



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escuela Politécnica Superior de Gandia

Ecoestética cinematográfica: Integración de prácticas sostenibles en la dirección de arte del videoclip "Lo que prometimos".

Trabajo Fin de Grado

Grado en Comunicación Audiovisual

AUTOR/A: Lomeña Pérez, María de los Ángeles

Tutor/a: Alonso López, Nàdia

CURSO ACADÉMICO: 2023/2024

Resumen

La inmediatez, la coordinación masiva de equipos, y la escasa legislación específica son solo algunos de los desafíos a los que se enfrenta la industria audiovisual y que impide, en muchos casos, considerar el impacto ambiental en la realización de cualquier producto. El siguiente trabajo de Fin de Grado propone el desarrollo y escenificación de una propuesta de dirección artística sostenible para un videoclip musical. Parte del concepto de ecoestética como movimiento ético-artístico que cuestiona la relación del ser humano con la naturaleza, y traslada dicha filosofía al séptimo arte mediante la concepción eco-medial del diseño de producción audiovisual, pensado desde sus cimientos para funcionar como práctica artística y ecológica al mismo tiempo.

Para ello, se analizarán referencias bibliográficas y estudios relacionados con la sostenibilidad en la producción audiovisual y se realizarán entrevistas a profesionales del sector, poniendo el foco en el departamento artístico. Los datos y prácticas recopiladas se incorporarán en la elaboración del arte de un videoclip original, explorando la viabilidad de las soluciones planteadas en un contexto real. Así, puede servir de recurso a futuros integrantes del equipo artístico, animándoles a conocer estos métodos y aplicarlos en sus propias producciones con conciencia sostenible.

Palabras clave: Dirección artística, sostenibilidad, impacto ambiental, ecoestética, videoclip.

Abstract

Immediateness, massive equipment coordination, and scarceness of specific legislation prevent, in many cases, the consideration of the environmental impact in creating any product. The following final thesis proposes developing and staging a sustainable art direction proposal for a music video. It starts from the concept of eco-aesthetics as an ethical-artistic movement that questions the relationship between human beings and nature, transferring this philosophy to the seventh art through the eco-medial conception of audiovisual production design, conceived from its foundations to function as an artistic and ecological practice at the same time.

We will begin by analyzing bibliographic references and studies on sustainability in audiovisual production and conducting interviews with professionals in the sector, focusing on the art department. The collected data and practices will be incorporated into the art direction of a music video, exploring the feasibility of the solutions proposed in a real context. Thus, it may serve as a resource for future artistic team members, encouraging them to know and apply these methods in their productions with a sustainable awareness.

Keywords: Art direction, sustainability, environmental impact, eco-aesthetic, music video.

1. Introducción.....	4
1.1 Justificación del tema.....	4
1.2 Objetivos.....	5
1.3 Metodología.....	5
1.4 Desafíos del proyecto.....	7
2. Definir el problema: El factor sostenibilidad en la dirección artística audiovisual... 9	9
2.1. El concepto de ecoestética.....	10
2.1.1 Obras ecotemáticas y obras ecomediales.....	13
2.1.2 La filosofía ecoestética aplicada al arte cinematográfico.....	14
2.2 Enfoques sostenibles en la industria audiovisual actual.....	16
2.2.1 El departamento artístico y la huella de carbono.....	19
2.2.2 Entrevistas a profesionales del sector.....	21
3. Proponer soluciones: Una concepción ecoestética del departamento de Arte..... 22	22
4. Explorar la viabilidad: Diseño de producción para el videoclip “Lo que prometimos” 24	24
4.1 Ideación y referentes.....	25
4.1.1 Buenas (2023).....	28
4.1.2 Diluvio (2023).....	30
4.1.3 Tristan’s Ascension (2005).....	32
4.2 Propuesta artística.....	34
4.3 Producción.....	40
4.3.1 Equipo y proveedores.....	40
4.3.2 Diseño y construcción sostenibles.....	43
4.4 Postproducción.....	47
4.4.1 Reciclaje y reutilización de materiales.....	48
5. Conclusiones.....	49
6. Bibliografía.....	51
7. Anexos.....	58
Anexo I. Relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030.....	58
Anexo II. Justificación de perfiles profesionales entrevistados.....	60
Anexo III. Transcripción de las entrevistas a profesionales del sector	61

Anexo IV. Tríptico informativo sobre prácticas sostenibles.....	75
Anexo V. Lista de prácticas sostenibles aplicadas a <i>Lo que prometimos</i>	77
Anexo VI. Guion literario de <i>Lo que prometimos</i>	80
Anexo VII. Propuesta estética y visual.....	82
Anexo VIII. Desglose de arte.....	95
Anexo IX. Propuesta de estilismo.....	101
Anexo X. Propuesta de arte.....	108
Anexo XI. Acta de reuniones.....	119
Anexo XII. Listado de proveedores.....	123
Anexo XIII. Bocetos y planos.....	124
Anexo XIV. Presupuesto del departamento de Arte.....	130
Anexo XV. Arte final del videoclip y enlace a Youtube.....	138

Índice de figuras

Figura 1. Toneladas de CO ₂ eq emitida por largometrajes en función del tamaño de su producción.....	16
Figura 2. Notas de conceptualización tras la primera escucha de la canción.....	26
Figura 3. Conjunto de frames de <i>Buenas</i> (2023).....	28
Figura 4. Conjunto de frames de <i>Diluvio</i> (2023).....	30
Figura 5. Conjunto de frames de <i>Tristan's Ascension</i> (2005).....	32
Figura 6. Moodboard y paleta de color de la habitación.....	35
Figura 7. Moodboard y paleta de color del baño.....	36
Figura 8. Moodboard y paleta de color del salón y la entrada.....	37
Figura 9. Moodboard y paleta de color de la azotea.....	38
Figura 10. Efectos de agua en Espai Center.....	38
Figura 11. Moodboard con el estilismo Khalil.....	39
Figura 12. Moodboard con el estilismo Balacvlx.....	39
Figura 13. Esquema de roles del equipo artístico del proyecto y reparto de tareas.....	41
Figura 14. Bocetos de atmósfera por espacios.....	44
Figura 15. Planos de construcción de la puerta y el soporte.....	45
Figura 16. Proceso de construcción de la puerta.....	45
Figura 17. Bocetos y resultado final de la balaclava.....	46

1. Introducción

1.1 Justificación del tema

No recuerdo el momento exacto en que empecé a interesarme por la sostenibilidad, pero sí recuerdo crecer viendo a mi abuela guardar todo tipo de objetos a los que, con el tiempo, acababa dando una segunda vida. Ella, llena de creatividad, me ha enseñado que cualquier cosa puede transformarse y adquirir una nueva función. Su ejemplo ha sido clave para forjar mi interés en crear y recrear, en buscar nuevas soluciones y valorar lo que tenemos antes de desecharlo sin más.

Para mí, sostenibilidad consiste en dar valor a nuestro entorno, en lugar de tratarlo como un deshecho, y en este sentido, puede aplicarse a cualquier ámbito que imaginemos. Por eso, desde que comencé a asistir a rodajes y fui consciente del impacto ambiental que generan, he tenido presente la problemática y no he podido evitar preguntarme ¿cómo podemos incorporar la sostenibilidad en nuestros proyectos y convertirla en uno de los valores de nuestro trabajo?

Nos encontramos ante un tema candente a nivel transversal y global, pues las industrias – incluida la audiovisual – están a la búsqueda de prácticas que reduzcan su impacto medioambiental. Sin embargo, el ámbito de la educación no parece estar aprovechando todo su potencial a favor de la transición ecológica. En el caso de nuestro Grado en Comunicación Audiovisual, hablamos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), pero ¿quién nos explica cómo aplicarlos a nuestros productos audiovisuales? Hablamos de tipos de planos, pero ¿quién se para a pensar en la huella de carbono que hay tras esos segundos de metraje? Y aún más ¿quién nos enseña a reducirla?

Este Trabajo Final de Grado surge ante la necesidad de formación ambiental aplicada a la industria audiovisual, en la que deseo formarme y desarrollarme profesionalmente. Investigamos las prácticas sostenibles que aplica la industria audiovisual, focalizándonos en el departamento de Arte y mostrando, a través de la creación de un videoclip sostenible, cómo la dirección de arte puede incorporarlas de manera efectiva. Mediante el formato videoclip se pretende incidir en las nuevas generaciones y promover a través de ellas dicho cambio, pues como indica Soriano Cutillas (2020):

“El videoclip es, desde sus inicios, un reflejo de las diferentes modas juveniles y la cultura pop. Y se ha ido amoldando a estas características a lo largo de los años, haciendo de este formato un soporte atrevido capaz de llegar a captar la atención de las generaciones más jóvenes.” (p. 6).

Así, combinando la capacidad del audiovisual para influir en el espectador y la del videoclip como plataforma para conectarnos con el público joven, pretendemos que este estudio contribuya a un cambio positivo en la manera de ver y hacer cine. Además, este documento tiene el potencial de servir a otros integrantes del departamento artístico como una herramienta de sostenibilidad en sus proyectos, mostrando la posibilidad de crear contenido atractivo y de calidad sin dañar al planeta en el proceso.

1.2 Objetivos

El objetivo principal de este Trabajo de Fin de Grado es desarrollar la dirección de arte sostenible para el videoclip *Lo que prometimos* de Khalil Meldins y Balaclavx. En relación al objetivo principal, se plantean los siguientes objetivos secundarios:

1. Conceptualizar el término “ecoestética” aplicado a la dirección de arte en el ámbito cinematográfico.
2. Analizar el actual panorama de sostenibilidad en la industria, con foco en el departamento de Arte, comprendiendo así las áreas de mejora.
3. Investigar las prácticas empleadas por profesionales del sector mediante entrevistas e identificar experiencias concretas sobre sostenibilidad en el departamento artístico.
4. Probar la efectividad y viabilidad de las soluciones propuestas en un escenario práctico a través de la realización de la dirección artística para un videoclip.

1.3 Metodología

Antes de acometer la dirección de arte sostenible de un nuevo producto audiovisual, fue necesario comprobar la urgencia de implementar prácticas responsables, tanto en la industria cinematográfica como en el resto de ámbitos de nuestra sociedad. Para ello, comenzamos examinando los datos del último informe del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC), que nos informan de una tendencia climática preocupante. Pero, ¿qué puede hacer el departamento de Arte para cambiar esta tendencia y concienciar sobre sostenibilidad tanto dentro como fuera de la industria audiovisual?

De la mano de autores como John Ruskin, Pierre Rivero y Alejandra Bertucci, exploramos la relación del arte y la cultura en promover el cambio social. Los autores Malcolm Miles y Linda Weintraub amplían este tema al ámbito de la sostenibilidad, defendiendo que a través del arte se puede promover la cultura sostenible. Profundizando en el concepto de

ecoestética, realizamos una revisión bibliográfica de las teorías acerca de la estética propuestas por Alexander Baumgarten, Immanuel Kant y Alejandro Mijares Gil, considerando la visión antropocéntrica del término en contraposición a la estética ecocéntrica que respaldan Miles y Weintraub. Y seguimos la evolución del concepto de ecocentrismo hasta *Las tres ecologías* (1996), donde Félix Guattari plantea la ecosofía como una visión del mundo basada en los principios del ecocentrismo.

Con la extensión de la ecosofía al campo artístico, exploramos la definición y clasificación de las obras ecoestéticas propuesta por Miguel Ángel Ledezma Campos, María Teresa Paulín Ríos, Julia Magdalena Caporal Gaytán y Jesús Rodríguez Arévalo, en *Ecoestética, naturaleza y arte contemporáneo* (2022). Así, tras definir la ecoestética en el ámbito cinematográfico, nos aproximamos a la clasificación real de sus obras en ecotemáticas y ecomediales, incluyendo dos ejemplos de obras audiovisuales con un impacto positivo en la industria y el espectador: *Lo que el pulpo me enseñó* (2020) y *Cerdita* (2022).

Para conocer la base de la que partimos en términos de sostenibilidad en la industria, revisamos los datos publicados por las productoras audiovisuales Morena Films, Ilíada Films y Truenorth, así como por la consultora de sostenibilidad Creast. Estudiamos también el último informe de la Sustainable Production Alliance (SPA) y revisamos la *Guía de Buenas Prácticas del Sello Verde* (2021), impulsada por la Academia de Cine Español en colaboración con Creast y la *Production Environmental Actions Checklist* (PEACH+) de la estadounidense Sustainable Entertainment Alliance.

Profundizando en el equipo artístico, estudiamos las publicaciones de Gloria Hernández Serrano y Michael Rizzo, y ampliamos las prácticas sostenibles del departamento con el informe de la Comisión Fílmica Colombia, así como las entrevistas a diversos profesionales del sector. Citando a Canales (2006), la entrevista es un método de investigación basado en la comunicación interpersonal entre entrevistador y entrevistado, que cuando se realiza a profesionales en activo, nos ofrece un conocimiento actualizado de las tendencias y prácticas del sector, pudiendo aportar ideas y soluciones novedosas a los problemas y preguntas planteadas. Por esta razón, contamos con expertos de diferentes cargos dentro del departamento artístico que nos permiten conocer su trayectoria y nos aportan maneras diversas de implementar la sostenibilidad en el sector.

Los profesionales contactados son Margot Martiz, directora de Marketing y Asociaciones para la consultora de sostenibilidad Green Eyes Film Production, Luz Gómez y Teresa Montanuy, directoras de arte, y Nahia Fito, director de arte y jefe de construcción. Utilizamos un modelo de entrevista semiestructurada, con la libertad de modificar y adaptar las

preguntas a medida que se desarrolla la conversación con los entrevistados. Partimos por tanto de una serie de preguntas adaptadas a cada profesional contactado, que varían de manera natural en el momento de la entrevista. En el Anexo II se detalla la importancia de cada perfil entrevistado para la obtención de datos acerca de sostenibilidad dentro del departamento artístico audiovisual.

Con el término de ecoestética definido y las prácticas sostenibles más habituales recopiladas, elaboramos una infografía que incluye las medidas esenciales que aplicaremos al departamento artístico de nuestro videoclip. Luego, iniciamos la propuesta del mismo con la conceptualización de la canción, el análisis de referentes y la definición de la estética general, atendiendo para ello a los artículos de Víctor Santos y Ascensión Mazuela-Anguita sobre la evolución del reguetón; y la metodología de análisis aplicada por las alumnas Luz Gómez y Celia de la Torre en sus Trabajos de Final de Grado.

Tras la ideación, comenzamos la fase de preproducción, que incluye la búsqueda de equipo y proveedores, el planteamiento de las localizaciones y el diseño de los espacios y vestuarios. Continuamos con la construcción consciente y sostenible de los escenarios, y la puesta en escena en el rodaje para, finalmente, describir el proceso de desmontaje de los sets y el reciclaje de los materiales.

En el apartado de conclusiones, sintetizamos los resultados obtenidos tanto en el ámbito teórico como en el práctico, estimando el cumplimiento de los objetivos planteados al inicio y evaluando las dificultades encontradas para llevarlos a cabo. Para terminar, presentamos en los anexos aquellos documentos elaborados durante el desarrollo del trabajo que resultaron fundamentales para el buen flujo de trabajo del proyecto y de la presente memoria.

1.4 Desafíos del proyecto

Desde que planteamos la idea, sabíamos que embarcarnos en un proyecto audiovisual sostenible sin antes haber recibido formación concreta sobre el tema no sería tarea fácil. Aunque anteriormente había participado en un proyecto financiado por la Unión Europea (UE) sobre sostenibilidad en el sector textil, *Sustainable Fashion Employability Skills* (SFES) y conocía algunas prácticas que podríamos extrapolar al audiovisual, para el resto de compañeros del equipo era el primer acercamiento al tema. En lugar de tomar esto como un impedimento, decidimos verlo como una oportunidad de aprender e interiorizar un modo de trabajo más consciente y respetuoso con nuestro entorno, colaborando además a la necesaria transición ecológica del sector audiovisual. Así, aunque mi Trabajo Final de Grado

se centra en el departamento de Arte, el resto de departamentos del proyecto también estuvo decidido a involucrarse con la iniciativa sostenible.

Antes de comenzar con la realización del videoclip, llevamos a cabo una investigación de la industria cinematográfica en términos de sostenibilidad, estableciendo las pautas a seguir en cada departamento de nuestro proyecto. La falta de consenso internacional en la aplicación de estas prácticas dificulta la búsqueda de información, pero tras consultar diferentes informes y guías, y hablar con profesionales en activo, conseguimos sacar en claro las que aplicaban a un proyecto de pequeña escala como el nuestro.

La escala de la producción en términos de presupuesto y equipo fue otro de los desafíos. Gracias a la aportación de los artistas y la de cada uno de los jefes de equipo, conseguimos reunir los 2000€ presupuestados al inicio. Tras la gestión eficiente del departamento de Producción en la búsqueda de colaboraciones con empresas de alquiler audiovisual y proveedores, así como la aplicación de medidas sostenibles para reducir las compras innecesarias, conseguimos disminuir el presupuesto a 1673€. Además, a pesar de contar con un equipo humano reducido, la implicación y la motivación de todos los participantes fue clave para que el proyecto saliese adelante con tan buenos resultados. Dichos resultados se reflejaron en la satisfacción de los artistas tanto con el producto final como con el desarrollo del proyecto. Acostumbrados a tratar con profesionales del sector, los artistas confiaron en nuestra visión técnica y creativa tras ver la profesionalidad y coordinación con la que trabajaba el equipo, especialmente el día de rodaje.

Por último, el mayor desafío del TFG fue definir el concepto de ecoestética aplicado al ámbito cinematográfico, dada la falta de familiaridad con estos términos. Abordamos el reto mediante una documentación exhaustiva de las teorías estéticas y filosofías sostenibles existentes que relacionan el arte con la sostenibilidad, aproximándonos así a una definición aplicable al departamento de Arte de un proyecto cinematográfico.

2. Definir el problema: El factor sostenibilidad en la dirección artística audiovisual_

“¿Estamos socavando nuestras propias posibilidades de supervivencia al abusar de nuestra base de apoyo?” (Weintraub, 2012, p. 31). La reflexión de la autora cobra especial relevancia en la situación de crisis climática a la que nos enfrentamos, especialmente cuando consideramos el papel del arte y los medios audiovisuales en la representación y construcción de una sociedad.

El último informe del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC, 2023) nos advierte que la emergencia climática supone una amenaza para el bienestar del planeta y del ser humano. Los datos recogen un aumento de 1.1°C en la temperatura global respecto al período preindustrial (1850-1900). A pesar de las medidas implementadas para poner freno a este fenómeno, las cifras de contaminación continúan subiendo a causa de la emisión de gases de efecto invernadero, el uso insostenible de recursos y energía, los cambios en el estilo de vida y los patrones de consumo y producción. Este aumento de la temperatura global se traduce en múltiples cambios en la atmósfera, el océano y la biosfera que resultan en pérdidas y daños tanto en la naturaleza como en las personas (IPCC, 2023). De acuerdo con el informe y respondiendo a la pregunta de Weintraub, nuestras posibilidades de supervivencia están viéndose afectadas por el abuso del planeta. Sin embargo, las decisiones y acciones que tomemos hoy tendrán un impacto duradero en el futuro, y si estas promueven un cambio real y significativo en el sistema a través del desarrollo sostenible, no todo está perdido.

“Enfrentándonos a una amenaza global de tal magnitud, profundidad y complejidad, el arte no puede salvar el planeta, pero puede representar, criticar y jugar imaginativamente con el problema, pues refleja y conjuga los valores compartidos de la sociedad en cada momento, es decir, es reflejo de la cultura. El arte, por lo tanto, puede contribuir al cambio cultural que necesitamos para que se acabe por dar al cambio climático la importancia que tiene” (Miles, 2014, p.10-11).

Como medio expresivo, el arte siempre ha ejercido de conciencia de una cultura. Es motor de cambio social y, en este contexto, puede jugar un papel fundamental en la concienciación ambiental y la difusión de prácticas sostenibles gracias a su capacidad inspiradora y para dirigir la creatividad hacia la resolución de problemas (Weintraub, 2012, p. 13).

La misión del arte ha sido diversa y cambiante a lo largo de la historia. Desde funciones representativas y rituales, hasta didácticas y propagandísticas, o meramente estéticas, todas buscan representar una realidad existente o imaginaria (Rivero, 2015). La visión sostenida por Ruskin¹ en su obra *Las siete lámparas de la arquitectura* (1849), defiende que el arte es una expresión de la sociedad. Un artista tiene la capacidad de comunicar a través de sus obras aquello que percibe u observa y, por tanto, de crear un lenguaje expresivo “de valor incalculable como vehículo del pensamiento” (Bertucci, 2002, p.2).

¹ John Ruskin (1819-1900) fue un crítico de arte y sociólogo británico conocido por sus teorías sobre arte y sociedad.

Actualmente, todas las formas de expresión artística encuentran cabida y difusión a través de los medios de comunicación, penetrando rápidamente en diferentes sectores de la sociedad. Las teorías de McLuhan acerca de la “aldea global” (1964) ya nos adelantaban este fenómeno, en el que las barreras de espacio y tiempo se reducen gracias a la tecnología de los nuevos medios audiovisuales (Ayala Pérez, 2012). El arte se ha democratizado y mediatizado, permitiendo a los artistas compartir sus obras con una audiencia global en segundos.

En este sentido, la difusión de expresiones artísticas a través de los medios funciona como una herramienta de influencia social, capaz de moldear los temas de conversación, pensamientos y comportamientos de la población. A su vez, los eventos y tendencias sociales se reflejan rápidamente en la cultura y el arte, que encuentra voz y difusión en los medios de comunicación audiovisual. Así, el arte funciona como un catalizador de ideas y tendencias de la sociedad, y los medios de comunicación facilitan el intercambio de estas ideas, promoviendo el cambio social.

Aprovechando este fenómeno, investigamos cómo la expresión artística en el ámbito cinematográfico puede convertirse en un medio ideal para abordar la sostenibilidad y sensibilizar en cuestiones medioambientales mediante la adopción de prácticas sostenibles en sus producciones. Tomando como punto de partida una aproximación ecoestética en el arte, nos acercamos al término e intentamos definirlo para su posterior aplicación al ámbito cinematográfico, concretamente en el terreno de la dirección artística.

2.1. El concepto de ecoestética

La ecoestética surge ante la necesidad de un enfoque innovador de la estética, adecuado a las nuevas demandas de conciencia ambiental y la búsqueda de alternativas sostenibles a diferentes problemáticas. Su enfoque nos propone reconfigurar la percepción y valoración artística humana para otorgar mayor importancia al bienestar del entorno. En este apartado, observamos la evolución y desarrollo del término, definiéndolo y explorando una nueva forma de entender y practicar el arte con potencial para influir en nuestros hábitos y comportamientos ambientales.

Alexander Baumgarten² fue el primero en mencionar el término “estética” (1750), definiéndolo como “la ciencia del conocimiento sensible” (Montoya, 2012, p. 109). Su teoría explica la relación del arte con lo bello, incluyendo la sensibilidad humana como mediador

² Alexander Baumgarten (1714-1762) fue un filósofo alemán fundador de la estética como una disciplina filosófica independiente. En su obra "Aesthetica" (1750) estableció las bases para el estudio de lo bello y las experiencias estéticas.

entre estos términos. Por otra parte, en la estética definida por Kant³, el racionalismo es un rasgo humano y, por tanto, el espectador reconoce la belleza porque su apariencia corresponde al concepto que de esta existe en su mente. Dicho concepto procede de los conocimientos compartidos por los que se rige la sociedad, que crean un gusto artístico común (Miles, 2012).

“La estética y todo lo que a ella la circunda sólo puede ser apreciada por los humanos. Solo los hombres somos capaces de establecer racionalmente lo que es estético o no; por lo tanto, la estética es algo que pertenece al razonamiento lógico del hombre y a los principios fundamentales de la humanidad” (Mijares, 2006, p. 139).

La estética y, por lo tanto, la sensibilidad humana hacia el arte, se han desarrollado y evolucionado de la mano de la humanidad, cambiando y adaptándose con el pensamiento, la política, la economía o la cultura en cada momento. No hay estética sin interpretación humana, puesto que sólo la humanidad posee las cualidades de sentir placer sensorial, intelectual o espiritual de la contemplación del arte, de lo bello (Mijares, 2006).

En este sentido, la estética, como investigación del ser y la percepción sensorial, se encuentra en el centro de la problemática medioambiental, pues se relaciona con el entendimiento de lo que constituye al sujeto y, a la vez, su entorno. Miles (2014) defiende que las relaciones de poder que parten del criterio proporcionado por la estética nos empujan a tomar la decisión de qué – o quién – será valorado como un igual, y qué – o quién – será explotado como un recurso (p. 10-11).

Bajo la visión antropocéntrica dominante en la estética, los seres humanos tendemos a ver la belleza del planeta y sus recursos como una fuente de riqueza, o como un vertedero donde acaban nuestros desechos. La insostenibilidad inherente a la filosofía antropocéntrica enfatiza la necesidad de buscar y explorar otras formas de pensamiento, como el ecocentrismo, que reconoce la importancia de todos los seres vivos por sí mismos, o el holismo, que integra al ser humano como parte de los sistemas interconectados que conforman el entorno (Weintraub, 2012). De acuerdo con este enfoque, el conjunto de sistemas y conexiones completo es más fundamental para el planeta que cualquiera de los individuos u objetos que lo conforman por sí solos (Souza & Coelho de Azevedo, 2013).

El término “ecocentrismo” se adhiere al vocabulario inglés en la década de los 70, cuando una minoría se alza para proclamar que los derechos pertenecen a todas las especies, no

³ Immanuel Kant (1724-1804) fue un filósofo alemán cuyas ideas sobre la estética se recogen en su obra "Crítica del juicio" (1790).

sólo a los humanos. Este fenómeno surge a raíz de los movimientos sociales de los años 60 a favor de la igualdad, la paz y la conciencia ambiental y vinculados con la contracultura⁴ (Weintraub, 2012). El movimiento ecológico cobra fuerza en los 90, de la mano del filósofo Félix Guattari, quien propone una nueva corriente filosófica alejada del antropocentrismo y el pensamiento jerárquico-excluyente para buscar nuevos modos de habitar el mundo (Ledezma et al., 2022).

El nacimiento de la ecosofía propuesta por Guattari (1996) como rama de la filosofía se extiende también al campo del arte. Así, un grupo de artistas en 1999, entre los que se encuentran Lynne Hull, Don Krug, Baile Oakes, Aviva Rahmani, y Susan Leibovitz Steinmanen, abren el diálogo del ecoarte creando una comunidad internacional de artistas pioneros en prácticas ecológicas, y planteando por primera vez la necesidad de una ecoestética. En este contexto, el término surge con la idea de desarrollar nuevas prácticas y soluciones para redirigir el camino de la floreciente crisis medioambiental hacia un futuro más esperanzador (Ecoart Network, 2020).

“El concepto de ecoestética debe ir más allá de las categorías estéticas tradicionalmente vinculadas a las artes para desarrollar nuevos modos de prácticas artísticas que nos hagan sensibles ante la destrucción del planeta, hacia la desaparición de las especies animales y la destrucción de ecosistemas, pero, que al mismo tiempo planteen soluciones para redirigir el camino de destrucción en el que estamos inmersos.” (Ledezma et al., 2022, p. 198).

Para los autores, la ecoestética consiste en “generar cultura en armonía con la naturaleza, trabajando con la tierra en lugar de en su contra” (p. 197). Plantean con esto una reflexión sobre cómo la ecoestética, además de valorar la belleza presente en el arte, debe generar un impacto práctico positivo en la sensibilización de los problemas medioambientales actuales.

Tras definir el concepto nos será más sencillo identificar si una obra audiovisual plantea o no esta reflexión acerca del arte y la sostenibilidad. Sin embargo, al tratarse de un concepto tan amplio, es necesaria una categorización y clasificación del arte que se rige por el criterio ecoestético, conocido como ecoarte. Esto nos permitirá comprender los diferentes enfoques y manifestaciones existentes, facilitando la incorporación de prácticas artísticas sostenibles en nuestras propias creaciones.

⁴ La contracultura es un movimiento social que rechaza los valores, modos de vida y cultura dominantes. Surge en los años 60, opuesto al materialismo y al consumismo, y pone en valor la importancia de la naturaleza y las relaciones humanas.

2.1.1 Obras ecotemáticas y obras ecomediales.

Recuperamos la clasificación propuesta por Ledezma et al. (2022) para la organización de obras ecoartísticas a partir del enfoque de López del Rincón (2015) en su clasificación del bioarte⁵. Por medio de esta separación podremos entender y categorizar las diferentes expresiones ecoartísticas existentes en dos grandes bloques: las obras ecotemáticas y las obras ecomediales.

Las obras ecotemáticas exploran temas relacionados con la crisis ecológica y la conservación del medio a través de archivos, instalaciones, performances u otras formas de expresión. Un posible ejemplo de obra ecotemática es la exhibición del danés Tue Greenfort, *Medusa Alga Laguna* (2022), que incorpora esta problemática en relación al ecosistema de la laguna de Venecia, particularmente sensible al cambio climático. El artista aborda la relación entre humanos y no humanos, reflexionando sobre organismos a menudo ignorados, como son las medusas y las algas (Greenfort, 2022). En el caso del audiovisual, el género documental adquiere un lugar privilegiado por su naturaleza crítica y social para abordar estas temáticas, convirtiéndose en un ejemplo destacado de obras ecotemáticas (Ledezma et al., 2022).

Las obras ecomediales “están pensadas desde su origen para ser respetuosas con el medio ambiente y funcionan en sí como prácticas artísticas y ecológicas al mismo tiempo” (Ledezma et al., 2022, p. 198-199). El artista Nils Norman, con su *Edible Park* (2010), nos muestra un claro ejemplo de obra ecomedial. El proyecto incluye la construcción de un pabellón hecho de materiales reciclados capaz de captar energía solar y recoger aguas pluviales, todo para sustentar un terreno de permacultura integrado en la obra. La pieza demuestra cómo el ser humano y la naturaleza pueden interactuar de manera armónica y respetuosa, subrayando la importancia de una simbiosis entre el arte y la ecología (Ledezma et al., 2022). Otro ejemplo, más próximo al audiovisual, son las fotografías de Andy Goldsworthy, quien utiliza materiales naturales – que eventualmente se deterioran y desintegran – dentro de sus propios entornos, distribuyéndolos para crear obras de arte temporales (Weintraub, 2012).

Es común que los límites entre ecomedial y ecotemático se difuminen. Esto se debe a que, para que el mensaje sea auténtico, las obras ecotemáticas requieren una cierta coherencia en los medios utilizados para su creación. De igual forma, las obras ecomediales, al utilizar

⁵ El bioarte es una corriente artística contemporánea que utiliza la biología de inspiración y herramienta creativa, empleando materia orgánica y procesos científicos y vitales en la concepción de sus obras.

prácticas y materiales sostenibles, inevitablemente se alinean con los principios ecoestéticos y llevan implícito un contenido ecotemático.

2.1.2 La filosofía ecoestética aplicada al arte cinematográfico.

Aplicar la ecoestética al arte cinematográfico consistirá en integrar los principios de sostenibilidad y conciencia ambiental por los que se rige dicha filosofía, al contenido y/o la producción de una obra cinematográfica, independientemente de su género, temática o duración. De esta manera:

“El arte es una herramienta útil para generar una transformación en la conciencia de la sociedad y sumado a otro tipo de estrategias activistas que apuestan por una transformación a favor del medio ambiente, es posible alejarnos del escenario pesimista que parece resignarse a un futuro catastrófico e irrevocable” (Ledezma et al., 2022, p. 202).

Integrando la filosofía ecoestética en el séptimo arte podemos lograr una industria más sostenible y consciente, además de hacer partícipes a los espectadores destacando tanto las temáticas ecológicas como la producción sostenible de este tipo de obras artísticas. A pesar de las dificultades que pueden surgir debido a la escala y naturaleza colaborativa del cine, existen ya numerosos ejemplos que nos demuestran que es posible.

Es el caso del documental ganador del Oscar *Lo que el pulpo me enseñó* (2020). Esta obra audiovisual, dirigida por Pippa Ehrlich y James Reed, cuenta la historia del buceador Craig Foster, quien comenzó a seguir el modo de vida de un pulpo y forjó con este una curiosa amistad. La película generó un alto *engagement*⁶, poniendo el foco en el tema ecológico de manera natural por medio de la narración. Su potencial de divulgación ambiental queda implícito y reside en su capacidad para despertar emociones de empatía y conexión del espectador con el pulpo, que adquiere un papel protagonista. Se trata de una obra ecotemática, puesto que, a través de los temas tratados, la película consigue generar conciencia sobre el cuidado y protección de los océanos y las especies que lo habitan (Valhondo Crego, 2022; Cerrillo, 2021).

El poder transformador del arte ecomedial, sin embargo, no reside en el *engagement*, sino en el trabajo que hay bajo la obra: el diseño, los materiales y técnicas empleados en su creación, sus posibilidades de reutilización y reciclaje y, en definitiva, el conjunto de elementos que la componen y la hacen sostenible en sí misma. En el mundo

⁶ El *engagement* de un contenido audiovisual consiste en el nivel de interacción, interés y compromiso que los espectadores muestran hacia ese determinado producto audiovisual.

cinematográfico es algo más complicado encontrar obras completamente eco-mediales. Podemos, sin embargo, ver ejemplos de producciones conscientes o que se esfuerzan por ser sostenibles.

Es el caso de *Cerdita* (2022), un largometraje dirigido por Carlota Pereda tras el éxito de su cortometraje *Cerdita* (2018), ganador del Goya a Mejor Cortometraje de Ficción en 2019. De acuerdo con los datos de Creast (2022), la consultora de sostenibilidad que llevó el proyecto, la coproducción franco-española consiguió ahorrar 81,5 toneladas de CO2 fomentando el comercio local, los productos locales para el catering, alojamientos rurales, botellas reciclables de agua para el equipo o la priorización del alquiler frente a la compra del *atrezzo*.

En los últimos años hemos podido observar un crecimiento de las producciones cinematográficas comprometidas con la iniciativa sostenible, tal y como indican los sellos de producción sostenible concedidos a, entre otras producciones españolas, la segunda temporada de la serie *Toy Boy* (2021), el documental *Héroes en la sombra* (2021) o el largometraje *Como Dios manda* (2021). Sin embargo, si bien observamos esfuerzos por adecuarse a las necesidades y demandas de sostenibilidad del planeta, esta sigue sin ser la norma (Spain Film Commission, REDCAU & CENER, 2023). Ante esta situación, examinaremos el estado actual de la industria en términos de sostenibilidad, identificando así los desafíos y oportunidades existentes en la transición ecológica del sector cinematográfico.

2.2 Enfoques sostenibles en la industria audiovisual actual.

“El cine es una industria que contamina. Crea mundos enteros que luego liquida. Inmortaliza succulentas comidas que acaban en la basura. Cada día, imprime cientos de hojas que carecen de valor al acabar la jornada, y para dar de beber al equipo, se utiliza, cada día, vasos de plástico, botellas de plástico, platos de plástico... más plásticos de lo que posiblemente pudiera levantar una persona.” (Morena Films, 2019, p.1).

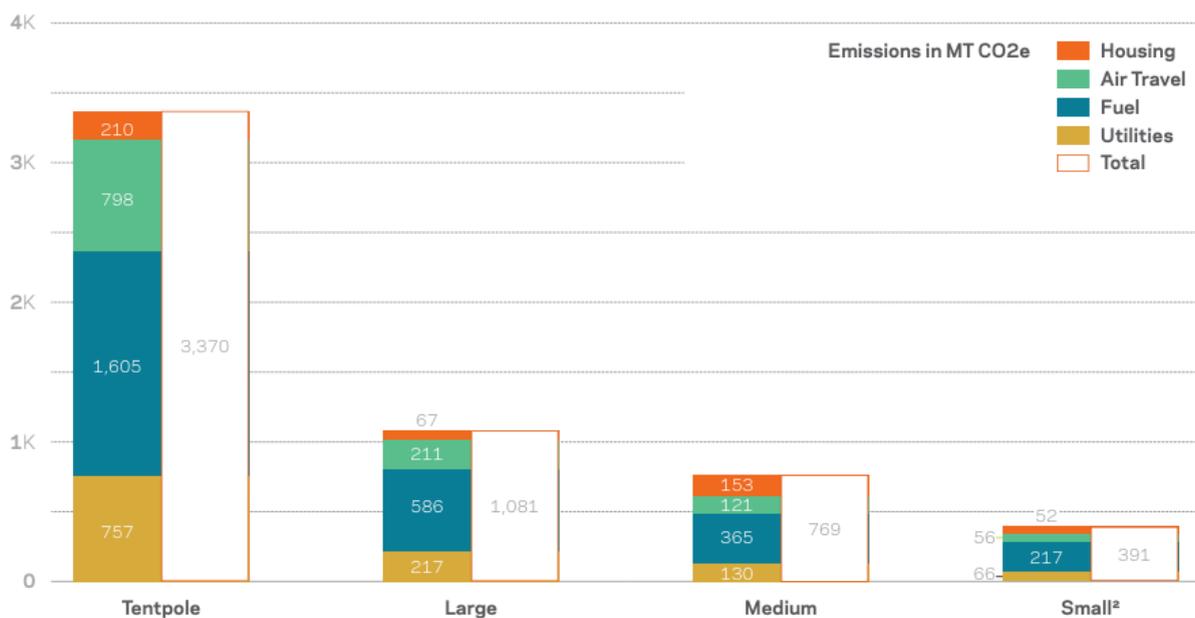
Cada año, la industria audiovisual global produce millones de toneladas de CO₂eq⁷, equiparando las emisiones de industrias como la textil o la aeroespacial, líderes en contribuir a la huella de carbono. Un informe publicado en 2021 por la Sustainable Production Alliance (SPA) reporta que el total de las emisiones de una película oscila entre

⁷ El equivalente de CO₂ (CO₂eq) es una medida en toneladas de la huella de carbono. En términos gráficos, una tonelada de CO₂ equivale al volumen de una piscina de aproximadamente 10m x 25m x 2m.

las 390 y las 3400 toneladas de CO₂eq (Truenorth, 2023). Por otra parte, producciones más pequeñas como un spot publicitario estándar de 3 días de rodaje, emiten unas 20 toneladas de CO₂eq, “el equivalente a 20 piscinas olímpicas o a la huella de carbono que deja una familia en 3 años.” (Creast, 2022). Si nos fijamos en la Figura 1, observamos cómo independientemente del tamaño de la producción, el mayor porcentaje de contaminación va asociado al consumo de carburantes. Además, en producciones soportadas financieramente por estudios de cine o cadenas de televisión (*tentpole*), las emisiones de CO₂eq se triplican con respecto a producciones independientes de gran tamaño (*large*).

Figura 1

Toneladas de CO₂eq emitida por largometrajes en función del tamaño de su producción.
Fuente: Carbon Emissions of Film and Television Production Report (p. 2), por Sustainable Production Alliance (SPA), 2021.



Siendo conscientes de esta problemática, han surgido multitud de grupos y consultoras dentro de la industria dedicados a desarrollar herramientas para medir el impacto de dichas producciones e investigar y proponer soluciones efectivas para frenar los niveles de contaminación tan desorbitados de la industria. Sin ir más lejos, en España encontramos la consultora de sostenibilidad Creast, que ha colaborado con la Academia de Cine Español en la elaboración del *Sello de rodaje verde*. Este distintivo se otorga a las obras cinematográficas que certifiquen haberse llevado a cabo de una manera respetuosa con el medio ambiente, cumpliendo al menos dos tercios de las recomendaciones recogidas en su

Guía de Buenas Prácticas del Sello Verde (2021). (Academia de Cine, 2021; Morena Films, 2019).

A nivel internacional, encontramos iniciativas como las de la Sustainable Entertainment Alliance en colaboración con empresas líderes en el sector del entretenimiento (Disney, Dreamworks o Amazon). Destacamos su *Green Production Guide*, una web de acceso público con multitud de herramientas y materiales gráficos⁸ destinados a promover una industria más verde y responsable. Entre los recursos disponibles, encontramos un calculador de la huella de carbono en rodajes, *Production Environmental Accounting Report* (PEAR), que permite evaluar el impacto ambiental de una obra audiovisual basándose, entre otros factores, en la gestión del transporte, los desechos o las donaciones. También destaca el *Production Environmental Actions Checklist* (PEACH+), un listado de las prácticas sostenibles que puede implementar cada departamento del proyecto para la concepción sostenible del conjunto (Green Production Guide, 2024).

Tanto el PEACH+ como la *Guía de Buenas Prácticas del Sello Verde*, coinciden en que el paso más importante, previo al comienzo del proyecto, es la gestión del plan de sostenibilidad, que debe estar realizado y supervisado por un experto. Encontramos esta figura en los créditos de una producción cinematográfica bajo el nombre de *ecomanager*, quien se encarga de estimar la huella de carbono del proyecto y desarrollar un plan de sostenibilidad adecuado para reducirla. Tendrá en cuenta para ello que todo el equipo conozca y aplique las prácticas correspondientes a su departamento para reducir el impacto medioambiental (Academia de Cine, 2021). A continuación, recogemos algunas de las medidas más destacadas que se repiten en los documentos revisados y que resultan clave en la concepción de cualquier obra cinematográfica con propósitos sostenibles (Green Production Guide, 2024; Creast & Academia de Cine, 2021):

- La organización eficiente de la movilidad del equipo, promoviendo el uso de vehículos compartidos, ecológicos o transporte público, además de la búsqueda de alojamientos cercanos al set de rodaje.
- La sustitución de documentos impresos por electrónicos o, en su defecto, con impresión a doble cara en papel reciclado, y de los envases de plástico de un sólo uso por envases reutilizables.
- La búsqueda de proveedores locales para todos los departamentos, así como el consumo de productos locales y de temporada en el catering, ofreciendo opciones

⁸ Es posible acceder a todos estos materiales a través de <https://greenproductionguide.com/tools/>

vegetarianas y veganas, y donando todos aquellos productos que finalmente no se consuman.

- La reducción de contaminación sonora y lumínica, promoviendo el uso de energías limpias y renovables, así como el aprovechamiento de luz natural o, en su defecto, el uso de LEDs.
- La formación y difusión de comportamientos sostenibles tras el rodaje, incluyendo fotos y testimonios que faciliten la distribución del mensaje, personalizado para cada departamento.

Así, el compromiso de consultoras y asociaciones por desarrollar e implementar prácticas sostenibles promueve el desarrollo de un modelo más consciente de hacer cine, demostrando que existe la posibilidad de un cambio positivo en la industria (Barcelona & Catalunya Film Commission, 2021). Sin embargo, aparte de las herramientas y metodologías sostenibles que algunas productoras y asociaciones han llevado a cabo de forma puntual como parte de una concienciación ecológica propia, todavía no existe un consenso ni una legislación estricta en cuanto a las medidas a incorporar, dificultando su aplicación real y efectiva. La transición ecológica del sector se ve además obstaculizada por la escasez de recursos económicos, logísticos y formativos necesarios, siendo estos sólo algunos de los principales problemas propuestos por un informe acerca de la *Situación actual de los aspectos de sostenibilidad en el sector audiovisual* (Spain Film Commission, REDCAU & CENER, 2023).

En ese informe, la Spain Film Commission, en colaboración con la Red Española de Clústeres Audiovisuales (REDCAU) y el Centro Nacional de Energías Renovables (CENER), defienden la necesidad de una estandarización a nivel internacional de los criterios de sostenibilidad en rodaje, así como una transición ecológica del sector impulsada por ayudas específicas a las producciones que apliquen dichas medidas de sostenibilidad. Además, asegura que “para que estas medidas sean realmente efectivas, es importante incidir en la formación y sensibilización en sostenibilidad, en general, por departamentos y específica para cada perfil profesional que interviene en un rodaje” (Spain Film Commission et al., 2023, p. 8). Atendiendo a las recomendaciones del informe, a continuación nos enfocaremos en el área que nos concierne en este proyecto, el departamento de Arte.

2.2.1 El departamento artístico y la huella de carbono.

Para Félix Murcia⁹, citado en Hernández Serrano (2017), la dirección de arte consiste en la creación artística y técnica de los espacios necesarios para poner en escena un guion. Atendiendo a esta definición, el departamento artístico será el “encargado de diseñar cada uno de los espacios y objetos necesarios para desarrollar correctamente la acción dramática” (p. 35). El director o directora de arte lidera el departamento y toma las decisiones estéticas y conceptuales del decorado para complacer su visión propia y la del director.

El departamento de arte, a su vez, engloba una serie de equipos de apoyo como el departamento de dibujo, el de construcción o el de efectos especiales, entre otros que varían en función de la escala y las necesidades del proyecto. En grandes producciones, cuando hay que mantener una estética y consenso común entre todos estos equipos, encontramos la figura del diseñador de producción, que tomará las decisiones claves en cuanto a la estética general del producto. El departamento de vestuario y el de maquillaje y peluquería, a pesar de ser independientes, también están supervisados por el o la diseñadora de producción. Sin embargo, en producciones de menor escala y presupuesto, donde el equipo de arte es reducido, las barreras entre departamentos se vuelven borrosas y el director de arte tiende a asumir las responsabilidades de definir la estética no sólo del decorado, sino también del vestuario y el MUAH¹⁰, además de encargarse junto al resto del equipo de dibujar los bocetos y construir los decorados y el *atrezzo* necesario (Materia de Arte, 2007).

Quizás porque engloba numerosos equipos y, en ocasiones, solo unos pocos, o porque sus funciones varían con cada producción, pero no existen datos oficiales sobre el impacto medioambiental del departamento artístico en una obra cinematográfica. Sin embargo, basta con realizar una estimación en comparación a otros equipos en términos de consumo de energía y materiales, necesidades de transporte y producción de desechos, para saber que el departamento de Arte – junto al de Producción – es uno de los que más contribuyen a la huella de carbono (Ilíada Films, 2024). De igual forma, no disponemos de datos oficiales acerca del departamento de vestuario y MUAH, pero podemos hacer una revisión a la huella de carbono que dejan el sector de la moda y el de la cosmética para obtener una idea aproximada.

⁹ Félix Murcia es un director artístico y diseñador de producción español, Premio Nacional de Cinematografía y galardonado con el Goya hasta en 5 ocasiones, entre ellas por su trabajo en *El rey pasmado* (1991) y *Secretos del corazón* (1997).

¹⁰ MUAH (Make-Up and Hair) es un acrónimo utilizado en la industria audiovisual para referirse a los departamentos de Maquillaje y Peluquería.

La industria de la moda es una de las más contaminantes en la actualidad, “representando aproximadamente el 10% de las emisiones globales de carbono, casi el 20% de las aguas residuales y el 12,16 % de los residuos” (p. 2). Entre los factores que influyen en este fenómeno encontramos la cantidad de recursos necesarios para la producción de cada prenda y la facilidad con la que nos deshacemos de ellas (Co2mpensamos, 2024). En el caso de la industria cosmética existe nuevamente una escasez de datos públicos debido a la variedad y la complejidad de la fórmula de los productos. Aun así, podemos considerar ciertos factores comunes a la hora de calcular la huella de un producto cosmético, como el origen de las materias primas y recursos utilizados, el transporte o el envasado (Alonso & Escutia, 2022).

Dada la falta de control e información sobre el impacto medioambiental del departamento artístico, así como la enorme huella de carbono que produce la industria audiovisual, vemos esencial aplicar la ecoestética cinematográfica a este departamento. Como nos explica Margot Maritz en una entrevista personal, esto implica promover el uso de prácticas artísticas sostenibles en el diseño de la estética general y la creación de los decorados y elementos necesarios propuestos en el guion.

“En la dirección de arte, la ecoestética integra la conciencia ambiental en las decisiones creativas y la narración visual, utilizando materiales reciclados y sostenibles, principios de diseño minimalista y colores que reflejan nuestro mundo natural y entornos, al mismo tiempo que se mejora el atractivo estético. La dirección de arte puede transmitir mensajes de responsabilidad ambiental y comunicar perspectivas sostenibles y este mensaje ecológico debe ser reforzado mediante prácticas sostenibles tanto fuera como dentro de la pantalla.” (Maritz, 2024).

2.2.2 Entrevistas a profesionales del sector.

La Academia de Cine (2021) recomienda que, para dar mayor credibilidad al mensaje de la sostenibilidad e impulsar su comunicación, incluyamos los testimonios y ejemplos de personajes mediáticos y con experiencia en el tema. Siguiendo su consejo y para una mayor profundización en las prácticas de sostenibilidad del departamento artístico desde una perspectiva actual, consideraremos los conocimientos de profesionales en activo a través de entrevistas semiestructuradas realizadas de manera individual a cada profesional. Margot Maritz, directora de Marketing y Asociaciones con más de tres años de experiencia en la consultora de sostenibilidad Green Eyes Film Production; Luz Gómez y Teresa Montanuy, directoras de arte; y Nahia Fito, director de arte y jefe de construcción, nos

prestan su tiempo y experiencia para responder a las preguntas planteadas, recogidas en el anexo III.

Las opiniones de las personas entrevistadas difieren en cuanto a los esfuerzos de la industria del cine y las instituciones gubernamentales por implementar políticas sostenibles en las producciones audiovisuales. Mientras que la experiencia de la directora de arte Luz Gómez en términos de sostenibilidad ha sido prácticamente nula, Margot Maritz opina que en los últimos años se han realizado grandes esfuerzos por adoptar estas políticas a nivel internacional y ya se observan cambios en la industria, aunque no los considera suficientes. Teresa Montanuy destaca que, si bien en algunos casos piden certificados y calidades sostenibles en los materiales, la mayor parte del tiempo no ocurre. Nos comenta que esto se debe, en parte, al poco tiempo de preparación y los presupuestos reducidos en las producciones.

Por otra parte, Nahia Fito es referente por sus esfuerzos en implementar la sostenibilidad en su día a día. Si bien la preocupación social y ambiental siempre ha formado parte de sus valores, ha podido observar con los años un aumento de las políticas sostenibles en la industria. Para él, es esencial que estas políticas consideren además de la sostenibilidad medioambiental, la sostenibilidad social, es decir, que hablen de mejoras en sociedades y tengan en cuenta la calidad de vida de la mano de obra que produce los materiales utilizados en la construcción de la escenografía.

A pesar de que los conocimientos sobre sostenibilidad están creciendo, aún existen lagunas, como en el caso de Luz Gómez, quien no ha trabajado estos valores desde que se inició en la industria de forma profesional hace unos meses. La propia Maritz reconoce que el mayor reto de Green Eyes Production es formar adecuadamente a los trabajadores de la industria para que consideren la sostenibilidad en sus decisiones creativas y técnicas. La consultora propone formar en los conocimientos y las herramientas necesarias a través de cursos y seminarios gratuitos, recursos en línea, y la colaboración con otros profesionales comprometidos con la sostenibilidad en eventos y redes sociales. Así, “la industria puede avanzar significativamente hacia la reducción de su huella ambiental sin sacrificar la excelencia creativa” (Maritz, 2024).

Muchas de las prácticas que implementan en su trabajo los profesionales entrevistados son semejantes a las estudiadas en la revisión bibliográfica. Sin embargo, en un informe realizado por Nahia Fito (2019), donde se recogen las prácticas sostenibles en la construcción de los sets de *Warrior Nun* (2020), nos llama especialmente la atención cuando habla de utilizar una metodología constructiva poco invasiva. Es la primera vez que

aparece este término, que el jefe de construcción lleva años incorporando en sus trabajos, y que consiste en usar métodos no destructivos para construir los sets, es decir, sustituir aquellos elementos que imposibiliten el desmontaje de manera limpia y eficaz, permitiendo recuperar gran parte del material y reutilizarlo. En este informe, Fito recalca la importancia de conocer el origen de los materiales, optando por aquellos con certificados sostenibles, y recoge la cantidad usada de cada material y su origen, midiendo así el impacto medioambiental de su equipo.

Con respecto al término de ecoestética, resulta interesante conocer las diferentes interpretaciones de los entrevistados. Margot Maritz nos habla de una ecoestética que integre la conciencia ambiental en las decisiones del departamento de arte, mientras que Luz Gómez y Nahia Fito van un paso más allá:

“De momento hemos hablado más en términos de qué impacto medioambiental tiene un proyecto, pero el medio ambiente no ha impactado sobre el proyecto. La ecoestética para mí habla más de cómo puedo hacer para estéticamente reflejar también la naturaleza. Es muy interesante que vaya más allá, no quedarnos solo en medir la sostenibilidad, sino dejarla entrar hasta el punto de que transforme lo que es la idea de una escenografía. No es tan común que ocurra porque prima siempre el diseño final ceñido al guion” (Fito, 2024).

A través de la ecoestética, defienden la búsqueda de un resultado que refleje el uso de material sostenible y comunique su origen natural, “creando una imagen distinta y exclusiva, una estética totalmente única” (Gómez, 2024).

3. Proponer soluciones: Una concepción ecoestética del departamento de Arte_

En este apartado aunamos las diferentes prácticas sostenibles en el departamento de arte recopiladas a partir de las dos metodologías de estudio aplicadas: la revisión bibliográfica y las entrevistas a expertos. De esta forma, nos aproximamos a una concepción ecoestética del departamento artístico audiovisual. Concebimos el diseño y la creación de sets y utillería para respetar el entorno y, siguiendo las pautas marcadas por el guion y la creatividad artística del equipo, reducir al máximo la huella de carbono del departamento.

Para realizar este apartado, tendremos en cuenta la escala de nuestro proyecto, procurando mencionar prácticas sostenibles aplicables a cualquier tipo de producción audiovisual, independientemente de su tamaño o presupuesto. En las diversas guías e informes

consultados, se repiten una serie de prácticas para reducir la huella de carbono del departamento artístico, aplicables a cualquier tipo de producción, entre las que destacamos:

- Diseñar conscientemente el proceso de construcción del decorado, teniendo en cuenta el origen y la elección de materiales, el montaje y desmontaje del set, así como el reciclaje de materiales, minimizando aquellos que sean desechables.
- Utilizar documentos digitales para los bocetos, moodboards y demás, en lugar de imprimirlos en papel.
- Usar materiales ecológicos o certificados como sostenibles/no tóxicos y buscar proveedores comprometidos con la sostenibilidad, preferiblemente locales o a poca distancia del lugar de grabación.
- Aplicar una metodología constructiva poco invasiva, sustituyendo elementos fijativos tipo resinas y adhesivos, por fijativos mecánicos como tornillos, que permitan una separación y desmontaje más limpio y poco destructivo.
- Alquilar y/o reutilizar materiales, decoración y utilería antes que comprar o construir algo nuevo. En este último caso, pensar en las posibilidades de reutilizar esos elementos en otros proyectos y comprar a marcas comprometidas con la sostenibilidad.
- Vender o donar los materiales, decoración y *atrezzo* sobrantes al acabar el proyecto o almacenarlos para otras producciones futuras antes de desecharlos.
- Al desechar materiales, asegurarnos del correcto tratamiento y reciclaje de los mismos, bien separándolos en los contenedores adecuados o llevándolos al punto limpio.
- Incorporar comportamientos sostenibles en pantalla a través de la ambientación de los espacios. Podemos lograrlo, por ejemplo, usando botellas reutilizables o vasos como *props*, o colocando contenedores de reciclaje en lugar de simples basuras.

Además, en el departamento de vestuario podemos aplicar la misma filosofía ecoestética a través de prácticas como:

- Reparar y adaptar prendas y accesorios de segunda mano antes que comprar otros nuevos. En el caso de comprarlos, optar por marcas comprometidas con el medioambiente y la sostenibilidad.

- Usar tejidos naturales, preferiblemente veganos y de cultivo ecológico, frente al uso de tejidos sintéticos como el poliéster y derivados.
- Evitar el lavado en seco y usar detergentes no tóxicos para lavar las prendas.
- Al acabar el proyecto, donar el vestuario o guardarlo para futuras producciones.

Por otro lado, en el departamento de maquillaje y peluquería procuraremos buscar marcas sostenibles, con productos no tóxicos y *cruelty-free*¹¹, optando además por envases reutilizables y evitando el uso de aerosoles. Finalmente, reciclaremos adecuadamente los productos y envases que acabemos.

Alcanzar la sostenibilidad no es sólo responsabilidad del departamento artístico, sino que requiere esfuerzo y colaboración entre todos los departamentos que conforman la producción. Por eso es tan importante compartir los objetivos y prácticas sostenibles con el equipo, teniendo presente su cumplimiento a lo largo de todo el desarrollo, y discutiendo las dificultades encontradas en las reuniones entre departamentos, buscando entre todos una solución (Comisión Fílmica Colombia, 2022; Green Production Guide, 2024; Crest & Academia de Cine, s/f). Así, para facilitar la comunicación entre miembros del equipo, y promover el uso de estas prácticas sostenibles en el departamento de arte más allá de este proyecto, maquetamos un tríptico, recogido en el Anexo IV, con un resumen de las mismas.

Las medidas para el departamento de Arte, Vestuario y MUAH contempladas en este apartado y recogidas en el tríptico, serán las que apliquemos en nuestro caso práctico. Para la correcta planificación de estas prácticas, realizamos un documento (Anexo V) a modo de herramienta para comprobar cuáles de las medidas contempladas inicialmente se cumplen, y qué dificultades impiden implantarlas correctamente. El documento, inspirado en el PEACH+ de la Green Production Guide (2021), se focaliza en los departamentos de Arte, Vestuario y MUAH, que son los que abarca el caso práctico de este TFG.

4. Explorar la viabilidad: Diseño de producción para el videoclip “Lo que prometimos”_

Con el objetivo de poner en práctica los datos recopilados en la investigación, nos embarcamos en el diseño de producción sostenible de un videoclip a los artistas emergentes Khalil Meldins y Balaclavx. Trasladamos las buenas prácticas recogidas en términos de sostenibilidad a nuestro proyecto, teniendo en cuenta su presupuesto y equipo reducidos.

¹¹ Esta etiqueta comunica que el producto está libre de crueldad animal, es decir, que no se han realizado testeos ni experimentos en animales en el desarrollo del producto.

El vídeo musical es un medio ecléctico, libre y dúctil en el que cabe cualquier tipo de ensayo. Un medio que se expresa a través de la seducción y la espectacularidad, el hiperrealismo o el simbolismo, la más frenética fragmentación o el plano secuencia más puro, la intertextualidad y el collage fascinante. (Sainz, 2021, p. 16).

Autores como Sainz recalcan la naturaleza experimental y seductora del videoclip, situando su origen en la necesidad de los artistas y discográficas de promocionar su música a diferentes niveles. Viñuela reitera la intención publicitaria del formato, cuyo propósito, dice, es “hacer llegar una canción a un gran número de espectadores (potenciales compradores) sin que la presencia del artista sea necesaria en un escenario o un plató de televisión” (Viñuela, 2013, p. 168).

Teniendo claro el fin del formato videoclip: crear una estética que impacte y mantenga la atención del espectador, consiguiendo así una reacción positiva hacia su música que resulte en un beneficio promocional y económico – más escuchas, conciertos, venta de discos, etc. –; comenzamos la conceptualización de la canción.

4.1 Ideación y referentes.

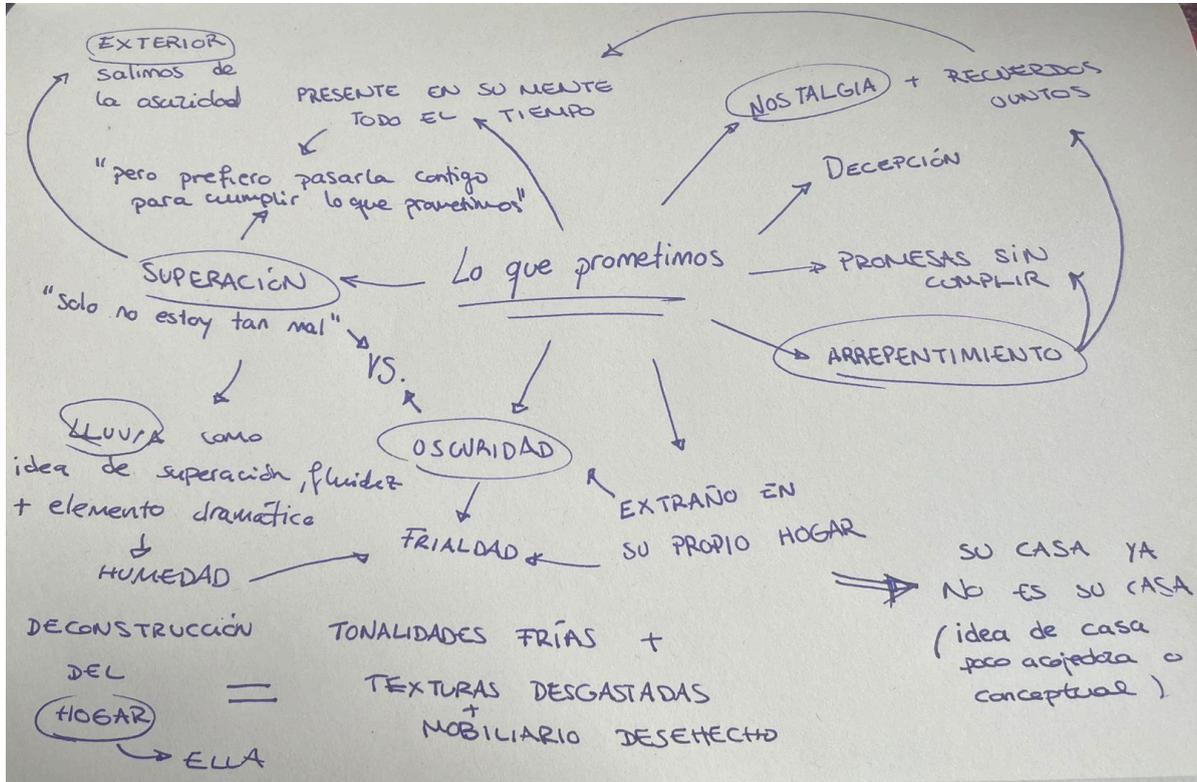
Lo que prometimos es arrepentimiento, son promesas sin cumplir y palabras que nunca se pronunciaron. Este tema de reguetón de los artistas urbanos Khalil Meldin’s y Balaclavx se centra en la nostalgia de una relación pasada y la decepción amorosa. Partiendo de estos sentimientos y significados extraídos del tema, nuestra misión era otorgarle a su videoclip un estilo e identidad visual propios acordes con la de los artistas.

Khalil Meldin’s es un cantante y compositor barcelonés de origen egipcio. Tras dos años en la música acumula más de dos millones de reproducciones en plataformas digitales, tal y como destaca en su cuenta de *Spotify*. Aunque su estética recuerda al R&B americano, sus canciones destacan por su voz melódica y sonido pop. Por otra parte, Balaclavx es un artista de Salamanca que apuesta por la innovación y la versatilidad artística y musical. Si bien en su último disco explora el género del reguetón aportando un aire fresco y único, el artista refleja un constante deseo por evolucionar musicalmente profundizando en otros estilos y géneros musicales, tal y como explica durante una entrevista para el podcast *Mentedoras* (2024).

Estando a cargo de la dirección artística del proyecto, mi primera tarea al recibir la canción fue plasmar las ideas y conceptos que me venían a la cabeza sobre papel (Figura 2). Acto seguido me lancé a buscar referentes que aunasen todas o al menos algunas de las características y sentimientos que había extraído del tema.

Figura 2

Notas de conceptualización tras la primera escucha de la canción. Fuente: Elaboración propia.



A la hora de buscar referentes fue importante conocer el género – y subgénero – musical con el que trabajábamos. El reguetón nace en los años noventa en Puerto Rico, pero no se empieza a comercializar globalmente hasta principios de los 2000 con el nacimiento de grandes artistas del género urbano como Daddy Yankee o Don Omar. Combina reggae y hip-hop con otros estilos hispano-caribeños y, comúnmente, contiene letras sexualmente explícitas (Marshall, Rivera, & Pacini, 2010). Desde sus inicios, el reggaeton “ha sido un lugar de *performance* de la hipermasculinidad donde se reproducen las normas de género establecidas por el heteropatriarcado” (Santos, 2023, p. 3), derivando en letras machistas y la denigración de la figura de la mujer también en sus videoclips y espectáculos.

En el caso del reguetón romántico, el subgénero en el que se clasifica *Lo que prometimos*, es común encontrar letras que hablan de celos y posesividad, perpetuando así la idea de toxicidad en las relaciones románticas (Mazuela-Anguita, 2023). Sin embargo, desde hace años se observa una necesaria (r)evolución en las letras y códigos del reguetón, en gran parte gracias a la introducción de nuevas voces – especialmente las de mujeres – en el género musical, destacando figuras como Karol G, Nathy Peluso o Anitta.

Son muchos los artistas contemporáneos que han desafiado los estereotipos tradicionales del reguetón, transformando el género y consiguiendo con ello alcanzar el éxito profesional y comercial. Por esta razón, entre nuestros referentes incluimos casos de éxito en videoclips de reguetón actuales. Además de videoclips, se toman como inspiración obras de otras categorías artísticas, ampliando así las referencias de expresión y representación de los sentimientos y temáticas propuestas en *Lo que prometimos*.

Para el análisis de dichos referentes tendremos en cuenta los elementos compositivos y escenográficos de la dirección de arte recogidos por Hernández (2017). También la metodología aplicada por Gómez (2023) y De La Torre (2023) en sus trabajos finales de grado, aunando en una tabla (Tabla 1) todos los datos relevantes para el análisis del diseño de producción de las referencias utilizadas.

Tabla 1

Modelo de análisis de la dirección de arte. Fuente: Elaboración propia.

Título (Año) Artista					
MEDIO ARTÍSTICO	DIRECCIÓN		SINOPSIS		
DOP	ARTE				
ASPECTOS COMPOSITIVOS	Líneas	Formas		Color	Texturas
ASPECTOS ESCENOGRÁFICOS	Espacio o localización	Decoración	Atrrezzo	Materiales	Simbolismo / Metáforas visuales
VESTUARIO, MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA					

4.1.1 Buenas (2023).

Buenas (2023) es una canción de reggaetón interpretada por Quevedo y Saiko, dos artistas urbanos pertenecientes al panorama musical del reggaetón español. Como *Lo que prometimos*, la canción de Quevedo y Saiko también explora el arrepentimiento y la nostalgia de una ruptura amorosa, cosa que se refleja en el estilo visual del videoclip. Como se observa en la Figura 3, todos los elementos visuales, incluidos el diseño de producción, se implican con la historia para crear una atmósfera fría y extraña en momentos de añoranza, pero cálida y confortable cuando ella está presente.

Figura 3

Conjunto de frames de Buenas (2023). Fuente: YouTube.

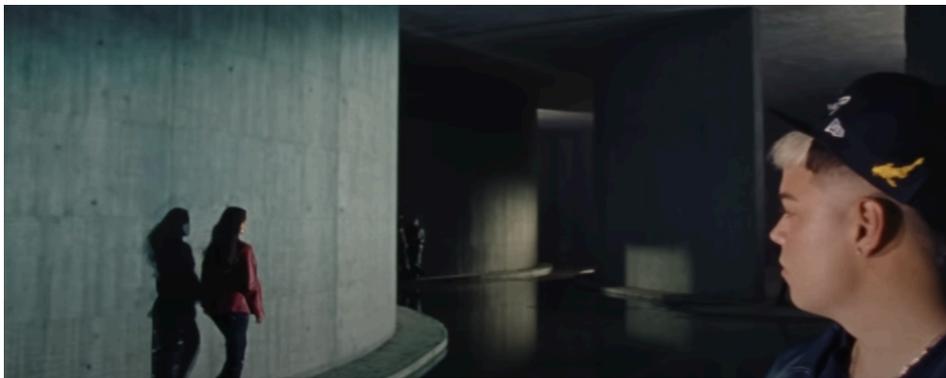


Tabla 2

Análisis de la dirección de arte en Buenas (2023). Fuente: elaboración propia.

Buenas (2023) Quevedo ft. Saiko						
MEDIO ARTÍSTICO	DIRECCIÓN		SINOPSIS			
Videoclip musical	Félix Bollain			Los protagonistas (Quevedo y Saiko) lamentan la pérdida de su relación, mientras recuerdan con añoranza buenos momentos en el pasado, cuando pasaban tiempo junto a ella.		
DOP	ARTE					
Camilo Monsalve	Teresa Montanuy					
ASPECTOS COMPOSITIVOS	Líneas	Formas	Color	Texturas	Iluminación (Luces/sombras)	
	Se juega mucho con la profundidad y las diagonales para crear puntos de fuga.	Las formas geométricas están muy presentes y conducen la vista del espectador hacia puntos o situaciones en plano. También abundan las formas curvas y los cuadrados presentes en la propia arquitectura.	La paleta de color se compone de grises, verdes y azules desaturados en la iluminación y algunos espacios. Sin embargo, las escenas de la habitación tienen una paleta de tonos tierra, amarillos y rojos .	Texturas industriales e inacabadas en contraste con texturas reflectantes presentes en los espacios a través de ventanas y cristales, y en el vestuario de los personajes (gafas de sol, las joyas plateadas o las prendas de cuero).	Contrastes altos entre luces y sombras, y una temperatura de color fría o blanca en la iluminación reflejan la distancia emocional de los protagonistas. Las escenas en las que recuerda su relación con añoranza, la iluminación se vuelve más diáfana y la temperatura de color es más cálida.	
ASPECTOS ESCENOGRÁFICOS	Espacio o localización	Decoración	Atrezzo	Materiales	Simbolismo / Metáforas visuales	
	Espacio de arquitectura brutalista que enmarca a los personajes, los empujeña y dirige las miradas hacia puntos de fuga concretos. Elementos estructurales a la vista y formas rígidas y robustas en el espacio.	Mobiliario mid-century , como se observa en las lámparas de módulos o los sillones y mesitas de poca altura. Funcionalidad frente a ornamentación y especial atención a los acabados.	Teléfonos iPhone, se usan modelos de smartphone actuales con los que los protagonistas interactúan para comunicarse el uno con el otro.	Vastos e industriales como el hormigón , con aspecto inacabado, quizás como la relación de los protagonistas. En la habitación se usan materiales nobles como la madera y el cuero , propios de la estética mid-century.	El color crea una metáfora visual, la vida es cálida y viva cuando está ella, pero cuando se va, todo se vuelve frío y confuso.	
VESTUARIO, MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA	El vestuario, maquillaje y peluquería de los protagonistas es actual y de estilo urbano . Usa tejidos de algodón en los pantalones y camisetas de pijama, y cuero en la figuración de las escenas de la fiesta para un aspecto brillante y con reflejos que aporten dinamismo. Quevedo y Saiko, sin embargo, utilizan tejidos planos y sin brillo, entre ellos lino, denim o algodón. Destaca la chaqueta de cuero roja de ella, que aparece como un punto de color en una escena muy apagada y de tonalidades frías, o la camiseta ancha que lleva en la habitación, pues da a entender que la prenda no es suya, sino del artista.					

4.1.2 *Diluvio* (2023).

Diluvio (2023) es una canción de reggaetón interpretada por Rauw Alejandro, un artista urbano perteneciente al panorama musical del reggaetón internacional. Esta canción no habla de desamor, sino de pasión y sensualidad, utilizando la metáfora del diluvio para simbolizar la intensidad de sus sentimientos. El videoclip, dirigido por Martin Seipel & El Zorro, sigue una línea estética similar a la que se busca en *Lo que prometimos* (Figura 4).

Figura 4

Conjunto de frames de Diluvio (2023). Fuente: YouTube.



Tabla 3

Análisis de la dirección de arte en Diluvio (2023). Fuente: elaboración propia

Diluvio (2023) Rauw Alejandro						
MEDIO ARTÍSTICO	DIRECCIÓN		SINOPSIS	Rauw despierta de madrugada en mitad de un diluvio y recuerda con intensidad los momentos que vivió con una chica en esa habitación. Finalmente, el diluvio entra en el espacio con fuerza y lo inunda, simbolizando la pasión y el deseo de los protagonistas.		
Videoclip musical	Martin Seipel & El Zorro					
DOP	ARTE					
Chris Cabrera	Gabriel Duque					
ASPECTOS COMPOSITIVOS	Líneas	Formas	Color	Texturas	Iluminación (Luces/sombras)	
	Destacan las líneas verticales , que siguen un patrón regular en las paredes	Figuras geométricas regulares y circulares en el mobiliario y atrezzo, desde cubos, cilindros o conos hasta circunferencias u óvalos.	El mobiliario sigue una paleta de colores cálidos compuesta por blancos, marrones y rojo que se relacionan con el amor y la pasión. La iluminación sin embargo es fría , pues el videoclip transcurre de noche en mitad de un diluvio.	Superficies lisas, patrones a rayas regulares y madera.	Iluminación contrastada y direccional en algunas escenas, más diáfana en la habitación, pero con cierto contraste entre luces y sombras. Temperatura de color fría para situarnos en la noche. Iluminación cálida diegética en interior de la habitación. Recurso habitual de flashes que recuerdan a relámpagos.	
ASPECTOS ESCENOGRÁFICOS	Espacio o localización	Decoración	Atrezzo	Materiales	Simbolismo / Metáforas visuales	
	La arquitectura exterior, realizada en 3D, es de estilo contemporáneo (formas rectilíneas, gran altura, multitud de ventanas repartidas de forma regular por la fachada). Los interiores parecen un estudio ambientado para recrear la habitación y el espacio en negro.	Mobiliario sencillo y ecléctico , no sigue ningún estilo predefinido, pero todo tiene cohesión entre sí por la gama de colores cálidos y texturas que utiliza.	El atrezzo incluye motivos musicales , vinilos o altavoces incluidos en la habitación con los que los personajes interactúan (bailan, los cogen y los miran, etc.).	Madera o moqueta dan un aspecto acogedor y la sensación de calidez y confort de un hogar.	La lluvia se utiliza como un recurso visual o metáfora en ambos espacios. Simboliza la pasión desatada finalmente entre los protagonistas, que arrasa con todo y con todas sus fuerzas cual diluvio.	
VESTUARIO, MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA	Piezas sencillas de estilo urbano y colores oscuros en los dos protagonistas. Además, Rauw lleva multitud de accesorios que complementan sus looks sencillos, entre ellos collares, anillos, gafas, accesorios dentales; todo en colores metalizados o materiales que reflejan para crear efectos lumínicos interesantes y dinamizar el estilismo.					

4.1.3 *Tristan's Ascension* (2005).

Tristan's Ascension (2005) no se trata de un videoclip musical, sino de una videoinstalación¹² del artista estadounidense Bill Viola, en colaboración con el director de ópera Peter Sellars. La historia explora temáticas compartidas por *Lo que prometimos* como el deseo, el amor trágico, la traición y el sacrificio. Ambas narrativas exploran el anhelo de las promesas incumplidas y la dualidad del amor como fuente de alegría y de dolor al mismo tiempo. Su estética también se acerca a la representación del dolor y la pérdida que buscamos en el videoclip de Khalil y Balaclavx, tal y como se observa en la Figura 5.

Figura 5

Conjunto de frames de *Tristan's Ascension* (2005). Fuente: YouTube.



¹² Una videoinstalación es una forma de expresión artística contemporánea que combina archivos de vídeo con otros objetos y materiales dentro de un espacio determinado para crear una experiencia inmersiva.

Tabla 4

Análisis de la dirección de arte en *Tristan's Ascension* (2005). Fuente: elaboración propia

Tristan's Ascension (2005) Bill Viola & Peter Sellars					
MEDIO ARTÍSTICO	DIRECCIÓN		SINOPSIS	Parte de la serie <i>The Tristan Project</i> , inspiradas en la ópera <i>Tristán e Isolda</i> de Richard Wagner. Narra el trágico y prohibido romance de un caballero y una princesa, cuyas pasiones se avivan por una pócima mágica. Esta obra en concreto trata la ascensión del espíritu de Tristán tras su muerte.	
Videoinstalación	Bill Viola				
DOP	ARTE				
Bill Viola	Bill Viola				
ASPECTOS COMPOSITIVOS	Líneas	Formas	Color	Texturas	Iluminación (Luces/sombras)
	Líneas verticales en el movimiento del agua, que cae en forma de cascada. Líneas horizontales rompen esa verticalidad en la losa de piedra y el cuerpo inerte, que asciende con un movimiento siguiendo el flujo del agua.	Formas irregulares y cambiantes en el agua, el cuerpo y la piedra (deformados bajo la cascada).	La paleta de color es fría y se compone de tonos azules desaturados, blancos en los puntos de luz y negros en el fondo.	Texturas naturales e irregulares.	Un único punto de luz, direccional y cenital , ilumina el cuerpo inerte. Contraste alto entre luces y sombras.
ASPECTOS ESCENOGRÁFICOS	Espacio o localización	Decoración	Atrezzo	Materiales	Simbolismo / Metáforas visuales
	Espacio en negro minimalista.	Sencillez en la decoración, compuesta por una losa de piedra, un cuerpo y una cascada de agua cuya intensidad va in crescendo.	No se utilizan elementos de atrezzo en el video. Mayor sencillez.	Materiales orgánicos y naturales : la piedra, el cuerpo humano y el agua.	El recurso de la lluvia se utiliza como metáfora visual de purificación y fuerza transformadora.
VESTUARIO, MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA	La sencillez del vestuario se relaciona con el resto de la escena. Utilizan telas livianas y fluidas que al mojarse se pegan al cuerpo e interactúan con el elemento del agua.				

El director de videoclips Cole Walliser (Tinashe, Katy Perry, Pink), afirma que la manera de conceptualizar un videoclip es diferente con cada trabajo:

En ocasiones los sellos o artistas tienen una visión muy específica, y es tu trabajo reformular esa visión y volverla una producción factible y creativa. A menudo es algo muy general y quieren que tú lo interpretes. Y luego, a veces, simplemente te dan la canción y tienes que crear todo (Walliser, 2018).

En nuestro caso, tras las primeras escuchas e interpretaciones de la canción por parte del equipo, tuvo lugar la primera reunión creativa con los artistas. Tras intercambiar referencias en una lluvia de ideas entre artistas y directores de departamento, se definió un estilo visual para el videoclip a partir del que se desarrollaría un guion (Anexo VI) y una propuesta estética y visual (Anexo VII).

4.2 Propuesta artística.

Según apunta García Jiménez (1993), la narrativa audiovisual engloba la capacidad de las imágenes – visuales y acústicas – de contar una historia. Dichas imágenes funcionan al mismo tiempo como narración en sí misma, y como recursos y/o procedimientos narrativos. En el guion de *Lo que prometimos*, estas imágenes visuales y acústicas de las que habla García Jiménez se crean a través de los espacios, la iluminación, la escenografía, el montaje y la música *in crescendo*. La agrupación de todos los elementos construye un clima capaz de expresar cómo se sienten los protagonistas a medida que avanza el videoclip y, en consecuencia, de contar una historia.

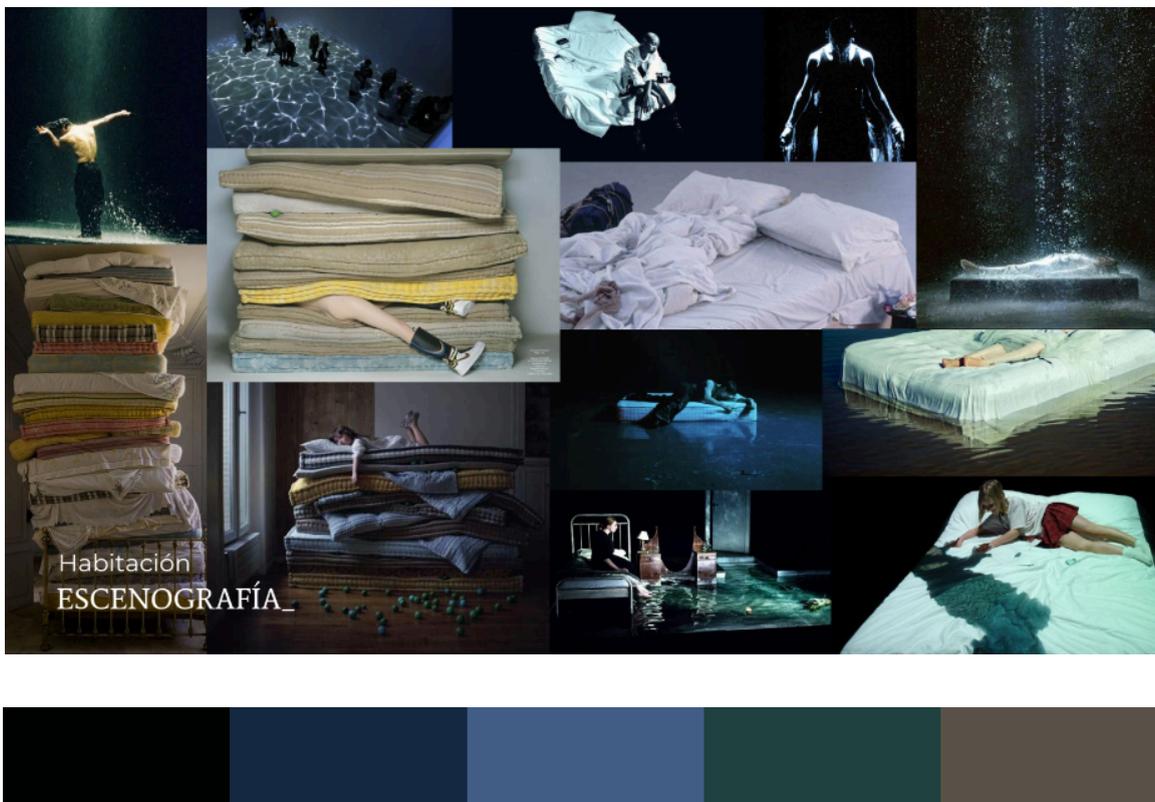
“Camino por mi casa pero me siento un extraño”, canta Meldins (2024) en una de las estrofas de *Lo que prometimos*, para expresar cómo desde que la chica de la que estaba enamorado se fue, ya no siente su casa como un hogar. La idea de que todo el videoclip se desarrollara en un espacio en negro nos parecía adecuada para hacer llegar al espectador el estado del protagonista. Es por eso que desde un principio planteamos la propuesta artística para crear todas las estancias descritas en el guion – una habitación, un baño, un salón y la entrada de una casa – dentro de una misma localización con fondo negro. Además, los artistas nos pidieron añadir un exterior como parte de la progresión que sufre el protagonista hacia la superación de la ruptura: “sólo no estoy tan mal, pero prefiero pasarla contigo” (Meldins, 2024). Los artistas, Khalil y Balaclavx, salen del agujero negro en el que están sumidos y aparecen en un escenario blanco sobre una azotea, creando un efecto de contraste con respecto a las localizaciones de interior.

Con las localizaciones ya definidas y los conceptos e imágenes a plasmar en el videoclip trabajados durante la reunión creativa, realizamos un moodboard para cada espacio descrito en el guion. De esta manera, quedaron definidas la paleta de color, el estilo y las texturas que utilizaríamos para componer el arte del videoclip.

La primera secuencia tiene lugar en la habitación del protagonista. Al ser el comienzo de la canción, buscamos plasmar el arrepentimiento y la decepción a través de la sencillez en la escenografía. Por eso apostamos por un espacio inundado y sumido en la oscuridad, de colores fríos o blanquecinos, donde el centro de atención sea el protagonista cantando sobre un montón de colchones apilados en medio de la estancia. A pesar de la sencillez del espacio, buscamos crear una combinación de texturas llamativa en las sábanas usando tejidos de varios estampados y lisos. Para no desviar la atención del sujeto principal, tomamos una misma paleta de colores blancos y azules que crean armonía cromática en toda la escena (Figura 6).

Figura 6

Moodboard y paleta de color de la habitación. Fuente: Pinterest.



Los planos en el baño se plantean al comienzo de la canción y recalcan los sentimientos de decepción y tristeza del protagonista. La estancia continúa inundada y, nuevamente, el foco de atención es el protagonista, esta vez junto al lavabo y reflejándose en el espejo. La gama de colores en el atrezzo y el mobiliario continúa siendo similar a la de la estancia previa, intentando en esta ocasión recalcar los tonos más verdosos. Nos interesaba en este espacio crear reflejos interesantes a través de las texturas, por eso se hace uso de espejos, cristales y metales pulidos (Figura 7).

Figura 7

Moodboard y paleta de color del baño. Fuente: Pinterest.



Con la introducción del espacio del salón conocemos a la segunda voz de *Lo que prometimos*. Balaclavx canta una estrofa con ritmo mucho más dinámico y todos los elementos escenográficos se adaptan a ese dinamismo volviéndose más llamativos. Introducimos el color rojo como símbolo de pasión y de rabia, en contraposición con las tonalidades frías que habíamos tenido hasta el momento. Nuevamente utilizamos texturas brillantes, propicias a crear reflejos, como es el caso de la lámpara de cristales o el sillón de cuero (Figura 8).

Figura 8

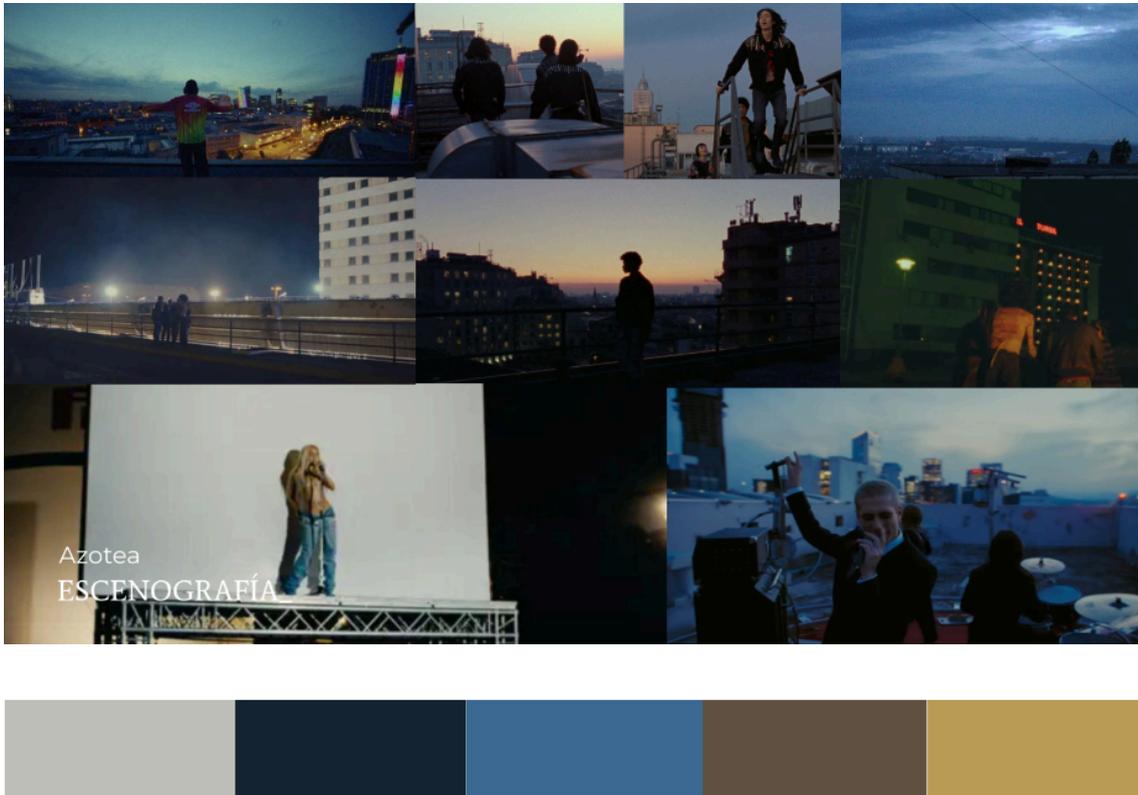
Moodboard y paleta de color del salón y la entrada. Fuente: Pinterest.



Para la localización de exterior en la que Khalil y Balaclavx cantan juntos buscábamos una azotea donde colocar un escenario con una lona blanca, creando así un contraste con las escenas de interior. La azotea debía cumplir ciertos requisitos para adaptarse al videoclip, como ser lo suficientemente amplia para montar un escenario y permitir el movimiento del equipo o tener vistas a la ciudad. Pero también debía tener aspecto urbano e industrial y hacer uso de texturas de metal y hormigón (Figura 9). Después de barajar varias opciones para realizar la escena de la azotea, la que mejor cumplía con las características que buscábamos era la azotea de la Residencia Visoren en Gandía.

Figura 9

Moodboard y paleta de color de la azotea. Fuente: Pinterest.



Por otra parte, la mayor dificultad a la hora de buscar la localización de interior fue encontrar un lugar amplio donde construir todas las escenas y que, además, pudiese inundarse y llover dentro. Tras un esfuerzo conjunto de los departamentos de Producción y Arte, propusimos el estudio Espai Center en Valencia. Estos estudios cuentan con una sala de ciclorama negro y un sistema de agua incorporado que nos permitió crear efectos de lluvia e inundar el suelo de manera controlada (Figura 10).

Figura 10

Efectos de agua en Espai Center. Fuente: Elaboración propia.



Modo lluvia

Aro de agua

Cortina de agua

Una vez creados los moodboards, buscados los espacios y con la estética del videoclip totalmente definida, realizamos un desglose de arte por localizaciones para concretar el mobiliario y atrezzo necesarios en cada espacio (Anexo VIII). De esta manera pudimos llevar un control más exhaustivo de los elementos necesarios y cuáles de ellos debíamos comprar, cuáles crear y cuáles pedir prestados.

Además de la escenografía, en la propuesta contemplamos también el diseño de vestuario, para el que tuvimos muy presente el estilo propio de los artistas. Khalil y Balaclavx, al igual que muchos artistas de reguetón, visten con estilo urbano o *streetwear*, una preferencia que según escribe Ferreira (2024) para la revista GQ “se ha convertido, si no en la principal tendencia estética, al menos en la más visible entre los hombres en su día a día”. Entre las características del *streetwear* descritas por Torres (2023) encontramos el uso de prendas holgadas y tejidos cómodos, como denim y algodón; el de calzado deportivo, principalmente *sneakers* o la presencia de accesorios en la mayoría de los looks, sobre todo gorras y gafas de sol. Teniendo en cuenta estas características, y habiendo revisado los looks de los artistas en sus videoclips previos, procedemos a elaborar un moodboard de inspiración con el estilismo principal de cada uno (Figuras 11 y 12).



Figura 11

Moodboard con el estilismo Khalil. Fuente: Instagram y Pinterest.

Figura 12

Moodboard con el estilismo Balaclavx. Fuente: Instagram y Pinterest.



En el caso de Khalil, ya contaba con una estilista que, tomando de inspiración el moodboard planteado, elabora su propia propuesta de vestuario. Por otra parte, nos centramos en crear tres looks para Balaclavx en sintonía con los del otro artista. Así, elaboramos una propuesta de estilismo (Anexo IX) con dos opciones para cada look, de la que Balaclavx eligió las combinaciones más próximas a su estilo propio.

Enviamos a los artistas la propuesta de arte (Anexo X) junto a la propuesta de estilismo para su revisión y validación. Una vez dado el visto bueno, todo el equipo de arte nos pusimos manos a la obra para diseñar, construir y conseguir todo lo necesario para el día de rodaje.

4.3 Producción.

Aunque en muchos departamentos del audiovisual la producción corresponde al rodaje, en el caso del equipo de arte comienza mucho antes, con la construcción de decorados y búsqueda del mobiliario y *atrezzo* necesarios.

“Los días previos a la primera jornada de rodaje debemos organizar pormenorizadamente el trabajo y preparar todo el material necesario para rodar. Durante estos días tendremos reuniones con nuestro equipo de rodaje y le explicaremos cuál va a ser la forma de funcionar.” (Hernández Serrano, 2017, p. 132).

Como indica Hernández Serrano, es muy importante contar con un equipo comprometido y bien informado durante todo el proceso. Esto ayudará a crear un mejor ambiente de equipo donde todos se sientan parte del proyecto y, en consecuencia, acelerará nuestro trabajo el día de la grabación.

4.3.1 Equipo y proveedores.

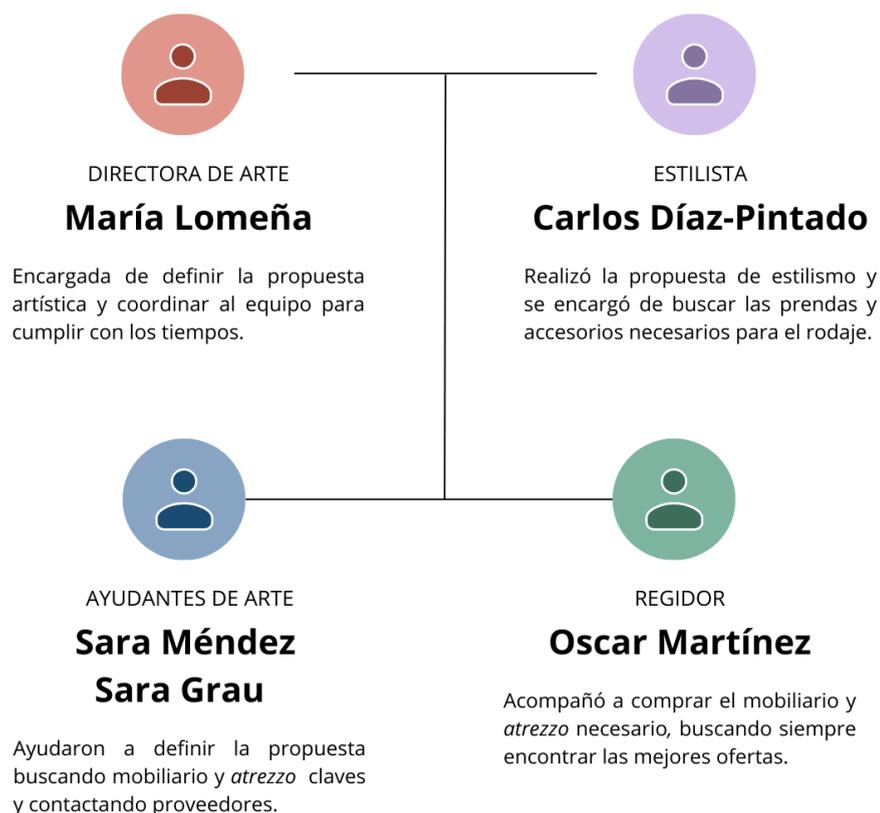
Desde el comienzo del proyecto tuvimos claro que preferíamos contar con un equipo pequeño y de confianza por varias razones:

1. El tiempo para la realización del videoclip era limitado. Contábamos con cinco semanas para entregar el producto final, tres de preproducción y dos de postproducción. Además, las fechas de grabación y el avisar con tan poca antelación podrían dificultar la disponibilidad de personas claves en el equipo.
2. La escala del proyecto no requería un equipo demasiado grande. Las necesidades técnicas y artísticas del videoclip permitían contar con un equipo reducido, donde la comunicación fluyera de manera sencilla.

Al ser un equipo pequeño, preferimos enfocar las tareas de manera colaborativa y definir sólo los roles más cruciales (Figura 13). Además, contamos con la ayuda de Óscar Martínez como regidor, a pesar de que su rol principal en el proyecto fue el de director de producción.

Figura 13

Esquema de roles del equipo artístico del proyecto y reparto de tareas. Fuente: Elaboración propia.



Con el propósito de mantener una buena comunicación y cumplir con los breves plazos establecidos, llevamos a cabo varias reuniones presenciales y registramos en un acta (Anexo XI) todo lo hablado en ellas. La implicación de todos los miembros del equipo fue clave para dar forma al proyecto durante la preproducción, pero especialmente durante el diseño y construcción de los decorados y, por supuesto, durante el rodaje. En esta fase trabajamos de manera conjunta e incansable para conseguir los resultados esperados y en el tiempo previsto.

Pero en la fase de producción también jugaron un papel clave nuestros proveedores de materiales, mobiliario y *atrezzo*. Previamente elaboramos una lista de proveedores (Anexo XII) afines a la filosofía ecoestética del proyecto, de manera que el proceso de búsqueda

fuera más ágil y pudiésemos centrarnos directamente en los negocios adecuados. Entre nuestros principales proveedores se encuentran:

Rastrell es una tienda de antigüedades de Valencia. Su oferta incluye muebles, decoración, ropa y otras piezas únicas de segunda mano. Obtuvimos aquí el sillón rojo del salón y tarros de perfume como *atrezzo* para utilizar en el baño, dándoles una segunda vida y reduciendo el impacto ambiental derivado de la fabricación y el transporte de productos de primera mano.

Derribos Andrés es una empresa de derribos que recoge todo tipo de muebles, materiales de construcción y objetos varios en una nave antes de que acaben en la basura. Los precios eran altos para el estado en que se encontraban muchos de estos objetos, la mayoría deteriorados o sucios. Por suerte, permitían alquilarlos, devolviendo un 70% del importe total del artículo al llevarlo de vuelta incluso después de realizarle modificaciones. Así alquilamos la puerta y el lavabo que se ven en el videoclip, los limpiamos y restauramos para devolverlos a la nave y que puedan tener una segunda vida en otra producción audiovisual o incluso como parte de una casa.

Leroy Merlin es una multinacional francesa especializada en construcción y bricolaje, con múltiples sucursales en España. A pesar de tratarse de una multinacional, es un negocio que dice estar comprometido con el desarrollo sostenible, tal y como indican en sus planes por utilizar sólo madera de cultivo sostenible y origen nacional o por fomentar el uso de energías renovables en el hogar (Leroy Merlin, 2022). Además, cuenta con gran variedad de materiales de origen sostenible y trazable, como las cuerdas, la madera o la pintura que usamos para construir y situar algunos elementos del decorado.

Ferretería Catalí es un negocio familiar de la Playa de Gandía que nos proveyó con las herramientas y parte de los materiales necesarios para la construcción de un soporte que mantuviese en pie la puerta. Al tratarse de un negocio local, contribuimos a la economía de la zona y a disminuir la huella de carbono derivada del transporte de estos productos.

Valmúsica es una empresa valenciana especializada en producciones audiovisuales, alquiler e instalación de espectáculos. Al contrario que otras empresas de espectáculos, permitían alquilar el material sin necesidad de contratar sus servicios de transporte, montaje y desmontaje. De esta manera, nosotros mismos cargamos las piezas, las montamos, las desmontamos y devolvimos el escenario al día siguiente de la grabación, ahorrándonos así una enorme cantidad de dinero.

Facebook Market, Wallapop y Milanuncios son plataformas online de intercambio y venta de productos de segunda mano. Desde que comencé a realizar proyectos de dirección de arte han sido plataformas clave para encontrar las piezas más únicas y asequibles. La gran ventaja que ofrecen es la facilidad para filtrar los objetos que buscas. Además, a pesar de ser online, el trato con los vendedores – la mayoría particulares – es directo y sencillo. Aquí conseguimos la lámpara del salón y el espejo del baño.

4.3.2 Diseño y construcción sostenibles.

El diseño es una fase esencial en la construcción de un producto sostenible. “Cada decisión tomada en el diseño inicial es un paso potencial hacia la sostenibilidad y como pieza fundamental se encuentran los materiales que elegimos” tal y como apunta Muñoz Sánchez (2023, p.1). Además de los materiales, durante el diseño de los sets determinamos también los métodos y herramientas para su construcción, realizamos los bocetos y planos constructivos (Anexo XIII), y calculamos el tiempo, el presupuesto (Anexo XIV) y otros aspectos logísticos necesarios para llevar a cabo todo el proceso anterior al rodaje (Hernández Serrano, 2017).

Teniendo en cuenta el objetivo principal de nuestro proyecto, que es realizar una propuesta de dirección de arte sostenible para el videoclip *Lo que prometimos*, nos aseguramos de emplear los consejos, métodos y prácticas sostenibles recomendadas por profesionales del sector durante el diseño de los sets. Primero creamos bocetos de atmósfera (Figura 14) para cada habitación, integrando todos los elementos que componen el espacio y que habíamos considerado en el desglose de arte. Además, revaloramos la distribución del mobiliario y/o atrezzo en función de las necesidades de otros departamentos, como el de fotografía o dirección.

Cuando tuvimos clara la disposición de los elementos que componían el arte de cada set, elaboramos los bocetos de construcción o planos de aquellos elementos que era necesario construir, concretamente la puerta con soporte para el salón (Figura 15).

Figura 14

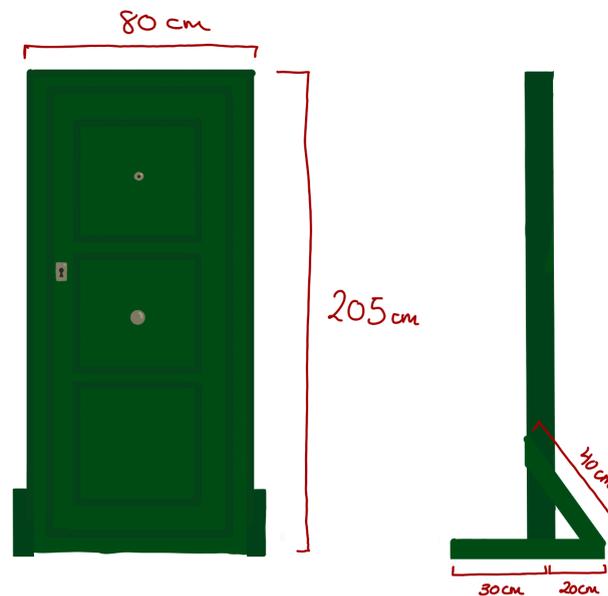
Bocetos de atmósfera por espacios. Fuente: Elaboración propia.



Debíamos asegurarnos de que la puerta del salón se mantuviese en pie y estable sin estar unida a ninguna pared, por lo que diseñamos una estructura con travesaños de madera que permitirían abrirla y cerrarla fácilmente. Consultamos la lista de proveedores previamente elaborada para conseguir materiales sostenibles con los que dar vida a nuestro diseño. Primero alquilamos en Derribos Andrés una antigua puerta de madera y su marco con bisagras que permitía abrir y cerrar la puerta. Quitamos los clavos oxidados y lijamos la antigua pintura con una lija eléctrica – papel de lija en aquellas zonas con difícil acceso–, limpiamos bien el polvo generado. Construimos los soportes que la mantendrían en pie y los unimos al marco de la puerta para después pintar la estructura completa de un tono verde oscuro satinado. Los detalles finales incluyeron la instalación de una mirilla y un pomo.

Figura 15

Planos de construcción de la puerta y el soporte. Fuente: Elaboración propia.



Obtuvimos la pintura en *Leroy Merlin*, asegurándonos de que dispusiese de la etiqueta *Ecolabel*, “que certifica que es un producto respetuoso con la salud de las personas y el medioambiente” (Leroy Merlin, 2024). Asimismo, aquí compramos los travesaños de madera empleados en la construcción de los soportes para mantener la estructura, puesto que toda la madera es de origen nacional y cultivo ecológico. Los clavos y tornillos usados para unir las maderas entre sí y a la puerta se reutilizaron de trabajos de construcción anteriores. En la figura 16 se ilustra el progreso de la puerta desde su alquiler, pasando por la fase de restauración y hasta el resultado en cámara durante el videoclip.

Figura 16

Proceso de construcción de la puerta. Fuente: Elaboración propia.



Estado original en Derribos Andrés

Puerta limpia y pulida

Puerta sobre soporte

Puerta pintada, a falta de detalles finales

Arte final con detalles (pomo y mirilla)

El siguiente elemento a construir fue la balaclava *denim*, un accesorio que usamos para uno de los looks del artista Balaclavx. El denim actual es, en su mayoría, un tejido sintético en cuyo proceso de fabricación se utilizan toneladas de agua y químicos altamente contaminantes, con sus consecuentes vertidos tóxicos a ríos y océanos (Fashion Revolution, 2018). Además, la industria textil contemporánea, movida por el *fast-fashion* y la deslocalización de fábricas a países con mínimas regulaciones medioambientales y laborales, provoca la violación de los derechos humanos, en su mayoría de colectivos vulnerables. “Cerca de 50 millones de personas son víctimas de este tipo de explotación, que ha aumentado en los últimos años, según la Organización Internacional del Trabajo (OIT). El 12% son niños y niñas.” afirma Blanco Grigelmo (2023) en un artículo para *El País*, donde relata además el testimonio de Narseen Sheikh, que con tan sólo 10 años cayó en la red de explotación del sector textil.

Para evitar contribuir a la industria *fast-fashion*, tan contraria a la filosofía ecoestética y sostenible del proyecto, confeccionamos este accesorio a partir de prendas *denim* en desuso que los integrantes del equipo tenían por casa. Utilizamos la técnica del *upcycling*, que como describen McDonough, Braungart & Clinton (2013), consiste en “crear algo nuevo con lo viejo, pero ganando en calidad y valor añadido” (Dannel, 2023, p. 41). En nuestro caso modificamos prendas viejas para dar un nuevo aspecto a la gorra, usando retales de diferentes tonalidades de tejido vaquero. De esta manera conseguimos un accesorio único y original, una de las prendas más destacadas del vestuario de Balaclavx (Figura 17).

Figura 17

Bocetos y resultado final de la balaclava. Fuente: Elaboración propia y fotografía de Ginebra Cots.



Así, mediante un diseño consciente y la búsqueda de materiales, decoración y atrezzo entre los proveedores seleccionados, tratamos de minimizar el impacto ambiental y la huella de carbono de los elementos que debíamos construir y conseguir para el rodaje. Por otra parte, y debido al gran tamaño de muchos de estos elementos – entre ellos la estructura final de la puerta o el sillón – alquilamos una furgoneta para transportarlos en un sólo viaje hasta el lugar de rodaje en Valencia, minimizando el consumo de carburante.

4.4 Postproducción.

Al finalizar el rodaje, una vez se han captado la totalidad de imágenes y sonidos que compondrán la pieza audiovisual, comienza la postproducción. Hernández Serrano (2017) aclara que los principales departamentos que intervienen en esta fase son los de edición y montaje, sonido, etalonaje, efectos especiales – si los hubiera– y el de promoción y distribución. Sin embargo, al mismo tiempo, continúan trabajando el resto de departamentos del proyecto, incluyendo al departamento artístico.

La principal función del departamento de Arte en la etapa de postproducción consiste en desmontar los decorados. Aun así, es de vital importancia que el director o directora de arte colabore con el resto de departamentos de postproducción en las decisiones estéticas que afecten al resultado final del producto, pues continúa siendo uno de los principales responsables del aspecto visual del filme (Rodríguez, 2020).

“Los decorados contruidos se desmontan y se guardan en un almacén concreto hasta que la película haya acabado completamente. Una vez que el director decide cuáles son las secuencias o los planos que deben volverse a rodar, el director de arte junto con el coordinador de construcción pueden discutir sobre qué decorados se descartan y cuáles se retocan para volver a rodar” (Rizzo, 2007, p. 209).

En el caso de grandes producciones cinematográficas, como propone Rizzo (2007), el proceso es algo distinto al que llevamos a cabo en *Lo que prometimos*, un videoclip de corta duración y presupuesto limitado. No siendo necesario ni posible volver a grabar escenas, el desmontaje de los sets tuvo lugar el propio día de rodaje y el descarte de estos en los días siguientes.

4.4.1 Reciclaje y reutilización de materiales.

Todos los elementos utilizados en los sets eran de fácil montaje y desmontaje, por lo que, tras acabar el rodaje, los almacenamos rápidamente en la furgoneta de alquiler y los clasificamos en tres categorías: aquellos objetos a desmontar y devolver a los proveedores,

los que donaríamos o venderíamos a través de plataformas de segunda mano, y los que desecharíamos.

Entre los objetos a desmontar y devolver encontramos la puerta y el lavabo. En primer lugar, separamos la puerta de la estructura de madera construída para mantenerla en pie. Después, separamos el lavabo de su pie para devolverlo al proveedor en dos piezas, tal y como lo habíamos alquilado. Ambos elementos volvieron a Derribos Andrés tras el desmontaje, donde están nuevamente disponibles para alquiler o compra.

Entre los elementos que clasificamos para donación o venta en plataformas de segunda mano se encuentran el *atrezzo* y el mobiliario comprados para el rodaje. Finalmente, todos estos objetos se donaron a la productora universitaria *El Ático*, perteneciente a los grupos de Generación Espontánea (GE) de la Universidad Politécnica de Valencia (UPV). Actualmente, podemos encontrar todos estos objetos – y muchos otros de donación estudiantil – en un aula habilitada por la universidad, dónde están disponibles para su uso por el alumnado en proyectos dentro y fuera de las aulas.

La gestión de residuos se hizo a través del punto limpio de Gandía, donde trasladamos los restos de madera y serrín procedentes de la estructura que construimos y la restauración de la puerta. Allí podrían darles un tratamiento adecuado para asegurar su reciclaje. Este proceso consiste en triturar los bloques de madera hasta convertirlos en virutas y serrín, a las que se les dará un nuevo uso en ganadería, producción de energía o fabricación de tablero aglomerado, entre otros. (González Beltrán, Mejía Martínez & Méndez Ariza, 2018, p. 82). De igual forma, los tornillos y clavos que utilizamos en la restauración de la puerta también se llevaron al punto limpio, dónde se reciclaron junto a otros objetos metálicos e hierros.

Con este proceso de reciclaje, reutilización y devolución de todo el material, y con el apoyo de los proveedores y expertos del sector que nos brindaron su ayuda desde un principio, concluimos la postproducción en el departamento artístico y pusimos punto final al proyecto. Este esfuerzo por adoptar prácticas de sostenibilidad y respeto al medio ambiente a lo largo de todo el proceso nos aseguró el éxito y cumplimiento de los objetivos planteados al comienzo del videoclip. Además, la experiencia ayudó a todo el equipo, en especial al equipo artístico, a comprender la importancia y la facilidad con la que pueden integrar prácticas de este tipo en su trabajo.

5. Conclusiones

Tras completar esta memoria, que abarca la investigación de la ecoestética cinematográfica y las prácticas sostenibles inherentes al término, propias del departamento de Arte, así como su aplicación real a la dirección de arte del videoclip *Lo que prometimos*, concluimos señalando el cumplimiento tanto del objetivo principal como de los objetivos secundarios propuestos inicialmente, no sin mencionar los desafíos superados durante el desarrollo del proyecto.

Para cumplir nuestro objetivo principal de llevar a cabo la dirección de arte sostenible de un videoclip, debíamos conocer las prácticas sostenibles existentes en este departamento. Los conocimientos adquiridos durante el proceso de documentación nos permiten conocer el estado de la industria cinematográfica y las áreas de mejora en términos de sostenibilidad. Además, la profundización en el departamento de Arte de la mano de los profesionales entrevistados, quienes compartieron su visión y experiencia con respecto al tema, fueron clave para una correcta aplicación de estas prácticas a un contexto real.

Desde el diseño consciente y la elección de materiales, hasta el tratamiento de los desechos generados y elementos utilizados en el rodaje, las prácticas recogidas en el punto 3 de esta memoria se convierten en el pilar fundamental de nuestra iniciativa y se extienden a futuros proyectos que puedan surgir. Con su aplicación a nuestro videoclip se prueba la efectividad y viabilidad de estas soluciones en un contexto real y se cumple el objetivo principal del proyecto de llevar a cabo la dirección de arte sostenible para *Lo que prometimos* de Khalil Meldins ft. Balaclavx. En el Anexo XV, se recoge el resultado del arte final del videoclip, junto a un enlace a YouTube para su visualización.

Sin embargo, la falta de recursos dificultó la implementación de ciertas prácticas al videoclip, entre ellas la de contar con la figura experta en sostenibilidad del *ecomanager*, como mencionamos en el punto 2.2 de la memoria, cuyas responsabilidades asumí personalmente. Teniendo en cuenta mi falta de experiencia en el área, combinar estas tareas con el rol de directora de arte supuso un reto que solventamos con el apoyo de un equipo de arte motivado y proactivo, dispuesto a colaborar e innovar con las medidas sostenibles propuestas. Y aunque mis tareas se focalizaron en el departamento artístico, los esfuerzos en colaboración con el departamento de Producción por promover el uso de botellas de agua reutilizables y la gestión eficiente del transporte, sirvieron para optimizar los escasos recursos con los que contábamos y promover la responsabilidad ambiental entre todos los integrantes del equipo.

La aplicación de prácticas sostenibles en el proyecto práctico se fundamenta en la búsqueda de una definición para el término “ecoestética cinematográfica” y su aplicación al departamento de Arte. En la búsqueda de un sentido para este neologismo nos topamos con multitud de aprendizajes, desde temas amplios como la estética y la sostenibilidad, hasta otros más específicos, como el ecoarte y la ecoestética. Sin embargo, pocas lecturas aplican estos términos al arte cinematográfico. Ante esta escasez de información, la clave estuvo en relacionar los conceptos estudiados, documentarnos exhaustivamente y crear un hilo conductor que uniera lo propuesto por diferentes autores para llegar a nuestras propias conclusiones, consiguiendo deducir un significado para el término fundamentado en la aplicación de la ecoestética a otras tipologías artísticas.

Además, como indica la Academia de Cine, la comunicación es un paso esencial para la transición ecológica del sector. En su *Guía de buenas prácticas del Sello Verde* (2021) recomienda “que los diferentes equipos hagan fotos, vídeos, Power Points, etc. mostrando la forma en que desarrollan sosteniblemente su actividad y compartirlos con el sector.” (p. 11). Por eso, cuando logramos relacionar la ecoestética con las buenas prácticas del departamento artístico, simplificamos los datos y los recogimos de forma visual en un tríptico, para mayor accesibilidad al público general y a modo de guía de elaboración propia para futuros trabajos. Además, compartimos en nuestras redes sociales el producto final, anunciando las prácticas sostenibles utilizadas durante su realización y recuperando la idea comentada en el punto 2 acerca del poder de los medios para promover el cambio social.

Así, ponemos punto final a este proyecto, satisfechos del trabajo y los conocimientos adquiridos tras la aplicación del *corpus* teórico a la parte práctica, y habiendo alcanzado los objetivos propuestos tras superar las dificultades encontradas en el camino. Todas y cada una de las metas alcanzadas y los desafíos superados han sumado a la creación del videoclip *Lo que prometimos*, cuya dirección artística, aunque pueda contener imperfecciones y errores, tiene la ventaja de ser consciente y responsable con el medioambiente. La oportunidad de aplicar y perfeccionar lo aprendido en futuros proyectos con valor artístico y estético a la vez que sostenible, nos anima a seguir impulsando y promoviendo el uso de estas prácticas, contribuyendo a la transición ecológica del sector y posicionando nuestra carrera profesional en el camino de la responsabilidad ambiental y social.

6. Bibliografía.

- Academia de Cine (2021). *La Academia presenta la Guía de Buenas Prácticas del Sello Verde para la Sostenibilidad del Audiovisual*. Academia de Cine.
<https://www.academiadecine.com/2021/12/15/la-academia-presenta-la-guia-de-buen-as-practicas-del-sello-verde-para-la-sostenibilidad-del-audiovisual/>
- Alonso, N., y Escutia, M. (2022). Cosmética y cambio climático. *Bioeco Actual*, 102, 24.
<https://www.bioecoactual.com/2022/08/24/cosmetica-y-cambio-climatico/>
- Ayala Pérez, T. (2012). Marshall McLuhan, las redes sociales y la Aldea Global. *Revista Educación y Tecnología*, 2, 8-20.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4502543.pdf>
- Barcelona y Catalunya Film Commission (2021). El ICUB presenta la Guía de buenas prácticas en la producción audiovisual para favorecer la sostenibilidad en los rodajes. Barcelona Film Commission y Catalunya Film Commission.
<https://www.bcncatfilmcommission.com/es/noticias/el-icub-presenta-la-gu%C3%ADa-de-buenas-pr%C3%A1cticas-en-la-producci%C3%B3n-audiovisual-para-favorecer-la>
- Bertucci, A. (2002). El valor del arte. John Ruskin. *IV Jornadas de Investigación en Filosofía*. Universidad de La Plata.
https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/17137/Documento_completo_.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Blanco Griglemo, B. (2023). *La otra cara de la industria textil: "Me sangraban los dedos, pero me obligaban a seguir trabajando"*. Ediciones El País S. L.
<https://elpais.com/planeta-futuro/2023-01-02/la-otra-cara-de-la-industria-textil-me-sangraban-los-dedos-pero-me-obligaban-a-seguir-trabajando.html>
- Canales Cerón, M. (2006). *Metodologías de investigación social*. Lom Ediciones.
<https://imaginariosyrepresentaciones.com/wp-content/uploads/2015/08/canales-ceron-manuel-metodologias-de-la-investigacion-social.pdf>
- Cerrillo, A. (2021). 'Lo que el pulpo me enseñó', el éxito del nuevo documental de naturaleza. *La Vanguardia*.
<https://www.lavanguardia.com/natural/20210426/7304644/pulpo-me-enseno-gana-es-tatuilla.html>

Creast y Academia de Cine (s/f). *Sello Verde: Guía de buenas prácticas*. Academia de cine. Recuperado el 15 de julio de 2024, de <https://www.academiadecine.com/pdfs/guia-de-buenas-practicas-del-sello-verde/>

Creast (2023). Las 6 películas más sostenibles de los últimos meses. *Creast*. <https://creast.network/landing/estrenos-2022-23-peliculas-mas-sostenibles/>

Comisión Fílmica Colombia (2022). *Recomendaciones para una industria audiovisual sostenible*. Comisión Fílmica Colombia. <https://locationcolombia.com/wp-content/uploads/2022/12/recomendaciones-sostenibilidad.pdf>

Cutillas, D. S. (2020). *¿El videoclip influencia y reflejo de la cultura juvenil?* [Universidad Miguel Hernández]. <https://dspace.umh.es/bitstream/11000/25619/1/TFG-Soriano%20Cutillas,%20David.pdf>

Dannel, L. (2021). *La economía circular en la industria de la moda: el caso del upcycling* [Trabajo de Fin de Grado]. Repositorio Universidad Pontificia Comillas. <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/52244/2/TFG-Dannel-Laura.pdf>

De la Torre Quevedo, C. (2023). *Dirección artística de un anuncio in-stream en Youtube para Cervezas Badum* [Trabajo de Fin de Grado]. Repositorio Institucional Universitat Politècnica de València. <https://riunet.upv.es/handle/10251/198176>

Desconocido. (2007). Capítulo II: Equipo. *Materia de arte*. Recuperado el 12 de julio de 2024, de <https://materiaarte.blogspot.com/>

Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., y Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-5057201300030009&lng=es&tlng=es

Ecoart Network (2020). *About the community. A brief history*. Ecoart Network. <https://www.ecoartnetwork.org/about>

Fashion revolution (2018). ¿Cuánto contaminan tus jeans? *Fashion Revolution*.
<https://www.fashionrevolution.org/spain-blog/cuanto-contaminan-tus-jeans/>

Ferreira, B., y Téllez, A. (2024). *9 estilos de vestir que inspirarán tu guardarropa en 2024*.
GQ México y Latinoamérica.
<https://www.gq.com.mx/articulo/como-vestir-bien-en-2024-estilos-para-hombre>

Fito, N. (2019). *Sostenibilidad ambiental y procesos constructivos en Warrior Nun/Netflix*.
Fresco Films.
https://drive.google.com/file/d/112xZic7aOAqpUogitJKwtr9qvleh5BdZ/view?usp=drive_link

García Jiménez, J. (1993). *Narrativa Audiovisual*. Madrid: Cátedra.

Gómez, L. (2023). *La dirección de arte en la realización del Fashion Film Guilty Pleasure*
[Trabajo de Fin de Grado]. Repositorio Institucional Universitat Politècnica de
València. <https://riunet.upv.es/handle/10251/199240#>

González Beltrán, Y. A.; Mejía Martínez, D. P. y Méndez Ariza, Y. M. (2018).
Aprovechamiento de los residuos de madera [Especialización en Gerencia].
Repositorio Institucional Universidad La Gran Colombia.
https://repository.ugc.edu.co/bitstream/handle/11396/4078/Aprovechamiento_residuos_madera.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Green Production Guide. (2024). *Production Environmental Accounting Report (PEAR)* [Web
resource]. Sustainable Entertainment Alliance.
<https://greenproductionguide.com/tools/#pgc-w64289dc9aad37-0-1>

Green Production Guide. (2024). *Production Environmental Actions Checklist (PEACH+)*
[Web resource]. Sustainable Entertainment Alliance.
<https://greenproductionguide.com/tools/#pgc-w64289dc9aad37-0-1>

Greenfort, T (2022). *Medusa Alga Laguna*. Tue Greenfort.
<https://www.tuegreenfort.com/medusaalgalaguna>

Guattari, F. (1996). *Las tres ecologías*. Pre-textos.
<https://www.arteuna.com/talleres/lab/ediciones/FelixGuattariLastreseecologas.pdf>

Hernández, Serrano, G. (2017). *Dirección de arte para producciones audiovisuales*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliotecaupves-ebooks/detail.action?docID=4946213>

Iliada Films - Productora audiovisual (2021). *Dirección de Arte Sostenible*. Iliada Films. <https://iliadafilms.com/cine/direccion-de-arte-sostenible/>

IPCC, 2023: Sections. In: *Climate Change 2023: Synthesis Report. Contribution of Working Groups I, II and III to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change* [Core Writing Team, H. Lee and J. Romero (eds.)]. IPCC, Geneva, Switzerland, pp. 35-115. https://www.ipcc.ch/report/ar6/syr/downloads/report/IPCC_AR6_SYR_LongerReport.pdf

La huella de carbono en la industria de la moda. (30 de marzo de 2023). *CO2mpensamos*. Recuperado el 13 de julio de 2024, de <https://blog.co2mpensamos.com/post/huella-carbono-industria-moda>

Ledezma Campos, M. A.; Paulín Ríos, M. T.; Caporal Gaytán, J. M.; y Rodríguez Arévalo, J. (2022). Ecoestética, naturaleza y arte contemporáneo. *ArtsEduca*, 34,191-203. <https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/202053/6602.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Leroy Merlin España (2022). El firme compromiso de Leroy Merlin con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. *Corporativo Leroy Merlin*. <https://corporativo.leroymerlin.es/w/compromiso-leroy-merlin-con-objetivos-desarrollo-sostenible>

Loch, J. (2018). *La Dirección de Arte en los videoclips, Primera Parte – Entrevista con el director Cole Walliser*. CineD. <https://www.cined.com/es/art-direction-in-music-videos-part-one-interview-with-director-cole-walliser/>

- Marshall, W., Rivera, R. Z., y Pacini Hernández, D. (2010). Los circuitos socio-sónicos del reguetón. *Trans: Revista Transcultural de Música*, 14 (1). <https://www.sibetrans.com/trans/article/23>
- Mazuela-Anguita, A. (20 de noviembre de 2023). La sexualización de la mujer en el reguetón romántico y el reguetón urbano. *Universidad de Granada*. <https://blogs.ugr.es/musicaygenero/la-sexualizacion-de-la-mujer-en-el-reggaeton-romantico-y-el-reggaeton-urbano/>
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. London and New York: Routledge Classics.
- MENTEDORAS [@Mentedoras]. (5 de mayo de 2024). *Charlando con @claromiamor*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=6px6aAHsAUE>
- Mijares Gil, Alejandro. (2006). La estética y la humanidad. *Acta Odontológica Venezolana*, 44(1), 139-141. Recuperado de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0001-63652006000100024&lng=es&tlng=es
- Miles, M. (2014). *Ecoaesthetics: Art, Literature and Architecture in a Period of Climate Change*. Bloomsbury.
- Montoya Véliz, J. (2012). *Alexander Baumgarten: De la belleza del pensar a la belleza del arte* [Proyecto Fondo de Desarrollo de la Docencia, Pontificia Universidad Católica de Chile]. Repositorio de la Pontificia Universidad Católica de Chile. <https://repositorio.uc.cl/server/api/core/bitstreams/9f70de56-c8fe-4aa1-b8af-52d2bc73ab7b/content>
- Morena Films (2019). *Información sobre el sello de rodaje verde*. SlideShare. <https://es.slideshare.net/slideshow/sello-rodaje-verde/141552398#1>
- Muñoz Sánchez, B. (2023). *El diseño y selección de materiales: un pilar fundamental para la construcción sostenible*. Comunidad ISM. <https://www.comunidadism.es/el-diseno-y-seleccion-materiales-un-pilar-fundamental-para-la-construccion-sostenible/>
- Pereda, C. (2022). *Cerdita*. Morena Films, La Banque Postale Image & Indéfिल्ms.

Reed, J., & Ehrlich, P. (2020). *Lo que el pulpo me enseñó*. Netflix.

Rivero, P. (2015, enero 18). Las funciones del arte en la sociedad actual. *Artepoli*.
<https://artepoli.com/las-funciones-del-arte-en-la-sociedad-actual/>

Rizzo, M. (2007). *Manual de dirección artística cinematográfica*. Ediciones Omega.

Rodríguez, X. (2020). *Dirección de arte en cine*. Treintaycinco mm.
<https://35mm.es/direccion-arte-cine/#:~:text=como%20estaba%20originalmente.-,Postproducci%C3%B3n,aspecto%20final%20a%20una%20pel%C3%ADcula>

Sainz Cortés, J. (2021). *El videoclip en España de 2009 a 2015: análisis y estudio del vídeo musical a través de sus directores*. [Tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid].

<https://docta.ucm.es/entities/publication/dab51df4-7332-4645-a276-a1371f38e001>

Publication: El videoclip en España de 2009 a 2015: análisis y estudio del vídeo musical a través de sus directores

Santos Rodriguez, V. (2023). «Soy feminista y me gusta el perreo»: Les conflits de (re)signification dans les politiques sexuelles du reggaeton. *GLAD!*, 14.
<http://journals.openedition.org/glad/6998>

Souza Abreu, I. y Coelho de Azevedo, E. (2013). Antropocentrismo, ecocentrismo y holismo: Un breve análisis de las escuelas de pensamiento ambiental. *Revista Derecho y Cambio Social*.
http://repositorio.fdv.br:8080/bitstream/fdv/914/1/escolas_de_pensamento_ambiental.pdf

Spain Film Commission, REDCAU (Red Española de Clústeres Audiovisuales) y CENER (Centro Nacional de Energías Renovables). (2023). *Situación actual de los aspectos de sostenibilidad en el sector audiovisual*. Spain Audiovisual Hub.
<https://spinaudiovisualhub.mineco.gob.es/content/dam/seteleco-hub-audiovisual/resources/pdf/Situaci%C3%B3n%20actual%20de%20los%20aspectos%20de%20sostenibilidad%20en%20el%20sector%20audiovisual%202023.pdf>

Sustainable Production Alliance (SPA). (2021). Close Up: Carbon Emissions of Film and Television Production. Green Production Guide.

<https://greenproductionguide.com/wp-content/uploads/2021/04/SPA-Carbon-Emissions-Report.pdf>

Torres, A (2023). ¿Qué es el estilo streetwear y por qué está tan de moda? *ESDESIGN*.
<https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenomoda/estilo-streetwear-que-es>

Truenorth (2023). *Sustainable Production: Implementing Immediate Change with Mari Jo Winkler*. Little Black Book.
<https://lbbonline.com/news/sustainable-production-implementing-immediate-change-with-mari-jo-winkler>

Valhondo Crego, J. L. (2022). *My Octopus Teacher: Aprendiendo de un pulpo para superar una pandemia*. RPC, 4 (1), 119-130.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2683-22082022000100119

Viñuela Sánchez, E. (2013). El videoclip del siglo XXI: el consumo musical de la televisión a internet. *Musiker*, 20, 167-185.
<https://www.eusko-ikaskuntza.eus/PDFAnIt/musiker/20/20167185.pdf>

Weintraub, L. (2012). *To Life!: Eco Art in Pursuit of a Sustainable Planet*. The Ahmanson Murphy Fine Arts Imprint.
https://monoskop.org/images/7/7e/Weintraub_Linda_To_Life_Eco_Art_in_Pursuit_of_a_Sustainable_Planet_2012.pdf