relatos* (Gómez, 2001, 147).

En el videoclip de "*Training season*" (2024) de Dua Lipa se muestra cómo la arquitectura efímera de los sets de rodaje permite generar efectos visuales sin el empleo de efectos especiales.

La temática narrativa de esta canción expone el cansancio emocional que siente la artista ante la presión de tener que "enseñar" cómo amar a las personas que se ha encontrado en sus experiencias amorosas: tal y como cita textualmente, "*la temporada de entrenamiento se ha acabado*". Para generar este efecto en que la presión la rodea, se diseña un set compuesto por un espacio interior decorado y apoyado sobre una estructura giratoria, a excepción de un pequeño círculo exento a esta estructura que queda fijo e inmóvil, sobre el que se sienta Dua. Cuando la estructura se pone en movimiento, las personas que están sobre ella giran al unísono y, mientras surge la acción, se captura la imagen con una cámara con baja velocidad de obturación, mientras el sujeto principal permanece quieto en el centro.

Training season
Dua Lipa

Escanear el QR para
acceder al vídeo [V034]



Fig. 89. Imagen del rodaje del clip "Training season" de Dua Lipa. [I089]

Fig. 90. Fotogramas del videoclip "Training season" de Dua Lipa. [I090]

5.2.3. el espacio psicológico

La psicología es una parte de la ciencia enfocada en el análisis y la comprensión de conductas humanas en situaciones determinadas. La arquitectura, la música, el cine, la pintura, y otras ramas del arte son vías de canalización emocional del artista, pero también del usuario en tercera persona.

El empleo de recursos específicos puede generar un discurso narrativo de carácter psicológico en el espectador, haciendo que éste sienta el terror, la alegría, la desilusión, la pérdida o el reencuentro, y así con un sinfín de emociones que dependen directamente del espacio en que sucede la acción y los recursos audiovisuales empleados para generar las atmósferas adecuadas para cada ocasión. Es lo que sucede en películas como "El resplandor" (1980), con escenas como la del pequeño Danny recorriendo los pasillos del hotel con una *steadycam* que lo acompaña en todo el recorrido, *generando una atmósfera inquietante y perturbadora por el inminente terror ante la aparición de algo anómalo* (Gorostiza, 2007, 166).

Se pueden encontrar numerosos ejemplos que tratan de cerca cuestiones relacionadas con la salud mental de manera metafórica o directa, canalizadas a través de la música y su visualización mediante clips como el de "*Bagdad (Capítulo 6: Liturgia)*" (2018) de Rosalía, donde la artista encarna a una mujer que se esconde en un reducido aseo de un local de copas para llorar, hasta que acaba ahogada en sus propias lágrimas para luego "renacer" y encontrar la fuerza para mantenerse con vida, siendo ésto una metáfora que realiza la artista para expresar la angustia que sufren algunas mujeres ante los abusos de sus parejas y el esfuerzo que supone pedir ayuda.

Otro ejemplo de vídeos musicales que tratan cuestiones relativas al espacio psicológico es el videoclip realizado para la banda sonora de la película "*Barbie*" (2023) con el tema "*What was I made for?*" (2023) de Billie Eilish; un videoclip sencillo pero emocionante que expone en un único plano a una niña jugando con su caja de muñecas, sacando lo que fueron vestidos de la propia Eilish, pero en formato reducido como muestra de la nostalgia del pasado y la evolución del personaje. Mientras ella re-ordena su pequeño armario, es sacudida por un pequeño terremoto y una fuerte lluvia, ante lo que se muestra claramente afectada, pero actúa como si nada hubiera ocurrido. Este vídeo pretende exponer la vulnerabilidad de las personas que crecieron atendiendo o recibiendo de manera externa estímulos que exponían cánones de belleza semejantes a la "perfección de una Barbie", rechazando cualquier otro tipo de cuerpo que no fuera el canónico, y cómo esto influye en el desarrollo personal durante etapas muy tempranas. La letra expone el momento en que se pierde el control sobre la vida propia, llegando al límite en que ésta se consume y se encarna la actitud de una marioneta inanimada, planteando preguntas sobre el motivo de su propia existencia pero, a pesar de la lluvia, nunca perdiendo la esperanza de, algún día, saber para qué fue realmente hecha.

Fig. 91. Fotogramas del videoclip "What was I made for?" de Billie Eilish. [1091]

"What was I made for?"

Billie Eilish

[Verso 1]

Yo antes flotaba, ahora sólo caigo
Yo antes sabía, pero ahora no tengo claro
para qué fui hecha
¿Para qué fui hecha?

[Verso 2]

Cuando salía de paseo, yo era ideal
Parecía tan viva, pero resulta que no soy real
Sólo soy algo por lo que pagaste
¿Para qué fui hecha?

[Coro]

Porque yo, yo...
No sé cómo sentirme
Pero quiero intentarlo
No sé cómo sentirme
Pero algún día quizá lo haga
Quizá algún día...

[Verso 3]

¿Cuándo terminó toda la alegría?
Estoy triste otra vez, pero no se lo digas a mi novio
No está hecho para eso
¿Para qué fui hecha?

[Coro]

Porque yo, yo...
No sé cómo sentirme
Pero quiero intentarlo
No sé cómo sentirme
Pero algún día quizá lo haga
Quizá algún día...

[Verso 4]

Creo que olvidé cómo ser feliz
Algo que no soy, pero algo que puedo ser
Algo que estoy esperando
Algo para lo que estoy hecha
Algo para lo que estoy hecha



What was I made for?
Billie Eilish

Escanear el QR para
acceder al video [V035]







Tras la exposición informativa de la investigación realizada entorno a la evolución del videoclip hacia su expresión cinematográfica, complementada con la aportación de clips explicativos en función del tema desarrollado, así como el análisis de los recursos arquitectónicos empleados para su desarrollo, se pretende realizar un estudio algo más exhaustivo que culmine y complete la redacción de este trabajo.

Con este último análisis se presentan tres vídeos musicales que responden de manera óptima a tres de las preguntas que han sido el germen motivacional para la realización de esta investigación: *¿qué hace que un videoclip pueda pasar a considerarse un elemento cinematográfico?*, y para responder a esta duda, surgió la siguiente: *¿cuáles son los recursos cinematográficos empleados para la creación de vídeos musicales?* Puesto que para un círculo bastante amplio de gente, el cine y la música pueden parecer ámbitos artísticos desligados de la arquitectura, se planteó una tercera cuestión a resolver que consiguiera acercar estos tres medios de expresión, lo que llevó a pensar: *¿cómo conversa la arquitectura con el género audiovisual y cómo influye ésta en el desarrollo espacial de un vídeo musical?*

Para llevar a cabo este procedimiento, se ha realizado una búsqueda en el archivo de la cultura popular actual que pretende no sólo reforzar lo estudiado, sino también visualizar varios temas sociales que se han tenido presentes durante la redacción de este trabajo y que se consideran importantes de cara al futuro tanto en lo personal como en lo profesional: es el caso de la *"narrativa cinematográfica como exposición de un evento*

Fig. 92. Dua Lipa con la bandera LGBTBIQ+ durante su concierto. [1092]

traumático", del "espacio psicológico como foco canalizador", y de la "manifestación de la libertad sexual mediante la comunicación audiovisual".

Teniendo en cuenta los recursos estudiados a lo largo de esta investigación, se ha realizado una tabla de valoración que destaca las cualidades y características de la amplia selección de videoclips escogidos para este trabajo. Tras revisar los recursos que presentaban los diferentes vídeos musicales y realizar un cómputo de los mismos, tal y como queda reflejado en la tabla [Fig. 93], quedan seleccionados tres de ellos por ser los más completos, derivando el resto a los apartados del trabajo más adecuados para su óptima definición y comprensión.

Es destacable que los videoclips más completos y, por ende, mejor valorados, están protagonizados por mujeres. De esta manera, se aprovecha para rendirles homenaje a su entrega y su activa lucha a lo largo de sus carreras profesionales por acabar con las injusticias sociales; con las discriminaciones al colectivo *LGTBIQ+*, además de ser siempre un espacio seguro para él; por defender los derechos de la mujer, y por visibilizar una de las "guerras internas" más desatendidas de la sociedad actual: la salud mental. Lady Gaga, Dua Lipa y Ariana Grande son mujeres que representan los valores expuestos, así como el compromiso con su proyecto audiovisual, siendo este el hilo conductor que resume y concluye la investigación realizada entorno al videoclip y a su evolución como obra vídeo-musical de carácter cinematográfico.

		videoclips								
		no tears left to cry	physical	911	kill bill	when the party is over	doin' time	juro que	yes, and?	what was i made for?
audiovisuales	dirección de fotografía	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	edición y montaje	x	x	x	x	x	x	x	x	
	diseño de producción artística	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	iluminación y color	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	efectos visuales	x	x	x	x	x	x		x	x
narrativos	referencia cinematográfica			x	x		x	x		x
	álbum visual	x				x				
espaciales	espacio urbano	x	x	x	x		x			
	espacio íntimo	x	x		x	x		x	x	x
	espacio ficticio	x	x	x	x		x			
arquitectónicos	composición arquitectónica	x	x	x	x	x		x	x	x
	urbanismo vídeo-musical	x		x			x			
	proyecto arquitectónico		x					x	x	
	construcción del set	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	diseño estructural	x	x	x					x	
	expresión gráfica	x	x	x	x	x	x	x		
	ambientes y atmósferas	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	arquitectura en movimiento	x	x							
	espacio psicológico	x		x		x				x
		17	15	15	13	13	12	11	11	10

Fig. 93. Tabla de valoración realizada para la selección de los casos de estudio. [1093]



Fig. 94. Artwork del videoclip de 911 de Lady Gaga. [I094]

"Este cortometraje es muy personal para mí, mi experiencia con la salud mental y la forma en que la realidad y los sueños pueden interconectarse para formar héroes dentro de nosotros y a nuestro alrededor."

Lady Gaga

Comentario de la artista en Instagram sobre el estreno del videoclip "911".

18 de septiembre de 2020



911
Lady Gaga
Escanear el QR para acceder al vídeo [V036]

Fig. 95. Fotograma del videoclip de "911" de Lady Gaga. [I095]

6.1.1. contextualización musical

La canción *911* de Lady Gaga pretende mostrar una parte honesta a la par que cruda de la realidad de la cantante en lo que a sus problemas médicos y psicológicos se refiere. La letra de este tema revela una dura disputa entre la ansiedad y la autocrítica, refiriéndose a sí misma como "*su propia enemiga*".

A lo largo de la canción se utilizan numerosas metáforas que aluden al consumo de medicamentos como recurso para aliviar los síntomas que la hacen padecer, además de exponer un estado mental crítico en el que la cantante se siente atrapada en sí misma con frases como: "*Sigo repitiendo frases de odio hacia mi misma; ya he escuchado suficiente estas voces como si no tuviera elección*". Otro de los temas que se intuyen al atender a la letra es el de la creación de una fachada que impide conocer quién es la verdadera persona detrás de la artista multidisciplinar, siendo evidente en frases como: "*guardo mis muñecas en cajas para diamantes*", sirviendo esta como metáfora que representa el cuidado que tiene al exponer su vida privada y cómo reprime partes de su personalidad para protegerse del exterior.

La canción es una llamada a la atención pública que busca concienciar a la sociedad de la importancia que tiene atender a los factores que interfieren en la salud mental. Buscar ayuda y aprender a pedirla es vital para iniciar un camino hacia el bienestar y la recuperación del individuo.

Este vídeo comprende una gran cantidad de estímulos y símbolos que no dejan comprender fácilmente lo que está ocurriendo al inicio del clip. Lo que el director pretende es exponer diferentes escenas aparentemente inconexas que al final del vídeo acabará resolviendo en un instante al hilar los sucesos que han tenido lugar fuera del mundo imaginario y espiritual expuesto en él, sirviendo como augurio de un desenlace inesperado.

Tras la primera reproducción, se entiende que Gaga ha sufrido un accidente de bicicleta en el mundo real y que todo lo que vivió a lo largo del vídeo musical no es más que un sueño en el que los protagonistas son personajes que muestran actitudes forzadas e incluso fuera de la normalidad, como un hombre golpeando la cabeza contra un cojín o lo que parece una mujer con atuendo sacerdotal que juega con el reflejo de un espejo para deslumbrar a la cantante, y que resultan ser el conductor que provocó el accidente repitiendo la acción de golpearse contra el Airbag del volante y la médico que trata de comprobar su correcta visión y estabilizarla.

Sin embargo, es tras la segunda vuelta cuando se encuentran las similitudes de todos los personajes, tanto los que forman parte del fondo, como las referencias en los carteles que dibujan el espacio urbano o los bomberos que apagan el fuego ocasionado tras la colisión durante la disputa de la cantante entre la vida y la muerte. De esta manera, se consigue contextualizar y dar significado al lugar, el tiempo, el espacio y la acción del clip.

6.1.2. despliegue audiovisual

Este vídeo musical se ubica en lo que parece un pueblo en medio del desierto. Los planos utilizados especialmente al inicio son generales para contextualizar el espacio, y primeros planos para presentar a los personajes, atendiendo a un montaje y edición milimetrados muy marcados por el ritmo musical. Conforme el vídeo evoluciona, los planos escogidos por la dirección de fotografía y el director son de tipo detalle, permitiendo que el espectador se focalice en pequeños detalles que le ayudarán a entender la simbología empleada a lo largo del vídeo musical.

La elección de la gama cromática viene influenciada por la referencia cinematográfica de la que nace el ideario del director, siendo ésta muy certera en el uso de colores llamativos, empleando atuendos típicos de escenas bíblicas, dotando así de una esencia algo más utópica o alejada de la realidad terrenal. Además, el empleo de este atrezzo junto al uso de efectos visuales ayuda al espectador a entender que Gaga se encuentra en una situación en la que se debate entre la vida y la muerte; para ello se realizan escenas en las que la artista es elevada mediante una plataforma como si ascendiera al cielo, empleando recursos ejecutados de manera manual, acompañados de algunas producciones digitales a posteriori que potencian el efecto y complementan la trama.

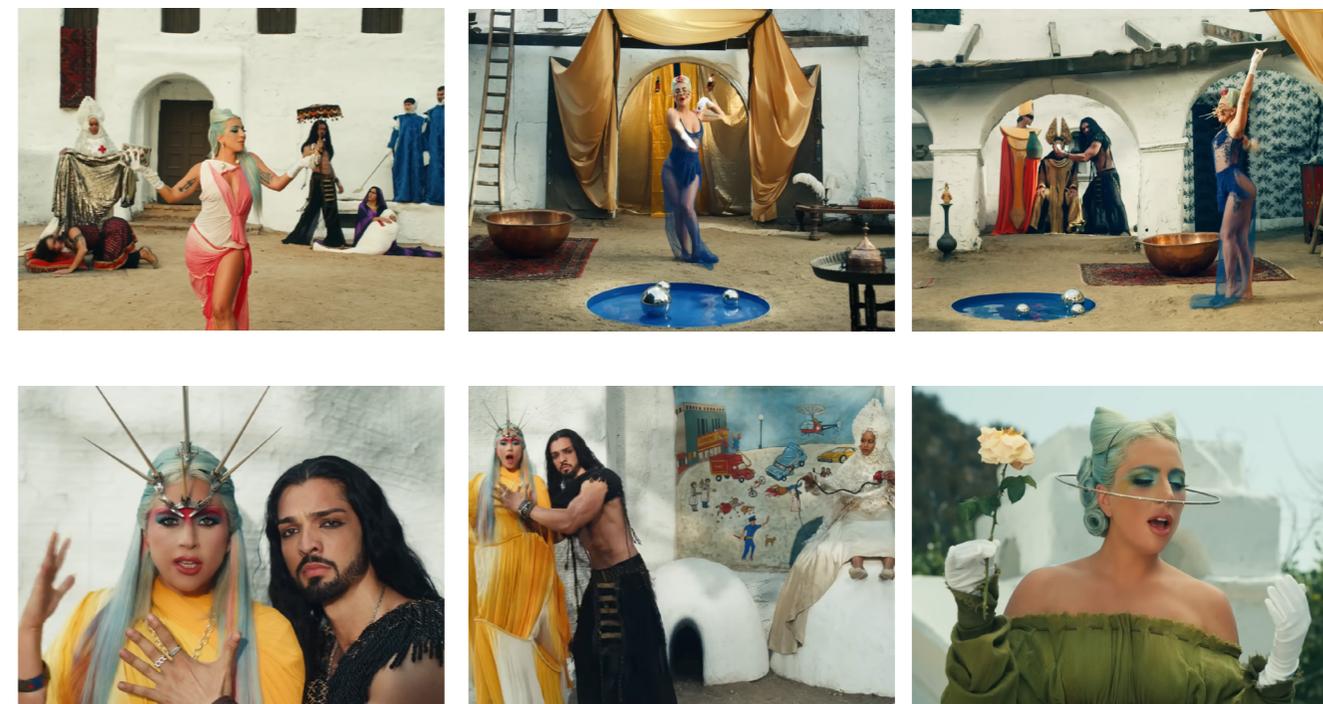


Fig. 96. Fotogramas extraídos del videoclip "911" de Lady Gaga. [1096]

6.1.3. la narrativa

El videoclip de 911 está inspirado en la película "El color de la granada" (1969) del director armenio *Serguéi Paradzhánov* (1924), película biográfica que narra de manera radicalmente simbólica, mediante el empleo del surrealismo y el amalgama de imágenes, la vida del poeta y músico Sayat-Nova, ambientada en el siglo XVIII.

Esta referencia cinematográfica fue muy significativa para el director del clip, *Tarsem Singh* (1961), quien refleja en algunas de sus películas la estética del director armenio. Es por ello que el videoclip de Gaga posee este simbolismo que llama la atención del espectador desde el inicio.

A lo largo del vídeo se pueden identificar algunas escenas que han sido clara inspiración visual para la creación del set de rodaje, de la dirección y la fotografía, del vestuario, e incluso de la actitud y acciones de los personajes que intervienen a lo largo del vídeo musical. No sólo se utilizan como inspiración algunos fotogramas de la película, sino que se reinterpretan y se les rinde homenaje mediante la recreación de algunas de las escenas con mayor impacto visual como icono estético, así como la reconstrucción de elementos de atrezzo que fueron diseñados para la película de S. *Paradzhánov*. En las siguientes imágenes se encuentran algunas similitudes visuales con la película "El color de la granada":



Fig. 97. Fotogramas extraídos de la película "El Color de la Granada" de Serguéi Paradzhánov. [1097]



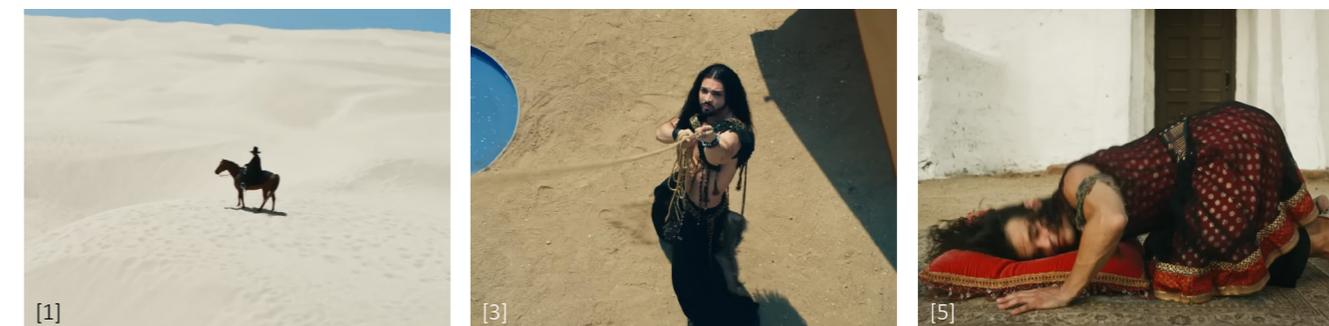
Fig. 98. Fotogramas extraídos del videoclip "911" de Lady Gaga. [1098]

El vídeo comienza mostrando un recorrido aéreo que conduce al espectador a través de unas dunas blancas sobre las que camina un jinete con su caballo [1], quien observa el cuerpo de Gaga en el suelo rodeada de granadas y unos paños rojos. Tras despertar, el jinete la dirige a un pueblo donde sucede la trama del clip [2]. A partir de la mitad del vídeo, aparecen fotogramas que a penas duran uno o dos segundos en los que el director presenta al espectador un augurio de lo que está ocurriendo en el plano terrenal: se trata de secuencias que a primera vista parecen casi imperceptibles, pero consiguen estimular y captar la atención del receptor visual. Encontramos uno de estos en el minuto 2:15 del clip, cuando uno de los actores tira de la cuerda que sujeta el pie de Gaga para interceptar su ascensión al cielo, simbolizando que la cantante estaba a punto de perder la vida [3]. Cuando Gaga cae al suelo, en el momento del impacto, se incluye un fotograma de la artista en una situación completamente desconocida hasta el momento, ya que parece despertar en un contexto totalmente ajeno [4].

El desenlace del vídeo muestra que todo lo ocurrido es una alucinación inducida por un accidente de tráfico, revelando así que todas las imágenes y escenas que aparecen a lo largo del clip en realidad son fruto de los estímulos visuales retenidos en su memoria visual instantes antes del accidente, siendo también una representación simbólica de su lucha interna durante su estado de inconsciencia y el intento de los médicos de recuperar sus constantes vitales [5] y [6].

Contexto urbano.

Presentación de la narrativa simbólica y los personajes en el plano imaginario:



Llegada al lugar donde ocurre la acción.

Resolución de la narrativa y contextualización espacio-temporal del plano terrenal:

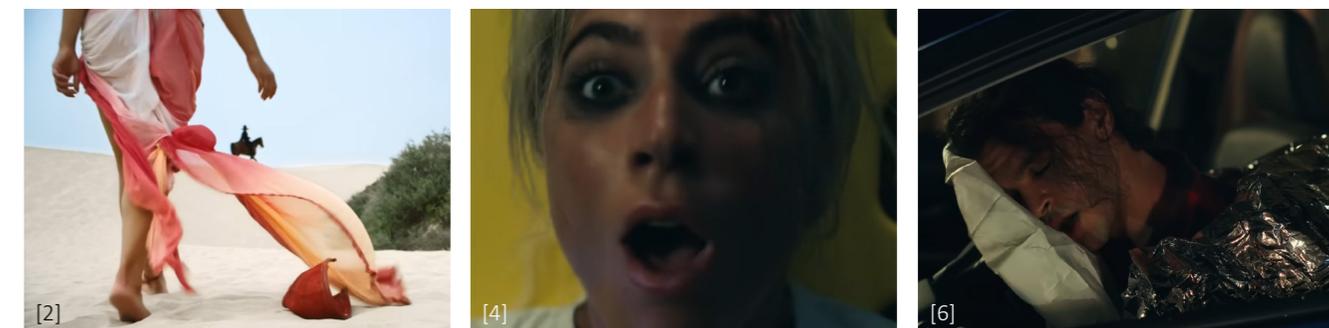


Fig. 99. Fotogramas extraídos del videoclip "911" de Lady Gaga. [1099]

6.1.4. el espacio cohesivo

Al tratarse de un vídeo que comprende el mundo de la inconsciencia y los sueños, el espacio perceptible se corresponde con el plano ficticio de la narrativa, a pesar de visualizarse un espacio físico claro y tangible.

Aunque no se conoce un plano de situación que defina los diferentes sets de rodaje, se perciben hasta siete ubicaciones: el desierto, el acceso al pueblo, tres sets dentro de una misma plaza pero con diferentes fondos y decorados, el interior de una capilla, y por último, el espacio urbano donde queda resuelta toda la trama del videoclip.

El espacio urbano se utiliza no sólo como fondo estático del vídeo que ayuda a contextualizar la trama una vez queda resuelta, sino que también forma parte de los elementos visuales que componen la narrativa principal. Además, la interacción de los personajes con los elementos del decorado urbano ayudan a contextualizar las acciones de algunos de los personajes secundarios a lo largo del clip, cuya función no quedaba realmente resuelta, como es el caso de los jóvenes que graban lo ocurrido [1], la mujer que llora la muerte de su hijo [2] o los bomberos y médicos que ayudan con un respirador a uno de los afectados [3].

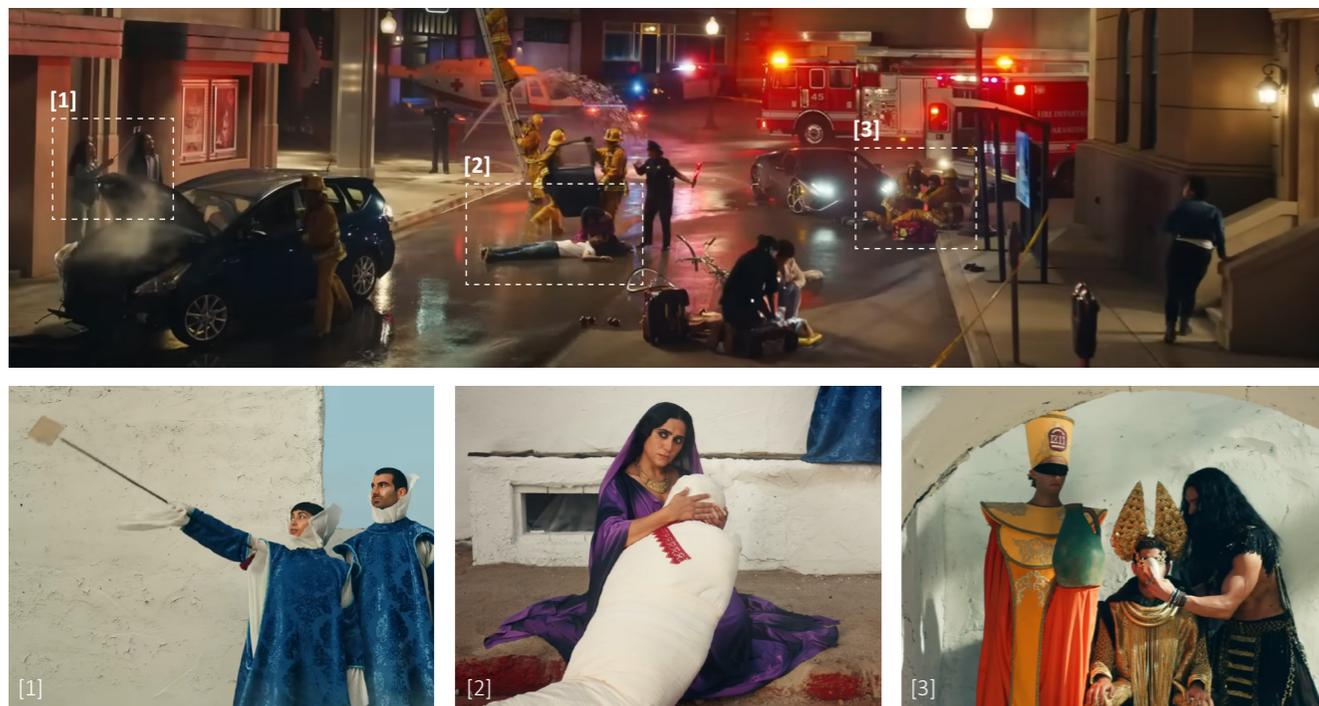


Fig. 100. Fotogramas extraídos del videoclip "911" de Lady Gaga. [I0100]

6.1.5. la arquitectura como recurso

Parte de la escenografía utilizada se encuentra en una granja cinematográfica ubicada al norte de Los Ángeles, en un espacio conocido como *Veluzat Movie Ranch*. Este terreno posee diferentes sets de rodaje entre los que se encuentran una iglesia influenciada por la arquitectura occidental rodeada de otras edificaciones con el mismo aspecto formal.

Este espacio se ha utilizado para numerosos eventos audiovisuales del archivo visual americano, siendo el espacio escénico de numerosas series y películas, así como de sesiones de fotografía y promoción. Para la construcción del set sólo fue necesario rediseñar los elementos decorativos que ayudasen a referenciar a la película "*El color de la granada*".

La segunda ubicación utilizada en el clip muestra un espacio urbano real que presenta un punto de encuentro en el que convergen varias calles, entorno donde ha sucedido el accidente de tráfico y donde se resuelve la trama enigmática que ha sido el hilo narrativo y visual durante todo el vídeo musical.

Ubicación de la cámara ○ y dirección del encuadre correspondientes a la [Fig. 101] y delimitación del espacio utilizado como set de rodaje del vídeo musical.



Fig. 101. Fotograma extraído del videoclip "911" de Lady Gaga. [I0101]

Fig. 102. Vista aérea del *Veluzat Movie Ranch*. [I0101]



Physical



Diagrama conceptual de la escenografía del videoclip "Physical"

Fig. 103. Imagen promocional de Dua Lipa. [I0103]

physical
Dua Lipa

Escanear el QR para
acceder al vídeo [V037]



6.2.1. contextualización musical

"Physical" es una canción enérgica publicada como segundo sencillo del segundo álbum de Dua Lipa, "Future Nostalgia" (2020), un disco que explora el género pop electrónico, retro e innovador que juega con la mezcla de sonidos intergeneracionales, tal y como declara el título de su álbum, "Nostalgia del futuro". Inspirada por el éxito ochentero de mismo título de la gran Olivia Newton-John (1948), esta canción no pasó desapercibida tras su publicación, y en la actualidad sigue siendo uno de los grandes éxitos de la cultura pop actual.

Si algo caracteriza a esta canción es el vídeo musical con el que fue presentada al mundo: sin duda, una coherencia absoluta entre imagen y sonido. El videoclip nació de la mano del equipo formado por CANADA, productora afincada en Barcelona de la que corre un amplio historial audiovisual de gran éxito popular. Para comprender bien "Physical" debe atenderse a la canción con el mismo interés que al vídeo, ya que ambos trabajan como un conjunto óptimo, consiguiendo así que la reproducción sea algo totalmente orgánico, narrativo y perfectamente cohesionado.

El concepto original del videoclip se basa en un diagrama diseñado por los artistas suizos Peter Fischli (1952) y David Weiss (1946) el cual representa los cuatro elementos que, según ellos, componen el mundo: "ser humano, emociones, materia y animales" [Fig. 104]. Lope Serrano, director del vídeo musical y componente de la productora catalana, se inspira en este dibujo y realiza un rediseño que complementa el original, donde añade colores a cada elemento y a los espacios intermedios, dejando la palabra "orgasmo" como centro del diagrama, ya que este se asocia al culmen de la energía sexual, de la visual y de la creativa, siendo el punto de encuentro donde se exalta la unión física como puente entre lo sensible y lo material, entre lo externo y lo interno.

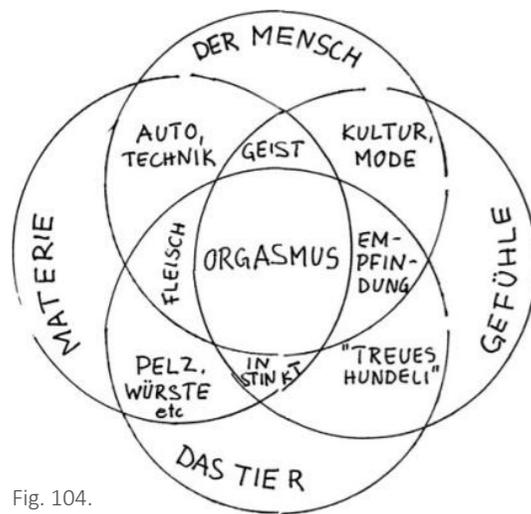


Fig. 104.

Fig. 104. Diagrama de Fischli y Weiss junto a su versión en castellano. [I0104]

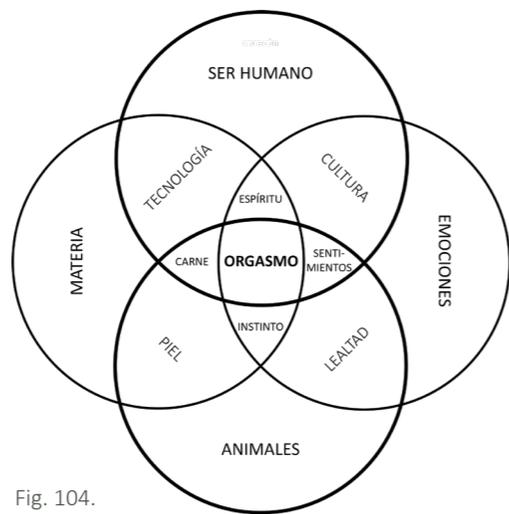


Fig. 104.

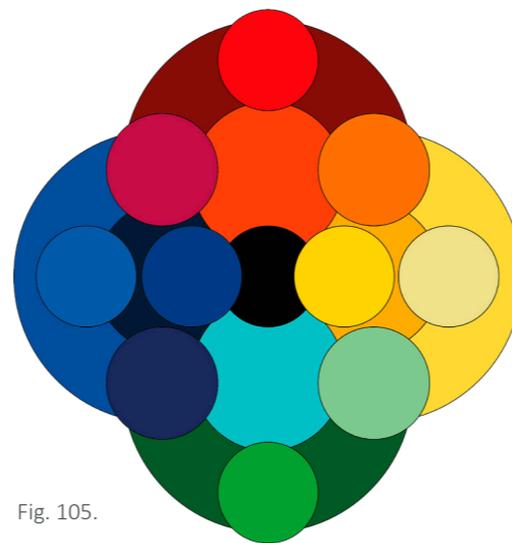


Fig. 105.

Fig. 105. Diagrama de Lope Serrano + delimitación de zonas. [I0105]

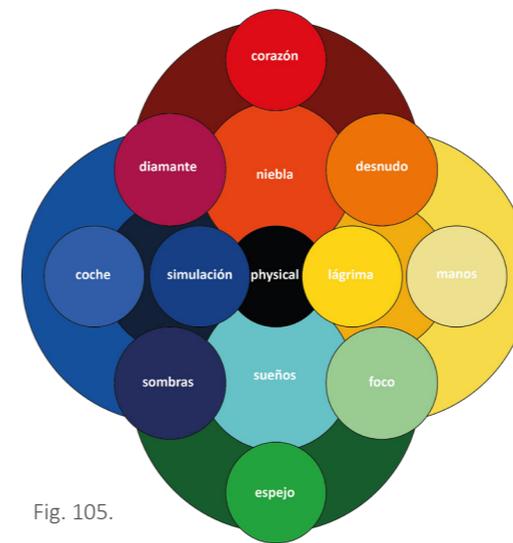


Fig. 105.

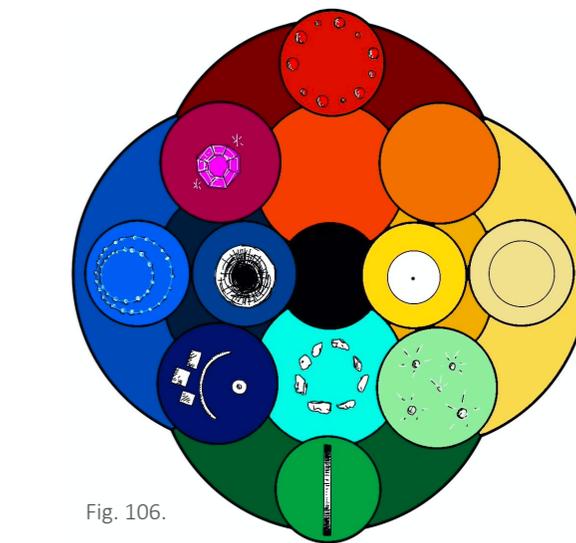


Fig. 106.

Fig. 106. Diagrama con esquema de la escenografía. [I0106]

6.2.2. despliegue audiovisual

El vídeo musical realizado para "Physical" engloba un proyecto ambicioso tanto en la manera en que interviene en la arquitectura construida, como en la técnica empleada para el diseño y materialización de la escenografía y del lenguaje que en ésta se describe.

Los planos realizados son muy dinámicos, ya que se rigen tanto al ritmo enérgico de la música como a la narrativa expresada por la letra de la canción, siendo este un discurso que se va potenciando y describiendo conforme la artista y los bailarines interactúan y alternan entre los diferentes sets de rodaje. Además, de manera puntual, se acompaña de pequeñas secuencias estilo cómic que ayudan al espectador a hilar los detalles de la historia.

La escenografía propuesta materializa el diagrama rediseñado de Lope Serrano [Fig. 105], delimitando el espacio interior de una de las naves industriales de la Fira de Barcelona mediante el empleo de elementos decorativos, así como alfombras, fotografías o espejos, cada uno correspondiente a un sector al que se le adjudica un color determinado [Fig. 105].

Es interesante la manera en que se aborda el vídeo, ya que se asemeja más a la crudeza, la naturalidad y la honestidad visual de una representación teatral que a la búsqueda del "encuadre perfecto" que consiga ocultar los elementos que hacen posible el rodaje. Esto viene a destacar que a lo largo del vídeo se pueden distinguir con facilidad grúas, conductos de ventilación y estructuras que sustentan parte de la escenografía, y no sólo eso, sino que en la mayoría de escenas representadas en cualquiera de los sub-espacios es posible visualizar el resto de la escenografía viva. Por ejemplo, una toma grabada en el círculo verde también muestra lo que están haciendo los bailarines del círculo azul o amarillo.

6.2.3. la narrativa

El amor es el primer tema que se trata en esta canción y, cómo no, la narración se corresponde con lo que se visualiza en el vídeo: la primera secuencia que aparece en el clip es una escena fuera del set de rodaje en la que, mediante efectos digitales, Dua, tras soplar una pluma roja, procede a arrancar el corazón del pecho de manera literal [1] al joven de quien parece estar enamorada. Cuando la artista se acerca al oído del chico para susurrarle "*el amor común no es para nosotros, nosotros creamos algo fenomenal, ¿no crees?*", se produce un cambio de ubicación manteniendo el mismo plano, mismo enfoque y la misma posición de los protagonistas [2], adentrando ya al espectador en la escenografía del diagrama, siendo la primera ubicación la correspondiente al círculo rojo; *corazón*. Tras bailar de forma tímida entre ellos, Dua lanza el corazón (el cual se transforma en el pájaro rojo del que la cantante sopló la pluma al inicio del clip) hacia la siguiente ubicación, entrando así en el set del *diamante* [3], el cual precede al que será el set con el que empieza el estribillo: *coche* [4]. Desde esta ubicación, el plano desde el que se enfoca la escena deja ver el set correspondiente a la siguiente toma: *sombras*, [5] introduciéndolo de manera subliminal como una forma ingeniosa de realizar la transición entre escenas.

El segundo verso de la canción comienza con el acceso de Dua a una nueva ubicación, cada vez más cercana al centro del diagrama; en este caso se trata de la casilla correspondiente a la *simulación* [6], donde se ubica la imagen de un pozo impreso sobre el suelo azul en el que, al realizar un plano

cenital de la escena, se crea una ilusión óptica haciendo parecer que los protagonistas se encuentran al borde del abismo. Sin embargo, este efecto queda resuelto cuando la cámara desciende de manera lateral, desmintiendo la ilusión sin ningún tipo de remordimiento. En esta escena se refuerza la correspondencia entre la letra y el visual, ya que tiene lugar cuando Dua canta "*amo la simulación que estamos viviendo*", frase que precede a "*no quiero vivir otra vida, esta está bastante bien*", dando paso a un nuevo escenario: los *sueños*.

De nuevo, el estribillo se inicia con una ubicación distinta. Esta vez, se trata del color verde, set correspondiente al *espejo* [7 - 12]. En este se desarrolla una de las transiciones más interesantes de todo el videoclip: en ella se puede ver a Dua incitando al espectador a acompañarla hacia un espejo de grandes dimensiones [7 - 8]. Lo curioso es que cuando se acerca de frente a él, su reflejo comienza a mirar a la propia cámara [9 - 10], y es esta quien parece cruzar al otro lado del espejo, pasando a estar en el plano opuesto al que iniciaba el movimiento [11 - 12], algo que resulta imposible, pero no para los efectos VFX. La realidad es que esta escena es fruto de una pura ilusión, ya que no hay un espejo real; lo que se hizo para conseguir este fragmento fue grabar dos escenas desde el mismo punto de vista y con idéntico movimiento de cámara. La única diferencia es que Dua, para cada secuencia, interpretaba o bien al reflejo [12], o bien a la realidad [7], de manera que ambas tomas se combinan a posteriori mediante el uso de efectos VFX, y añadiendo un pequeño borde digital en el suelo que da el toque realista a esta ilusión óptica.

124

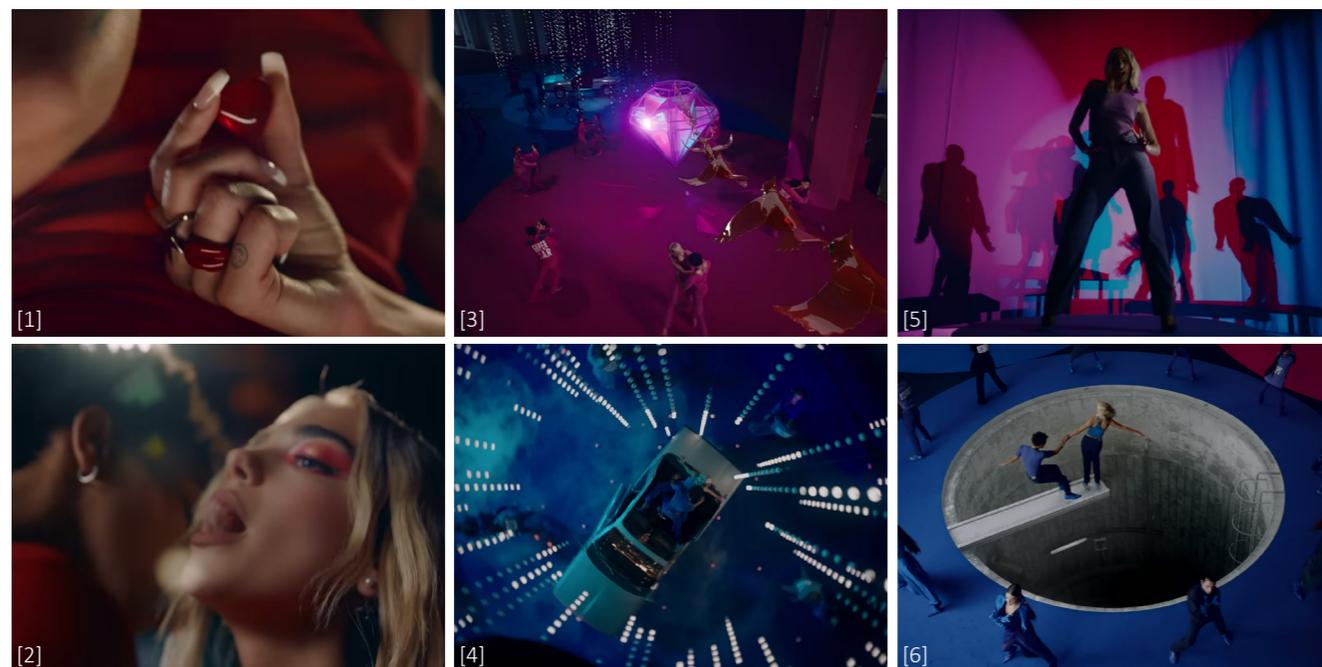


Fig. 107. Fotogramas extraídos del videoclip "Physical" de Dua Lipa. [10107]

125



Fig. 108. Fotogramas extraídos del videoclip "Physical" de Dua Lipa. [10108]

Continúa la narrativa en un siguiente set, el denominado como *foco* (círculo verde) [13]. Resulta ser un plano interesante ya que muestra toda la escenografía general, justificando que los diferentes espacios no han sido creados para grabar la toma y pasar al siguiente, sino que el espacio disponible para el rodaje se ha construido en su totalidad siguiendo el diagrama original. Seguidamente, se realiza un primer plano de la mano de Dua, imagen desde la que percibimos un nuevo cambio de color que posteriormente se justifica desde un plano picado que muestra la nueva ubicación, *manos*, y sus sets colindantes [14]. En ella, la cantante y el chico se encuentran girando a gran velocidad gracias a una plataforma mecanizada que gira sobre si misma mientras los protagonistas intentan tocarse [15]. Cuando por fin consiguen hacerlo, aparecen abrazados en el set *lágrima* [16], dando a entender que han llegado al punto máximo de la relación física, y donde Dua deja caer una lágrima simbolizando que ambos han concluido en la relación sexual.

Tras esta secuencia, aparecen en el último set antes del espacio central, *desnudo* [17], donde realizan una coreografía en la que se demuestra mucha más complicidad que en la realizada en el set *corazón*, dando paso a lo que será el culmen del vídeo musical y, por ende, de la relación sexual que este relata. Esta última secuencia es introducida por los bailarines, quienes aparecen de la nada corriendo hacia el centro de la escenografía, donde se ubica el color negro y donde se reúnen con Dua. En este espacio no hay nada que limite la fusión de los diferentes colores, siendo así un recurso que apela a la diversidad sexual y se posiciona a favor del amor libre.

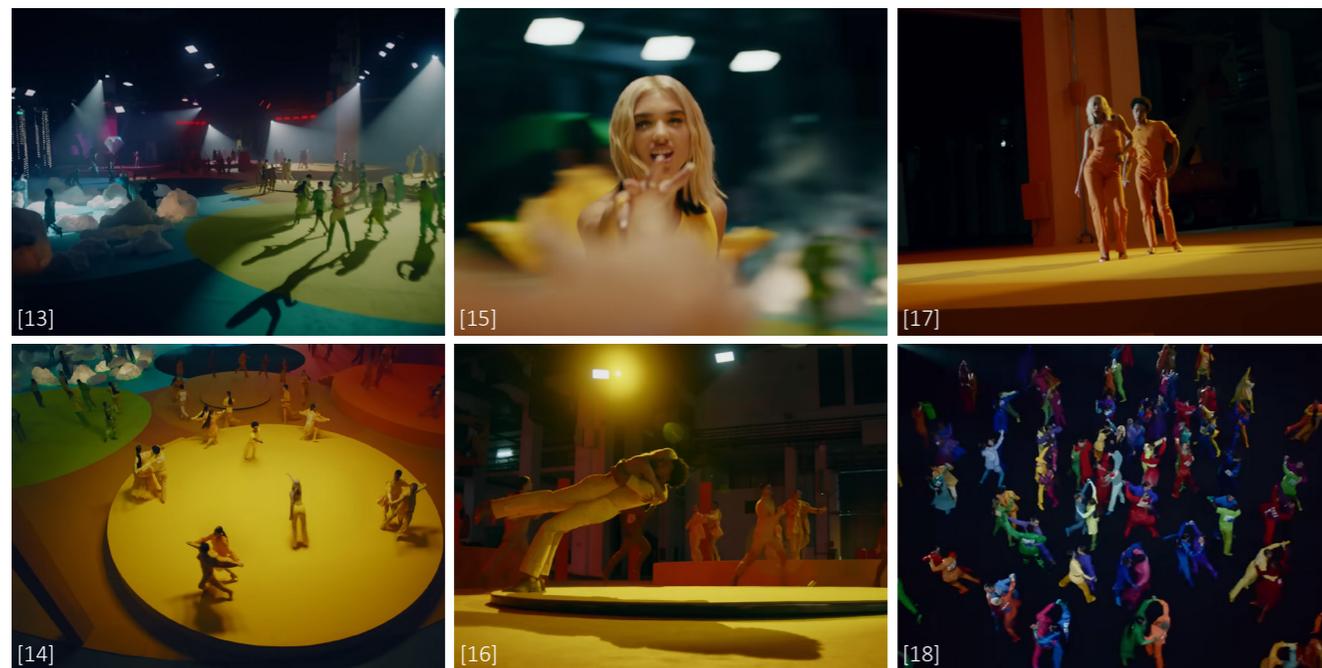


Fig. 109. Fotogramas extraídos del videoclip "Physical" de Dua Lipa. [10109]

6.2.4. el espacio cohesivo

En este vídeo musical se utiliza el espacio íntimo como hilo narrativo durante todo el clip. La delimitación interior de la arquitectura disminuye la dimensión del espacio contenedor donde se ubica la escenografía, de manera que cada uno de los sets instaurados donde se desarrolla la acción comprende unas dimensiones reducidas con un perímetro perceptible.

El hecho de que cada una de las ubicaciones que componen la escenografía tenga una temática diferente, única e individual asociada a un color, y potenciada por la coherencia con la narrativa que expresa la letra en cada momento, hace que el espacio que comprende cada toma tenga un carácter más delicado y cercano tanto a la acción como a los protagonistas. De esta manera se consigue casi una interacción directa con el espectador, quien en todo momento comprende lo que está ocurriendo sin necesidad de ninguna aclaración extra.

El empleo de diferentes estímulos visuales y de un diseño de escenografía tan completo hacen que el espacio quede mucho más enriquecido, ya que en todo momento se muestran de manera fidedigna los límites que comprende cada uno de los sets y cómo es el diálogo asociado entre ellos, dotando de continuidad narrativa al videoclip mediante la intervención sobre el espacio.



Fig. 110. Imagen cenital de la escenografía propuesta para el videoclip de "Physical". [10110]

6.2.5. la arquitectura como recurso

La arquitectura juega un papel interesante en este videoclip en lo referente al tratamiento del espacio y a la intervención en lo preexistente.

El vídeo musical de "Physical" fue rodado en Barcelona, en el interior de una de las grandes naves ubicadas en la Fira de Barcelona, junto a Plaza Espanya y bajo el MNAC (Museo Nacional de Arte de Cataluña). Este recinto presenta en su día a día un uso meramente comercial para el desarrollo de negocios con proyección internacional. Si bien es cierto que en ocasiones, se utilizan estos grandes espacios para llevar a cabo eventos y otro tipo de celebraciones ajenas a su función industrial.

La nave industrial es uno de los espacios más grandes que se suelen construir para el uso cotidiano del ser humano, pensada con el fin de albergar numerosos trabajos capaces de coexistir dentro de este mismo espacio. Este es uno de los patrones que se pueden identificar dentro del videoclip: la intervención y segregación de un espacio de gran escala para su uso interior.

Esto también propone una cuestión que puede abordarse teniendo en cuenta otras actuaciones realizadas en este tipo de construcciones, como es el caso de la Red Bull Music Academy. Este proyecto situado en una de las naves industriales del Matadero de Madrid, redistribuye el espacio interior y pro-

yecta sobre él una serie de construcciones temporales sostenibles, adaptables y reversibles que dotan de una nueva identidad al espacio y permiten su reconfiguración en un futuro.

La escenografía planteada para el videoclip de Dua Lipa comprende el espacio cuadrado situado entre los cuatro pilares centrales [Fig. 112] (señalado en amarillo) que sustentan una gran cúpula de acero con un óculo y una hilera de ventanas en todo su perímetro. Resulta coherente abordar este espacio de grandes dimensiones mediante la subdivisión del mismo en pequeñas subzonas en las que ubicar usos diferentes o, en este caso, sets de rodaje que acojan acciones individuales.

El ser humano tiene intrínseca una necesidad vital de actuar en los espacios a gran escala. Esto lleva a pensar en varias cuestiones relacionadas con la manera en la que se interviene en los espacios preexistentes o, en este caso, en las naves industriales: ¿cómo se actuaría en el hipotético caso de que se tuviera que habilitar una nave industrial como espacio contenedor que albergue una nueva forma de vida comunitaria? ¿Cuál sería el primer factor a resolver al actuar en un espacio de estas características? Parece lógico pensar que para habitar un espacio es necesario distribuirlo generando un paisaje artificial dentro de su perímetro y volumen, o al menos, pensar en cómo debe funcionar y compartimentarlo de la manera adecuada, ya sea mediante más arquitectura, mediante señalizaciones o haciendo uso de decorados, siendo este último el expuesto en el análisis de este caso de estudio.

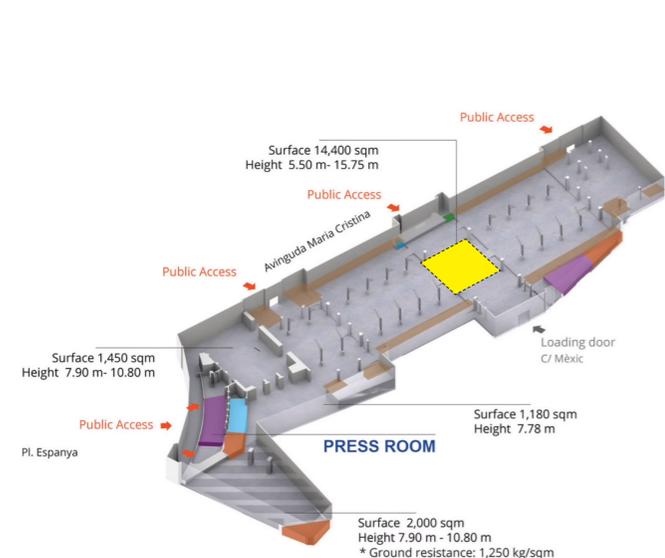


Fig. 111.

Fig. 111. Axonometría del interior de la nave donde se rodó "Physical". [I0111]

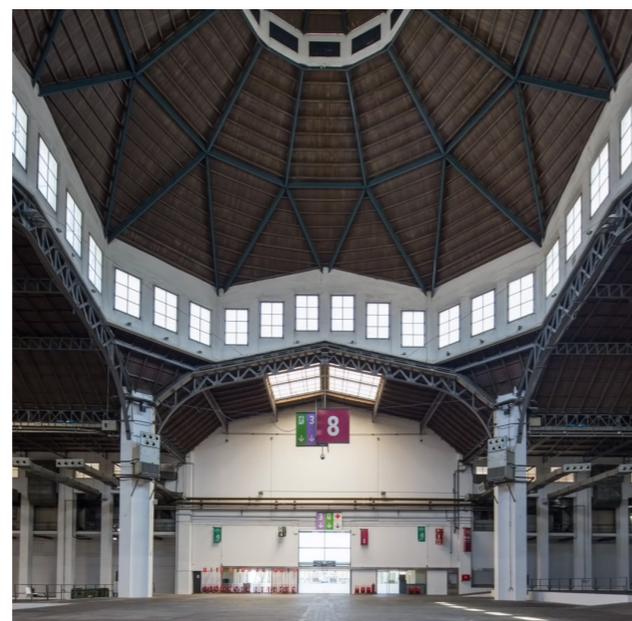


Fig. 112. Imagen del espacio cuadrado bajo la cúpula de la nave donde se rodó "Physical". [I0112]

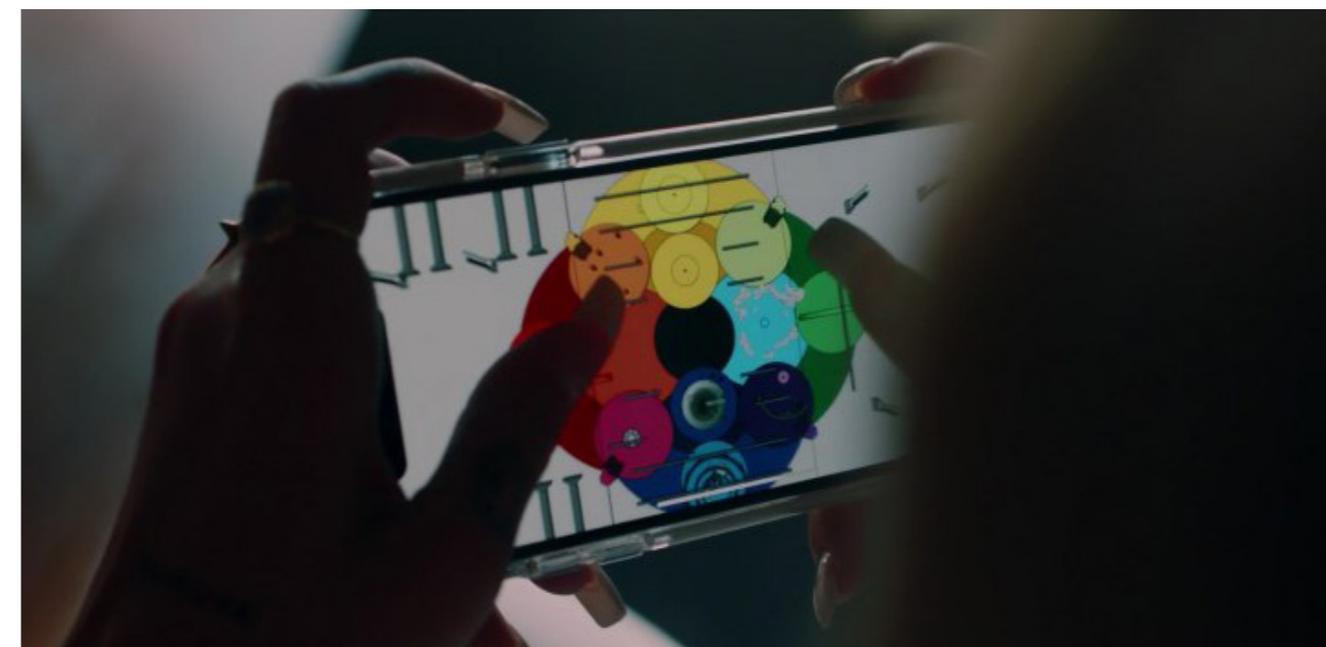


Fig. 113. Fotograma extraído del vídeo "Physical (Director's cut)" de Dua Lipa donde se muestra un render de la escenografía. [I0113]



No Tears Left To Cry

"No creo que alguna vez sepa cómo hablar de esto y no llorar"

Ariana Grande

*Declaración de la cantante durante su
concierto benéfico "One Love Manchester".*

4 de junio de 2017

*no tears left to cry
Ariana Grande*

*Escanear el QR para
acceder al vídeo [V038]*



Fig. 114. Portada del sencillo "No tears left to cry" de Ariana Grande. [I0114]

6.3.1. contextualización musical

El 22 de mayo de 2017, Ariana Grande se encontraba en Manchester para llevar a cabo un concierto de su gira mundial "*Dangerous Woman Tour*". Todo iba según lo previsto hasta que, pasados escasos minutos del final del concierto, un brutal estallido causaba el pánico entre los asistentes. Tras la agonía y el terror instaurado entre quienes intentaban huir del interior del recinto, minutos más tarde, se confirmó la sospecha de que lo sucedido fue parte de un atentado terrorista que se cobró la vida de veintidós personas, dejando heridas a otras cincuenta y nueve, ente las que se encontraban niños, adolescentes y familiares que asistieron a la velada.

La cantante, devastada, canceló los siguientes conciertos de su gira. Pocos días después anunció que volvería a Manchester el 4 de junio de ese mismo año para realizar un concierto benéfico, consiguiendo recaudar millones de libras donadas íntegramente a las familias de las víctimas y los servicios de emergencia locales y nacionales. El "*One Love Manchester*" contó con una gran participación de artistas, simbolizando la unión ante el terror sembrado días atrás y reviviendo un clásico del cine musical que versionó la propia cantante como himno para el evento: "*Somewhere Over the Rainbow*" (1939) de la película "El mago de Oz" (1939) de Víctor Fleming (1889).

Ariana se retiró unos meses del espacio público para recuperarse emocionalmente de lo ocurrido, sucesos que la hicieron sufrir ansiedad severa y ápices de culpabilidad por las vidas perdidas. Este retiro temporal le sirvió para sanar y volver a plantear la dirección de su carrera musical, decidiendo reaparecer al año siguiente con lo que fue uno de los mayores éxitos de la historia de su carrera.

El 20 de abril de 2018, Ariana Grande regresó a la música con el lanzamiento del sencillo "*No tears left to cry*". Lo que la crítica esperaba que fuera una balada desgarradora acabó siendo un medio tiempo que combina elementos pop y dance a la vez que trata sobre la superación, la aceptación y un reflejo de la determinación por seguir adelante manteniendo la esperanza ante la adversidad.

La canción produjo un impacto brutal en la industria, pero lo que hizo de este éxito algo aún más grande y complejo fue el vídeo musical realizado para el proyecto. Un vídeo que explota el recurso metafórico y lleva al extremo el juego con el espacio como medio canalizador y de expresión del sufrimiento, la lucha interna y la superación.

Sin lugar a dudas, Ariana es una de las artistas más exitosas de la industria actual y una de las más implicadas en la divulgación psicológica y la concienciación sobre la salud mental y el amor propio. Proyectos vídeo-musicales como este consiguen no sólo marcar historia en la música y el ámbito audiovisual, sino también provocar un impacto generacional y concienciar al espectador sobre la importancia de atender a estos factores que, por suerte, cada vez tienen más espacio en el mundo.

6.3.2. despliegue audiovisual

El vídeo generado para el sencillo "*No tears left to cry*" posee una estética muy peculiar, incluso algo "oscura". Los planos realizados a lo largo del vídeo presentan mucho dinamismo, al igual que lo hace el espacio escénico en el que se desarrolla la trama. Se potencia mucho la rotación sobre el propio eje de la cámara, dotando al clip de un efecto anti-gravitatorio, recurso principal y decisivo a la hora del diseño de fotografía y del espacio de rodaje. En muchas ocasiones es difícil saber cual es el origen de la gravedad que rige el universo conformado para el clip, y esto es parte de la esencia narrativa y de la estructura del vídeo musical.

Los colores utilizados a lo largo del vídeo son cálidos y poco saturados, dotando al clip de un tono íntimo y reservado al exponer el mundo psicológico interior de una persona que no se encuentra en un estado mental óptimo. Sin embargo, conforme la trama se desarrolla, los colores van tomando algo más de intensidad a la par que se puede visualizar cómo la iluminación del universo diseñado de manera digital va aumentando, ya que el vídeo inicia en lo que parece ser la oscuridad de la noche y concluye con los primeros rayos de luz del amanecer. Estos efectos se consiguen gracias al empleo de CGI (*Computer Generated Imagery*) para el diseño de todo el mundo digital que representa el caos interno de la artista, apoyado con efectos VFX que permiten modificar escenas del rodaje y generar imágenes imposibles que combinan con este universo de gravedad indefinida.



Fig. 115. Fotogramas extraídos del videoclip "No tears left to cry" de Ariana Grande. [I0115]

6.3.3. la narrativa

Como se ha comentado en el primer apartado, el hilo narrativo del videoclip es la superación personal ante factores adversos y el cuidado de la salud mental para seguir adelante cuando, tal y como dice textualmente la cantante, "ya no quedan más lágrimas para llorar".

La narrativa de este viene muy definida por el empleo de la arquitectura como elemento que ayuda a expresar emociones. Un ejemplo de esto sucede en el inicio del vídeo, donde se lleva a cabo un efecto generado por CGI en el que la cámara sobrevuela una ciudad utópica en la que todos los edificios se encuentran en planos perpendiculares con gravedad propia. La cámara avanza hasta llegar a un edificio que se encuentra retorcido sobre su propio eje vertical [1] en cuyo interior se encuentra la cantante. Este detalle pretende dar a entender que Ariana se encuentra atrapada dentro de su propia cabeza, dejando entrar al espectador para conocer su situación emocional. Cuando la cámara accede dentro del edificio, esta sigue girando sobre su propio eje recorriendo un pasillo sutilmente iluminado hasta parar en un primer plano de la cantante [2]. Posteriormente, esta se incorpora y comienza a caminar por las paredes y el techo del espacio [3] hasta caer, atravesando uno de los muros [4], en lo que parece un vacío del que el espectador no consigue conocer el principio ni el final [5]. Este segundo set de rodaje se compone de una malla cúbica en cuyo perímetro se colocan cientos de bombillas sobre las que se precipita la cantante, consiguiendo así no caer al vacío, siendo un efecto producido por efectos VFX en el que cada rectángulo representa el límite original duplicado siguiendo un mismo punto de perspecti-

va, consiguiendo de esta forma ampliar el espacio hasta el infinito [6], simbolizando así el apoyo de sus seguidores, quienes no la dejan perderse en la oscuridad tras la tragedia sucedida en Manchester.

El siguiente plano vuelve a hacer un recorrido aéreo por la trama urbana que conduce al espectador a un nuevo set, situado en una escalera que comprende cuatro dimensiones y que será el nuevo elemento arquitectónico utilizado para representar la inestabilidad mental [7]. En ella se puede ver a Ariana por fin fuera del edificio, acto que expresa su interés por salir del estado psíquico en que se encontraba atrapada. La escenografía sigue desafiando las leyes gravitatorias, ya que en un momento, ella se encuentra subiendo las escaleras, pero cuando se queda colgada de la barandilla, cambia de plano [8] cambiando también el sentido de subida [9], por lo que ahora se encuentra bajando las escaleras. De esta forma, consigue materializar una metáfora que pretende divulgar visualmente cómo es la lucha interna por superar un evento traumático; unas veces se sube hacia lo que se considera "la salida", y otras se bajan peldaños regresando al principio de la lucha. Mediante un zoom de la cámara justo al inicio del estribillo, el director focaliza la atención en la expresión de la cantante, combinando este primer plano con un espacio urbano de fondo "ralentizado", creado con una baja velocidad de obturación del objetivo, lo cual genera un efecto que consigue potenciar la sensación de desorientación y confusión [10]. Tras esta escena, se regresa al primer set donde Ariana divagaba por las paredes de un pasillo en penumbra, pero ahora se ha hecho de día y la luz entra al interior del edificio [11]. Por primera vez, ella camina por el suelo, dando a entender que ya ha encontrado el equilibrio [12].

134



Fig. 116. Fotogramas extraídos del videoclip "No tears left to cry" de Ariana Grande. [10116]

135

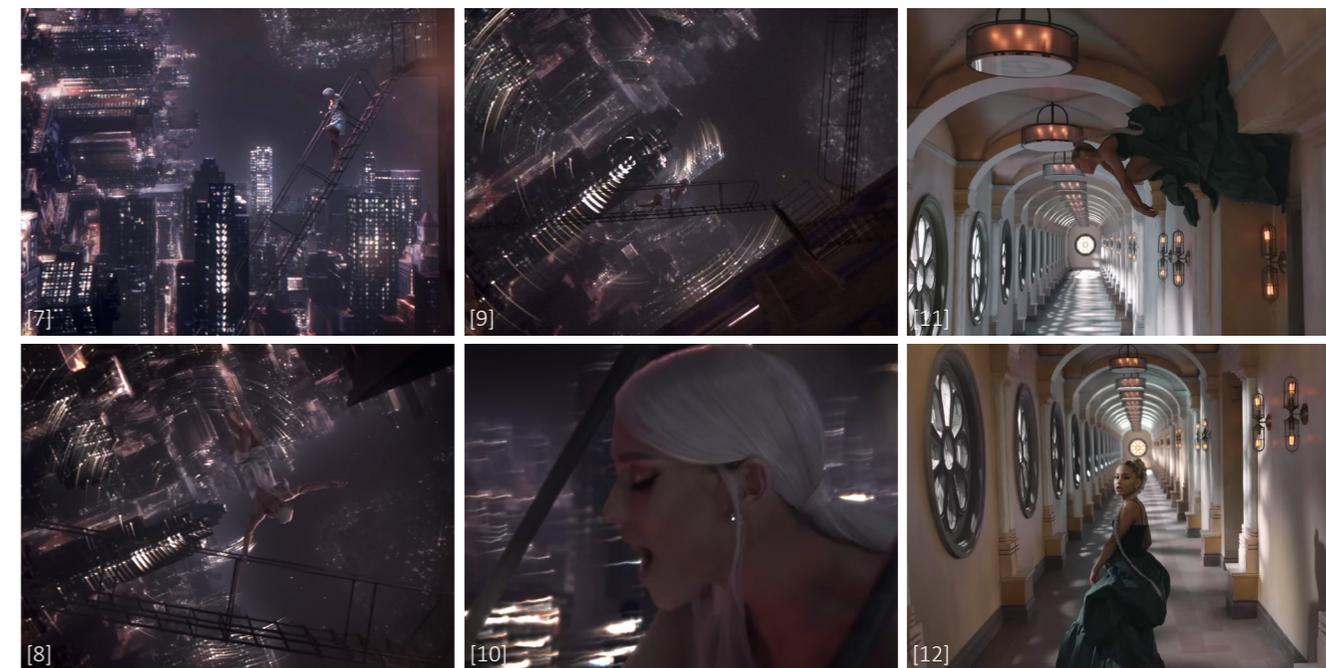


Fig. 117. Fotogramas extraídos del videoclip "No tears left to cry" de Ariana Grande. [10117]

El tercer set de rodaje es introducido nuevamente mediante un plano aéreo en movimiento que se acerca a un edificio el cual parece estar plegado, ya que la superficie ocupada por la piscina en la que se desarrolla la escena está comprendida entre dos planos donde se encuentran los protagonistas de la toma [13]. A un lado se encuentra Ariana, y en el otro, un conjunto de personas realizando una coreografía con la que interactúa la cantante, acto que parece ser un llamado para que se una a la multitud, cambiando de esta manera el plano desde el que está viendo el mundo. Esta interpretación surge por un detalle relacionado con los paraguas que llevan todos los actores, ya que Ariana pierde el suyo por una fuerte racha de viento, y en el plano perpendicular donde se encuentra el resto, están haciendo uso del mismo sin ningún tipo de dificultad. Finalmente, la cantante acaba precipitándose al otro lado [14].

Un efecto visual conformado como un caleidoscopio introduce la siguiente trama, en la que la artista se encuentra en el techo de una nueva estancia. En ella se muestra al espectador una faceta desconocida de Ariana al encontrarla escogiendo su expresión facial: la de aparentar un estado emocional que no es el real [15]. Tras esta secuencia, se regresa al set alrededor de la piscina, pero esta vez, la cantante está al otro lado del plano junto a los bailarines que la llamaban, e instantáneamente el cielo pasa de ser oscuro a vislumbrar unos primeros rayos de sol que auguran un nuevo día [16]. El último set de rodaje se ubica entorno a un lago, en el que Ariana está sentada en el césped junto a su perro Toulouse [17]. La artista le lanza una pelota y éste corre a buscarla, pero se desvanece entre la vegetación y se transforma en una abeja obrera [18], homenaje al símbolo de la ciudad industrial de Manchester.

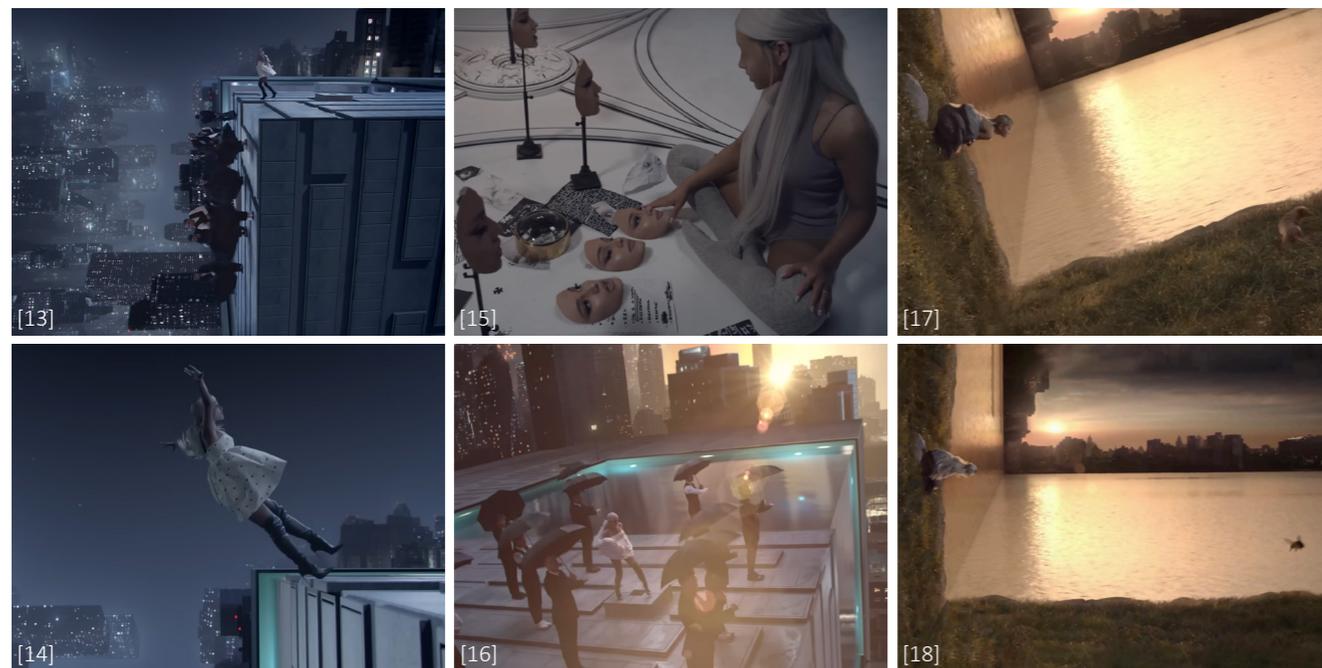


Fig. 118. Fotogramas extraídos del videoclip "No tears left to cry" de Ariana Grande. [10118]

6.3.4. el espacio cohesivo

Este videoclip es un claro ejemplo de cómo el espacio puede ser un elemento narrativo de pleno derecho para llevar a cabo el despliegue temático de un clip musical.

En el caso de "No tears left to cry", se trabajan los tres tipos de espacios estudiados en este trabajo de investigación. Respecto al espacio urbano, al contrario que en el caso del clip "Doin' time" de Lana del Rey, la escala urbana no se utiliza como una representación del empoderamiento personal, sino como una exposición del caos interno; como la expresión de un mundo interior en el que la cantante se refugia a la par que no puede evitar sentirse pequeña ante la inmensidad [1].

Situaciones como la que muestra a Ariana tumbada en la pared del pasillo en penumbra al inicio del vídeo, o en la sala de las máscaras adquiriendo una nueva apariencia externa que consiga camuflar el dolor psíquico, permiten al espectador entrar en ese espacio íntimo en el que se logra empatizar y comprender mejor los sentimientos de la artista mediante la narrativa cinematográfica [2].

De igual manera, el espacio ficticio participa directamente en la percepción emocional de la canción, ya que el empleo de un lenguaje en el que la falta de gravedad es la que rige toda la narrativa del clip, sirve como elemento descriptivo y narrativo que explica al espectador su mundo interior, además de materializar la común expresión ante la inestabilidad mental de "darle vueltas a las cosas". [3]

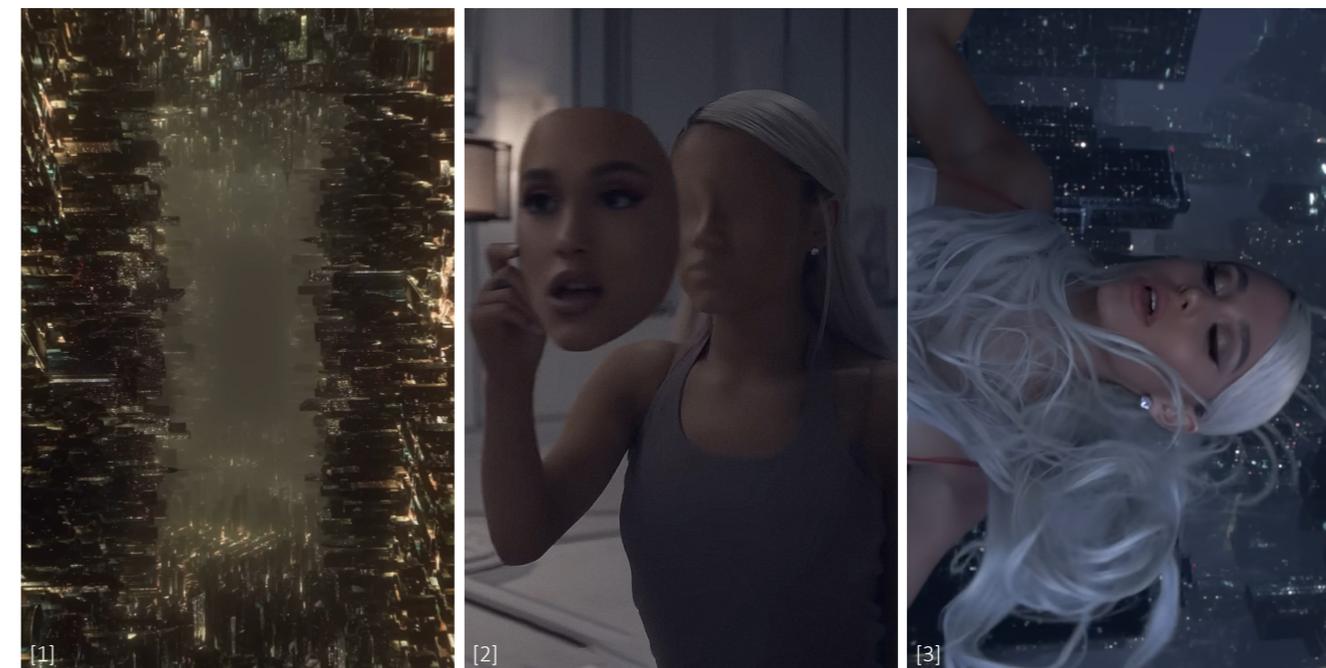


Fig. 119. Fotogramas extraídos del videoclip "No tears left to cry" de Ariana Grande. [10119]

6.3.5. la arquitectura como recurso

Al igual que el espacio, la arquitectura es un elemento primordial en este videoclip. Incluso puede decirse que es la protagonista casi principal de la temática del vídeo. La distribución del espacio dentro del complejo ficticio diseñado para la escenografía del clip es vital para la comprensión de los puntos narrativos que se han expresado con anterioridad en lo relacionado al plano mental de la artista.

Son varios los puntos que llaman la atención al atender al diseño urbano propuesto, ya que a pesar de estar conformado por planos perpendiculares que se pliegan para crear otros nuevos que responden a unas leyes gravitatorias propias, la retícula dispuesta en estas superficies no es ortogonal al plano por el que se dobla la trama urbana [1]. Esto es interesante en cuanto a lo evidente que es la ortogonalidad de toda la construcción instaurada en él, pero a la vez, responde a una lógica narrativa con el contenido audiovisual: y es que si se hubiera dispuesto la retícula de manera ordenada y paralela a los ejes del cambio de plano, hubiera resultado incongruente a la hora de expresar el caos interior de Ariana tras lo sufrido después del atentado en su concierto. Otra cuestión que resulta interesante para analizar tras visualizar la propuesta digital de la arquitectura del clip, es imaginar cómo sería el supuesto en que fuera posible construir en ambos planos del espacio. ¿Cómo se diseñaría la ciudad para permitir el crecimiento de edificios en altura? ¿Cómo conversarían las construcciones entre sí? ¿Sería una escalera conectada entre ambos edificios la solución comunicativa entre los planos del espacio? [2].



Fig. 120. Fotogramas extraídos del videoclip "No tears left to cry" de Ariana Grande. [10120]

Para llevar a cabo este rodaje, fueron muchos los elementos estructurales que se necesitaron diseñar con el fin de explorar el mundo de la ingravidez.

Para la escenografía del pasillo del set principal, se optó por el diseño y construcción de un tramo del mismo, materializado en el interior de una estructura cilíndrica que lo contiene, permitiéndole el giro gracias a un motor y unas ruedas con guías que dirigen el movimiento y la velocidad de rotación [3] y [4]. De esta manera, Ariana puede caminar por el interior mientras el espacio se va moviendo sobre sí mismo. Combinando este efecto con la posición estática de la cámara, se consigue generar el primero de estos efectos antigravitatorios.

La secuencia en que la cantante se encuentra en una escalera situada en medio de dos edificios se realizó diseñando una estructura horizontal con articulaciones en sus extremos para permitir el giro [5], de manera que la escalera arriostrada perpendicularmente a la estructura puede girar mientras ella, sujeta por un arnés, se deja caer cuando la toma lo requiere [6].

En este clip se utilizan muchos recursos digitales como los efectos VFX y CGI (*Computer Generated Imagery*), de manera que se economiza en la construcción de sets, siendo uno de estos casos el correspondiente a la secuencia de la piscina plegada, escena en la que la única construcción real ejecutada fue una parte del pavimento utilizado para ambos planos del edificio [7] y [8], siendo los recursos digitales los responsables de la creación de atmósferas tan especiales como las de este vídeo musical.

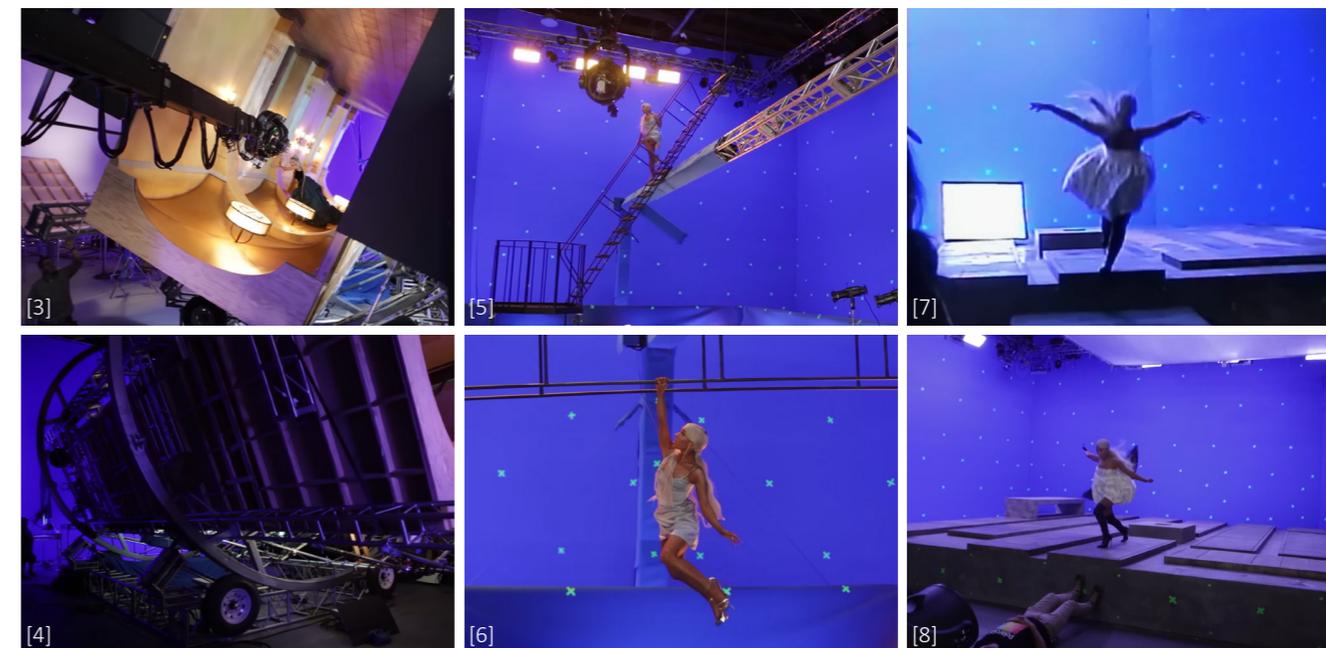


Fig. 121. Imágenes del vídeo "detrás de cámaras" del clip "No tears left to cry". [10121]

Fig. 122. Imágenes del vídeo "detrás de cámaras" del clip "No tears left to cry". [10122]

En este Trabajo Final de Grado se ha realizado una investigación entorno al videoclip y su evolución a lo largo de la historia hacia una dinámica cinematográfica que busca la narrativa más allá de la evidencia sonora, atendiendo en consecuencia al discurso que desarrolla el abordaje escenográfico con la arquitectura y el espacio construido o ficticio, mostrando así la voluntad de estrechar lazos entre ambas disciplinas. A continuación, se exponen las conclusiones en referencia a los objetivos específicos planteados al inicio de este trabajo de investigación:

OBJ. 1_ *En lo referido al conocimiento de los orígenes de la puesta en escena y sobre cuales fueron los impulsores de la creación del formato original del videoclip:*

La arquitectura, el teatro y el cine han sido a lo largo de la historia profesiones interactivas entre sí. Aunque la arquitectura es la más primitiva de las tres, siempre se ha mostrado abierta como espacio para albergar distintas disciplinas artísticas. Los inicios del teatro fueron, sin duda, de lo más humildes en cuanto a decorado y diseño escenográfico. Sin embargo, pronto se comenzaron a incluir técnicas más complejas que perfilaban los primeros esbozos de lo que sería el atrezzo contemporáneo. Con la reproducción pública de películas en los primeros teatros utilizados como cines, se perfilaron los primigenios esbozos de la publicidad en mitad de las proyecciones audiovisuales, ya que se comenzaron a incluir actuaciones musicales breves entre cambios de rollo de película, sirviendo como espacio de exposición pública para el artista.

Dirigiéndose desde este punto de partida y atravesando toda la historia que engloba las diferentes ramas cinematográficas, como es el caso del cine experimental o del cine musical, se comienza a percibir el interés social por visualizar al artista interpretando su propia música. Esta nueva corriente impulsó el interés por desarrollar pequeños clips de carácter meramente publicitario que, con el paso de los años y el desarrollo de la tecnología, así como del mundo de las redes sociales, se ha ido construyendo un nuevo formato más implicado en la narrativa que en el factor publicitario.

OBJ. 2_ *Respecto al estudio del videoclip como producto de la industria musical y su influencia en la historia de la música, así como su transformación con el crecimiento de los medios de comunicación y las redes sociales.*

Desde la consagración del videoclip como elemento estrella que unifica música y visual, ha sido utilizado constantemente como carta de presentación complementaria a un proyecto musical con una estricta finalidad promocional. Tal fue el interés de las discográficas por el formato que la sociedad perdió el interés en él. Esta fue una consecuencia producida por la falta de variedad visual en la oferta expuesta en los canales de televisión facilitados para su reproducción. La necesidad por innovar era inminente.

La creación de nuevos formatos de reproducción de vídeo y audio como Youtube o iTunes, cambiaron el juego respecto a la industria del videoclip. En este momento, las discográficas y los artistas comenzaron a ver la revolución que supuso para el usuario tener a su disposición la búsqueda y libre reproducción de clips musicales y canciones desde la comodidad de sus casas, suceso que se retroalimentaba con el incremento de las ganancias económicas para el artista, la discográfica y las plataformas de reproducción digital. Además, la llegada de redes sociales de consumo rápido como Instagram o Tik Tok revolucionó el consumo audiovisual, provocando un cambio en la mentalidad promocional y en el desarrollo escenográfico de los proyectos audiovisuales.

OBJ. 3_ *Sobre el análisis del videoclip como proyecto que ayuda a conceptualizar y materializar la propuesta musical mediante una narrativa más extensa.*

La dinámica cinematográfica de los vídeos musicales facilita la comprensión y transmisión del mensaje al receptor, en este caso, el consumidor. Los videoclips que poseen una temática y presentan una escenografía basada en una narrativa concreta se perciben como proyectos audiovisuales más completos. Esto se debe a la cohesión que hace que un elemento originalmente ideado como un producto promocional, acompañado de un hilo narrativo, se convierta en un híbrido entre propuesta cinematográfica y elemento publicitario.

Mediante el análisis de los recursos audiovisuales, narrativos y espaciales que engloban a un proyecto audiovisual, es posible encontrar numerosas similitudes que acercan al videoclip al espectro de definición de una película.

OBJ. 4_ *Respecto al estudio del aprovechamiento de la arquitectura construida como medio espacial que acoge y conversa con la puesta en escena, así como al detallado del uso de las diferentes escalas en función de la narrativa buscada del proyecto audiovisual.*

La arquitectura es la clave que rige las producciones audiovisuales a lo largo de la historia: se encuentra representada en prácticamente cualquier set de rodaje, o al menos participa de forma indirecta al ser el espacio contenedor del despliegue audiovisual propuesto.

La construcción de sets de rodaje a modo de arquitecturas efímeras hace posible la visualización de escenas impactantes, así como facilita la materialización de ideas concebidas desde el subconsciente. La escenografía se diseña teniendo en cuenta el espacio disponible. Esta tiene la posibilidad de utilizar la arquitectura como elemento que aparece como fondo fijo de la escena, así como hacerla protagonista de una narrativa.

OBJ. 5_ *Sobre el análisis de casos de estudio donde apreciar y reconocer arquitectónica y cinematográficamente los puntos estudiados a lo largo del trabajo sobre la representación audiovisual de los vídeos musicales.*

Los videoclips seleccionados como casos de estudio responden a una coherencia clara y directa con la arquitectura, haciéndola parte de un discurso narrativo que ayuda a potenciar el proyecto musical propuesto.

"911" de Lady Gaga es un vídeo musical complejo, simbólico y muy elaborado que comprende el mundo del subconsciente mediante una serie de elementos y decorados que hacen de la narrativa algo que no sólo llama la atención del espectador, sino que trata de enviarle un mensaje directo más allá de las metáforas empleadas en la letra de la canción. Las diferentes ubicaciones dentro de un mismo espacio enriquecen la estética del clip, al igual que la disposición concreta de los elementos que se encuentran dentro del encuadre del objetivo y la manera en que los personajes interactúan entre sí, dotan de un significado superior al vídeo musical.

Por otro lado, "Physical" es una declaración de intenciones en cuanto a la actuación sobre espacio vacío: la elección de un elemento diseñado rigurosamente como hilo conductor de la narrativa es una decisión óptima para la ejecución temática del clip; sin embargo, lo realmente increíble dentro de este vídeo musical es que ese mismo diagrama es el que materializa los límites del espacio y abarca el vacío de una nave industrial de límites prácticamente imperceptibles, convirtiéndose en la escenografía que visualiza lo expuesto en la letra de manera simultánea, generando una narrativa en la que la puesta en escena es la protagonista indiscutible.

Sin embargo, la manera en que el vídeo de "No tears left to cry" aborda el plano psicológico mediante el despliegue digital de todo un universo caótico regido por la arquitectura es un caso que no podía pasar desapercibido. Es muy interesante analizar y comprender cómo la arquitectura no sólo es el espacio donde sucede la acción, sino que también puede ser la protagonista principal que detalla temáticas tan complejas como la referente al plano de la salud mental. Edificios retorcidos, la ausencia de un plano gravitatorio definido o el planteamiento de una trama urbana que comprende todas las dimensiones posibles del espacio son algunos de los tantos ejemplos fascinantes que permiten responder a la cuestión sobre la relación entre la arquitectura y los vídeos musicales.

No cabe duda que, tras la investigación realizada y el análisis aplicado a los casos de estudio propuestos, el discurso narrativo conformado entre la arquitectura y el videoclip es una realidad más que palpable. De hecho, es evidente que sin arquitectura no hubiera sido posible crear la mayoría de clásicos audiovisuales que el espectador guarda en su retina, además de ser emocionante que la fusión de ambos campos sirva para dar visibilidad a temas como la salud mental y la libertad.

bibliografía

- Chion, Michel. La audiovisión: Introducción a un análisis conjunto de la imagen y sonido. Paidós Ibérica, 1993.
- Copeau, Jacques. Investigaciones sobre el espacio escénico. Alberto Corazón, 1970.
- Durá Grimalt, Raúl. Los video-clips: Precedente, orígenes y características. Universidad Politécnica de Valencia, 1988.
- Gómez Alonso, Rafael. Análisis de la imagen: estética audiovisual. Ediciones del Laberinto, 2001.
- Gorostiza, Jorge. La profundidad de la pantalla: arquitectura + cine. Colegio Oficial de Arquitectos de Canarias, 2007.
- Kath, Ephrain. The Film Encyclopedia. Harper Collins, Nueva York, 1979.
- Murcia, Félix. La escenografía en el cine: el arte de la apariencia. 2a ed., Fundación Autor, 2002.
- Panofsky, Erwin. La perspectiva como "forma simbólica." 4a, 7a ed., Tusquets, 1983.
- Ramírez, Juan Antonio. La arquitectura en el cine: Hollywood, la Edad de Oro. Alianza, 1993.
- Sedeño Valdellós, Ana María. Lenguaje del videoclip. Universidad de Málaga, 2002.
- Torán, L. Enrique. El espacio en la imagen. Mitre, 1985.
- Vila, Santiago. La escenografía: cine y arquitectura. Cátedra, 1997.

webgrafía

- Buonaroti, Jaime. (16 de enero de 2014). «El teatro olímpico de Vicenza». Mundo + Arte. Disponible en <https://mundomasarte.com/2014/01/16/el-teatro-olimpico-de-vicenza/>
- Calvo Santos, Miguel. (27 de septiembre de 2016). «Giovanni Battista Piranesi». Historia Arte. Disponible en <https://historia-arte.com/artistas/giovanni-battista-piranesi>
- El Universo (5 de Noviembre de 2008). «Kandinsky y su relación con la música». El Universo. El mayor diario nacional. Disponible en <https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2018/11/05/nota/7033737/kandinsky-su-relacion-musica/>
- Fernández, Tomás y Tamaro, Elena. «Biografía de Filippo Brunelleschi». En Biografías y Vidas. La enciclopedia biográfica en línea [Internet]. Barcelona, España, 2004. Disponible en <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/b/brunelleschi.htm> [fecha de acceso: 11 de mayo de 2024].
- Jara Calabuig, Aarón. (Diciembre de 2022). "Arquitectura y escenografía: estética del espacio escénico." VAD: veredes, arquitectura y divulgación, vol. 2022, no. 8, 2022. <https://veredes.es/vad/index.php/vad/article/view/jara-calabuig-arquitectura-y-escenografia-estetica-espacio-escen/186>
- Madrid Histórico. (31 de mayo de 2020). «Dos escenógrafos fastuosos para el buen retiro: Lotti y Baccio del Bianco». Revista Madrid Histórico. Disponible en <https://www.revistamadridhistorico.es/2022/05/dos-escenografos-fastuosos-para-el-buen-retiro-lotti-y-baccio-del-bianco/>
- Pérez, Luis Francisco. «Dirección de arte en cine: en qué consiste». Aprendercine.com Disponible en https://aprendercine.com/direccion-de-arte-en-cine/#Direccion_de_arte_durante_la_produccion_rodaje
- Tormentarium. (17 de Noviembre de 2017). «Teatro Olímpico Da Vicenza». Historia 1. Disponible en <https://historia1-teatroolimpico.blogspot.com/2017/11/arquitectura.html>

- Tormo, Teo (16 de mayo de 2014). «Una mirada a la historia del videoclip (I)». Hispasonic. Disponible en <https://www.hispasonic.com/reportajes/mirada-historia-clip-1-parte/39290>
- Steven, Aiken. (21 de noviembre de 2023). «Forced Perspective in Art & Architecture | Purpose & Examples». Study.Com. Disponible en <https://study.com/learn/lesson/forced-perspective-architecture-art.html>

tesis

- Caro Camino, Julia. "Álbum Visual: Cambios y representación en el mundo audiovisual.". Trabajo final de grado en Bellas Artes, Universidad Politécnica de Valencia, 2024.
- Manzano, Valeria. "Ha llegado la "nueva ola": Música, consumo y juventud en la Argentina, 1956 - 1966". Facultad de periodismo y Comunicación social, 2020.
- Martín Sánchez, Gonzalo. "La música y la evolución de la narración audiovisual: aplicación de la síncretis, temporalización y estructura narrativa de la música en la narración de los vídeos musicales. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, 2006.
- Morales Gálvez, Carlos. "EL MAL QUERER (2018) DE ROSALÍA: SEMIÓTICA DEL VIDEOCLIP «DI MI NOMBRE (CAP. VIII: ÉXTASIS)»". Universidad de Granada. Disponible en chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/142955/El_mal_querer_%282018%29_de_Rosalia_semiotic.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sánchez Marchena, Lucía. "Arquitectura y comunicación audiovisual. Lenguaje y símbolo en videoclips de música pop contemporánea". Trabajo final de grado en Fundamentos de la Arquitectura, Universidad de Sevilla, 2023.
- Tarín Cañadas, Marta. "La evolución del videoclip narrativo: la simbiosis orgánica del relato cinematográfico y el video musical en el videoclub". Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid, 2016.

iconografía

- I01_** Mendelssohn, Stéphane (12 de Febrero de 2021) *Perspectiva central*. Wordpress. <https://provincedesienne.com/2021/02/12/perspective-a-un-point-de-fuite-central/>
- I02_** Del Pozo Puig, Miquel [@miqueldelpozo]. (17 de Agosto de 2014). #MA140 *Esto es la perspectiva descubierta por Brunelleschi y teorizada por Alberti; la ciencia que cambió la pintura*. X. <https://x.com/miqueldelpozo/status/501118103758311425>
- I03_** Decor, R. E. (2024, 14 febrero). *Los mayores misterios y teorías sobre «La última cena» de Leonardo da Vinci*. ELLE Decor. <https://www.elledecor.com/es/arte/a46272312/ultima-cena-leonardo-da-vinci/>
- I04_** Martínez Leiva, Gloria (2015, 3 Noviembre). *Cosme Lotti, escenógrafo y "fontanero" al servicio de Felipe IV*. Investigart. <https://www.investigart.com/2015/11/03/cosme-lotti-escenografo-y-fontanero-al-servicio-de-felipe-iv/>
- I05_** Buonarroti, Jaime. (16 de enero de 2014). «El teatro olímpico de Vicenza». Mundo + Arte. <https://mundomasarte.com/2014/01/16/el-teatro-olimpico-de-vicenza/>
- I06_** Axonometría seccionada. Elaboración propia.
- I07_** Archaeodontosaurus. (2 de septiembre de 2017). «*Interior of Teatro Olimpico (Vicenza)- Scaenae frons close-up - La porta regia*». Wikipedia. https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Interior_of_Teatro_Olimpico_%28Vicenza%29-_Scaenae_frons_close-up_-_La_porta_regia.jpg
- I08_** Sección detalle + Planta. Sales Online. <https://salesonline.shop2024online.ru/content?c=teatro+olimpico+vicenza+pianta&id=29>

I09_ Plano do Teatro Olímpico, Vicenza, projetado por Andrea Palladio (1508-80) construído em 1580-85. Meisterdrucke. <https://www.meisterdrucke.pt/impressoes-artisticas-sofisticadas/Italian-School/421215/Plano-do-Teatro-Ol%C3%ADmpico%2C-Vicenza%2C-projetado-por-Andrea-Palladio-%281508-80%29-constru%C3%ADdo-em-1580-85.html>

I010_ De N. Morgello. Library Of Congress. *Dominio público*. <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=9658395>

I011_ Escaneado de Murcia, Félix. *La escenografía en el cine: el arte de la apariencia*. 2a ed., Fundación Autor, 2002. (32-33)

I012_ Escaneado de Murcia, Félix. *La escenografía en el cine: el arte de la apariencia*. 2a ed., Fundación Autor, 2002. (35)

I013_ Escaneado de Murcia, Félix. *La escenografía en el cine: el arte de la apariencia*. 2a ed., Fundación Autor, 2002. (35)

I014_ García, Cecilia (23 de julio de 2020) *Imagen promocional de la serie Veneno*. La Razón. <https://www.larazon.es/television/20200723/ks7a2ct74ffzbms3fx4wj4h4m.html>

I015_ Esquema en planta del set de grabación de la escena final del capítulo "Cristina a través del espejo". Dibujo de Elaboración propia en AutoCad.

I016_ Capturas de la serie "Veneno". Capítulo "Cristina a través del espejo". 29 de marzo de 2020. Atresplayer Premium. [Vídeo]. 1:01:32. Consultado el 5 de Mayo de 2024 en https://www.atresplayer.com/series/veneno/temporada-1/capitulo-5-cristina-a-traves-del-espejo_5f7496967ed1a8fad101d412/

I017_ Capturas de la serie "Veneno". Capítulo "Cristina a través del espejo". 29 de marzo de 2020. Atresplayer Premium. [Vídeo]. 1:01:40. Consultado el 5 de Mayo de 2024 en https://www.atresplayer.com/series/veneno/temporada-1/capitulo-5-cristina-a-traves-del-espejo_5f7496967ed1a8fad101d412/

I018_ Capturas de la serie "Veneno". Capítulo "Cristina a través del espejo". 29 de marzo de 2020. Atresplayer Premium. [Vídeo]. 1:01:51. Consultado el 5 de Mayo de 2024 en https://www.atresplayer.com/series/veneno/temporada-1/capitulo-5-cristina-a-traves-del-espejo_5f7496967ed1a8fad101d412/

I019_ AP (8 de noviembre de 2018) «Exposición de Kandinski en el Palacio de Bellas Artes mostrará la relación del pintor con la música». Sinembargo.mx <https://www.sinembargo.mx/02-11-2018/3492654>

I020_ Capturas de JPRF1906 (TV, Radio y muchos más). "Oskar Fischinger - Un Poema Óptico (Fandub Español)". Youtube, 3 de junio de 2022. [Vídeo]. 0:20. https://www.youtube.com/watch?v=sFjeKjW_vqA

I021_ Captura de pantalla de Disney+. Let it be . Tráiler oficial. 13 de octubre de 2021. [Vídeo]. 1:26. https://www.youtube.com/watch?v=HONF2HR_P04

I022_ Chilton, Charlotte (18 de junio de 2022) *La vida de Elvis Presley en fotos*. Esquire. <https://www.esquire.com/es/actualidad/musica/g40283640/elvis-presley-fotos/?slide=8>

I023_ Badfinger, Max (8 de febrero de 2019) *Beach Boys - God Only Knows*. Powerpop.blog <https://powerpop.blog/2019/02/08/beach-boys-god-only-knows/>

I024_ DEVOvision. "DEVO "(I Can't Get No) Satisfaction" [Official Music Video]". Youtube, 10 de febrero de 2010. [Vídeo]. 0:48. <https://www.youtube.com/watch?v=jadv7CbH1o>

I025_ DEVOvision. "DEVO "(I Can't Get No) Satisfaction" [Official Music Video]". Youtube, 10 de febrero de 2010. [Vídeo]. 1:33. <https://www.youtube.com/watch?v=jadv7CbH1o>

I026_ Warner Records Vault. "Devo - Whip It (Official Music Video) | Warner Vault". Youtube, 20 de diciembre de 2009. [Vídeo]. 0:47. https://www.youtube.com/watch?v=j_QLzthSkfM <https://www.youtube.com/watch?v=8btm2els8kM>

I027_ Warner Records Vault. "Devo - Whip It (Official Music Video) | Warner Vault". Youtube, 20 de diciembre de 2009. [Vídeo]. 1:42. https://www.youtube.com/watch?v=j_QLzthSkfM <https://www.youtube.com/watch?v=8btm2els8kM>

I028_ SonicYM2612. "Mick Jagger - Hard Woman (1985) [remastered video]". Youtube, 17 de septiembre de 2018. [Vídeo]. 1:00. <https://www.youtube.com/watch?v=8btm2els8kM>

1029_ SonicYM2612. "Mick Jagger - Hard Woman (1985) [remastered video]". Youtube, 17 de septiembre de 2018. [Vídeo]. 1:43. <https://www.youtube.com/watch?v=8btm2els8kM>

1030_ SonicYM2612. "Mick Jagger - Hard Woman (1985) [remastered video]". Youtube, 17 de septiembre de 2018. [Vídeo]. 3:22. <https://www.youtube.com/watch?v=8btm2els8kM>

1031_ Sanguino, Juan (23 de febrero de 2020). «Britney Spears y Christina Aguilera: la rivalidad que nunca existió». *Vanity Fair*. <https://www.revistavanityfair.es/cultura/entretenimiento/articulos/britney-spears-christina-aguilera-rivales/43549>

1032_ Captura de pantalla del perfil de instagram de Taylor Swift (@taylorswift) (10 de junio de 2024). Instagram. https://www.instagram.com/p/CC-9usjDzUw/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

1033_ Lola Índigo. "Lola Indigo - LA SANTA (Video Oficial)". Youtube, 17 de marzo de 2023. [Vídeo]. 2:40. <https://www.youtube.com/watch?v=Ce3XGlcqN-Q>

1034_ Comunidad (23 de junio de 2023). «Rosalía y TikTok hacen historia en el Festival de Cannes 2023». *TikTok News Room*. https://www.europafm.com/noticias/musica/rosalia-habla-primera-vez-nuevo-disco_202406106666b8b-4b19e5e00014e1d17.html

1035_ Captura de pantalla de Rosalía. "ROSALÍA - MOTOMAMI (ROSALÍA TikTok LIVE Performance)". Youtube, 21 de marzo de 2022. [Vídeo]. 1:15. <https://www.youtube.com/watch?v=y51P8HNpwaM>

1036_ Captura de pantalla de Rosalía. "ROSALÍA - MOTOMAMI (ROSALÍA TikTok LIVE Performance)". Youtube, 21 de marzo de 2022. [Vídeo]. 3:12. <https://www.youtube.com/watch?v=y51P8HNpwaM>

1037_ Captura de pantalla de Rosalía. "ROSALÍA - MOTOMAMI (ROSALÍA TikTok LIVE Performance)". Youtube, 21 de marzo de 2022. [Vídeo]. 5:10. <https://www.youtube.com/watch?v=y51P8HNpwaM>

1038_ Captura de pantalla de Rosalía. "ROSALÍA - MOTOMAMI (ROSALÍA TikTok LIVE Performance)". Youtube, 21 de marzo de 2022. [Vídeo]. 6:18. <https://www.youtube.com/watch?v=y51P8HNpwaM>

1039_ Captura de pantalla de Rosalía. "ROSALÍA - MOTOMAMI (ROSALÍA TikTok LIVE Performance)". Youtube, 21 de marzo de 2022. [Vídeo]. 7:16. <https://www.youtube.com/watch?v=y51P8HNpwaM>

1040_ Captura de pantalla de Rosalía. "ROSALÍA - MOTOMAMI (ROSALÍA TikTok LIVE Performance)". Youtube, 21 de marzo de 2022. [Vídeo]. 8:12. <https://www.youtube.com/watch?v=y51P8HNpwaM>

1041_ Captura de pantalla de Rosalía. "ROSALÍA - MOTOMAMI (ROSALÍA TikTok LIVE Performance)". Youtube, 21 de marzo de 2022. [Vídeo]. 10:14. <https://www.youtube.com/watch?v=y51P8HNpwaM>

1042_ Captura de pantalla de Rosalía. "ROSALÍA - MOTOMAMI (ROSALÍA TikTok LIVE Performance)". Youtube, 21 de marzo de 2022. [Vídeo]. 11:15. <https://www.youtube.com/watch?v=y51P8HNpwaM>

1043_ Captura de pantalla de Rosalía. "ROSALÍA - MOTOMAMI (ROSALÍA TikTok LIVE Performance)". Youtube, 21 de marzo de 2022. [Vídeo]. 13:44. <https://www.youtube.com/watch?v=y51P8HNpwaM>

1044_ Captura de pantalla de Rosalía. "ROSALÍA - MOTOMAMI (ROSALÍA TikTok LIVE Performance)". Youtube, 21 de marzo de 2022. [Vídeo]. 15:28. <https://www.youtube.com/watch?v=y51P8HNpwaM>

1045_ Captura de pantalla de Rosalía. "ROSALÍA - MOTOMAMI (ROSALÍA TikTok LIVE Performance)". Youtube, 21 de marzo de 2022. [Vídeo]. 16:11. <https://www.youtube.com/watch?v=y51P8HNpwaM>

1046_ Captura de pantalla de Rosalía. "ROSALÍA - MOTOMAMI (ROSALÍA TikTok LIVE Performance)". Youtube, 21 de marzo de 2022. [Vídeo]. 16:54. <https://www.youtube.com/watch?v=y51P8HNpwaM>

1047_ Captura de pantalla de Rosalía. "ROSALÍA - MOTOMAMI (ROSALÍA TikTok LIVE Performance)". Youtube, 21 de marzo de 2022. [Vídeo]. 18:36. <https://www.youtube.com/watch?v=y51P8HNpwaM>

1048_ Captura de pantalla de Rosalía. "ROSALÍA - MOTOMAMI (ROSALÍA TikTok LIVE Performance)". Youtube, 21 de marzo

de 2022. [Vídeo]. 19:15. <https://www.youtube.com/watch?v=y51P8HNpwaM>

1049_ Captura de pantalla de Rosalía. "ROSALÍA - MOTOMAMI (ROSALÍA TikTok LIVE Performance)". Youtube, 21 de marzo de 2022. [Vídeo]. 21:40. <https://www.youtube.com/watch?v=y51P8HNpwaM>

1050_ Captura de pantalla de Rosalía. "ROSALÍA - MOTOMAMI (ROSALÍA TikTok LIVE Performance)". Youtube, 21 de marzo de 2022. [Vídeo]. 24:48. <https://www.youtube.com/watch?v=y51P8HNpwaM>

1051_ Captura de pantalla de Rosalía. "ROSALÍA - MOTOMAMI (ROSALÍA TikTok LIVE Performance)". Youtube, 21 de marzo de 2022. [Vídeo]. 26:44. <https://www.youtube.com/watch?v=y51P8HNpwaM>

1052_ Captura de pantalla de Rosalía. "ROSALÍA - MOTOMAMI (ROSALÍA TikTok LIVE Performance)". Youtube, 21 de marzo de 2022. [Vídeo]. 28:18. <https://www.youtube.com/watch?v=y51P8HNpwaM>

1053_ Crawford, Joan. "Joan Crawford". Wordpress. <https://mattsko.com/wp-content/uploads/2013/08/joan-crawford-mgm-portrait-by-hurrell-everett001.jpg>

1054_ Capturas de pantalla de Beyoncé. "Beyoncé - Single Ladies (Put a Ring on It) (Video Version)". Youtube, 3 de octubre de 2009. [Vídeo]. 0:02. 0:30. 3:04. <https://www.youtube.com/watch?v=4m1EFMoRFvY>

1055_ Capturas de pantalla de Ariana Grande. "Ariana Grande - One Last Time (Official Video)". Youtube, 16 de febrero de 2015. [Vídeo]. 2:02. 2:21. 2:03. <https://www.youtube.com/watch?v=BPgEgaPk62M>

1056_ Capturas de pantalla de Billie Eilish. "Billie Eilish - when the party's over (Official Music Video)". Youtube, 25 de octubre de 2018. [Vídeo]. 1:01. 1:44. 2:48. <https://www.youtube.com/watch?v=pbMwTqkKSpS>

1057_ Capturas de pantalla de Sabrina Carpenter. "Sabrina Carpenter - Espresso (Official Video)". Youtube, 12 de abril de 2024. [Vídeo]. 0:20. <https://www.youtube.com/watch?v=eVli-tstM5E>

1058_ Capturas de pantalla de Lil Nas X. "Lil Nas X - MONTERO (Call Me By Your Name) (Official Video)". Youtube, 26 de marzo de 2021. [Vídeo]. 0:20. 1:44. 2:02. <https://www.youtube.com/watch?v=6swmTBVI83k>

1059_ Chico, Fran (18 de diciembre de 2023). *Reapareció 20 años después: La rocambolesca historia del coche que robaron a Tarantino tras usarlo en 'Pulp Fiction'*. Fotogramas. <https://www.fotogramas.es/noticias-cine/a46162682/pulp-fiction-coche-real-quentin-tarantino-robado/>

1060_ Captura de pantalla de SZA. "SZA - Kill Bill (Official Video)". Youtube, 11 de enero de 2023. [Vídeo]. 1:41. <https://www.youtube.com/watch?v=MSRcC626prw>

1061_ Captura de pantalla de Aggelos9999b. "Kill Bill Vol.1" (2003) - Hattori Hanzo Sword Scene (GREEK SUBS)". Youtube, 27 de julio de 2019. [Vídeo]. 0:38. <https://www.youtube.com/watch?v=wh-Rd1wX0rs>

1062_ Captura de pantalla de SZA. "SZA - Kill Bill (Official Video)". Youtube, 11 de enero de 2023. [Vídeo]. 1:45. <https://www.youtube.com/watch?v=MSRcC626prw>

1063_ Captura de pantalla de Moto Pixel. "Kill Bill Vol 1: Kawasaki ZZR250 EX250H Motorcycle Scene". Youtube, 21 de octubre de 2019. [Vídeo]. 0:38. <https://www.youtube.com/watch?v=unXiz9U62-I>

1064_ Captura de pantalla de SZA. "SZA - Kill Bill (Official Video)". Youtube, 11 de enero de 2023. [Vídeo]. 2:15. <https://www.youtube.com/watch?v=MSRcC626prw>

1065_ Captura de pantalla de Cortes de vídeos. "Kill Bill: la pelea contra los Crazy 88." Youtube, 26 de febrero de 2023. [Vídeo]. 6:18. <https://www.youtube.com/watch?v=wly36ceOfc4>

1066_ Captura de pantalla de SZA. "SZA - Kill Bill (Official Video)". Youtube, 11 de enero de 2023. [Vídeo]. 2:30. <https://www.youtube.com/watch?v=MSRcC626prw>

1067_ Captura de pantalla de Madonna. "Madonna - Material Girl (Official Video) [HD]". Youtube, 25 de agosto de 2017. [Vídeo]. 1:06. <https://www.youtube.com/watch?v=6p-IDYPR2P8>

1068_ Captura de pantalla de Thirty Seconds To Mars. "Thirty Seconds To Mars - The Kill (Bury Me)". Youtube, 22 de enero de 2010. [Vídeo]. 3:10. <https://www.youtube.com/watch?v=8yvGCAvOAFM>

1069_ Capturas de pantalla de Nathy Peluso. "GRASA - NATHY PELUSO". Youtube, 31 de mayo de 2024. [Vídeo]. 0:48. 4:05. 5:49. 10:58. 20:07. 26:57. <https://www.youtube.com/watch?v=1--aj1EFy-c>

1070_ Beyoncé. "Beyoncé - Formation (Official Video)". Youtube, 9 de diciembre de 2016. [Vídeo]. 1:32. 4:21. 4:23. https://www.youtube.com/watch?v=WDZJPJV__bQ

1071_ Calvo Santos, Miguel. (27 de septiembre de 2016). *Giovanni Battista Piranesi. Prisiones imaginarias*. Historia Arte. <https://historia-arte.com/obras/prisiones-imaginarias>

1072_ Capturas de pantalla de Lana del Rey. "Lana Del Rey - Doin' Time". Youtube, 29 de agosto de 2019. [Vídeo]. 0:31. 1:12. 1:20. <https://www.youtube.com/watch?v=qolmz4FlnZO>

1073_ Capturas de pantalla de Rosalía. "ROSALÍA - DI MI NOMBRE (Cap.8: Éxtasis)". Youtube, 30 de octubre de 2018. [Vídeo]. 1:20. 2:06. 2:44. https://www.youtube.com/watch?v=mUBMPajOL3o&list=OLAK5uy_m3N98k9cvC4bfaF64FhpYH7zUjV_UtzU&index=14

1074_ Dua Lipa. "Dua Lipa - Break My Heart (Official Video)". Youtube, 26 de marzo de 2020. [Vídeo]. 2:28. 2:30. 2:31. <https://www.youtube.com/watch?v=Nj2U6rhnucl>

1075_ Ariana Grande. "Ariana Grande - Sweetener (official Teaser)". Youtube, 28 de junio de 2018. [Vídeo]. 0:32. <https://www.youtube.com/watch?v=U1gZSpKwv8A>

1076_ Capturas de pantalla de Rosalía. "ROSALÍA - Juro Que (Official Video)" Youtube, 23 de enero de 2020. [Vídeo]. 0:25. 0:27. 1:27. 2:20. 2:43. <https://www.youtube.com/watch?v=mtym36PG6R8>

1077_ Capturas de pantalla de Jay-Z. "JAY-Z - Empire State Of Mind ft. Alicia Keys". Youtube, 4 de diciembre de 2021. [Vídeo]. 2:44. <https://www.youtube.com/watch?v=vk6014Huxce>

1078_ Capturas de pantalla de Nathy Peluso. "NATHY PELUSO - MAFIOSA". Youtube, 7 de julio de 2021. [Vídeo]. 1:20. <https://www.youtube.com/watch?v=VE241132KKU>

1079_ Capturas de pantalla de The Weekend. "The Weeknd - Blinding Lights (Official Video)". Youtube, 21 de enero de 2020. [Vídeo]. 2:24. <https://www.youtube.com/watch?v=4NRXx6U8ABQ>

1080_ Capturas de pantalla de Miley Cyrus. "Miley Cyrus - Flowers (Official Video)". Youtube, 13 de enero de 2023. [Vídeo]. 2:22. 2:45. <https://www.youtube.com/watch?v=G7KNmW9a75Y>

1081_ Capturas de pantalla de Miley Cyrus. "Miley Cyrus - Jaded (Backyard Sessions)". Youtube, 13 de enero de 2023. [Vídeo]. 1:10. 2:21. https://www.youtube.com/watch?v=UdM9hLGZ1-M&list=PLSePaerquCQvMz_fhxBi7PKwQJgxU2ce5

1082_ Capturas de pantalla de A. "Miley Cyrus - Wonder Woman | Endless Summer Vacation (Backyard Sessions)". Youtube, 4 de abril de 2023. [Vídeo]. 1:15. 1:32. https://www.youtube.com/watch?v=3JfjUrD9wqE&list=PLSePaerquCQvMz_fhxBi7PKwQJgxU2ce5&index=6

1083_ Capturas de pantalla de Ariana Grande. "Ariana Grande - yes, and? (official music video)". Youtube, 12 de enero de 2024. [Vídeo]. 0:46. 2:00. 2:16. 3:08. 4:08. 4:10. <https://www.youtube.com/watch?v=eB6txyhHFG4>

1084_ Captura de pantalla del perfil de instagram de Dua Lipa (@dualipa) (20 de junio de 2024). Instagram. https://www.instagram.com/p/C5vw5cRMJYJ/?img_index=1

1085_ Capturas de pantalla de Dua Lipa. "Dua Lipa - Illusion (Official Music Video)". Youtube, 12 de abril de 2024. [Vídeo]. 2:00. 2:30. 2:46. https://www.youtube.com/watch?v=a9cyG_yfh1k

1086_ Taylor Swift. "Taylor Swift - Lover (Official Music Video)". Youtube, 22 de agosto de 2019. [Vídeo]. 1:55. <https://www.youtube.com/watch?v=-BjZmE2gtdo>

1087_ Hume, Mike. (2002 - 2024). *Majestic Theatre*. Historic Theatre Photos. <https://www.historictheatrephotos.com/Atmospheric/Majestic-Houston.aspx>

1088_ Capturas de pantalla de NPR Music. "C. Tangana: Tiny Desk (Home) Concert". Youtube, 20 de abril de 2021. [Vídeo]. 1:28. 4:50. 10:10. https://www.youtube.com/watch?v=SW6L_ITrIFg

1089_ Capturas de pantalla de Dua Lipa. "Dua Lipa - Training Season (Behind The Scenes)". Youtube, 4 de mayo de 2024. [Vídeo]. 0:45. <https://www.youtube.com/watch?v=tcncnzizxUA>

1090_ Capturas de pantalla de Dua Lipa. "Dua Lipa - Training Season (Official Music Video)". Youtube, 16 de febrero de 2024. [Vídeo]. 3:06. 3:17. <https://www.youtube.com/watch?v=ZjBZ8MUnBOE>

1091_ Capturas de pantalla de Billie Eilish. "Billie Eilish - What Was I Made For? (Official Music Video)". Youtube, 13 de Julio de 2023. [Vídeo]. 0:50. 2:16. 3:30. <https://www.youtube.com/watch?v=cW8VLC9nnTo>

1092_ Zambrano, Nicolás (20 de septiembre de 2022). *Future Nostalgia Bogotá*. Behance.net. <https://www.behance.net/gallery/153057483/future-nostalgia-bogota/modules/863806849>

1093_ Tabla de valoración realizada para la selección de los casos de estudio. Elaboración propia.

1094_ Black Swan 28 [@swan28_black]. (20 de septiembre de 2020). *@ladygaga 911 / Single cover artwork*. X. https://x.com/swan28_black/status/1307635377281343488

1095_ Captura de pantalla de Lady gaga. "Lady Gaga - 911 (Short Film)". Youtube, 20 de septiembre de 2020. [Vídeo]. 0:21. https://www.youtube.com/watch?v=58hoktsqk_Q

1096_ Capturas de pantalla de Lady gaga. "Lady Gaga - 911 (Short Film)". Youtube, 20 de septiembre de 2020. [Vídeo]. 1:34. 1:50. 1:57. 2:05. 2:50. 2:58. https://www.youtube.com/watch?v=58hoktsqk_Q

1097_ Capturas de pantalla de SoyArmenio.com. "The Color Of Pomegranates (Sayat Nova) El color de la granada de Parajanov Sergei (1969) - sub esp". Youtube, 8 de enero de 2021. [Vídeo]. 2:36. 20:35. 1:08:42. <https://www.youtube.com/watch?v=RUSNnAzlo6c>

1098_ Capturas de pantalla de Lady gaga. "Lady Gaga - 911 (Short Film)". Youtube, 20 de septiembre de 2020. [Vídeo]. 0:23. 0:57. 2:21. https://www.youtube.com/watch?v=58hoktsqk_Q

1099_ Capturas de pantalla de Lady gaga. "Lady Gaga - 911 (Short Film)". Youtube, 20 de septiembre de 2020. [Vídeo]. 0:12. 0:38. 0:50. 2:13. 2:17. 4:05. https://www.youtube.com/watch?v=58hoktsqk_Q

10100_ Capturas de pantalla de Lady gaga. "Lady Gaga - 911 (Short Film)". Youtube, 20 de septiembre de 2020. [Vídeo]. 1:12. 1:18. 1:54. 4:32. https://www.youtube.com/watch?v=58hoktsqk_Q

10101_ Capturas de pantalla de Lady gaga. "Lady Gaga - 911 (Short Film)". Youtube, 20 de septiembre de 2020. [Vídeo]. 1:41. 3:14. https://www.youtube.com/watch?v=58hoktsqk_Q

10102_ Montague, Michael. (abril de 2019). *Veluzat Movie Ranch*. Google maps. <https://www.google.com/maps/contrib/114651697710775386071/place/ChIjYKHCb9woARoFs2kXlSf84/@34.4576901,-118.4866308,10.49z/data=!4m6!1m5!8m4!1e2!2s114651697710775386071!3m1!1e1?entry=tту>

10103_ Comte, Hugo (25 de febrero de 2020). *11 discos nuevos que te emocionarán en 2020*. *Vogue.es*. <https://www.vogue.es/living/articulos/nuevos-discos-2020-rosalia-rihanna-adele-dua-lipa-bts>

10104_ Caroljeri. (26 de marzo de 2020). *El Diagrama de Fischli/Weiss y Su Relación con Dua Lipa*. *Wordpress*. <https://elhela-dodecarol.wordpress.com/2020/03/26/el-diagrama-de-fischli-y-weiss-para-dua-lipa-intento-de-youtuber-u-u-avanzando/>

10105_ Diagrama de Lope Serrano con delimitación de zonas. Elaboración propia.

10106_ Captura de pantalla de Ter. "Los secretos arquitectónicos de Dua Lipa". Youtube, 8 de junio de 2020. [Vídeo]. 9:39. <https://www.youtube.com/watch?v=2wuS2u7Egpo>

I0107_ Capturas de pantalla de Dua Lipa. "Dua Lipa - Physical (Official Video)". Youtube, 31 de enero de 2020. [Vídeo]. 0:35. 0:45. 0:48. 1:12. 1:20. 1:35. <https://www.youtube.com/watch?v=9HDEHj2yzeW>

I0108_ Capturas de pantalla de Dua Lipa. "Dua Lipa - Physical (Official Video)". Youtube, 31 de enero de 2020. [Vídeo]. 2:02. 2:05. 2:07. 2:08. 2:10. 2:13. <https://www.youtube.com/watch?v=9HDEHj2yzeW>

I0109_ Capturas de pantalla de Dua Lipa. "Dua Lipa - Physical (Official Video)". Youtube, 31 de enero de 2020. [Vídeo]. 2:23. 2:28. 2:31. 2:46. 2:54. 3:19. <https://www.youtube.com/watch?v=9HDEHj2yzeW>

I0110_ Arias, Paula. (27 de febrero de 2020). *LOS DIFERENTES ELEMENTOS DEL MUNDO. PHYSICAL POR DUA LIPA*". *Metalocus*. <https://www.metalocus.es/es/noticias/los-diferentes-elementos-del-mundo-physical-por-dua-lipa>

I0111_ Captura de pantalla de Ter. "Los secretos arquitectónicos de Dua Lipa". Youtube, 8 de junio de 2020. [Vídeo]. 8:34. <https://www.youtube.com/watch?v=2wuS2u7Egpo>

I0112_ Captura de pantalla de Ter. "Los secretos arquitectónicos de Dua Lipa". Youtube, 8 de junio de 2020. [Vídeo]. 8:40. <https://www.youtube.com/watch?v=2wuS2u7Egpo>

I0113_ Arias, Paula. (27 de febrero de 2020). *LOS DIFERENTES ELEMENTOS DEL MUNDO. PHYSICAL POR DUA LIPA*". *Metalocus*. <https://www.metalocus.es/es/noticias/los-diferentes-elementos-del-mundo-physical-por-dua-lipa>

I0114_ DavuMusic. (18 de julio de 2021). *Ariana Grande's Singles*. Deviant art. <https://www.deviantart.com/davumusic/art/Ariana-Grande-s-Singles-886110022>

I0115_ Capturas de pantalla de Ariana Grande. "Ariana Grande - no tears left to cry (Official Video)". Youtube, 20 de abril de 2018. [Vídeo]. 0:48. 1:29. 1:36. 3:02. 3:21. 3:40. <https://www.youtube.com/watch?v=ffxKSjUwKdU>

I0116_ Capturas de pantalla de Ariana Grande. "Ariana Grande - no tears left to cry (Official Video)". Youtube, 20 de abril de 2018. [Vídeo]. 0:13. 0:29. 0:41. 0:50. 0:56. 1:02. <https://www.youtube.com/watch?v=ffxKSjUwKdU>

I0117_ Capturas de pantalla de Ariana Grande. "Ariana Grande - no tears left to cry (Official Video)". Youtube, 20 de abril de 2018. [Vídeo]. 1:25. 1:32. 1:39. 1:40. 1:58. 2:47. <https://www.youtube.com/watch?v=ffxKSjUwKdU>

I0118_ Capturas de pantalla de Ariana Grande. "Ariana Grande - no tears left to cry (Official Video)". Youtube, 20 de abril de 2018. [Vídeo]. 2:16. 2:35. 3:13. 3:34. 3:44. 3:46. <https://www.youtube.com/watch?v=ffxKSjUwKdU>

I0119_ Capturas de pantalla de Ariana Grande. "Ariana Grande - no tears left to cry (Official Video)". Youtube, 20 de abril de 2018. [Vídeo]. 0:01. 2:39. 3:09. <https://www.youtube.com/watch?v=ffxKSjUwKdU>

I01120_ Capturas de pantalla de Ariana Grande. "Ariana Grande - no tears left to cry (Official Video)". Youtube, 20 de abril de 2018. [Vídeo]. 1:15. 1:58. <https://www.youtube.com/watch?v=ffxKSjUwKdU>

I0121_ Capturas de pantalla de Ariana Grande. "Ariana Grande - No Tears Left To Cry (BTS - Part 1)". Youtube, 23 de abril de 2018. [Vídeo]. 0:27. 1:16. 2:06. 2:53. <https://www.youtube.com/watch?v=T4FAG5A4wQk>

I0122_ Capturas de pantalla de Ariana Grande. "Ariana Grande - No Tears Left To Cry (BTS - Part 3)". Youtube, 25 de mayo de 2018. [Vídeo]. 6:05. 7:07. <https://www.youtube.com/watch?v=bYOxsDiof3c>

videografía

V01_ JPRF1906 (TV, Radio y muchos más). "Oskar Fischinger - Un Poema Óptico (Fandub Español)". Youtube, 3 de junio de 2022. [Vídeo]. https://www.youtube.com/watch?v=sFjeKjW_vqA

V02_ Disney+. Let it be . Tráiler oficial. 13 de octubre de 2021. [Vídeo]. https://www.youtube.com/watch?v=HONF2HR_P04

V03_ Mercury. "The Beach Boys - God Only Knows (From "Good Timin: Live At Knebworth")". Youtube, 20 de junio de 2008. [Vídeo]. https://youtu.be/n8qZMFFDYa0V08_

V04_ DEVOision. "DEVO "(I Can't Get No) Satisfaction" [Official Music Video]". Youtube, 10 de febrero de 2010. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=jadv7CbH1o>

V05_ Warner Records Vault. "Devo - Whip It (Official Music Video) | Warner Vault". Youtube, 20 de diciembre de 2009. [Vídeo]. https://www.youtube.com/watch?v=j_QLzthSkfM <https://www.youtube.com/watch?v=8btm2els8kM>

V06_ SonicYM2612. "Mick Jagger - Hard Woman (1985) [remastered video]". Youtube, 17 de septiembre de 2018. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=8btm2els8kM>

V07_ La Rosalía. [@rosalia]. (21 de octubre de 2021) "La Fama". [Vídeo]. TikTok. https://www.tiktok.com/@rosalia/video/7018259127679995142?_t=8n5anWC05jc&_r=1

V08_ Lola Índigo. "Lola Indigo - LA SANTA (Video Oficial)". Youtube, 17 de marzo de 2023. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=Ce3XGlcqN-Q>

V09_ Rosalía. "ROSALÍA - MOTOMAMI (ROSALÍA TikTok LIVE Performance)". Youtube, 21 de marzo de 2022. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=y51P8HNpwaM>

V010_ Beyoncé. "Beyoncé - Single Ladies (Put a Ring on It) (Video Version)". Youtube, 3 de octubre de 2009. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=4m1EFMoRfVY>

V011_ Ariana Grande. "Ariana Grande - One Last Time (Official Video)". Youtube, 16 de febrero de 2015. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=BPgEgaPk62M>

V012_ Billie Eilish. "Billie Eilish - when the party's over (Official Music Video)". Youtube, 25 de octubre de 2018. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=pbMwTqkKSps>

V013_ Sabrina Carpenter. "Sabrina Carpenter - Espresso (Official Video)". Youtube, 12 de abril de 2024. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=eVli-tstM5E>

V014_ Lil Nas X. "Lil Nas X - MONTERO (Call Me By Your Name) (Official Video)". Youtube, 26 de marzo de 2021. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=6swmTBVI83k>

V015_ SZA. "SZA - Kill Bill (Official Video)". Youtube, 11 de enero de 2023. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=MSRcC626prw>

V016_ Madonna. "Madonna - Material Girl (Official Video) [HD]". Youtube, 25 de agosto de 2017. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=6p-IDYPR2P8>

V017_ Thirty Seconds To Mars. "Thirty Seconds To Mars - The Kill (Bury Me)". Youtube, 22 de enero de 2010. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=8yvGCAvOafM>

V018_ Nathy Peluso. "GRASA - NATHY PELUSO". Youtube, 31 de mayo de 2024. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=1--aj1EFy-c>

V019_ Beyoncé. "Beyoncé - Formation (Official Video)". Youtube, 9 de diciembre de 2016. [Vídeo]. https://www.youtube.com/watch?v=WDZJPJV__bQ

V020_ Lana del Rey. "Lana Del Rey - Doin' Time". Youtube, 29 de agosto de 2019. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=qolmz4FlnZ0>

V021_ Rosalía. "ROSALÍA - DI MI NOMBRE (Cap.8: Éxtasis)". Youtube, 30 de octubre de 2018. [Vídeo]. https://www.youtube.com/watch?v=mUBMPaj0L3o&list=OLAK5uy_m3N98k9cvC4bfaF64FhpYH7zUIVa_UtzU&index=14

V022_ Dua Lipa. "Dua Lipa - Break My Heart (Official Video)". Youtube, 26 de marzo de 2020. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=Nj2U6rhnucl>

V023_ Rosalía. "ROSALÍA - Juro Que (Official Video)". Youtube, 23 de enero de 2020. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=mtym36PG6R8>

V024_ Jay-Z. "JAY-Z - Empire State Of Mind ft. Alicia Keys". Youtube, 4 de diciembre de 2021. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=vk6014HuxcE>

V025_ Nathy Peluso. "NATHY PELUSO - MAFIOSA". Youtube, 7 de julio de 2021. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=VE241132KKU>

V026_ The Weekend. "The Weeknd - Blinding Lights (Official Video)". Youtube, 21 de enero de 2020. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=4NRXx6U8ABQ>

V027_ Miley Cyrus. "Miley Cyrus - Flowers (Official Video)". Youtube, 13 de enero de 2023. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=G7KNmW9a75Y>

V028_ Miley Cyrus. "Miley Cyrus - Jaded (Backyard Sessions)". Youtube, 13 de enero de 2023. [Vídeo]. https://www.youtube.com/watch?v=UdM9hLGZ1-M&list=PLSePaerquCQvMz_fhxBi7PKwQJgxU2ce5

V029_ A. "Miley Cyrus - Wonder Woman | Endless Summer Vacation (Backyard Sessions)". Youtube, 4 de abril de 2023. [Vídeo]. https://www.youtube.com/watch?v=3JfjUrD9wqE&list=PLSePaerquCQvMz_fhxBi7PKwQJgxU2ce5&index=6

V030_ Ariana Grande. "Ariana Grande - yes, and? (official music video)". Youtube, 12 de enero de 2024. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=eB6txyhHFG4>

V031_ Dua Lipa. "Dua Lipa - Illusion (Official Music Video)". Youtube, 12 de abril de 2024. [Vídeo]. https://www.youtube.com/watch?v=a9cyG_yfh1k

V032_ Taylor Swift. "Taylor Swift - Lover (Official Music Video)". Youtube, 22 de agosto de 2019. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=-BjZmE2gtdo>

V033_ NPR Music. "C. Tangana: Tiny Desk (Home) Concert". Youtube, 20 de abril de 2021. [Vídeo]. https://www.youtube.com/watch?v=SW6L_ITrIFg

V034_ Dua Lipa. "Dua Lipa - Training Season (Official Music Video)". Youtube, 16 de febrero de 2024. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=ZjBZ8MUnB0E>

V035_ Billie Eilish. "Billie Eilish - What Was I Made For? (Official Music Video)". Youtube, 13 de Julio de 2023. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=cW8VLC9nnTo>

V036_ Lady gaga. "Lady Gaga - 911 (Short Film)". Youtube, 20 de septiembre de 2020. [Vídeo]. https://www.youtube.com/watch?v=58hoktsqk_Q

V037_ Dua Lipa. "Dua Lipa - Physical (Official Video)". Youtube, 31 de enero de 2020. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=9HDEHj2yzew>

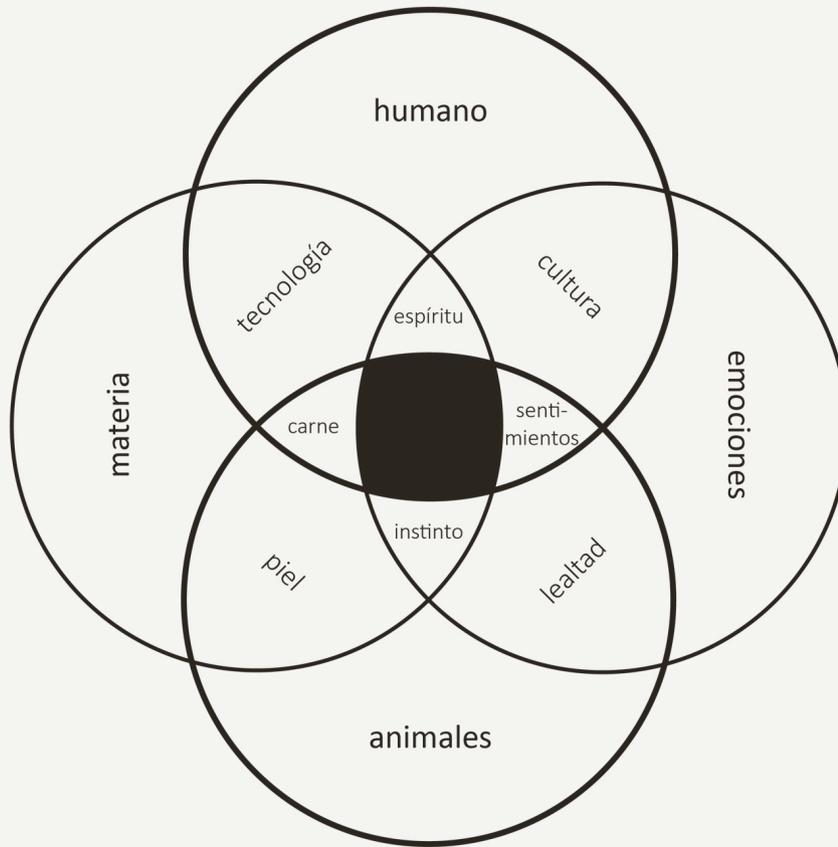
V038_ Ariana Grande. "Ariana Grande - no tears left to cry (Official Video)". Youtube, 20 de abril de 2018. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=ffxKSjUwKdU>

V039_ Ariana Grande. "Ariana Grande - No Tears Left To Cry (BTS - Part 1)". Youtube, 23 de abril de 2018. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=T4Fag5A4wQk>

V040_ Ariana Grande. "Ariana Grande - No Tears Left To Cry (BTS - Part 3)". Youtube, 25 de mayo de 2018. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=bYOxsDiof3c>

la dinámica cinematográfica de los vídeos musicales

y la arquitectura como referencia espacial en su desarrollo



la dinámica cinematográfica de los vídeos musicales
y la arquitectura como referencia espacial en su desarrollo

José Ángel Sánchez Alcaraz

Trabajo Final de Grado

Grado en Fundamentos de la Arquitectura

Curso 2023 - 2024



ESCOLA TÈCNICA
SUPERIOR
D'ARQUITECTURA



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA