

## **When the Light Takes Us:**

**Cuando la música se transforma en cine y ¿qué elementos definen al videoclip?**

Por: Juan Pablo Álvarez Balanta

Institución Universitaria ITM

Programa de cine con énfasis en dirección

Docente asesora: Luisa Milena Cárdenas Cano

23 de mayo de 2024

**“Mi nuevo nombre será MJ. Se acabó Michael Jackson, quiero un personaje nuevo, un estilo nuevo, quiero ser una persona diferente. La gente no debería verme como el niño que cantó ABC, I Want You Back. Seré un actor, cantante y bailarín nuevo e increíble que sorprenderá al mundo. No haré entrevistas, haré magia. Seré perfeccionista, investigador, formador, maestro, seré mejor que todos los actores juntos. Necesito el mejor sistema de formación para excavar hasta encontrar, estudiaré y miraré todo el mundo del entretenimiento y lo perfeccionaré, lo llevaré mucho más lejos de donde lo dejaron los mejores. La danza, la música y el cine no serán lo mismo después de mí”.**

*-Michael Jackson, 6 de noviembre de 1979*

## **Agradecimientos**

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mi asesora, Luisa Milena Cárdenas, por su constante guía durante todo el proceso de elaboración de esta tesis de grado. Un agradecimiento especial a mi familia, por la fuerza que me han brindado a través de su apoyo incondicional. A mis tías Lucelly Álvarez y Lucy Balanta, quienes han influido profundamente en mi desarrollo artístico desde la infancia, les agradezco de corazón. También quiero agradecer a mis profesores de secundaria: Amparo Ramírez, Oscar Neftalí, Medrano Bolívar y Rodrigo Ruiz, quienes me acompañaron en mis momentos cruciales de formación durante la adolescencia y me ayudaron a comprender el valor de perseguir nuestros sueños. Y por último, pero no menos importante, agradezco a todas las personas que me ayudaron a crear el cortometraje y el disco: *When the Light Takes Us*.

"Como autor de este trabajo de fin de grado, declaro que los datos presentados son veraces y que esta obra es original y de mi autoría. Asumo la responsabilidad por cualquier inexactitud que pudiera existir en el mismo, incluyendo plagio, uso indebido de imágenes, entre otros. Todas las citas incluidas están bajo copyright de sus respectivos propietarios y/o licenciarios. La mayoría de ellas han sido parafraseadas y traducidas por mí y se presentan en este trabajo con fines exclusivamente divulgativos e investigativos, para ilustrar el marco teórico o el análisis. En caso de que alguna cita no esté correctamente referenciada, lo considero un error involuntario, no un intento de plagio, y me libero de cualquier malentendido que esto pudiera generar. Anticipo mis disculpas y agradezco profundamente el conocimiento heredado, que hoy tengo el privilegio de compartir con ustedes."

**Juan Pablo Álvarez Balanta**

**C.C. 1041233777**

[juanalvarez272314@correo.itm.edu.co](mailto:juanalvarez272314@correo.itm.edu.co)



### Resumen/Abstract

*When the Light Takes Us* es una obra colaborativa que realicé con mi amigo y colega Jonathan “Ramus Spark” Ramírez, en la cual nos propusimos alcanzar nuevas alturas artísticas en el rap colombiano. A través de un enfoque visionario, fusionamos elementos de la psicodelia, lo alternativo y lo experimental, recalibrando y reinventando la escena de manera audaz. Nuestro objetivo fue crear un ambicioso collage que abarcara la mayor cantidad posible de géneros musicales.

El proyecto está compuesto por un álbum musical y un videoclip en forma de película, que en este caso funciona como un teaser o cortometraje de un largometraje. La historia narra las experiencias y conflictos internos de Ramus Spark y su amante Tammy, presentados en primera y tercera persona. A lo largo de la narrativa, exploramos el contraste entre la nostalgia y el dolor mutuo de los personajes, quienes utilizan su relación como un escape a sus duras realidades. La narrativa no lineal aborda temas como la adicción a las drogas, la violencia de pareja, las experiencias sexuales desprovistas de amor, la pérdida de amistades, la bipolaridad y los traumas causados por dificultades económicas.

Esta tesis es el resultado del componente creativo anteriormente descrito, junto con un componente de investigación que se detalla en las páginas siguientes. En esta investigación, reflexiono sobre si el videoclip puede considerarse un género cinematográfico consolidado o uno en proceso de consolidación. Dado que su presencia es cada vez más común en pantallas de televisión, cine, dispositivos móviles, computadoras e incluso en museos y performances, el videoclip se está abriendo a nuevas y poco ortodoxas fuentes de inspiración. Esto ha obligado a los videos musicales a mantenerse en constante experimentación, con la mirada puesta en el futuro, como veremos más adelante, siendo este uno de sus elementos característicos.

*Palabras clave:* Semiótica, Sinestesia, Storytelling, Vanguardia, Experimental, Portada álbum, Musical, Televisión, Videoclip.

*When the Light Takes Us* is a collaborative work I created with my friend and colleague Jonathan “Ramus Spark” Ramírez, in which we set out to reach new artistic heights in Colombian rap. Through a visionary approach, we fused elements of psychedelia, the alternative, and the experimental, boldly recalibrating and reinventing the scene. Our goal was to create an ambitious collage that encompassed as many musical genres as possible.

The project consists of a music album and a film-like music video, which in this case serves as a teaser or short film for a feature-length movie. The story narrates the experiences and internal conflicts of Ramus Spark and his lover Tammy, presented in both first and third person. Throughout the narrative, we explore the contrast between the characters' mutual nostalgia and pain, as they use their relationship as an escape from their harsh realities. The non-linear narrative addresses themes such as drug addiction, domestic violence, loveless sexual experiences, the loss of friendships, bipolarity, and traumas caused by economic hardships.

This thesis is the result of the aforementioned creative component, along with a research component detailed in the following pages. In this research, I reflect on whether the music video can be considered a consolidated cinematic genre or one that is still in the process of consolidation. As its presence becomes increasingly common on television screens, in cinemas, on mobile devices, computers, and even in museums and performances, the music video is opening up to new and unorthodox sources of inspiration. This has forced music videos to remain in constant experimentation, with a focus on the future, as we will see later, which is one of their characteristic elements.

*Keywords:* Semiotics, Synesthesia, Storytelling, Vanguard, Experimental, Album cover, Musical, Television, Music Video.

**Indice**

<b>When the Light Takes Us:</b>	
<b>Cuando la música se transforma en cine y ¿qué elementos definen al videoclip?</b>	<b>9</b>
Memorias de dirección	9
<b>Motivación de escritura</b>	<b>10</b>
Parte I: Mi infancia, identidad de género y primeros contactos con el arte	10
Parte II: Mi adolescencia, en medio del amor y la amistad	12
Notas de creatividad	14
Personajes e historia	16
Soundtrack	17
Arte	19
Fotografía	19
Montaje	21
Casting	22
Dirección de actores	23
<b>Investigación</b>	<b>24</b>
Objetivo general	24
Objetivos específicos	24
Planteamiento del problema	24
<b>Marco teórico: el videoclip vs. el musical</b>	<b>26</b>
Características tradicionales que hacen a un género cinematográfico	26
Semántica y sintáctica	27
Evolución de géneros	30
Teoría del videoclip	32
El videoclip como negocio	45
<b>Estado del arte: otro posible origen del videoclip</b>	<b>61</b>
<b>Metodología</b>	<b>75</b>
La sinestesia	76
El storytelling	82
El vanguardismo	88
<b>Memorias de producción</b>	<b>96</b>
Notas de elaboración	96
Ficha técnica	98
<b>Reflexiones o texto argumentativo</b>	<b>99</b>
Conclusión	99
Frasas de cierre	113
<b>Bibliografía, videografía y referencias</b>	<b>121</b>
<b>Anexos</b>	<b>127</b>





### **When the Light Takes Us:**

**Cuando la música se transforma en cine y ¿qué elementos definen al videoclip?**

#### **Memorias de dirección**

**Proyecto:** Largometraje híbrido.

**Género:** Musical/videoclip.

**Premisa:** El amor es un escape ante las adversidades de la vida.

**Storyline:** Una pareja de amantes que se reencuentran después de un par de años, usan su relación como un escape a sus problemas más íntimos.

**Sinopsis:** Ramus Spark, un joven rapero que está ascendiendo a la fama, pierde la dirección de su carrera a causa de su adicción a las drogas. Una noche mientras se presenta en un club se reencuentra con su amor de la secundaria, Tammy, quien ha regresado de Miami después de trabajar en la industria porno. Ramus deberá conseguir que su vida tome el camino correcto, si es que en verdad desea una nueva oportunidad con Tammy.

**Link teaser:** <https://acortar.link/eogL6d> (Contraseña: Cuandolaluznoslleve777)

**Acerca del autor:** Juan Pablo Álvarez Balanta, artista experimental multidisciplinar, fundador del sello discográfico *In Searching Death Rec* y pionero en el municipio de El Peñol al introducir la danza urbana con el grupo Títeres House. Egresado en dirección de cine de la Institución Universitaria ITM, donde también realizó un curso de pedagogía. Ha ejercido el cargo de director musical en obras de teatro del municipio de El Peñol y ha colaborado en más de 50 cortometrajes, incluyendo académicos e independientes, en los cuales ha explorado nuevas posibilidades técnicas, narrativas y expresivas del lenguaje audiovisual, presentando algunos en eventos internacionales como el festival de cine Experimental Autopsia de Bogotá, el festival

Internacional Bogoshorts y el festival de Cine de Santa Fe de Antioquia, entre muchos otros. Trabajó durante un año con la productora audiovisual de Copacabana: *Inicial Entretenimiento*, ejerciendo el cargo de productor musical y diseñador sonoro entre julio de 2022 y julio de 2023. Trabajó en la película documental *Garra: La Dulzura del Olvido* en 2023, ganadora del concurso Colombia Potencia de la Vida, organizado por el Ministerio de Cultura y próxima a estrenarse. Fue ganador en el festival de Filminutos de El Peñol 2022, con su obra *Memorias en el Agua*; y ganador en el Festival de Cortos Psicoactivos: Échele Cabeza y el Festival de Cine Internacional de Riosucio con el cortometraje *Vanity* en 2022. En el 2024 fue ganador del concurso de fotografía de las fiestas municipales de El Peñol, con la obra titulada *La Muerte al Borde de la Represa Recordando a sus Ancestros Bajo el Agua*. Y en el 2015 lanzó su primer álbum de estudio, *Lux Aeterna*, bajo el seudónimo de Skream Noise, el cual alcanzaría el top 100 iTunes por una semana, y junto con Ramus Spark estrenó su EP *Never for Ever* en 2024, a través del sello discográfico Rompeolas Records. Además, Juan Pablo es representante en el consejo cultural del municipio de El Peñol, 2024-2027.

### **Motivación de escritura**

#### **Parte I: Mi infancia, identidad de género y primeros contactos con el arte**

Mi primer contacto directo con la música ocurrió a los nueve años, cuando mi psicóloga recomendó a mis padres que aprendiera a tocar un instrumento musical. Esto, con el fin de desarrollar de manera natural el lenguaje y contrarrestar las dificultades motrices y de comunicación que presentaba desde el nacimiento debido a mi déficit de atención. Mis padres compraron un piano, me consiguieron una profesora particular y me inscribieron en clases de danza para reforzar mis avances. Cuando tuve la oportunidad de elegir mi primera canción para aprender, recuerdo haber escogido “The Imperial March” de la banda sonora de *Star Wars*

(Lucas, 1977), compuesta por el maestro John Williams. Esta elección se debió a que mi tía y madrina, una cinéfila, me había inculcado desde pequeño la costumbre de ver cine todas las tardes, cuando, después del colegio, iba a su casa y veíamos dos o tres películas diarias. *Spirited Away* (Miyazaki, 2001) fue una de las más especiales para mí; mi tía me había regalado el DVD de cumpleaños, y fue una de las primeras películas de anime que recuerdo haber visto. Su banda sonora aún me acompaña, y es una de las cosas que más despertó mi interés en el cine de Hayao Miyazaki. Sus bandas sonoras siempre me transportan a un mundo fantástico e inspirador. En ocasiones muy puntuales de mi vida, he recurrido al cine de este gran director como terapia contra mis bloqueos creativos, o busco la banda sonora de sus películas. *The Exorcist* (Friedkin, 1973), *Terminator* (Cameron, 1984), *Hellraiser* (Barker, 1987), *Toy Story* (J. Lasseter, 1995) o *Pan's Labyrinth* (Del Toro, 2006) son otras películas que recuerdo con mucho cariño, tal vez por el miedo que me provocaron o por lo hermosas que eran sus historias. Mi tía me exponía a todo tipo de cine, y en algunas ocasiones mi madre se molestaba con ella porque decía que me ponía a ver películas que no eran adecuadas para un niño, como *The Exorcist* o *Hellraiser*. Sin embargo, lo que mi madre no sabía es que, a esa edad, yo no podía analizar o reconocer conscientemente muchas de las cosas que ocurrían en las películas. Dejaba pasar por alto elementos esenciales como los diálogos, y me dejaba llevar más por el ritmo del montaje, los colores o la energía que me transmitía la música. Es decir, la mejor manera en que yo podía comprender la narrativa de un largometraje era a través de una experiencia sensorial y emotiva, y no desde lo semiótico o textual, como ocurrió con *Spirited Away*, *Star Wars* o *Thriller* (Landis, 1983), el cortometraje de Michael Jackson.

En 2003, también recuerdo haber visto la segunda película realizada por el dúo francés Daft Punk, *Interstella 5555: The Story of the 5 Secret Star System* (2003). Recuerdo claramente

que tuve la oportunidad de verla una noche, cuando se estrenó en el canal de televisión Cartoon Network. Fue algo muy diferente a todas las películas que había visto hasta entonces, pues en esta no había diálogos, solo música. De hecho, todas las canciones que conforman esta película se habían lanzado dos años antes como parte de su álbum *Discovery* (2001), que sigue siendo mi disco favorito de ellos hasta hoy. Este álbum fue crucial para entender mi conexión entre el cine y el videoclip, ya que fue la primera vez que vi un videoclip con una duración de una hora y media. Durante los años siguientes, utilicé esta obra como una de mis primeras influencias artísticas, hasta el punto de que muchas de las técnicas de producción musical y composición que uso hoy en día provienen directamente de su álbum *Discovery* (2001), el cual no habría descubierto de no ser por su adaptación cinematográfica.

Al llegar a la adolescencia, empecé a profundizar en los músicos que me inspiraban y que me siguen inspirando hasta el día de hoy: Michael Jackson, Prince, Kate Bush, Kanye West y Taylor Swift. Empecé a notar cualidades comunes entre ellos, como una gran capacidad para el *storytelling*, es decir, el arte de contar historias de manera efectiva y convincente; la creación de videoclips imaginativos, y la fusión de diversos géneros musicales hasta el punto de borrar la línea que los separa. Este último aspecto fue determinante para seguir profundizando en artistas similares, ya que la idea de transgredir me inspiraba mucho desde esos días.

Mi hermana mayor inició su proceso de transición a mujer trans cuando yo tenía 15 años, lo que generó en mí una nueva perspectiva sobre las tradiciones de género heredadas de nuestros abuelos. Con los años, desarrollé un alto nivel de tolerancia hacia las ideas nuevas o diferentes. Naturalice tanto lo que a otras personas les parecería contracultural, que hoy en día veo todo como una masa gris que no puede ser definida de una sola manera, sino que puede ser todo y, al

mismo tiempo, nada en particular. Gracias a mi hermana mayor, al finalizar la secundaria tomé la decisión de perseguir mis ideales estilísticos, mis propias formas de crear y pensar el arte.

## **Parte II: Mi adolescencia, en medio del amor y la amistad**

En febrero de 2019, 165 días después de la ruptura de la relación más larga que he tenido hasta hoy, aún intentaba entender qué había sucedido. Habíamos compartido cuatro años juntos, pero de alguna manera nuestra relación había llegado a su fin. No sabía cuándo, cómo o por qué se había desbalanceado, pero lo cierto es que había terminado. Casi seis meses después, un sábado 23 de febrero, me encontraba en una fiesta con mis amigos de la secundaria, un pequeño grupo de seis o siete personas. En un momento inesperado, pregunté por uno de nuestros compañeros, quien era una de mis amistades más cercanas. Fue entonces cuando otro amigo reveló la verdad: él y mi ex novia llevaban ocho meses saliendo. Me habían engañado durante dos meses, y durante casi seis meses me culpé por algo que creía haber hecho mal.

La semana siguiente, mi ex pareja me buscó para pedirme disculpas y reconocer su error, de una forma honesta y cruelmente directa. Esa noche escapé al cementerio, donde pasé horas escuchando la discografía completa de Amy Winehouse, una y otra vez, empapado en lágrimas hasta que mi celular se descargó. Al regresar a casa, alrededor de la una o dos de la madrugada, comencé a trabajar en nueva música, la cual eventualmente se convertiría en el álbum *When the Light Takes Us*. En un principio, ni siquiera estaba planeando la realización de un nuevo disco; simplemente componía música al azar que pudiera sanar mis sentimientos. No fue hasta el confinamiento en junio de 2020 cuando Ramus Spark, un amigo que había conocido en una fiesta clandestina que hice en el cementerio meses atrás, me escribió para enviarme las letras de dos canciones: "In Violet" y "Goodbye Cruel World". En ese momento, supe que había encontrado un talento excepcional, un diamante en bruto.

La cuarentena llegó en el momento perfecto. Primero trabajamos a distancia, enviándonos letras y composiciones, hasta que ensamblamos una serie de demos virtualmente. Una vez finalizados, nos trasladamos a un apartamento en un último piso, con acceso a la terraza y vistas al norte. Allí diseñamos un *home studio* donde plasmamos nuestros sentimientos de trascendencia, más allá del género y la escena nacional. Evocamos una infusión expansiva, nostálgica y psicodélica del rap. Bajo esta visión, producimos el álbum durante una crisis mundial, trabajando día y noche, entre ocho y doce horas diarias. En un par de ocasiones, llegamos a trabajar hasta quince o dieciocho horas, viendo los últimos y los primeros rayos del sol. La magia que envolvió nuestro proceso creativo en ese horario sirvió como inspiración para el título del álbum.

El día y la noche representaban una etapa de transmutación en nuestras vidas, un símbolo de superación, renacimiento, lo infinito, lo impalpable, lo etéreo. La luz era la metáfora perfecta para la necesidad urgente de dejar atrás nuestro pasado y empezar de nuevo: dejar atrás nuestras relaciones tóxicas y, al mismo tiempo, a esos amigos falsos.

Al igual que nuestra música, el proyecto audiovisual es una mezcla narrativa de dos ideas mutuamente conflictivas. En un primer nivel, hay una fuerte resistencia al deseo humano de ser amado y amar a un ser inalcanzable. En el otro, existe una aceptación total de lo que consideramos un amor “perfectamente imperfecto”.

### **Notas de creatividad**

*When the Light Takes Us* es un largometraje cuya premisa dicta que "el amor obsesivo puede conducir a la muerte", y cuyo tema central es la confrontación entre los deseos emocionales y los carnales, como el amor y la lujuria. Sin embargo, no se plantea como la causa definitiva de los conflictos que enfrentan los protagonistas, sino como el resultado de una serie

de adversidades que encuentran en su camino, tales como las dificultades económicas, el fracaso laboral, la vida rutinaria, la depresión, el estrés y la adicción a las drogas, entre otras. Estas adversidades emocionales son especialmente prevalentes en la población adolescente y joven.

La película sugiere que el amor podría ser un escape para evitar enfrentar las adversidades de la vida en soledad, lo que lleva a algunas personas, en especial a los jóvenes, a tolerar relaciones tóxicas por miedo a estar solos. A menudo, en situaciones de ruptura amorosa, especialmente después de relaciones prolongadas, una de las partes puede tener dificultades para superarlo. En los casos más extremos, los deseos, ya sean de naturaleza romántica o sexual, pueden ser tan intensos que algunas personas prefieren optar por el suicidio antes que enfrentar la realidad.

Esto es lo que aparentemente sucedió con mi amiga de la secundaria, a quien llamábamos "La Chiqui", quien se quitó la vida a principios del año pasado, en 2023. Según rumores en nuestro círculo de amigos, el término de su relación con su novio fue el detonante. No obstante, no pretendo especular sobre sus motivaciones, sino poner sobre la mesa una posibilidad que ha sido objeto de estudio para algunos psicólogos, quienes se han preguntado si el desamor es uno de los motivos más comunes de suicidio en los jóvenes.

Un ejemplo de ello son las psicólogas brasileñas Karina Silva y Maria Do Socorro, quienes compartieron su perspectiva sobre el tema en una investigación titulada *Relación Amorosa y Tentativa de Suicidio en la Adolescencia: una Cuestión de (Des)Amor* (2012). Este estudio mostró que, entre los adolescentes, la impulsividad en relación con el acto suicida está principalmente vinculada a diez tipos de fallos correlacionados con el desamor, de los cuales quisiera destacar tres: primero, la muerte o el divorcio de los padres; segundo, la baja autoestima, con atribuciones negativas sobre sí mismos y visiones distorsionadas sobre sus talentos; y



tercero, las experiencias frustrantes con sus parejas o exparejas, como una ruptura, la infidelidad o un embarazo no deseado. Todos estos temas son explorados, aunque mínimamente, en el guion de mi película.

El estudio de Karina Silva y Maria Do Socorro también menciona una edad promedio para el suicidio, señalando que un 40,9% de los suicidios al año en Brasil ocurren entre jóvenes de 17 y 23 años (Silva & Do Socorro, 2012). En Colombia, según el artículo de *consultorsalud* titulado *Los casos de suicidio en Colombia ¿Qué pasa con la salud mental?* (2023), se registraron 1,810 suicidios en 2023, un 16% más que en 2022. De estos, 532 ocurrieron entre jóvenes de 18 y 28 años, en su mayoría relacionados con desamores, según cifras oficiales de la ONU (Consultorsalud SAS, 2023).

En resumen, el suicidio en jóvenes es un fenómeno multifacético influenciado en gran medida por una idealización social del amor, uno sin fallas y perfecto.

### ***Personajes e historia***

En la historia, la realidad de Ramus Spark se construye dentro de su propia mente, una mente atrapada en un viaje lisérgico con un destino incierto. Ramus Spark es un hombre obsesivo, empeñado en alcanzar la liberación y el control de sus sueños, donde el "sueño americano" —con el dinero y el reconocimiento— representa sus "espacios de fuga"; es decir, refugios en los que puede decidir el rumbo de su vida, especialmente en lo que respecta al amor. Sin embargo, al no lograr acercarse a sus objetivos, comienza a consumir drogas de forma desmedida, lo que lo sumerge en un desconcertante descenso hacia la lujuria. En este punto, Ramus pierde la capacidad de distinguir en qué momento de su vida se encuentra: si está atrapado en un estado psicodélico, si ha muerto o si aún está en su sueño, un sueño que lo lleva de regreso al momento más crucial de su vida, aquel que lo empuja a una búsqueda personal

entre la vida y la muerte, encarnadas en la forma del amor. La narrativa sugiere que Ramus tiene una incapacidad para amar, una juventud infeliz y un tedio existencial que lo transforman en un hombre inseguro, una pieza menor en el engranaje de un mundo materialista.

En este relato cinematográfico, los acontecimientos son intensos. Ramus Spark es un personaje que reacciona de manera impulsiva, dejándose llevar por sus pasiones y su deseo de reconquistar a Tammy, lo que lo convierte en el arquitecto inconsciente de sus propias miserias. Con esto en mente, la propuesta estética del largometraje busca generar la sensación de un espiral descendente. Todos los aspectos visuales y narrativos están diseñados con este objetivo, perfilando la personalidad del protagonista a través de una serie de situaciones que él, externamente, intenta asumir con indiferencia, aparentando madurez o apatía. Sin embargo, ante Tammy, no podrá ocultar su fragilidad.

Tammy, por su parte, es una mujer de carácter fuerte, decidida y madura. Su experiencia de vida en Estados Unidos y su relación con la industria del porno la han convertido en alguien capaz de anticiparse a los problemas y actuar con rapidez para resolverlos. Es precavida, pero muy segura en las decisiones que toma, no duda en expresar sus pensamientos y emociones con claridad. A menudo cuestiona a Ramus, pues siente que él sigue viéndola desde una perspectiva superficial, resaltando sobre todo su atractivo sensual. Lo que Ramus no comprende es que Tammy es mucho más inteligente de lo que él supone y ha identificado su principal debilidad: sus inseguridades masculinas, como la incapacidad de mantener una estabilidad financiera o de sostener una relación monogámica. Ramus intenta ocultar estas carencias detrás del éxito o el estatus que cree que le otorga el reconocimiento público. En contraste, Tammy es autosuficiente y competente, mientras que él siempre necesita la aprobación de los demás para creer en sus propios talentos y capacidades artísticas.

Las películas que han influenciado el desarrollo de los personajes e historia son *Purple Rain* (1984) de Prince y Albert Magnoli, *Interstella 5555: The Story of the Secret Star System* (2003) de Daft Punk y Kazuhisa Takenouchi, y *Eden* (2014) de Mia Hansen-Løve.

### ***Soundtrack***

La música que acompaña la película es de composición original, y en ella exploró diferentes géneros como el emo rock, dream pop, synth-pop, country y rock psicodélico, incorporando en todas estas influencias elementos del trap y otras variantes del rap. Las canciones tienen un carácter maximalista y un contenido lírico explícito, abordando temas clave de la película, como el sexo, el amor y las drogas. Las letras funcionan también como una extensión del guion, ya que ambos —letras y guion— se escribieron de forma simultánea, influyéndose mutuamente. Por ello, todas las canciones contienen fragmentos que pueden ser metáforas o momentos extraídos directamente del guion. En otros casos, las letras expanden lo que se muestra en pantalla, ampliando la historia con sucesos ocurridos antes, durante o después de las escenas, funcionando como un fuera de campo narrativo.

Una influencia clave para la fusión de subgéneros musicales y la narrativa lírica ha sido el álbum *Red* (2012) de Taylor Swift, un disco donde combina country con hard rock, pop punk, folk, disco y dubstep. En una entrevista para *Rolling Stone*, Taylor Swift describe esta cualidad diciendo: “Red es mi único álbum de ruptura verdadera [...] sus estilos musicales diversos son una metáfora del desorden sentimental” (Bernstein y Spanos, 2020). El eclecticismo de Taylor Swift en *Red* me ha servido de guía para crear una mezcla de estilos que se enriquecen entre sí. La banda sonora ya está finalizada y puede escucharse en el siguiente enlace:

<https://akemilang.bandcamp.com/album/when-the-light-takes-us-deluxe>

En cuanto al diseño sonoro, hay un elemento esencial que destacar: el sonido de la lluvia, los truenos y, en general, cualquier sonido que evoque una tormenta. Estos efectos de ambiente aparecerán cada vez que la historia nos sitúe en el hotel donde Ramus Spark y Tammy pasaron su primera noche después de reencontrarse. La lluvia, como símbolo del agua y de la vida, servirá como *leitmotiv* que une los momentos de lucidez y alienación de Ramus Spark. Por esta misma razón, la escena de apertura y cierre se desarrolla en un mirador frente a la represa, ya que las olas representan simbólicamente para mí la fluidez y el cambio. Sin embargo, en este caso no se trata de un mar o un río, sino de una represa, es decir, agua estancada, lo que implica que, aunque las cosas parezcan alejarse con el flujo de las olas, en algún momento regresarán, porque en realidad nunca se fueron, solo cambiaron de lugar. Esto es reflejo del amor entre los protagonistas, quienes en algún momento estuvieron distanciados físicamente, pero emocional y energéticamente siempre permanecieron conectados.

### *Arte*

Para el diseño artístico, se proponen dos estéticas que estarán divididas por temporalidades. Todo lo que ocurra antes de la ruptura entre Ramus Spark y Tammy estará marcado por colores fríos, como azul verdoso, blanco y rosa. Después de la ruptura, los mismos colores se presentarán en tonos más intensos, como azul rey, negro y rojo, acercándonos gradualmente a una tonalidad púrpura. Los personajes tendrán un estilo gótico minimalista, pero con diferencias sutiles entre ellos: Ramus Spark vestirá prendas más *streetwear* para resaltar su juventud y su deseo de libertad, además de su conexión con la industria del rap. Tammy, en cambio, usará dos tipos de vestimenta: por un lado, atuendos elegantes que refuercen su madurez y sensualidad; por otro, ropa juvenil que evoque sus primeros años de adolescencia.

La escenografía será rudimentaria, diseñada para que los espacios se sientan lo menos intervenidos posible, transmitiendo una sensación de vacío natural.

### ***Fotografía***

La propuesta visual se basa en la creación de un collage compuesto por diferentes tipos de composiciones, como la fotografía documental, performativa y de moda. El objetivo no es obtener una imagen limpia ni perfecta, sino ir en contra de los estándares tradicionales de calidad cinematográfica. La fotografía estará libre de concesiones a las normas visuales dominantes, ya que no busco retratar una visión ficticia del universo, sino capturar el mundo tal cual es: sucio, lleno de interferencias e imperfecto.

Para crear este efecto, utilizaré una estética de *sextape*<sup>1</sup> mediante la combinación de diferentes tipos de cámaras, como VHS, Super 8 y fotografía analógica. Se resaltarán el ruido, la suciedad y el grano. La cámara será exclusivamente en mano, y los planos, en su mayoría cerrados, generarán intimidad y empatía con los personajes, permitiendo observar sus transformaciones psicológicas a través de detalles como miradas, sonrisas y gestos corporales.

En cuanto a la iluminación, trabajaré con una estética que he definido como "gótico-psicodélico", una fusión de elementos estilísticos del movimiento gótico y el psicodélico. Esta dualidad funciona como un *yin y yang*, combinando la oscuridad y melancolía del gótico con la extravagancia y experimentación visual del psicodélico. La estética incluye colores intensos, patrones abstractos, símbolos misteriosos y referencias a la muerte y lo oculto, todo ello mezclado con composiciones oníricas o alucinantes. El negro y el blanco, característicos del gótico, evocarán imágenes espectrales, mientras que los amarillos, rojos, azules y morados, típicos de la psicodelia, representarán el punto de trascendencia entre la vida y la muerte. Así, la fotografía busca representar lo intangible, aquello que no pertenece a este mundo.

---

<sup>1</sup> Película porno casera.

En cuanto a referentes pictóricos, destaco dos obras: *The Scream* (1893) de Edvard Munch, un símbolo del proto-expresionismo que captura una angustia y desesperación profundas con colores y formas grotescas y surrealistas; y *AA78* (1978) de Zdzislaw Beksinski, que muestra un estilo de "realismo utópico" con una arquitectura surrealista, fondos espaciales etéreos, colores psicodélicos y una sensación de vacío y tristeza propios del gótico.

Aunque el "gótico-psicodélico" no sea un movimiento académico establecido, su estética refleja la intersección de influencias culturales y la creatividad en la expresión artística contemporánea. Un ejemplo cercano es el "gótico tropical" del cine colombiano de Carlos Mayolo y Luis Ospina, el cual comparte similitudes con el gótico-psicodélico. Lo tropical y lo psicodélico están estrechamente vinculados, como lo fue el *Summer of Love* de 1967, las utopías, distopías y el sexo potenciado por drogas como el LSD o la marihuana; otras películas que pueden entrar en la categoría de gótico-psicodélico son *Belladonna of Sadness* (1973) de Eiichi Yamamoto y *Suspiria* (1977) de Dario Argento. Dentro de la música por ejemplo, también es posible encontrar obras de este estilo, *The Marble Index* (1968) de Nico es para mí, el primer exponente musical de un disco gótico-psicodélico. Jim DeRogatis en su libro *Turn on Your Mind: Four Decades of Great Psychedelic Rock*, lo describe como "un minimalista mal viaje psicodélico" (DeRogatis, 2003), y la revista *Trouser Press* lo nombró como "uno de los discos psicodélicos más aterradores jamás realizados" (Trouser Press, 2024).

Mis principales influencias fotográficas son filmes que, en mayor o menor medida, abordan el gótico-psicodélico: *Chelsea Girls* (1966) de Andy Warhol, *Gummo* (1997) de Harmony Korine, *Love* (2015) de Gaspar Noé, *Famous* (2016) de Kanye West, y *Blue Weekend* (2021) de Wolf Alice y Jordan Hemingway. Para concluir, quiero aclarar que mi propuesta sobre el estilo "gótico-psicodélico" no es necesariamente algo innovador, no me estoy inventando una

nueva estética, sino más bien definiendo una que hasta ahora no había sido acuñada, que además de tenerlas a nivel fotográfico, también se complementan con otras características musicales y de arte como las expuestas anteriormente, y al mismo tiempo con algunas de edición que propondré a continuación.

### ***Montaje***

Defino la edición como un montaje psico-onírico, es decir, un montaje que transmitirá una sensación de invisibilidad, ensoñación y viaje psicodélico, oscilando entre la realidad y la ficción; que son características del gótico-psicodélico. El objetivo es reforzar la narrativa no lineal, apoyándose en la estética de sextape propuesta en la fotografía y la música psicodélica. En consecuencia, su estructura se deleitará en el uso de metáforas y elipsis, apostando por un montaje que exige la atención del espectador, pero sin llegar a niveles extremos de incomprendibilidad. Se confiará en la capacidad del público para analizar las "paradojas" o "paranoias" que experimentan los personajes principales, aunque la evolución psicológica y la visibilidad de sus arquetipos no serán tan evidentes. Al igual que la historia y la música, el montaje evocará una estructura circular, repitiendo constantemente un momento crucial en la vida de los personajes, como si estuvieran atrapados en un ciclo de un viaje lisérgico.

A nivel técnico, el montaje comenzará con un *flashforward*<sup>2</sup> que establecerá el contexto central, el tono de la película y el principal conflicto que deberán enfrentar los protagonistas. Al principio, el ritmo será lento y sin grandes efectos, pero al pasar de la introducción al desarrollo de la trama, el montaje se volverá más intenso, ejecutado de manera rítmica y métrica. Es decir, las acciones, la música y los efectos sonoros marcarán los cortes de la imagen. Los cortes

---

<sup>2</sup> Una serie de imágenes que presentan una o varias escenas futuras.

rítmicos se presentarán tanto de manera interna<sup>3</sup> como externa<sup>4</sup>, acompañados por una yuxtaposición de imágenes que se alineen con las emociones transmitidas por la música. Por último, se empleará la técnica de *split screen*<sup>5</sup> en los momentos en que se intercala el punto de vista entre Ramus Spark y Tammy.

Este estilo de montaje es especialmente común en las películas del gótico-psicodélico. Mis principales referentes son, una vez más, *Chelsea Girls*, *Gummo* y *Blue Weekend*.

### ***Casting***

Actualmente, el casting de los personajes principales está finalizado. Solo realicé casting para la actriz que interpreta a Tammy, ya que el personaje de Ramus Spark es interpretado por él mismo, es decir mi amigo Jonathan Ramirez. Para seleccionar a la actriz, hice una lista con cuatro amigas, todas de El Peñol, con quienes ya había trabajado anteriormente, y las evalué siguiendo diferentes criterios. El primer filtro fue en cuanto a características físicas, en colaboración con la maquillista y la estilista del teaser, quienes me ayudaron a elegir basándonos en las facciones que perfil se ajustaba mejor al maquillaje y peinado planeados para el personaje. Tras este proceso, descartamos a dos candidatas.

Luego, evalué a las dos actrices restantes teniendo en cuenta su experiencia en actuación, canto y manejo del inglés. Finalmente, elegí a Verónica Marín, con quien ya había trabajado previamente en otro cortometraje que dirigí, y con quien comparto años de colaboración, ya que formó parte de mi grupo de baile y del grupo de teatro en el que trabajé desde el grado once hasta poco antes de la cuarentena.

---

<sup>3</sup> La situación se da fuera de la imagen, la acción inicia o finaliza al terminar o empezar el corte, pero no lo vemos en la anterior o siguiente imagen, solo en una de ellas.

<sup>4</sup> La situación se da dentro de la imagen, el movimiento ocurre en ambas imágenes, las acciones se repiten en ambos cortes.

<sup>5</sup> Técnica visual que consiste en partir la pantalla en una o varias imágenes/cuadros.



El último criterio que utilicé fue el desarrollo de la portada de mi álbum, ya que los personajes que aparecen en la imagen son los mismos actores. Este proceso me permitió observar cómo funcionaban ambos juntos desde la perspectiva de la cámara.

### ***Dirección de actores***

El largometraje tendrá un tiempo de preparación estimado de un año, con dos encuentros a la semana y cada uno con una duración de 3 a 5 horas por sesión. Durante los primeros encuentros se practicará sin guión y se trabajará la confianza y cercanía entre los actores protagonistas, realizando ejercicios de mirada y de diálogos empleando conversaciones casuales e íntimas, donde los actores se planteen contar historias reales y falsas, pero sin que nadie sepa cuál es una u otra, estos ejercicios iniciarán siempre con el director, quien compartirá experiencias relacionadas directamente con la historia que inspiró el guión del largo, de esta manera se creará un vínculo de familiaridad y empatía entre los actores y el director. Los primeros encuentros pensados como momentos de compartir se llevarán a cabo en diferentes locaciones que sí aparezcan en el proyecto, sitios como teatros, parques, casas, hoteles, discotecas y miradores, habrá bebidas y snacks. Al finalizar cada una de estas sesiones se hará un análisis del texto de alguna de las escenas del largometraje y al final se compartirán reflexiones entre las historias reales y la historia ficticia. A medida que vayan avanzando los encuentros se pondrán en práctica los diálogos de los personajes sin que los actores conozcan los textos literales, se le presentarán las situaciones y recordarán brevemente las experiencias que inspiraron dicha escena, se le dará la libertad a cada uno de ellos para usar su lenguaje e interpretar libremente, reaccionar y responder de diversas maneras ante cada frase, pero se les pedirá practicar en diferentes intensidades o estados emocionales. Para la fase final se profundizará en el contacto físico entre los personajes, primero realizando ejercicios de cercanía

como sesiones de baile, de masajes corporales y de yoga, aumentando progresivamente el nivel de intensidad, hasta llegar a la suficientemente confianza como para practicar las escenas de encuentros íntimos. Las prácticas se realizan con ropa y con la compañía de un coordinador de intimidad.

## **Investigación**

### **Objetivo general**

Crear un guion de largometraje y su respectivo teaser, donde se pueda evidenciar como el videoclip podría ser un genero cinematográfico.

### **Objetivos específicos**

- Explorar las teorías que se han escrito sobre el videoclip desde la mirada del cine, con el propósito de analizar si podría ser o no un género cinematográfico.
- Escribir el guión del largometraje *When the Light Takes Us*, para ejemplificar porque el videoclip podría ser un género cinematográfico.
- Repasar la influencia estética y narrativa del videoclip sobre el lenguaje cinematográfico y viceversa, para comparar los resultados de dicha investigación, con mi proceso de rodaje para el teaser del largometraje de *When the Light Takes Us*.

### **Planteamiento del problema**

En la era contemporánea, el videoclip ha trascendido su función original como medio publicitario, convirtiéndose en una forma de arte en sí misma, con una estrecha relación con el cine. Según Carol Vernallis, en *Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context* (2004), esta evolución ha sido significativamente influenciada por la llegada de la era digital y la interacción de la música con otros medios visuales, como la publicidad, los noticieros, el Internet

y, por supuesto, el cine. Vernallis señala que, a pesar de las numerosas discusiones sobre cómo el cine ha adoptado elementos del videoclip, aún no se ha realizado un análisis detallado de un video musical en particular que respalde su hipótesis sobre cómo este formato ha transformado las dinámicas de producción, distribución y consumo de las artes, especialmente las audiovisuales. En su obra, dedica un capítulo completo al análisis profundo de ciertos videoclips que ilustran por qué la frontera entre cine y videoclip es cada vez más difusa. Entre los videoclips que analiza, se encuentran *Mercy Street* (1986) de Peter Gabriel, *Cherish* (1989) de Madonna, y *Get Off* (1991) de Prince.

Comparto la perspectiva de Vernallis, ya que, a pesar de la relevancia del videoclip en la cultura popular contemporánea, su estudio desde una perspectiva académica ha sido limitado, especialmente en nuestro idioma. Esta falta de investigación impide una comprensión más profunda de cómo los videoclips dialogan con el cine, generando debates entre críticos, cinéfilos y realizadores sobre si hoy en día **el videoclip es cine o si el cine es videoclip**, sin llegar a un consenso claro. Por ejemplo, en *Music Video and the Politics of Representation* (2011), Diane Railton y Paul Watson afirman que el videoclip es tan importante para el cine, la televisión y la literatura como lo son estas artes para el videoclip. Sin embargo, señalan que el videoclip no ha sido abordado de la misma manera, en parte porque la crítica académica del videoclip musical suele subsumirse dentro de relatos sobre MTV y sus propiedades estéticas posmodernas. En este sentido, Railton y Watson destacan que los estudios sobre el videoclip han priorizado su imagen por encima de su narración, lo que ha llevado a subestimar su importancia en la narrativa cinematográfica actual.

Mi trabajo de grado no pretende ofrecer una respuesta definitiva a estas cuestiones, sino que busca contribuir al estudio del videoclip mediante una recopilación de información y un

análisis que aborden este vacío investigativo en nuestro idioma, evaluando teorías ya propuestas. Estas ideas se pondrán a prueba en la creación de un guion para largometraje y un teaser, que ilustrarán cómo el videoclip ha influido en la narrativa cinematográfica.

Es importante mencionar que mi interés por el estudio del videoclip no se limita a este enfoque teórico. Como músico, el videoclip ha sido un medio natural para aplicar los conocimientos adquiridos en mi formación cinematográfica. Además, el videoclip me ofrece un espacio para experimentar con la imagen y la narración en un formato breve. Mientras que un espectador acostumbrado al cine hegemónico<sup>6</sup> podría sentirse abrumado con una película de dos horas que presente una experimentación formal, como *2001: A Space Odyssey* (Kubrick, 1968), es más probable que tolere entre tres y diez minutos de esas mismas características en un videoclip. Este razonamiento me motiva a desarrollar un guion para largometraje inspirado en los conceptos del videoclip, mientras me planteo las preguntas que guían esta tesis: ¿De dónde surge el videoclip? ¿Qué lo hace igual o diferente al cine?

### **Marco teórico: el videoclip vs. el musical**

#### **Características tradicionales que hacen a un género cinematográfico**

En el libro *Film Studies: An Introduction* (2010), Ed Sikov escribe sobre los géneros cinematográficos a partir de tres cualidades tradicionales: **convenciones**, **repeticiones** y **variaciones**. Al referirse a las convenciones, Sikov habla de aquellos elementos típicos que asociamos inmediatamente con un determinado género. Por ejemplo, en el caso del cine musical, pensamos en baile y música. Estas primeras imágenes que nos vienen a la mente son convencionales porque se basan en la repetición y variación, en lugar de la singularidad. Son convenciones familiares y reconocibles, no invenciones puras o inéditas.

---

<sup>6</sup> Un tipo de cine que domina o ejerce un control predominante en una determinada industria cinematográfica o en un contexto cultural específico, es decir un cine que se realiza bajo las tendencias dominantes en la industria del entretenimiento, como el cine de superhéroes.

Sikov explica que cualquier persona podría inventar una palabra completamente nueva, pero nadie sabría lo que significa hasta que ese término sea acuñado o aceptado de manera general. Según él, es la naturaleza repetitiva del lenguaje lo que le otorga significado y capacidad de comunicación. Lo mismo ocurre con los géneros cinematográficos: cuanto más se repite una característica, más cercana está a convertirse en un elemento definitorio de un género.

En el cine *slasher*, por ejemplo, se repiten elementos como la figura de un asesino en serie, un grupo de adolescentes promiscuos y la típica "final girl" que sobrevive. Películas como *Scream* (1996), de Wes Craven, se autoparodian al emplear estas repeticiones, utilizándolas no solo como elementos clásicos del subgénero de horror, sino también como una herramienta de sátira hacia el cine de género, logrando que *Scream* cruce sutilmente del horror a la comedia.

Algunos podrían argumentar que *Scream* no representa un cruce de géneros propiamente dicho, sino una variación dentro del mismo género, con una sutil modificación en medio de sus repeticiones. Un ejemplo similar es *A Nightmare on Elm Street* (1984), también de Wes Craven, considerado un clásico del *slasher*. En este caso, el asesino en serie no es humano, sino una entidad sobrenatural que ataca a través de los sueños, lo que introduce características del cine surrealista o fantástico. A pesar de esta variación en el villano, sigue siendo una película de *slasher*.

Un caso más extremo sería *Cowboys & Aliens* (2011), de Jon Favreau. Esta película cumple con muchas de las características repetitivas del cine western, pero incorpora elementos de ciencia ficción, como armas futuristas, alienígenas y naves espaciales. ¿Es un western o una película de ciencia ficción? En realidad, no es ni una cosa ni la otra, sino el resultado de ambas, lo que nos lleva al siguiente punto.

### **Semántica y sintáctica**

La semántica y la sintáctica son conceptos tomados de la lingüística que se aplican al estudio de los géneros cinematográficos para definir metafóricamente el lenguaje del cine. Aunque tradicionalmente se asocian con el estudio del lenguaje verbal, su aplicación al cine permite una comprensión más profunda de cómo las películas comunican significados y estructuran sus narrativas. Así lo explica Rick Altman en su ensayo *A Semantic/Syntactic Approach to Film Genre* (1984).

Por otro lado, Ed Sikov utiliza los conceptos de semántica y sintáctica para dar sentido al cruce de géneros. Según Sikov, los críticos que estudian los géneros cinematográficos desde una perspectiva semántica se centran en las similitudes de personajes, ubicaciones o estilos de iluminación que cada género presenta. La semántica se ocupa del significado de palabras, frases, signos y símbolos. En el cine, esto se traduce en el análisis de los elementos visuales, sonoros y narrativos que conforman el significado de una película. Cada género cinematográfico utiliza una semántica particular, un conjunto de signos y símbolos recurrentes que el público aprende a reconocer y que ayudan a definir dicho género. Por ejemplo, Lorena García Blanco, en su trabajo de grado: *El Film Noir* de la Universidad de Salamanca, define el cine negro como un género fundamentalmente visual, caracterizado por la fotografía en blanco y negro, planos en contrapicado, primeros planos recurrentes de objetos o angulaciones subjetivas, entornos urbanos nocturnos y lluviosos, música jazzística, una villana *femme fatale* y policías o detectives que deben resolver misterios (García, L., 2023). Véase de ejemplo *Double Indemnity* (1944) dirigida por Billy Wilder o *Smooth Criminal* (1988) de Michael Jackson.

En contraste, los eruditos orientados a un enfoque sintáctico describen los géneros en términos de relaciones variables entre elementos estructurados y ordenados. En lugar de

centrarse en lo que permanece constante dentro de un género, los críticos sintácticos examinan un conjunto de películas mucho más fluido y cambiante como constituyente de un género en constante metamorfosis. Esto se debe a que la sintáctica estudia la disposición de las palabras en una oración y cómo esa disposición contribuye al significado, es decir, el orden en el que se utilizan las palabras y la oración en la que se encuentran. Traducido al cine, esto se relaciona con la estructura narrativa y el montaje; cómo se organizan las escenas, los cortes y las secuencias para contar una historia.

Otro concepto que puede ampliar esta idea es el paratexto, noción teorizada y acuñada por el filósofo francés Gérard Genette en 1987. Aunque esta teoría está diseñada específicamente para la literatura, puede aplicarse a otros medios. Gérard Genette explica que la paratextualidad consiste en un texto verbal con una determinada significación que no adquiere su significado por sí sola, sino que lo obtiene a través de los elementos que la rodean, como el nombre del autor, el título, el prefacio o las imágenes (Genette, 1987). Es decir, elementos adicionales que enmarcan la obra y pueden cambiar la interpretación de lo que estamos leyendo, viendo o escuchando. Por ejemplo, no es lo mismo leer *Drácula* en formato de novela que en formato de cómic, o ver una película sin sonido, escuchar un álbum sin portada, o escuchar una canción por primera vez con su videoclip. Podríamos decir que lo que una imagen es para la música, o viceversa, es equivalente a la paratextualidad en una obra literaria, o desde una perspectiva más técnica, al *Efecto Kuleshov* en el cine. Esto se refiere a cómo una imagen, al seguir a otra, puede alterar la interpretación de la siguiente. No se trata solo de la imagen, sino de todo su montaje, incluyendo el color y el sonido.

Rick Altman explica en su ensayo *A Semantic/Syntactic Approach to Film Genre* (1984) que, en el western, el caballo sirve como medio de transporte. Este primer nivel de significado,

correspondiente a la extensión normal del concepto "caballo" en el lenguaje, se complementa con otros significados derivados de las estructuras en las que el western sitúa al caballo. El paralelo entre el caballo y el carro (por ejemplo, "este carro tiene un motor de 50 caballos de fuerza") refuerza el sentido orgánico, no mecánico, del término "caballo" ya implícito en el lenguaje, trasladando así el concepto del paradigma "caballos de fuerza" al paradigma "método de locomoción". Así, una serie como *The Mandalorian* (2019-2023), creada por Jon Favreau, podría considerarse un western porque cumple con muchas de sus características: lucha contra rebeldes, terrenos desérticos, personajes varoniles como *Din Djarin*<sup>7</sup>, aventuras, música inspirada en el folclore de la época y, por supuesto, "caballos", aunque en este caso reemplazados por máquinas, como naves espaciales. Las naves en *The Mandalorian* son una representación futurista del caballo, cumpliendo la misma función: transportar. No obstante, la serie podría formar un subgénero con un nombre paradójico: el western espacial, ya que semánticamente utiliza elementos clásicos del western, pero sintácticamente aplica técnicas de fotografía, CGI y animación para narrar una historia que se desarrolla en el espacio.

De manera similar, las películas de horror heredan de la tradición literaria del siglo XIX su dependencia de la presencia de un monstruo. Al hacerlo, perpetúan claramente el significado lingüístico del monstruo ("ser inhumano amenazante"), pero al desarrollar nuevos lazos sintácticos, generan un conjunto importante de nuevos significados textuales. Para el siglo XIX, la aparición del monstruo está invariablemente vinculada a un exceso romántico, el intento de algunos científicos humanos de desafiar el orden divino. Con el cine de terror, una sintáctica diferente representa la monstruosidad no con la mente del siglo XIX, sino con una del siglo XXI. Es decir, el monstruo no tiene que identificarse con el apetito animal insatisfecho de su contraparte humana; puede explorar significados textuales completamente nuevos. En las

---

<sup>7</sup> Protagonista de la serie *The Mandalorian*.



películas de horror actuales, el monstruo a menudo ya no es un ser sobrenatural extraído de la literatura gótica clásica, sino que puede ser un ser humano común y corriente, donde el monstruo es su propia personalidad interior o una identidad metafísica. Un ejemplo de esto es la película *Donnie Darko* (2001), dirigida por Richard Kelly, en la que el monstruo no es un ser real, sino una entidad que vive en la mente del protagonista.

### **Evolución de géneros**

Rick Altman, en su artículo *A Semantic/Syntactic Approach to Film Genre* (1984), afirma que los géneros cinematográficos definidos por Hollywood no pueden ser considerados como una definición absoluta. Mientras un género se consolida, otro puede desarrollarse lentamente a partir de este, transformándose constantemente antes de establecerse en un patrón familiar. Al mismo tiempo, un tercer género puede pasar por una serie de paradigmas extendidos, ninguno de los cuales puede considerarse dominante, lo que lleva a la evolución de nuevos géneros a través de una interacción entre lo semántico y lo sintáctico.

Un ejemplo es el cine musical, donde el término "musical" se utiliza para describir cualquier obra que, para narrarse, requiera de un elemento musical como el canto. También se refiere a los musicales clásicos de Broadway, muchos de los cuales fueron adaptados al cine y se caracterizan por sus números coreográficos. Mientras el cine musical prosperaba en las décadas de 1950 y 1960, el cine experimental desarrollaba la video danza. Helen Westgeest, en su libro *Video Art Theory: A Comparative Approach* (2015), nombra a Maya Deren como una cineasta experimental pionera que sentó las bases de este género (Westgeest, 2015). Su película *The Very Eye of Night* (Deren, 1955) se estrenó al mismo tiempo que el musical *Jupiter's Darling* (Sydney, 1955), mientras un tercer tipo de obra audiovisual, los video conciertos de artistas como James Brown o Elvis Presley, pasaba por su propio proceso evolutivo con fines publicitarios.

En años posteriores, algunos artistas fueron influenciados directamente por estas obras para la creación de videoclips. Un ejemplo es el video musical de *Swoon* (2010) de The Chemical Brothers, que guarda una notable similitud con *The Very Eye of Night* (1955) de Maya Deren. Este desarrollo no habría sido posible sin un puente entre formas audiovisuales diversas como el cine musical, la video danza y el video concierto. Artistas como Prince y Michael Jackson lograron esta síntesis, interactuando con elementos semánticos y sintácticos de varios géneros para dar forma al videoclip tal como lo conocemos hoy. *Thriller*, por ejemplo, toma elementos semánticos del cine musical y del cine de horror apocalíptico, como la danza y los zombis, y los combina con elementos sintácticos de la video danza, como el montaje rítmico y la narración anacrónica. De esta manera, podría teorizarse que el videoclip es un género cinematográfico que ha evolucionado no solo desde el cine musical, sino también a partir de otros géneros.

En el libro *La dictadura del videoclip: Industria musical y sueños prefabricados* (2015), Jon E. Illescas define el videoclip como un formato audiovisual que comenzó a desarrollarse entre finales de los años 40 y mediados de los 70. Según Illescas, el videoclip es el resultado de una armonización entre el performance, los videos publicitarios, los videos experimentales y el cine musical, vinculados a la venta de merchandising, la narración audiovisual, el ritmo del montaje y los efectos visuales provenientes de los videos abstractos de la primera ola de vanguardistas (Illescas, 2015). Illescas distingue dos tipos de videoclips: **descriptivos y narrativos**. El primero, al que también denomina contemporáneo comercial, se caracteriza por la relación temática entre las imágenes y la música, sin seguir una narrativa lineal, y está más influenciado por el performance y los videos publicitarios. En contraste, el videoclip narrativo tiene mayor influencia del cine musical y los videos experimentales, presentando una estructura

más cercana a la de un cortometraje, con personajes, conflicto y resolución. Illescas señala como ejemplo de videoclip descriptivo a *Bohemian Rhapsody* de Queen, estrenado en el programa *Top of the Pops* de la *BBC* con fines publicitarios, y como ejemplo de videoclip narrativo a *Thriller* de Michael Jackson, dirigido por John Landis, debido a su desarrollo de personajes y una progresión temporal más clara, permitiendo a los espectadores seguir una historia completa (Illescas, 2015).

### **Teoría del videoclip**

En 2017, John Landis fue entrevistado por la revista *The Guardian* para hablar sobre el aniversario de *Thriller*. En dicha entrevista, comentó que la Academia consideró nominar *Thriller* para los premios Óscar. Sin embargo, esto no fue posible debido a que las normas exigen que el estreno sea en salas de cine, y *Thriller* se había lanzado primero en MTV (Landis, 2017). Aun así, Michael Jackson logró que el videoclip dejara de ser una mera extensión musical con fines publicitarios para convertirse en un medio de expresión que amplifica las ideas ya plasmadas en la música. Desde entonces, la importancia del videoclip en la carrera de un artista ha sido tal que este cortometraje se convirtió en el primer videoclip incluido en el *National Film Registry* por la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos, como “cultural, histórica o estéticamente significativo” (LOC, 2009).

Después de *Thriller*, la inversión en los videoclips cambió radicalmente. Hasta entonces, los videoclips costaban menos de cinco mil dólares, y los blockbusters no superaban los veinte millones. Pero Michael Jackson demostró que invertir un presupuesto exorbitante de medio millón de dólares en un video de 14 minutos podía ser rentable. El resultado fue impresionante: solo en salas de cine recaudó 27 millones de dólares, a pesar de que ya se transmitía continuamente en televisión. Esto sin contar las regalías obtenidas por más de mil millones de

reproducciones en YouTube (y aumentando), y más de un millón de copias vendidas en formato físico.

En el documental *Bad 25*, dirigido por Spike Lee en 2012, Martin Scorsese recuerda cómo, durante el rodaje del videoclip *Bad* (Scorsese, 1987), Michael Jackson se replanteó el concepto del videoclip, preguntándose: ¿qué es?, ¿cómo se hace? y ¿para qué sirve? Estas preguntas lo llevaron a referirse a sus obras audiovisuales como cortometrajes, en lugar de videoclips, diferenciando su trabajo del de otros artistas de su generación (Lee, 2012).

Desde mi perspectiva, antes de este acontecimiento, el videoclip se acercaba más a lo descriptivo que a lo narrativo, con el único objetivo de promover un lanzamiento discográfico. Sin embargo, Michael Jackson fue más allá e introdujo un nuevo tercer medio: primero teníamos la música como música, luego el cine como cine, y finalmente *Thriller*, que hizo un intercambio entre ambos, **la música como cine y el cine como música**. Marta Tarín Tañadas explica en su tesis doctoral *La evolución del videoclip narrativo: la simbiosis orgánica del relato cinematográfico y el video musical en el videoclip* (2016) dos características que distinguen al videoclip puro del videoclip cinematográfico. Primero, señala que el videoclip inicialmente se concebía únicamente con fines promocionales y de amplia difusión, pero en la actualidad también se considera una creación artística con una finalidad promocional limitada. Es decir, para el artista es más importante la correlación conceptual entre la imagen y la música que su impacto de popularidad. Esta forma de pensar el videoclip suele desarrollarse de manera paralela, como si un director hiciera el bosquejo o el dossier de su obra cinematográfica. En segundo lugar, Tañadas destaca que el videoclip se diferencia del cine musical en que, en la mayoría de los casos, en el cine musical primero se escribe el guion y luego se compone la banda

sonora, mientras que en el videoclip ocurre lo contrario (Tañadas, M., 2016). En otras palabras, la forma en que se produce un videoclip está profundamente relacionada con la sinestesia (un tema que profundizaremos más adelante).

Richard Davis, en su libro *Complete Guide to Film Scoring* (2010), resalta un punto importante sobre este proceso, explicando que la creación de una banda sonora para un musical es diferente a la de otros géneros. El director no desarrolla la música desde el principio, sino que se enfoca en aspectos técnicos, como si la música será vocal o instrumental, orquestada o interpretada por un solo músico, y cómo se grabará, es decir, elementos que influyen en el presupuesto (Davis, R., 2010).

Rafael del Villar Muñoz, en su libro *Trayectos en semiótica filmico/televisiva* (1994), también explica que el cine musical y el videoclip se diferencian drásticamente. En el cine musical, la estructura narrativa descansa sobre las piezas musicales, es decir, la historia depende de los momentos en que la música se integra a la trama. En cambio, en el videoclip, la música juega un papel protagonista durante toda la obra, articulando los diferentes niveles narrativos (Muñoz, R., 1994). Esto nos ayuda a entender por qué películas como *Pink Floyd: The Wall* (Parker, 1982) son cine musical, ya que su narrativa depende más de las ideas plasmadas en el guion que de las canciones y sus composiciones originales. De hecho, en *Pink Floyd: The Wall*, muchas canciones fueron modificadas para adaptarse al guion escrito por Roger Waters, es decir, la música sirve a los elementos visuales, y no al revés, como ocurre en los videoclips.

Michel Marie, en *Análisis del film* (1990), sugiere que en el cine musical la música juega un papel secundario, ya que el protagonismo lo tiene la danza a través de la coreografía, mientras que en el videoclip, los aspectos visuales y el movimiento están en sincronía con la música

(Marie, M., 1990). Si quitáramos la escena de baile en *Thriller*, el videoclip seguiría funcionando narrativamente, mientras que si elimináramos una escena coreográfica en *High School Musical* (Ortega, 2006), muchos sucesos perderían coherencia. Además, en el cine musical, la banda sonora se compone como un *scoring*<sup>8</sup>, donde la transcripción musical rigurosa<sup>9</sup> es compuesta a partir de un guion pensada para ser insertada en la película de manera extradiegética, aunque los personajes canten dentro de la ficción, como ocurre en *Saturday Night Fever* (Badham, 1977). La música, fuera de la película, perdería peso narrativo, a diferencia del videoclip, donde la música puede sostener la narrativa por sí sola, como en el caso del álbum *If I Can't Have Love, I Want Power* (2021) de Halsey y su película homónima dirigida por Colin Tilley.

Una definición que entra en conflicto con este planteamiento se encuentra en el libro *Mutaciones del cine contemporáneo* de Jonathan Rosenbaum, donde se define al musical como cualquier película conducida por la música y la danza. Es decir, un tipo de cine en el que la canción y el baile tienen una relación emocional y metalingüística, además de funcionar como guías de la imagen, ocupando un lugar central (Rosenbaum, J., 2010). Esto resulta confuso, considerando que cualquier tipo de cine podría usar la música en un primer plano sin ser necesariamente cine musical o videoclip. Por ejemplo, en el *prólogo expositivo*<sup>10</sup> de la película *Baby Driver* (Wright, 2017), el protagonista, "Miles Baby", camina y baila al ritmo de la música que escucha en sus audífonos, pero la película está categorizada como un action film. Para explicar este fenómeno encontré dos respuestas.

La primera la ofrece Hernán Velásquez en su tesis *El videoclip: Relación rítmico-visual y su narrativa aplicada en la Puesta en Escena* (2018), donde define el videoclip como el resultado de una imagen concebida con un componente rítmico que alude al espacio (Velásquez,

---

<sup>8</sup> Música de orquesta compuesta exclusivamente para una película ya en fase de postproducción.

<sup>9</sup> Partitura que incluye una serie de notas musicales, acordes, figuras, armonías y progresiones.

<sup>10</sup> Escena de apertura que brinda el contexto para el protagonista de la trama.

H., 2018). Refiriéndose al "espacio" como la perspectiva que tenemos sobre un contexto: el lugar, los planos y el formato que se usan para contar una historia. Velásquez también habla de una percepción pulsante, como la sinestesia, que en sus palabras es "una imagen concebida como música visual". Esto se traduce en un montaje completamente rítmico<sup>11</sup> y métrico<sup>12</sup>, donde las imágenes secuenciadas crean leves asociaciones de acontecimientos, pequeños fragmentos que podrían definirse como un único momento. Esto ayuda a entender por qué la definición de Rosenbaum no aplica completamente al cine musical. *Baby Driver* cuenta con esos elementos, pero carece de las otras características que propone Velásquez y que ayudan a diferenciar el videoclip del cine musical o del cine tradicional donde simplemente se añade música extradiegética.

La segunda explicación proviene del libro *Los géneros cinematográficos* (1999) de Rick Altman, quien sostiene que en el cine no existen géneros precisos. No hay un cine documental o de ficción, ni cine musical o de vaqueros, ya que estos no son etiquetas ni términos descriptivos, sino un concepto complejo de múltiples significados acordados entre los autores de la obra, los distribuidores, los exhibidores e incluso los consumidores (Altman, R., 1999). Es decir, que en la industria se define si una película pertenece a un género o no, dependiendo de un acuerdo de conveniencia para vender el producto.

Otro punto esencial para comprender la diferencia entre un musical y un videoclip es entender que la narrativa en las películas se construye a partir de muchos momentos, que conforman una macrohistoria. En cambio, en un videoclip, una historia podría desarrollarse en un único momento, es decir, en un formato de menor duración como un cortometraje. Esta historia puede contarse de diversas formas en un videoclip. Una es a través de la palabra, ya sea

---

<sup>11</sup> Un montaje rítmico es donde la acción determina el corte.

<sup>12</sup> Un montaje métrico es donde el sonido determina el corte.

en texto oral (lo cantado) o en texto escrito, como en los *lyric videos*<sup>13</sup>. Un ejemplo de esto es el videoclip de *Sign O' The Times* (1987) de Prince, registrado como el primer *lyric video* en la historia. Otra manera es a través del espacio, como lo define Velásquez. No es lo mismo presentar a un cantante interpretando una canción nostálgica en un bosque que en una cocina; en un plano general o medio; en una pantalla de cine o en la de un celular, ya que el espacio influye en la percepción o la idea que transmite el videoclip.

Carol Vernallis, profesora adjunta en el Departamento de Estudios Culturales y Literatura Comparada de la Universidad de Minnesota, profundiza en esta idea en su libro *Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context* (2004). Vernallis teoriza sobre cómo la música y las imágenes pueden relacionarse en un videoclip de manera similar a como ocurre en el cine, pero con un propósito distinto. En el capítulo seis, "Interlude: Space, Color, Texture, and Time", Vernallis reflexiona sobre la relación entre el tiempo y el espacio en el contexto de los videos musicales, planteando si el tiempo organiza el espacio o viceversa. Explora cómo se experimenta el espacio en un videoclip, comparándolo con la experiencia del cine tradicional de Hollywood. Según ella, mientras que el cine de Hollywood tiende a desarrollar gradualmente la trama y los personajes a través del movimiento de la cámara, el videoclip se enfoca en el flujo y la transformación del espacio en respuesta a la música. En otras palabras, en un videoclip, la música es el equivalente al guion en las películas, ya que define el lugar y las acciones en las que se desarrolla la historia.

El capítulo también destaca la relación especial entre la música y la imagen en los videoclips. Según Vernallis, la música guía la experiencia del espectador a través de los espacios visuales. Por ello, los videoclips aprovechan al máximo el montaje alterno y las deformaciones espaciales como medio de narración inmersiva. Esto contrasta con el cine tradicional, donde la

---

<sup>13</sup> Videoclips acompañados por las letras de la canción como gráficos animados.



edición y los espacios deben ser lo más verosímiles posible para que la narración sea coherente. En cambio, los videoclips no buscan la verosimilitud, sino amplificar las emociones de la canción hasta el punto de alterar la percepción del tiempo y el espacio del espectador, logrando que la temporalidad narrada en minutos sea creíble. Esto se debe a que el videoclip no tiene la misma duración que una película, lo que le impide mostrar con el mismo detalle los lugares habitados por los protagonistas.

Carol Vernallis hace referencia a la visión del geógrafo cultural Yi Fu Tuan, quien describe el espacio como **un área de movimiento y dirección**, mientras que el lugar es **una puntualización del valor habitable**. Es decir, en el videoclip, el enfoque suele estar en el espacio más que en el lugar, porque la imagen está en constante flujo, raramente ofreciendo un espacio habitable. Un ejemplo claro de esto es el videoclip *Black or White* (1991) de Michael Jackson, en el que el protagonista salta de una locación a otra y del día a la noche en cuestión de segundos, asimilándose más a un video collage que a una película de cine musical, a pesar de compartir elementos como la coreografía. Sin embargo, esto no le resta a la música su poder narrativo; al contrario, la imagen no contradice la idea central, sino que la expande. El placer del videoclip radica en capturar una forma de sentir el sonido y reinterpretarlo en un nuevo entorno. Esta construcción audiovisual se acerca más a la narrativa poética establecida por cineastas como Andréi Tarkovski, y no tanto al cine hegemónico.

Otro elemento formal que separa y a la vez une el cine musical y el videoclip son sus objetivos de distribución. Mientras que los videoclips descriptivos buscan alcanzar el mayor impacto instantáneo posible, aprovechando el boca a boca y las plataformas digitales como principal fuente de transmisión, los videoclips narrativos siguen un modelo de distribución más similar al del cine, utilizando salas de cine, la televisión o plataformas de streaming, como

*Lemonade* (2016) de Beyoncé en *HBO* o *Song Machine* (2020) de Gorillaz en *Netflix*. Esta reproducibilidad del videoclip descriptivo está más cercana al consumo masivo, como señala el diccionario de la RAE: "los videoclips se registran generalmente con fines promocionales". En otras palabras, su principal necesidad es atraer y retener la atención sobre la canción que se está promoviendo. La carga simbólica del sencillo precede a la creación del videoclip, pues este ya contiene un significado propio para el consumidor, en coherencia no solo con lo musical, sino también con la visión del intérprete o compositor. Además, el videoclip a menudo promociona productos, como ropa de diseñador, perfumes o automóviles, lo que lo conecta directamente con la industria de la publicidad.

Es importante destacar que el videoclip puede transmitir múltiples significados o sentimientos subjetivos, que varían según el espectador, el contexto generacional o geográfico, dotando a la obra de un significado amplio. Cada género musical también está ligado a una estética influenciada por movimientos culturales. Por ejemplo, durante los años 70, los videoclips de heavy metal estaban dominados por la idea de la "experiencia real" o la "vivencia reproducible", como los conciertos. Las bandas presentaban sus videoclips de manera performativa, con una interpretación directa a cámara, planos fijos y pocos cortes, enfatizando que eran músicos auténticos y no actores, como se puede observar en el videoclip de *Paranoid* (1970) de Black Sabbath.

En contraste, *Thriller* (1982), un videoclip de pop, se inspira en el cine de horror y presenta al artista como una figura sobrenatural, una superestrella inalcanzable. Además, *Thriller* incluye elementos que lo vinculan con el videoclip cinematográfico, como ya se ha dicho; su narración, montaje rítmico, comercialización en salas de cine, el uso del arte, la arquitectura, la actuación y el diseño de vestuario concebidos de forma conceptual. Deborah Landis, diseñadora

de vestuario de *Thriller*, declaró en una entrevista para *Vanity Fair*: "para crear el icónico vestuario, me inspiré en la idea de mostrar a Michael Jackson como un superhéroe, ya que mientras observaba las prácticas de la coreografía y las ideas propuestas por Michael sobre los colores predominantes del cortometraje, pensé en usar una imagen que lo reivindicara como el protagonista" (Parga, M., 2018). Además, Michael Jackson utiliza la danza y el poder de la coreografía para destacar que su autenticidad no se mide por la realidad, sino por su capacidad de **trascender en la memoria colectiva**.

Este discurso compartido con el cine representa un desafío para definir el videoclip de manera definitiva, ya que su corta duración lo obliga a estar en constante metamorfosis, lo que lo convierte en un campo de experimentación y vanguardia para las técnicas audiovisuales y las tecnologías, véase como ejemplo los videoclips de *Armageddon* (2024) de Aespa y *Vultures* (2024) de Kanye West, que están hechos en su mayoría o su totalidad con AI (inteligencia artificial) tan avanzada, que pone en duda en que punto inicia y terminan los efectos tradicionales, digitales o de AI.

Retomando *Thriller*, también podemos decir que la obra se distingue por su complejidad narrativa, permitiendo que lo conceptual dé paso a una historia clásica, aunque dominada por una narrativa metatextual. Sus tres puntos de giro pueden interpretarse como momentos que representan tres universos divergentes, pero interconectados, que siguen un mismo patrón a medida que se acerca el desenlace. En el primer universo, la protagonista es perseguida por un hombre puma (interpretado por Michael Jackson en el papel de antagonista), pero la escena es interrumpida para revelar que en realidad estaban viendo una película dentro de otra película. A partir de aquí, entramos en el segundo universo, que finaliza de manera similar, con la protagonista a punto de ser atrapada por un zombie, también interpretado por Michael Jackson.

Justo antes de que eso ocurra, la escena se corta para revelar que era todo un sueño de la protagonista. Finalmente, llegamos al tercer giro, en el que Michael Jackson, con los ojos de hombre puma, mira directamente a la cámara, rompiendo la cuarta pared y cerrando el relato. Este tipo de narrativa metatextual ha inspirado a otras producciones clásicas de terror, como *Twin Peaks: Fire Walk with Me* (Lynch, 1994) o *In the Mouth of Madness* (Carpenter, 1994).

El impacto de *Thriller* es evidente en los testimonios de importantes directores de cine como Brian Grant y Spike Jonze, quienes coinciden en que este videoclip marcó un antes y un después en la industria musical. Ambos sostienen que *Thriller* fue un punto de inflexión, como expresaron en el artículo del periódico *The Guardian* titulado *How Michael Jackson's Thriller changed music videos forever* (Hebblethwaite, 2013). Asimismo, Vicente Benavent asegura en su artículo *Thriller, el videoclip con que Michael Jackson lo cambió todo* (2018), que el legado de la obra es relevante, influyente, mítico y único. Tanto, que gracias a *Thriller*, artistas como Pharrell Williams, Daft Punk, David Guetta o Prince pudieron desarrollar sus propios estilos audiovisuales (Benavent, 2018). Un claro ejemplo de este impacto es que, para muchas personas, la imagen de un zombie está más asociada a *Thriller* que a la película *Dawn of the Dead* (Romero, 1978). De hecho, no sería raro que Shinji Mikami, el creador de *Resident Evil* (1996), se inspirara de *Thriller* para el diseño de los personajes del videojuego, ya que este se estrenó cuando se encontraba en su adolescencia. Y es que en Asia, también hubo un fuerte impacto de Michael Jackson a través de *Thriller*. Joseph Kahn, director de videoclips y cineasta surcoreano, ha expresado en numerosas ocasiones su admiración por Michael Jackson. Kahn destaca cómo *Thriller* estableció un estándar para los videoclips, inspirando a generaciones de artistas de K-Pop y a sus directores a crear contenido visualmente impactante y narrativamente convincente. En el podcast de *Indy Mogul* (2019), Kahn señaló un aspecto clave de *Thriller*: la representación

de dos jóvenes afroamericanos como protagonistas en una época en la que no era común ver a personas no blancas en roles protagónicos, especialmente en un contexto tan mainstream. Ambientado en la década de los 50, una época marcada por la violencia racial en Estados Unidos, *Thriller* muestra a Michael Jackson y Ola Ray como jóvenes normales, y no estereotipados como provenientes del gueto. Kahn también subraya la diversidad en el videoclip, con bailarines de diferentes géneros y razas, algo que rompe con las normas de la época. Además, destaca que el director John Landis entendió que el videoclip debía girar en torno a Michael Jackson, no a la visión del director, lo que permitió que la música y la figura del artista fueran los elementos centrales. Kahn afirma que muchos directores de videoclips se enfocan tanto en la técnica o en los efectos especiales que descuidan la conexión emocional que debe existir entre el artista y su público. Esto es lo que hizo *Thriller* tan exitoso: su autenticidad.

Por otro lado, Kim Sung Wook, otro director surcoreano y responsable de videoclips de grupos como BTS, SuperM, Red Velvet y BIG BANG, ha descrito en el documental *The Production of a K-Pop Music Video* (2021) su enfoque en la producción de videoclips. Kim explica que la preproducción de un videoclip puede durar hasta dos semanas y que el rodaje involucra a un equipo de entre 50 y 100 personas, comparable a producciones de cine de alto presupuesto en Colombia. Un aspecto fundamental para Kim es que la música siempre debe guiar la producción del videoclip, y no al revés, como ocurre en el cine musical. Mientras que en el cine las canciones y coreografías se adaptan a la cinematografía, en los videoclips la cinematografía debe adaptarse al ritmo y compás de la música. Por esta razón, Kim afirma que sus guiones son en formato de storyboard, ya que la narrativa en un videoclip no se basa solo en las palabras o acciones, sino en el ritmo de la canción. Esto asegura que cada aspecto técnico,

desde los ángulos de cámara hasta las transiciones, esté en armonía con la música, algo que sería difícil de capturar en un guion literario.

Esto refuerza la teoría de que el videoclip es una forma vanguardista y sinestésica del cine, donde el protagonista no es un "cuerpo" (entendido como actor), sino la música. A diferencia del cine musical, donde el protagonista es el actor; el videoclip podría definirse como un modelo de cine sensorial y perceptual, en el que la trama se construye a partir del sonido y no de un guion literario, como ocurre en el cine musical. Michel Chion, en su libro *La Música en el Cine* (1997) también explora la idea de que la música puede actuar como un personaje dentro del cine. Él explica que esto ocurre cuando la música no solo acompaña la acción, sino que se convierte en un elemento activo que influye en el curso de la narración o refleja aspectos profundos de los personajes (Chion, 1997). Un ejemplo claro de esto se puede encontrar en películas de David Lynch, donde la música y el diseño sonoro están tan entrelazados con el ambiente de las escenas que parecen cobrar vida propia.

En la película *Mulholland Drive* (Lynch, 2001), la música de Angelo Badalamenti actúa como un puente entre la realidad y el sueño, contribuyendo al tono surrealista y psicológico del filme. Aquí, la música no solo acompaña los eventos, sino que juega con las expectativas del espectador, a menudo desorientándolo o sugiriendo significados ocultos que no están presentes en la imagen. La música, en este sentido, se convierte en una extensión de los estados mentales de los personajes, casi como una presencia invisible que influye en la narrativa. Otro ejemplo de ello es Michel Gondry, quien co-dirigió la película *D.A.F.T.: A Story About Dogs, Androids, Firemen and Tomatoes* (2000), basada en el álbum *Homework* (1997) del dúo de música electrónica Daft Punk. En un video de "making of" lanzado para celebrar el 25 aniversario del disco, Gondry explicó que la película no se creó a partir de un guion literario, sino de un

storyboard que incluía las coreografías y la esencia musical o representativa de cada bailarín o actor. A cada uno de ellos se les asignó un ritmo, una melodía, un fragmento de la letra o un instrumento de las canciones, para que pudieran dar vida a ese sonido a través de su actuación o baile. Este formato, en el que la música desempeña un papel fundamental en la narrativa, la actuación y el desarrollo de personajes, fue explorado con mayor profundidad en las dos películas posteriores dirigidas por los propios Daft Punk: *Interstella 5555: The 5tory of the 5ecret 5tar 5ystem* (2003) y *Daft Punk's Electroma* (2006). Incluso usan la música como una herramienta tan esencial para la narrativa del largometraje, que en ambas películas hay una ausencia absoluta de diálogos. Todas las conversaciones que pudieron existir fueron reemplazadas por canciones o efectos de sonido, demostrando así el poder de la música como elemento narrativo dentro del cine. Michel Michel Chion, en su libro *La Música en el Cine* (1997) introduce un concepto que podría explicar esta técnica usada por Daft Punk, él la llama "sincronización audiovisual", la cual describe como la sincronización de eventos sonoros y visuales desde la cinematografía. Un fenómeno que es comúnmente visible en películas de acción o en videoclips, donde los ritmos musicales están perfectamente alineados con la edición de las imágenes para crear un efecto casi visceral (Chion, 1997). Un ejemplo clásico es la persecución de autos acompañada por música frenética, donde la aceleración del ritmo aumenta la sensación de tensión. La música, en este sentido, se convierte en una extensión de la imagen, afectando no solo las emociones del público, sino también el ritmo y la estructura del filme, como un ejemplo impoluto de esto encontramos el videoclip de The Weeknd, *False Alarm* (2016).

Sin embargo, Chion señala que el uso de la música en el cine no siempre tiene que ser sincrónico o evidente. Hay ocasiones en las que la música puede contradecir lo que sucede en la

pantalla, creando una disonancia que añade capas de interpretación y profundidad a una escena. Este tipo de "contrapunto audiovisual" es utilizado en cineastas como Stanley Kubrick, quien en *2001: A Space Odyssey* (1968) yuxtapone la majestuosidad de la música clásica con las frías y distantes imágenes del espacio, generando una atmósfera profundamente irónica y filosófica.

Podríamos decir entonces que, aunque muchos videos musicales adoptan un enfoque visual atractivo a través de imágenes que a veces parecen aleatorias y carentes de una narrativa simbólica —lo que se ha definido como videoclip descriptivo o puro—, ciertos cineastas como Michel Gondry, Vicente Cordero, Chris Cunningham, David Fincher, Jonathan Glazer y Spike Jonze optan por emplear una narrativa cinematográfica con un discurso simbólico. Estos directores se enfocan más en el proceso artístico y la obra en sí, en lugar de priorizar la comercialización del producto. De hecho, estos autores trabajan con las letras de las canciones pensando en una especie de narrativas cinematográficas que representan una realidad simbólica, la cual está implícita en los temas de las canciones, como lo hizo Michael Jackson al representar sus miedos y preocupaciones en *Thriller*.

La complejidad del video musical como texto filmico reside en el “doble guion”: uno que es propuesto por el director a nivel cinematográfico, ya sea un storyboard, un guion técnico o literario, y un segundo que corresponde a la interpretación del texto original de la canción. Este segundo guion es, al igual que las letras musicales, más poético y requiere una gran creatividad visual por parte de los directores de videoclips para su representación. En una entrevista realizada por Marta Tarín Cañadas en 2010, durante la presentación de su película *The Green Hornet* (2011), Michel Gondry afirmó que existe una analogía entre la estructura de las canciones y el proceso de creación cinematográfica: los versos pueden compararse con los actos, los coros con el clímax, y los solos o puentes con una solución al conflicto. Para concluir,



Gondry menciona que, desde su perspectiva, las películas son como videoclips, pero en una escala mucho mayor (Cañadas, 2010).

### **El videoclip como negocio**

En 2017, para celebrar el aniversario de *Thriller*, el videoclip fue presentado en el Festival de Cine de Venecia y el Festival de Cine de Toronto; y en octubre del año siguiente, en una versión 3D remasterizada, fue proyectado en salas de cine de todo el mundo. Esto demostró su longevidad y rentabilidad, algo que pocas películas logran, ya que no todas tienen la oportunidad de ser reestrenadas 40 años después de su estreno original. *Thriller* contó con un impresionante presupuesto de 500 mil dólares, una cifra muy alta incluso para las películas de terror clase B y el cine underground independiente de la época. Cuando Michael Jackson presentó su propuesta a la discográfica *Epic Records*, la cantidad pareció tan elevada que la compañía se negó a hacer la inversión. Sin embargo, Michael Jackson decidió apostar por su visión y financió el proyecto con sus propios ahorros. Contrató a un equipo de cineastas de primera categoría, incluyendo a John Landis como director y a Deborah Nadoolman, quien había diseñado el vestuario de *Raiders of the Lost Ark* (Spielberg, 1981). También contrató a un equipo de 40 maquilladores, y según Landis, fue la producción con el equipo de maquillaje más grande en la historia del cine hasta ese momento (Howell, 2013). Entre ellos estaba Rick Baker, quien diseñó la máscara de hombre lobo que usó Michael Jackson, trayendo su experiencia desde *The Exorcist* (Friedkin, 1973). Para la dirección de fotografía, Jackson llamó a Robert Paynter, quien había trabajado en la icónica película *The Big Sleep* (Chandler, 1978). Esto demuestra la confianza que Michael Jackson tenía no solo en sus capacidades artísticas, sino también en el potencial comercial del videoclip, pues en varias ocasiones rompió su propio récord de haber producido el videoclip más costoso de la historia.

Un ejemplo significativo del legado de Michael Jackson en el ámbito comercial se puede observar en Corea del Sur, actualmente el mayor productor de videoclips en el mundo, tanto en términos de producción como de consumo y retribuciones. La industria del K-Pop ha adoptado las ideas básicas de Michael Jackson y las ha amplificado, convirtiendo los videoclips en una parte esencial de su industria musical. Esto ha transformado el K-Pop en una industria audiovisual, donde los videoclips capturan la esencia tanto de la cultura coreana como de cada artista en particular. El empresario y escritor coreano Andrew Chen afirmó en diciembre de 2019 que "los videoclips son la nueva tecnología de escala". Mencionó que en 2012 el videoclip de la canción *Gangnam Style* de Psy tardó tres años en alcanzar los cinco mil millones de visitas y fue el video más visto en la historia de YouTube, hasta que fue superado por otros dos videoclips de K-Pop cinco años después: *Kill This Love* (2019) de Blackpink y *Boy With Luv* (2019) de BTS. Sin embargo, ambos serían luego superados por *Despacito* (2019) de Daddy Yankee y Luis Fonsi, que logró superar esa cifra en tan solo un año. Este fenómeno es una muestra del creciente auge de los videoclips en el mundo, especialmente en Latinoamérica, donde YouTube es especialmente popular.

Hoy en día, YouTube es el segundo sitio web más visitado del mundo, superando a Facebook y solo por debajo de Google. Jon E. Illescas, en su libro *La dictadura del videoclip: Industria musical y sueños prefabricados* (2015), explica que cada visualización válida en YouTube debe provenir de una cuenta diferente y durar al menos 30 segundos para ser contada. Si comparamos estos números con la población de algunos países para dimensionar el consumo masivo de videoclips, los diez videoclips más vistos del mundo equivalen a la suma de las poblaciones de Estados Unidos, Indonesia, Brasil, Filipinas, México, Pakistán, Nepal y China (Illescas, 2015), es decir, ocho de los diez países más poblados del planeta.

Actualmente, la industria del K-Pop lidera esta plataforma en términos de visitas a videoclips. Cuando la escena surgió a finales de la década de 1990, formó parte de lo que se conoce como la "Ola Coreana" o *Hallyu*, que ha ido en constante crecimiento hasta el día de hoy, llegando a parecer una auténtica fábrica de automóviles. Muchos opinan que, en ocasiones, los videoclips son incluso más importantes que la música misma. La crítica de arte Aja Romano afirma que el K-Pop se ha convertido en un fenómeno global gracias a su mezcla distintiva de melodías adictivas, coreografías y altos valores de producción, así como a un desfile interminable de atractivos intérpretes surcoreanos, quienes pasan años en agotadores sistemas de entrenamiento perfeccionando sus talentos artísticos (Romano, 2018). Por esta razón, algunos fanáticos del K-Pop lo consideran una experiencia trascendental.

Además de las razones mencionadas que hacen del K-Pop una industria audiovisual y no solo musical, la imagen de los videoclips es especialmente importante para los artistas surcoreanos. Como dice Aja Romano, estos videoclips son universalmente atractivos, captan el mercado internacional y trascienden la barrera del idioma; de hecho, la mayoría de los oyentes de K-Pop en Occidente ni siquiera hablan coreano, pero eso no les impide entender el mensaje, ya que las imágenes narran lo que quieren comunicar (Romano, 2018). A diferencia de las películas asiáticas, que a menudo requieren subtítulos, los videoclips pueden ser comprendidos sin necesidad de conocer el idioma. *Digipedi Studio*, una de las productoras de videoclips más importantes de Corea, señala en su página web que el K-Pop se ha orientado hacia un contenido global universal, ya que, aunque muchos no entienden las letras, los elementos visuales como las coreografías, la dirección de arte, la moda y los personajes son tratados con la misma importancia que la música. Esto ha llevado a la industria del K-Pop a desarrollar una técnica de autofinanciamiento para la producción de videoclips. La alta demanda de visitas en estos videos

atrae a numerosas compañías que buscan colocar sus productos y anuncios publicitarios, lo que incrementa la competencia por un espacio en ellos y permite que los presupuestos para videoclips sean cada vez más elevados. Esto, a su vez, fomenta un desarrollo creativo alineado con la visión de la productora, reforzando la imagen que tenemos de la cultura coreana como perfeccionista y dedicada. Como dice el director Joseph Kahn, los buenos videoclips son honestos. Él ha afirmado que este es el secreto del éxito de un videoclip; al mostrar esta realidad de manera ampliada, los artistas se acercan más a sus fans, aumentando así el consumo de sus productos y, por ende, de sus videoclips en YouTube, iniciando un ciclo que se repite.

En el video *K-Pop vs. Linguistic Imperialism: Professor Skye Reviews 'The Album' by Blackpink*, el crítico musical y presidente del Departamento de Lenguas Modernas de la Universidad de Nueva York, Skye Paine, también licenciado en francés y doctor en bellas artes de la Universidad de California, ofrece una perspectiva valorativa sobre el fenómeno global del K-Pop, en particular el impacto del álbum de Blackpink titulado *THE ALBUM* (2020); Skye se aproxima a este análisis desde un enfoque interdisciplinario que abarca los estudios de la cultura popular hasta el imperialismo lingüístico, un concepto que se refiere a la imposición y predominancia de un idioma —en este caso, el coreano— sobre otros idiomas dentro de contextos globalizados, como el inglés (considerada la lengua universal). Su análisis se centra en cómo las dinámicas de poder lingüístico se manifiestan dentro de la industria musical, particularmente en un contexto surcoreano donde el intercambio de idiomas tiene un rol preeminente en la exportación de productos culturales como el K-Pop (Paine, 2020).

Blackpink, en particular, ha sido un ejemplo de este fenómeno. Con su éxito en Estados Unidos y otros mercados internacionales, gran parte de su estrategia musical se apoya en realizar una mezcla de idiomas con letras en inglés y coreano, colaboraciones con artistas de habla

inglesa y una estética visual que apela a audiencias globalizadas. Esta elección no es accidental, sino más bien una táctica consciente de la industria para asegurarse de que el producto sea lo más accesible posible para las audiencias globales. En el video, Skye nombra el imperialismo lingüístico, un concepto que se refiere a la imposición de un idioma como norma, desplazando otros idiomas o creando híbridos que dan como resultado a nuevas culturas, y roles secundarios o exóticos (Paine, 2020). El K-Pop, en su forma más pura, es una representación de la cultura surcoreana, y la necesidad de integrar el inglés para poder competir en mercados internacionales podría interpretarse como una forma de colonialismo cultural, que a su vez genera otro intercambio mediante su arte. Skye argumenta que esta dinámica puede ser vista como una forma de neocolonialismo, donde los países no angloparlantes, en este caso Corea del Sur, adoptan las normas lingüísticas y culturales de los países dominantes, principalmente Estados Unidos, para luego transmitir su propia cultura a otros países, aquí en Colombia, ya contamos por ejemplo con el primer centro de cultura coreana, siendo el ITM una de las instituciones beneficiarias, pongo por caso, algunos de los alumnos que estudian chino mandarín o coreano en el ITM han declarado que su motivación por estudiar estos idiomas y querer conocer más de la cultura asiática se debe a su interés por el K-Pop. Es decir que en Blackpink, el uso del inglés en combinación con sus videoclips “honestos” o que apelan a su propia cultura, podría ser vistos como una estrategia de empoderamiento y universalización, una herramienta para navegar y dominar las reglas del mercado global sin perder del todo su identidad como artistas coreanas. Blackpink no solo está “cediendo” al imperialismo lingüístico, sino que está jugando activamente con las expectativas de su audiencia global, está mutando este concepto y lo está reformando en pro a la idea de que la música es el verdadero idioma universal, y sus videoclips aumentan aún más su alcance.

Gracias a esta fórmula, en Colombia ya existen diversas tiendas dedicadas exclusivamente a distribuir merchandising de grupos de K-Pop, que van desde CDs hasta ropa y accesorios decorativos. En el caso de Medellín, se encuentra Ciber Otaku Store, que también organiza eventos musicales exclusivos de K-Pop y reúne a algunos clubes de fans de la ciudad. Asimismo, hay academias de baile especializadas en coreografías de K-Pop, como Stage Dance Academy, y youtubers locales que han dedicado vídeos al K-Pop, como *jose m*. Aunque estos modelos de negocio son relativamente recientes, han tenido éxito gracias al desarrollo de los videoclips en Corea y su estrategia de mezcla de lenguajes. Sin embargo, en Colombia, donde los cineclubes han existido durante décadas, parece que su número de asistentes ha ido disminuyendo, lo que evidencia cómo el videoclip está superando lentamente el impacto que el cine tuvo en el pasado.

En la actualidad, un videoclip de K-Pop cuenta, en promedio, con el doble o el triple de presupuesto que los videoclips en Estados Unidos, es decir, alrededor de 500 mil dólares. Cabe destacar que muchos grupos de K-Pop no lanzan un solo videoclip por canción; algunos publican dos o tres versiones completamente diferentes. Un caso notable es el de NewJeans, que lanzó siete videoclips distintos para su canción “Hype Boy” (2022), cuatro de los cuales narran una misma historia desde la perspectiva de cada integrante del grupo, mientras que el quinto mezcla todas las anteriores, además de dos versiones adicionales conocidas como “performance versions”. Esto se aproxima al concepto de cine expandido o arte transmedia, una característica común en los videoclips de K-Pop, que aprovechan avances narrativos y tecnológicos para maximizar sus ganancias (más videoclips, más visitas). Por supuesto, algo de esta magnitud no se logra únicamente mediante autofinanciamiento; una parte importante del presupuesto proviene de los sellos discográficos, que realizan la inversión inicial. Esto ha sido posible gracias a que

desarrollaron estrategias para contrarrestar la caída de las ventas de formatos físicos en Occidente; tanto es así que países como Corea y Japón representan actualmente la mayor parte de las ventas de CDs en el mundo.

La estrategia consiste en ofrecer a los fans algo más que un simple CD. Las portadas de los discos funcionan como una carta de presentación de los artistas, y los grupos de K-Pop han llevado esta idea a un nivel superior, vendiendo versiones que ofrecen una experiencia más completa al incluir accesorios como cartas escritas por sus ídolos, sesiones de fotos exclusivas, posters, stickers y empaques diseñados de manera espectacular, entre otros elementos que hacen que la experiencia de la escucha sea mucho más corporal y personal. Básicamente, el retorno de inversión a través de estos elementos visuales es significativamente mayor al que podrían obtener si se limitan a ofrecer una experiencia sonora. Esta táctica de venta debería ser estudiada por muchos productores cinematográficos para aprender a aplicarla a la hora de comercializar sus películas, considerando que hoy en día es raro encontrar tiendas que vendan Blu-rays y DVDs de películas. Esto me lleva a cuestionar si los cinéfilos están perdiendo el interés por adquirir películas en formato físico, mientras que los melómanos siguen coleccionando vinilos, tanto así que se considera que el vinilo y el cassette están viviendo un resurgimiento. ¿Es posible que el VHS también tenga un regreso para ver películas como hace 30 años?

Según La Economía Creativa de John Howkins, las industrias culturales representaron en 2005 el 6,1% de la economía mundial. En Colombia, este sector representó el 1,56% del PIB, cifra que ascendió al 3,3% en 2015, siendo la industria musical la más relevante, no el sector cinematográfico. De hecho, Colombia es conocida como la capital mundial del videoclip del reggaetón. En el gremio de la industria audiovisual, se ha comentado que, en ocasiones, el videoclip ha demostrado un potencial económico mayor que el cine, especialmente a largo plazo.

Aunque el cine probablemente genere más ingresos directos al momento de su lanzamiento, gracias a sus múltiples fuentes de monetización y la estructura de la industria, los videoclips suelen tener presupuestos menores en comparación con las producciones cinematográficas. Esto significa que, en términos de rentabilidad en relación con sus presupuestos, el videoclip es mucho más eficiente. Además, es evidente que en Colombia es más fácil encontrar financiación para superproducciones de videoclips que para cortometrajes independientes.

Por ejemplo, Shakira estrenó en 2001 su quinto álbum de estudio, *Laundry Service*, que incluye el videoclip del sencillo “Whenever, Wherever”, dirigido por Francis Lawrence, conocido por su trabajo en la saga de *The Hunger Games* (2012-2023) y otras películas populares como *Constantine* (2005) e *I Am Legend* (2007). Este videoclip jugó un papel fundamental en la carrera de Shakira, ya que inspiró la creación de una muñeca Barbie que lleva el atuendo de este video, lo que demuestra el impacto sociocultural que un videoclip puede tener. Además, este sencillo le permitió alcanzar su mayor éxito en las listas de ventas de Estados Unidos en esa época, y el álbum al que pertenece sigue siendo el más vendido en la historia de Latinoamérica, en gran parte gracias al icónico videoclip. Es importante considerar que este fue el segundo álbum de Shakira bajo el estatus de “artista internacional”, y en su momento era crucial dimensionar la retribución que podía obtener del videoclip, dado que recuperar la inversión solo a través de las ganancias por reproducciones era complicado, tanto para artistas nacionales como internacionales. Especialmente en esa época, cuando los videoclips se vendían en formato físico y se distribuían a través de canales de televisión especializados como MTV. Por ello, era vital que los artistas se esforzaran por establecer modas a través de sus videoclips.

Natalia Agudelo, fundadora y directora creativa de *Mad Love*, una de las casas productoras más importantes de Colombia, comentó en una entrevista para la Pontificia



Universidad Javeriana que actualmente el presupuesto promedio asignado para la creación de un videoclip de alto formato oscila entre 35 y 80 millones de pesos colombianos, dependiendo de si se trata de un artista internacional o local (Jaramillo, 2020). También indica que, en ese momento, estaban produciendo dos videoclips de alto formato al mes, a pesar de la cuarentena, además de varios proyectos independientes con presupuestos inferiores. Esta cifra contrasta notablemente con el número total de películas realizadas por la productora desde su fundación en 2008, que asciende a seis, incluyendo *Los días de la ballena* (Arroyave, 2019), coproducida con Rara Colectivo Audiovisual.

En Colombia también existen productoras especializadas en la producción de videoclips, como *36 Grados*, fundada en Medellín en 2010, que cuenta con un catálogo de más de 500 videoclips. Para poner esto en perspectiva, en todo el país se han producido aproximadamente el mismo número de películas en los últimos 20 años, según estadísticas del Ministerio de Cultura.

Un artículo de la revista Forbes Colombia señala que YouTube pagó 6.000 millones de dólares por videoclips a nivel mundial solo en 2022. Entre los artistas más exitosos de ese año se encuentran BTS, Blackpink, Taylor Swift y Adele, así como artistas nacionales como Shakira, J Balvin, Karol G y Maluma (Zamarrón, 2022). Esto evidencia cómo la rentabilidad de los artistas musicales está superando a la de los cineastas, incluso dentro de su propio ámbito. Un ejemplo reciente es Taylor Swift, quien en 2023 lanzó su película en formato de vídeo concierto, *Taylor Swift: The Eras Tour* (Wrench, 2023). Este proyecto alcanzó un nivel sin precedentes de distribución gracias a su acuerdo directo con los cines AMC, Cinemark y Cine Colombia en América, desafiando el modelo tradicional de producción, distribución y exhibición al producir una película completamente independiente. Según un análisis de *TheWrap*, al negociar con éxito su acuerdo y demostrar su rentabilidad, Taylor Swift incentivó a los cines a buscar programación

sin depender de los estudios, “cambiando potencialmente la dinámica de la distribución cinematográfica” (Mendelson y Fuster, 2023). El director Christopher Nolan elogió su “modelo de lanzamiento poco ortodoxo” y afirmó que “las películas de conciertos son el futuro de la asistencia al cine” (Walsh, 2023). Para muchos, Taylor Swift estaba reescribiendo las reglas y abriendo una puerta significativa para que la industria musical se apoderara de las salas de cine.

Otros cineastas también han expresado su respeto por el trabajo audiovisual de Taylor Swift. En una entrevista con *W Magazine* en 2022, Guillermo del Toro la describió como “una directora muy consumada” y destacó su cortometraje *All Too Well* (2021) como “increíblemente elocuente y profundo”. Del Toro mencionó que le había regalado varios libros, incluido uno que lo inspiró para hacer *Pan's Labyrinth* (2006), expresando su admiración por ella (Wally, 2022).

Shawn Levy, director de *Night at the Museum* (2006), comparó su intuición como directora con la de Steven Spielberg, señalando que “la profundidad de su visión sobre cómo quiere que sea una pieza creativa, ya sea una letra, una melodía, un puente, una gira de conciertos o un videoclip, es profunda” (Nolfi, 2023). El impacto de Taylor Swift en la industria cinematográfica fue tan notable que diez películas fueron reprogramadas hasta un mes después de su fecha de estreno inicial debido a su coincidencia con la película de Taylor Swift, incluyendo *Killers of the Flower Moon* (Scorsese, 2023) y *The Exorcist: Believer* (Gordon Green, 2023). Estas decisiones se tomaron en respuesta al inminente éxito esperado de su película; al momento de su preventa, se convirtió en la segunda película con más preventas en la historia, superando a *Star Wars: The Force Awakens* (Abrams, 2015) y quedando por detrás de *Avengers: Endgame* (Russo, 2019). *Taylor Swift: The Eras Tour*, con un costo de producción de 10 millones de dólares, logró una taquilla de 261.7 millones de dólares, convirtiéndose en una de las diez películas más taquilleras de 2023 y, sin duda, en una experiencia inolvidable para

quienes la vieron. El éxito fue tanto, que Disney terminó adquiriendo la licencia para distribuir la película en su plataforma streaming, donde también rompió records.

Incluso yo me di la oportunidad de verla en dos ocasiones; en la primera función, la sala estuvo completamente llena, una experiencia que no había vivido antes. Las personas bailaban en sus asientos y algunas se aventuraban a los pasillos para hacer las coreografías de los videoclips más icónicos. Los fans cantaban tan fuerte que en algunas salas se tuvo que pausar la película para pedir silencio, ya que el ruido superaba las paredes y molestaba a las funciones adyacentes, y eso que las salas de cine tienen paredes insonorizadas. De hecho, en las dos funciones que estuve el entusiasmo era tal que, en ocasiones, superaba el volumen de la película misma. En Internet también se vieron videos de algunos lugares, donde los empleados del cine se unieron a la celebración, y algunos espectadores incluso realizaron su vals de quinceañera durante su canción favorita. Hubieron fans que se robaron los carteles promocionales de las salas de cine. Y en mi primera función, mientras hacía fila para comprar snacks, vi a una familia vestida con trajes sincronizados inspirados en el videoclip de “22” de Taylor Swift. Al final de la función, varios espectadores estaban emocionados hasta las lágrimas. Nunca he presenciado algo así; solo un artista musical podría generar tantas emociones en una sala de cine, ni siquiera el fenómeno de *Barbenheimer* llegó tan lejos.

Con este hito, se puede afirmar que el videoclip alcanzó un clímax en 2023 y es, sin duda, uno de los productos más influyentes en la cultura popular, no solo en Colombia o Latinoamérica, sino en el mundo entero. La llegada del videoclip expandió el factor estético y de ventas que generaba la música por sí sola, convirtiendo a los artistas musicales en un nuevo tipo de intérpretes naturales. Esto llevó a dos cosas: primero, se establecieron tendencias en moda, formas de consumo e identificación, especialmente entre los jóvenes; segundo, la música se

asoció al arte audiovisual. Aunque la práctica de estrenar videoclips en festivales de cine es menos común que la de las películas, algunos artistas han utilizado esta plataforma para lanzar sus trabajos visuales de manera destacada. Ejemplos de esto incluyen *Bad* de Michael Jackson, dirigido por Martin Scorsese, que se estrenó en el Festival de Cine de Venecia en 1987; *Closer* de Nine Inch Nails, dirigido por Mark Romanek, que se estrenó en Sundance en 1994; y *Smack My Bitch Up* de The Prodigy, dirigido por Jonas Åkerlund, que se mostró en Cannes en 1997. Otros videoclips han sido lanzados en plataformas de streaming, como *Anima* (2019) de Thom Yorke, dirigido por Paul Thomas Anderson, o *Lemonade* (2016) de Beyoncé y *Song Machine* (2020) de Gorillaz, mencionados en el capítulo anterior. Estos ejemplos demuestran que el videoclip está siendo cada vez más considerado como parte de la industria cinematográfica, no solo de la musical. Esta práctica se ha vuelto tan común que algunas plataformas y festivales ya cuentan con categorías exclusivamente dedicadas al videoclip. Por ejemplo, en la plataforma de streaming *Crunchyroll* existe una categoría única de videoclips, destacando *Shelter* (2016) de Porter Robinson y Madeon, un videoclip animado por artistas japoneses, que se estrenó en dicha plataforma o *ME!ME!ME!* de Daoko, videoclip dirigido nada más ni menos que por Hideaki Anno, creador de la serie *Neon Genesis Evangelion* y que se estrenó en el Japan Animator's Expo. En Colombia, varios festivales de cine han incorporado la categoría de videoclip, como el Festival de Cortos Psicoactivos Échele Cabeza, en Bogotá. Esta tendencia de considerar los videoclips como parte de la programación en festivales de cine se está consolidando en Colombia.

Susan Rogers, doctora e ingeniera de sonido que trabajó con Prince en cinco de sus álbumes más exitosos, comparte en una conferencia para *Science on Screen* que una vez Prince le dijo que “era más músico que actor, porque la vida de las estrellas de rock es real, pero

amplificada, mostrada con grandilocuencia; en cambio, la vida de las estrellas de Hollywood es una representación controlada, muchas veces disfrazada o actuada” (Rogers, 2020).

Reflexionando sobre esto, estoy completamente de acuerdo, ya que se conecta con la idea expuesta anteriormente por Joseph Kahn sobre *Thriller* en relación con la imagen honesta. Creo que esta es la razón principal por la que el videoclip está ligándose lentamente al negocio del cine. La generación actual, conocida como generación de cristal<sup>14</sup>, busca identificarse con vidas reales, no con personajes ficticios. Esto podría explicar el reciente declive del cine de superhéroes y otros géneros, y el notable ascenso de la música más introspectiva, como la de Taylor Swift o Lana Del Rey.

Jon E. Illescas, en su libro *La dictadura del videoclip: Industria musical y sueños prefabricados* (2015), también aborda este tema y sostiene que, a pesar de su irrealismo, el videoclip suele influir más en los espectadores, ya que promete una vida mejor que puede vivirse vicarialmente. Aunque no se pueda alcanzar (Illescas, 2015).

En la industria musical, la frase "los números hablan por sí solos" se usa con frecuencia para destacar el impacto sociocultural de las canciones que se convierten en éxitos virales. Estos éxitos suelen estar acompañados por videoclips icónicos o polémicos, como es el caso de *Yo Perreo Sola* (2020) de Bad Bunny. A través de su letra e imágenes, el videoclip nos invita a reflexionar sobre temas como el acoso, la transfobia y el machismo en la industria del reggaeton, como lo explica Irene Corona-Ávila en su artículo para *The Albion Pleiad*, titulado *Los Mensajes Subyacentes en La Canción y El Video Recientemente Lanzados de Bad Bunny* (2020). Donde resalta el uso de elementos semióticos para transmitir estos mensajes. Por ejemplo, analiza la escena introductoria del videoclip, en la que Bad Bunny aparece con un vestido de cuero rojo

---

<sup>14</sup> La generación de cristal está conformada por jóvenes nacidos en la década de los 2000, se caracterizan por su fragilidad emocional y expectativas poco realistas sobre el trabajo y la vida.

cereza, una representación de la sexualidad y el erotismo, rodeado por hombres sin camisa que intentan acercarse a él, pero que son repelidos por una fuerza ficticia que los hace volar. En el minuto 1:27, se observa nuevamente al personaje transformista de Bad Bunny bailando en una habitación iluminada con tonos verdes, que pueden simbolizar la esperanza y el derecho al aborto legal y seguro, además de movimientos afines, como lo indican los carteles en la pared con mensajes como “Ni una menos” y “Las mujeres mandan”. Estos mensajes hacen referencia al movimiento #MeToo en Estados Unidos, en particular en relación con el acoso sexual en el ámbito laboral.

El videoclip culmina con una imagen de Bad Bunny encadenado en un estanque de agua, una metáfora de la resistencia a acosar a una mujer que no desea ser perseguida, y de su anhelo de libertad o renacimiento (Ávila, 2020). El impacto de este videoclip en la generación de cristal, así como la nueva postura que ha tomado la cultura reguetonera frente a la comunidad transgénero en los últimos cuatro años, ha sido evidente. Esto lo expresa el artista colombiano de reggaeton Lozanía, a quien tuve la oportunidad de entrevistar sobre el tema:

*“Bad Bunny rompió el estereotipo varonil del reggaeton, el miedo a salir como mujer y lo que se consideraba como masculinidad, fomento a que las personas con diferentes orientaciones sexuales se sintieran identificadas, dando paso a que surgieran artistas de reggaeton LGBTI, y ha que las mujeres fans del movimiento se pudieran empoderar. Musicalmente la canción abrió la brecha para que los interpretes de reggaeton se confirmaran a sí mismos artistas y no cantantes. Ya que se dio la oportunidad para la experimentación compositiva y lírica, no sólo con la canción, sino con el álbum completo que se llama Yo Hago Lo Que Me Dé La Gana (2020)”.*

Con base en esto, me pregunto: ¿cuándo fue la última vez que se lanzó una película que transformara la perspectiva de un movimiento cultural o que, al menos, influyera en el pensamiento colectivo? Por ejemplo, como ocurrió con *Jaws* (Spielberg, 1975) o *Friday the 13th* (S. Cunningham, 1980), que hicieron creer a muchas personas que los tiburones son devoradores de hombres o que los viernes 13 están malditos. No recuerdo ahora ningún filme reciente que haya tenido ese impacto, pero sí varios videoclips. Tal vez porque, al ser un formato más breve, el video musical resulta más accesible para los jóvenes. No olvidemos que las generaciones más recientes son las más multitarea de la historia. Por eso, entre otras razones, les cuesta tanto concentrarse en cualquier actividad, incluido ver cine.

Ya no es raro ver adolescentes que van al cine y pasan tiempo en sus celulares. Las películas de hoy en día fácilmente pierden su atención, pero no por culpa de la obra en sí, sino por la velocidad con la que el internet ha moldeado el ritmo en que queremos consumir contenido. Las películas se hacen cada vez más cortas, mientras que los videoclips experimentan ambos fenómenos: algunos se extienden y otros se acortan. En Spotify, por ejemplo, ya existe un formato de video de tres a ocho segundos llamado "canvas", un mini bucle o fragmento del videoclip que se usa para retener al usuario en la canción por más tiempo. Esto favorece al algoritmo y genera interés en el oyente, motivándolo a ir a YouTube para ver el video completo.

La influencia de los videoclips también se explora en el libro *La dictadura del videoclip: Industria musical y sueños prefabricados*, donde Jon E. Illescas entrevistó a jóvenes de entre 15 y 24 años, preguntándoles si consideran que los videoclips influyen en nuestra cultura. Un 95% respondió que "sí". Illescas narra el testimonio de Claudia, una joven de 19 años que cuenta cómo su amiga se alistó en el ejército motivada por el videoclip *Part of Me* (2012) de Katy Perry (Illescas, 2015). Un fenómeno similar ocurrió con *Wake Me Up When September Ends* (2005) de

Green Day, cuyo videoclip narra una historia de amor en la que un hombre decide ir a combatir en la Guerra de Irak, lo que provocó discusiones entre los jóvenes sobre las consecuencias negativas de la guerra.

Samuel Bayer, director del videoclip, comentó en la revista *Rolling Stone* que, además de inspirarse en la canción, se basó en entrevistas con soldados que se habían alistado después de ver un anuncio de televisión (Colapinto, 2005). En otra entrevista con *MTV News*, Bayer indicó que no buscaba un videoclip predecible, sino algo que pareciera una película. Pasó un mes haciendo castings y ensayos, algo inusual en videoclips (Montgomery, 2005). El impacto de este videoclip fue tan grande que, en 2009, el cineasta Michael Mayer adaptó el álbum para teatro, presentando la obra en el St. James Theatre de Broadway. En octubre de 2016, Billie Joe Armstrong reveló en una entrevista con *NME* que estaba trabajando en una adaptación cinematográfica con *HBO*, inspirada en el videoclip pero más cercana al cine surrealista que al musical (Trendell, 2016). Sin embargo, en 2020, Armstrong anunció que el proyecto se había pausado debido a la pandemia de COVID-19 y que no tenía fecha de reinicio.

En el documental *Rammstein: In Amerika* (Rossacher, 2015), el genio musical norteamericano Moby menciona que, en los años 90, los videoclips se convirtieron en una herramienta fundamental para la promoción de discos. Explica cómo, en esa época, la combinación de música y vídeo era esencial para lograr que una banda alcanzara el éxito comercial. Moby describe que el formato del videoclip permitía a los artistas conectarse visualmente con el público y ayudaba a que la música se difundiera masivamente, especialmente en una época en la que plataformas como MTV jugaban un rol crucial en la industria musical.

Moby también habla de cómo esta dinámica influyó en las carreras de muchas bandas extranjeras para que tuvieran éxito en países de otro idioma, como es el caso de Rammstein, ya



que sus videoclips visualmente impactantes ayudaban a generar una base de fans más amplia, superando las barreras idiomáticas y culturales. Moby además comenta que en la década de los 90 's existían cuatro principales medios de difusión para la música: la radio, el periodismo, los conciertos y la televisión, pero que para esa fecha ya habían desaparecido tres de ellos; la radio se había corrompido por la estrategia de la payola, haciendo que solo promocionaran la música de artistas que pagaban por sus reproducciones, por cada cuatro revistas musicales existían 15 mil blogs de música en Internet, y la MTV se había convertido en un programa de *reality shows* (Rossacher, 2015). Para la fecha en que Moby dio estas palabras aún no había ocurrido la crisis del COVID-19, que impactó fuertemente en los conciertos y las giras, el único medio que había para el 2015 que aún era rentable para la promoción. Durante y después de la cuarentena, el videoclip se convirtió en el mecanismo de difusión más importante para un artista.

En el documental se cuenta que Rammstein era tan visionario y tenía tan claro que esto ocurriría, que se adelantaron a su tiempo haciendo videoclips más vinculados a la era del post-internet y que fueran lo suficientemente controversiales como para revolucionar la industria, de allí que surgieran videoclips como el de *Pussy* (2009) dirigido por Jonas Åkerlund, que terminó siendo censurado en todas las páginas de Internet, excepto las pornográficas, donde finalmente se terminó distribuyendo.

Según Ana Luisa Patiño, ex-vicepresidenta de marketing de Universal Music Latinoamérica por 25 años, en su canal de YouTube (Mi Disquera), a día de hoy el videoclip es importante como negocio por cuatro razones: su poder para la narrativa visual, el refuerzo de la imagen y la marca, genera fans reales y es una fuente de ingresos adicional (Patiño, 2024). Por último, el testimonio más importante para esta tesis soy yo mismo. La música y los videoclips han influido profundamente en mi decisión de estudiar cine. Algunos de los cineastas que

también son músicos, como David Lynch, John Carpenter y Frank Zappa, fueron mi inspiración. Curiosamente, los conocí primero por su música o videoclips, y no por sus películas.

### **Estado del arte: otro posible origen del videoclip**

Desde los albores del modernismo y el arte contemporáneo, la producción visual y musical han mantenido una relación particularmente íntima. A lo largo del siglo XX, diversos sucesos sacudieron a la sociedad mundial: en 1913, Luigi Russolo publicó el manifiesto futurista *L'Arte dei Rumori* (El arte de los ruidos), donde afirmó: "Los antiguos artistas intuían las melodías de la naturaleza. Nosotros oímos hoy en día, en nuestros ruidos, los ecos lejanos de aquellas melodías". En 1919, Estados Unidos promulgó la Ley Volstead, también conocida como la Ley Seca, desatando violentos enfrentamientos entre bandas criminales por el control del mercado ilegal de alcohol. En 1928, Walt Disney presentó *Mickey Mouse: Steamboat Willie*, la primera pieza audiovisual con diseño de sonido sincronizado, y la segunda película en presentar una banda sonora postproducida, después de *The Jazz Singer* (Crosland, 1927). En 1929, el colapso de la bolsa en Estados Unidos provocó una crisis económica global, mientras la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), además de las tragedias, impulsó avances significativos en ciencia, medicina y tecnología. En 1969, los Beatles ofrecieron su último concierto en la terraza de Apple Corps; en 1977, se declaró oficialmente el Día Internacional de la Mujer el 8 de marzo; y en 1984, Steve Jobs presentó la Macintosh. Todos estos eventos, entre otros, marcaron hitos en el siglo XX, catalizando una oleada de artistas que exploraron cada vez más la fusión entre ritmos, formas, símbolos, melodías, colores y efectos.

Uno de estos artistas fue Stan Brakhage, quien en su libro *Brakhage Scrapbook: Collected Writings, 1964-1980* describe la relación simbiótica entre el sonido y la imagen en movimiento, argumentando que ambas son parte de la experiencia sensorial del cine, creando así

sensaciones cinematográficas únicas cuando se unen (Brakhage, S., 1982). El cine y la música unificaron a la perfección estos dos mundos (imagen y sonido), logrando que nuestro lenguaje se adaptara para trabajar principalmente desde los sentidos de la visión y la audición.

Cuando se piensa en la intersección entre estas dos formas de arte, muchas veces se evoca el cine musical, especialmente las producciones de las décadas de 1950 a 1970, como *Singin' in the Rain* (Kelly y Dollen, 1952), *West Side Story* (Wise y Robbins, 1961) o *Grease* (Kleiser, 1978). Sin embargo, en esta ocasión me interesa estudiar la tendencia de los artistas a explorar nuevas formas de comunicación, no solo a través de películas, sino también mediante otros mecanismos que conectan imagen y sonido, como las portadas de discos.

Desde mi perspectiva, las portadas de discos representan el eslabón perdido entre los álbumes narrativos conceptuales y el cine musical. Esta teoría se fundamenta en el hecho de que ambos formatos alcanzaron su mayor auge durante y después de la Segunda Guerra Mundial. En esos años, se gestaron obras clave para el desarrollo del álbum conceptual y el cine musical. Por ejemplo, *In the Wee Small Hours* (1955) de Frank Sinatra es considerado por muchos como el primer álbum conceptual. El crítico musical Dave Marsh señaló en su libro *The Heart of Rock & Soul: The 1001 Greatest Singles Ever Made* (1999) que *In the Wee Small Hours* es "posiblemente el primer álbum conceptual de la historia de la música pop" (Marsh, D., 1989), y la revista Rolling Stone lo incluyó en su lista de los 500 mejores álbumes de todos los tiempos, afirmando: "Es el primer álbum conceptual, un trabajo de sombría cohesión emocional" (Rolling Stone, 2023). Además, la portada del álbum, que muestra a Frank Sinatra solo en una calle desierta iluminada por farolas azuladas, es muy cinematográfica, reflejando los temas de melodrama, tristeza, soledad y deseo. Will Friedwald comparó esta portada con los carteles del cine negro en su libro *Sinatra! The song is you: a singer's art* (1995).

En paralelo a la aparición de este icónico álbum, se estrenó *Oklahoma!* (1955) de Fred Zinnemann, uno de los musicales más populares del mundo. Estos eventos marcaron el inicio de la edad dorada tanto para el cine musical como para la industria discográfica. Elvis Presley lanzó su primer álbum homónimo en 1956, y ese mismo año, Walter Lang dirigió el musical *The King and I*.

Hasta antes de esta época, los discos se empaquetaban en cajas genéricas de cartón que recordaban a álbumes de fotos, de ahí proviene el término "álbum". Rikky Rooksby en su libro *How to Write Songs on Guitar: A Guitar-playing and Songwriting Course* (2009) explica que la palabra "álbum" en el contexto musical proviene de la música clásica, donde se refería a colecciones de piezas musicales impresas o manuscritas, generalmente encuadernadas en libros. Sin embargo, con la aparición del vinilo en la década de 1940, el término comenzó a referirse a colecciones de canciones, debido a la similitud de empaque con los álbumes fotográficos (Rooksby, R., 2009). El primer disco comercial con una portada ilustrada fue *Smash Song Hits* (1939) de Rodgers & Hart, cuya portada fue diseñada por Alex Steinweiss para Columbia Records, logrando un éxito comercial inusual para la época, según Philip Kennedy para *Illustration Chronicles* (Kennedy, 2016). Desde entonces las discográficas comenzaron a prever la importancia del aspecto visual como herramienta de marketing.

Una década más tarde, las portadas evolucionaron de lo meramente comercial a lo conceptual y artístico, logrando contar historias sin necesidad de reproducir el vinilo. Mientras tanto, el cine musical también se volvía más sofisticado y experimental. *Fantasia* (1940) de Walt Disney es un ejemplo de este desarrollo. Al mismo tiempo, el arte pictórico estaba saliendo de los museos y galerías, encontrando su lugar en los hogares gracias a las portadas de discos, que

eran más accesibles que una pintura. Diseñadores como Steinweiss se resistieron a las restricciones del mundo del arte, creando portadas que trascendían lo puramente comercial.

Aubrey Powell, cofundador del estudio de diseño Hipgnosis, famoso por portadas icónicas como *Electric Warrior* (1971) de T. Rex y *Houses of the Holy* (1973) de Led Zeppelin, escribió en *Hipgnosis Portraits* (2014) que siempre diseñaron portadas como piezas de arte independientes, aunque complementaban y enriquecían la experiencia auditiva del álbum (Powell, A., 2014). En las décadas siguientes, la reducción del tamaño de las portadas con la llegada del CD y la música digital, las plataformas actuales de distribución han obligado a los diseñadores a ser más ingeniosos. Algunos han propuesto nuevas formas de interacción con el formato físico, mientras que otros expanden las portadas digitales hacia medios más cercanos al cine o el arte interactivo.

Por ejemplo, *Submarine* (2024) de The Marías incluye un empaque lleno de agua, simulando que el CD o vinilo está sumergido. *Blackstar* (2016) de David Bowie brilla en la oscuridad con un color azul fosforescente, revelando estrellas dentro del disco, evocando el tema del álbum: la muerte. *My Beautiful Dark Twisted Fantasy* (2010) de Kanye West permite al usuario modificar la portada, diseñando su propia versión. En *No Love Deep Web* (2012) de Death Grips, la banda lanzó el disco a través de la Deep Web con una portada censurada por ser una fotografía de un miembro masculino, y en *ARTPOP* (2013), Lady Gaga integró una aplicación multimedia para expandir el concepto del álbum. Asimismo, *Girls* (2022) de Aespa complementa su narrativa visual y musical con una serie web y una cuidada presentación física que simula una realidad virtual, que es el concepto del álbum, mostrando cómo las portadas siguen evolucionando en la era digital.

Partiendo de los ejemplos anteriores, podemos entender por qué, para mí, el videoclip no es simplemente una continuación del cine musical, sino una evolución de las portadas de los álbumes. Estas portadas reflejan las tendencias culturales y tecnológicas de su época, al igual que ocurre con el cine y sus efectos especiales. A medida que el arte de la portada de los discos ha ido perdiendo relevancia, el videoclip ha avanzado en su desarrollo.

En términos generales, el videoclip comenzó a gestarse a mediados de los años 60, pero su protagonismo era limitado, y no desempeñaba un papel crucial en la popularidad de los artistas. Esto cambió en 1981 y 1982 con la aparición de MTV y el disco compacto (CD), lo que permitió reemplazar los vinilos con una imagen digital y en movimiento, como respuesta al descenso en la venta de discos debido a la piratería desenfrenada que comenzó en 1980. Steve Albini, uno de los más reconocidos productores de rock de la historia, responsable de *In Utero* (1993) de Nirvana, comentó: "En los años 80, la piratería musical se convirtió en una epidemia que amenazaba la viabilidad económica de la industria discográfica. La facilidad de duplicar cintas de casete provocó una disminución masiva en las ventas de discos, y la industria se vio obligada a adaptarse" (Albini, S., 2012).

El formato digital de consumo musical ha reducido las posibilidades de vender discos, pero plataformas como MTV en el pasado y YouTube en la actualidad han utilizado el videoclip como medio para captar nuevas generaciones de fans, quienes constantemente cambian de estética, modas y se enfrentan a nuevas ideologías. Hoy en día, a diferencia de hace treinta o cincuenta años, es posible cambiar de imágenes con gran rapidez, lo que ha disminuido la durabilidad del impacto visual de las portadas de discos. Sin embargo, portadas icónicas, como las creadas por George Hardie y Klaus Voormann, trascendieron la música misma y se han convertido en referentes visuales. Tal es el caso de *Abbey Road* (1969) de The Beatles, *Enter the*

*Wu-Tang (36 Chambers)* (1993) de Wu-Tang Clan o *In the Court of the Crimson King* (1969) de King Crimson, cuyos impactos visuales contrastan enormemente con las portadas actuales.

Andy Warhol, uno de los grandes diseñadores de su generación, creó portadas icónicas que trascendieron lo pictórico, vinculándose incluso con obras multimedia. Un ejemplo de ello es el álbum homónimo *The Velvet Underground & Nico* (1967), cuya portada presentaba un plátano amarillo que podía despegarse para revelar un color carne, simulando un falo y reforzando la temática sexual del disco. Warhol fue tan importante en la creación de esta obra que su nombre apareció en la portada, en lugar del de la banda.

Peter Blake, creador de la portada de *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* (1967) de The Beatles, afirmó en 2008 que las portadas de álbumes apenas sobrevivieron el cambio del vinilo al CD, y que la música completamente digital podría hacer desaparecer las portadas (Livingstone, M., 2009). Aunque algunas cosas no han sobrevivido, otras se han transformado y adaptado a los avances tecnológicos. Como hemos visto, lejos de empeorar, la función de la portada se ha complejizado.

La portada de un álbum sirve como una antesala de lo que vamos a escuchar, incorporando una dimensión visual a un arte que, en teoría, no la tiene. Una buena portada puede mejorar la experiencia musical, mientras que una mala puede arruinarla. Algunos ejemplos de portadas que capturan a la perfección la esencia de su contraparte sonora incluyen: *Wish You Were Here* (1975) de Pink Floyd, que aborda temas como la ausencia y la corrupción; *OK Computer* (1997) de Radiohead, cuya portada minimalista refleja la melancolía causada por la tecnología y la globalización; *III* (2012) de Crystal Castles, que explora la violencia sexual y el suicidio; *Indicud* (2013) de Kid Cudi, que transmite las emociones vinculadas al estrés postraumático, la depresión y la ansiedad; y *To Pimp a Butterfly* (2015) de Kendrick Lamar, cuya

portada es una poderosa representación visual de la lucha de la comunidad afroamericana por alcanzar el sueño americano.

Uno de los elementos que más potencia las portadas de álbumes y su capacidad para traducir un sonido en imágenes es la aplicación de la teoría del color. El color puede expresar un estado de ánimo o una emoción con tanta facilidad que llega a formar parte del desarrollo semiótico de una imagen o palabra. Por ejemplo, asociamos una cara amarilla con la felicidad, una roja con la ira o una azul con la tristeza. Un artículo de la *BBC News*, escrito por Mark Ellwood en 2022, utiliza como ejemplo la influencia de los colores en nuestras emociones con una estrategia adoptada por algunas cárceles de Europa y Norteamérica, que comenzaron a pintar las celdas completamente de rosa. La idea era suavizar los sentimientos de los presos e influir positivamente en su comportamiento, ya que el rosa se percibe como más enriquecedor y empático, a diferencia del rojo, que resalta la agresión (Ellwood, M., 2022).

Cuando analizamos la portada de *To Pimp a Butterfly*, observamos los colores negro, gris y blanco. El negro transmite fuerza y poder; el blanco, pureza y esperanza; mientras que el gris simboliza igualdad, modernidad y atemporalidad. Esta paleta de colores, combinada con la composición, crea un efecto de espacio y un anhelo de libertad, estableciendo un punto de enfoque. A través de la imagen y el uso del color, conocemos el propósito del protagonista y sus conflictos externos; incluso podemos imaginar el clímax de la narrativa, convirtiendo la portada en una historia por sí sola, sin haber escuchado aún la música.

Otro álbum que comparte una paleta de colores y una composición similar es *Reputation* (2017) de Taylor Swift, uno de los discos más exitosos de la última década. No obstante, *Reputation* utiliza estos colores de manera diferente. El negro, que predomina en el lado derecho, representa oscuridad, maldad y luto; el gris en el centro denota pasividad o aceptación, además



de funcionar como una transición hacia el blanco en el lado izquierdo, que simboliza verdad y honestidad. A nivel simbólico, la portada está reforzada por una estética de tabloide o periódico, donde el nombre “Taylor Swift” se repite numerosas veces como un mensaje anclado, reafirmando la identidad de la artista para aquellos que no la reconocen visualmente.

El título del álbum, *Reputation* (reputación, en español), actúa como un mensaje de relevo. A nivel denotativo<sup>15</sup>, indica que este es el disco *Reputation* de Taylor Swift, pero a nivel connotativo<sup>16</sup> sugiere quién es realmente Taylor Swift y qué define su identidad.

Fotográficamente, se utiliza un encuadre en plano medio corto de la cantante, creando suficiente cercanía para transmitir intimidad, pero manteniendo el espacio necesario para apreciar lo que la rodea. La iluminación es dura, dividida en tres colores, con un fondo blanco sólido que refuerza la idea de que no tiene nada que ocultar. Su postura y su mirada directa a la cámara reflejan el orgullo de ser quien es, y su reputación y legado artístico hablan por sí mismos. De este modo, sin haber escuchado el álbum, la portada ya nos indica que la narrativa del disco gira en torno a una autobiografía o autoficción.

Estos ejemplos muestran cómo una portada puede ser pensada de manera cinematográfica, con elementos narrativos y estéticos que deben estar en armonía con la música. Si la portada de un disco no encaja con el concepto musical, se sentirá fuera de lugar. Esto es comparable a lo que sucede en el cine: si cambiáramos la banda sonora de *Blade Runner* (1982) de Ridley Scott por música de Justin Bieber, en lugar de la increíble partitura de Vangelis, la sensación futurista y de ciencia ficción sería un desastre. Del mismo modo, si usáramos un cartel estilo *Blade Runner* para una comedia como *El Paseo* (García, 2010), el público podría

---

<sup>15</sup> Mensaje obvio de una fotografía, es el primer elemento que identificamos cuando se piensa desde el código de la naturaleza de las cosas.

<sup>16</sup> Mensaje abstracto de una fotografía, es la interpretación simbólica que le damos a una imagen cuando se piensa desde los códigos culturales.

confundirse y acabar viendo una película que no esperaban. Por eso es crucial que los cineastas consideren la música desde la primera etapa de creación, y que los músicos piensen en sus portadas durante el proceso de producción, y no al final.

David Lynch, uno de los artistas más aclamados del siglo XX, se destaca por sus atmósferas surrealistas, logradas en gran parte a través de la música. Esto no es casualidad, ya que Lynch también es músico, y en diversas entrevistas, libros y masterclasses ha declarado que utiliza la música y la meditación como herramientas clave en su proceso creativo. En su libro *Atrapa el pez dorado* (2016), Lynch afirma que la música y la meditación son dos caminos muy poderosos hacia la creatividad. La música puede inspirar emociones profundas y desencadenar ideas, mientras que la meditación nos permite acceder a un estado de conciencia tranquilo y receptivo, donde las ideas fluyen naturalmente. Al combinar ambas, dice Lynch, se abre una puerta hacia un reino de creatividad ilimitada (Lynch, 2016).

Quentin Tarantino, uno de los cineastas más populares de los últimos años, también ha comentado que la música es una parte integral de su proceso creativo, y que a menudo escucha música mientras escribe. RZA, integrante de Wu-Tang Clan y compositor de la música de *Kill Bill Vol. 1 & 2* (2003-2004), mencionó en un artículo para *HipHopHero* que Tarantino utilizaba la música de Wu-Tang Clan como fuente de inspiración mientras escribía el guion. Según RZA, Tarantino le comentaba que una de las primeras cosas que hace al escribir un guion es elegir la música que utilizará en la primera secuencia, y a menudo tenía una lista de canciones para cada película mucho antes de comenzar a filmar (Whatley, J., 2012).

Por su parte, Andrei Tarkovski, considerado uno de los cineastas más grandes e influyentes de la historia, dedica un capítulo entero a la importancia de la música y el sonido en las películas en su libro *Esculpir en el tiempo* (1985). Tarkovski escribe que cuando el diseño

sonoro y la música se desarrollan en paralelo con las imágenes, se abre la posibilidad de crear una nueva impresión que amplía la relación del espectador con el objeto visual. Esto es especialmente efectivo cuando la música es concebida de manera organizada, lo que, según él, transforma el mundo musical en algo profundamente cinematográfico (Tarkovski, 1985).

Cuando Tarkovski habla de "organización", se refiere a la convergencia entre silencios y ruidos, entre oscuridad y luz, entre el movimiento y la quietud de un objeto. Todos los elementos que forman parte de lo cinematográfico, como el espacio, el equilibrio, el color, las formas, el movimiento, la escenografía, el vestuario, la edición, entre otros, también pueden integrarse en el ámbito musical y en la portada de un álbum, aunque no sea una imagen en movimiento. Esto se debe a que, cuando cerramos los ojos al escuchar música, proyectamos imágenes que nos transportan a un videoclip mental. Esta técnica es difícil de perfeccionar y puede requerir meses o hasta años de práctica.

Un ejemplo destacado de esta integración entre música e imagen es Michael Jackson. Sin temor a experimentar, él siempre exigió el máximo esfuerzo de los creadores de sus portadas para retratar su visión artística. *Dangerous* (1991), su cuarto álbum de estudio tras la separación de los Jackson 5, es considerado por muchos fans como el punto álgido de su carrera artística, tanto en lo musical como en lo visual. La ambiciosa portada del álbum y el cortometraje de "Black or White" (su primer sencillo) son prueba de ello, según el historiador Joseph Vogel en *PopMatters* (Vogel, J., 2020). En una entrevista para *Ebony Magazine* en 1992, Michael Jackson comentó que, al trabajar en *Dangerous*, su objetivo principal era crear una obra como la *Suite Cascanueces* de Tchaikovsky, que, mil años después, siguiera siendo tan relevante como el primer día. Esto debía reflejarse no solo en lo que las personas escucharan, sino también en lo que vieran (Johnson, R. E., 1992). Por esta razón, Michael Jackson presionó a Mark Ryden para

que pintará la portada del álbum durante seis meses, realizando varios bocetos que capturarán la grandeza que buscaba transmitir. Michael Jackson tenía claro que, en la música, no aplica el dicho "no juzgues un libro por su portada".

Gustav Elijah Åhr, más conocido como LiL PEEP, es uno de mis referentes más importantes en términos de concepto, musicalidad y estética para *When the Light Takes Us*. LiL PEEP ha sido reconocido como una figura central del *emo revival* o cuarta oleada del emo, llegando a inspirar a marginados y subculturas juveniles. Algunos lo han comparado como el Kurt Cobain de nuestra generación, no solo por su estilo desgarrador al cantar y sus letras melancólicas, sino también por su influencia en la escena del emo rap a mediados de los años 2010 y su trágica muerte.

*HELLBOY* (2016) es, para mí, su obra maestra: un mixtape lleno de declaraciones suicidas que retrata a un joven inmerso en la disforia, cantándole a sus cicatrices de vida en forma indulgente, descarada e insensible. El título no fue escogido al azar; según LiL PEEP, en una entrevista para *GQ* en 2017, sabía que para algunos en su conservador pueblo natal, él resultaba aterrador e intimidante. LiL PEEP se identificaba con el personaje de cómic *Hellboy*, un demonio que lucha contra seres de otra dimensión mientras es constantemente atormentado por su pasado, un paralelismo evidente con los temas abordados en el mixtape.

Aunque *HELLBOY* no fue el primer álbum de emo rap, muchos lo consideran un punto de no retorno para el género y la experiencia definitiva del movimiento. No solo acentuó características musicales, sino que también exploró estéticas y valores culturales nunca antes vistos. Utilizó de manera extrema colores emblemáticos del emo —como el rosa, rojo, negro y blanco— en sus portadas y videoclips, combinados con encuadres íntimos y fotografías que retrataban la cotidianidad, creando un efecto de empatía. Las canciones de LiL PEEP presentan

narrativas incompletas, historias que nunca tienen un desenlace claro, lo que invita al oyente a adentrarse en su psique. Es como si exploráramos una mente llena de contradicciones, porque su música refleja una naturaleza defensiva y bipolar. Escuchar sus canciones es comprometerse con su mundo, uno que jamás podremos conocer por completo, ya que lo más íntimo de su ser está oculto, no de manera explícita, sino en los pequeños detalles entre sus letras.

LiL PEEP también exploró una temática que ha influenciado profundamente la narrativa de *When the Light Takes Us*: la yuxtaposición entre sus deseos y su realidad, un conflicto constante entre el superyó y su propia identidad. LiL PEEP ansiaba el éxito comercial y la fama, pero al mismo tiempo buscaba un amor recíproco que sentía inalcanzable. Sabía que había valores más importantes que la riqueza material, pero en lugar de ofrecer una solución, sus letras transmiten incertidumbre. Cuando escuché a LiL PEEP por primera vez, fue esa contradicción —la lucha diaria por encontrar una respuesta a la pregunta "¿quién soy yo?"— lo que me atrapó, y decidí abordar esta misma cuestión en mi música. Comprendí que no tengo por qué definirme de manera rígida, ni en términos de género musical, ni en formato cinematográfico, estético o narrativo. Soy solo yo, y lo demás no importa. Mi obra es mi declaración; el resultado final es lo que realmente importa, no el proceso de creación. Explicar más allá sería como contar un final que ni siquiera yo conozco, así como LiL PEEP desconocía el trágico desenlace de su propia vida.

Esto significa que la portada de un álbum funciona como una declaración de tesis: comunica la narrativa propuesta en la música y el género, y no es simplemente una herramienta promocional. Un ejemplo claro es el videoclip de *Wake Me Up When September Ends* (2005), que se conecta perfectamente con la portada del álbum *American Idiot* (2004). En ella, una mano sostiene una granada en forma de corazón que sangra sobre un fondo negro, mientras que el

nombre de la banda y el título del disco aparecen en blanco y rojo, evocando la paz, la violencia y la guerra. Aunque en la canción "Wake Me Up When September Ends" no se menciona la guerra, en otras canciones del álbum sí, lo que demuestra cómo los videoclips y las portadas pueden estar conceptualmente interrelacionados y representar la esencia del disco.

Actualmente, la tendencia de conceptualizar y perpetuar la portada de un álbum a través de una producción audiovisual está en su auge. Este enfoque no es solo un capricho de los músicos, sino que parece haberse vuelto esencial y parte integral de la evolución de la industria. Con la disminución del tamaño de las portadas y la dificultad para destacar los videos musicales en plataformas como YouTube (a menos que seas una figura de renombre como Drake), cada lanzamiento enfrenta un entorno mediático saturado. Ante esta realidad, los artistas buscan nuevas formas de hacer que su música sea escuchada, casi como un deber moral.

Como resultado, ha crecido la tendencia de adaptar discos a un formato audiovisual, tanto como estrategia de marketing como por necesidad artística. Aunque es difícil precisar cuándo comenzó esta fusión entre música y visuales, la crítica suele señalar *Thriller* de Michael Jackson como un punto de partida esencial. Sin embargo, más que trazar un camino claro para la música audiovisual, *Thriller* complejizó aún más este enfoque. Antes de *Thriller*, ya existían obras musicales adaptadas al cine, como *A Hard Day's Night* (1964) de The Beatles o *Quadrophenia* (1979) de The Who, aunque no eran consideradas videoclips, sino películas musicales cuyo soundtrack era el álbum del mismo nombre. Estas obras no eran expansiones artísticas del álbum, ya que la música estaba al servicio de la imagen y no al revés. Lo que hizo a *Thriller* diferente fue que el videoclip estaba subordinado a la narrativa lírica y musical que Michael Jackson proponía, explorando temas como la dualidad humana, la atracción por lo desconocido, la paranoia y la lucha interna. Esto se refleja en la transformación de Michael Jackson en un ser

sobrenatural, que simboliza una reflexión sobre la identidad y la aceptación de uno mismo, mientras que la presencia de zombis encarna el miedo a la muerte y la decadencia, otros de los temas presentes en el álbum.

Esta forma más metafórica de representar visualmente la música ha dado lugar a nuevos términos, en los que muchos artistas han utilizado la portada de sus discos como una puerta que conecta su música con videoclips de estilo cinematográfico. Estos a veces se denominan cortometrajes, películas, álbumes visuales o canvas, y aunque son formatos distintos en términos de distribución, creativamente no lo son. Kanye West, durante un video promocional para su álbum y película de nombre *Cruel Summer* (2012) dice: “paso tanto tiempo trabajando en la portada de mis álbumes, como en el concepto de un video, como en una canción; todo lo complementario a la portada es tan importante como la portada en sí misma, mientras trabajo en las canciones veo la obra de arte y me pregunto ¿así es como suena esta canción, se ve de esta forma?”. En resumen, para Kanye West, tanto la música, como la portada y la película, aunque son piezas distintas, al final se trasladan a una obra totalitaria. Y otros ejemplos de esto son *Runaway* (2010) de Kanye West, *Tropico* (2013) de Lana Del Rey, *Lemonade* (2016) de Beyoncé, *Endless* (2016) de Frank Ocean, *The Odyssey* (2016) de Florence + the Machine, *If I Can't Have Love, I Want Power* (2021) de Halsey, *Blue Weekend* (2021) de Wolf Alice o *Circus Maximus* (2023) de Travis Scott. Estas obras están profundamente conectadas con las portadas de sus álbumes y las piezas audiovisuales, con imágenes relacionadas entre sí. Es como si la portada del álbum funcionara como el cartel promocional de una película. La conexión entre el género musical, el género cinematográfico, el concepto y la narrativa —tanto musical como visual— está tan intrínsecamente ligada a la portada que, en algunos casos, la portada del álbum funciona como una representación del universo visual que lo acompaña.

En la música electrónica, por ejemplo, es común que los videoclips se inspiren en películas de comedia juvenil (coming-of-age) como *Superbad* (Mottola, 2007), donde se retrata el hedonismo típico de vacaciones de primavera o verano: fiestas descontroladas, ausencia de figuras paternas, sexo, drogas, alcohol y mucho humor relacionado con el escapismo juvenil. Los videoclips de música electrónica están fuertemente influenciados por este tipo de películas. Un buen ejemplo es *Sexy Chick* (2009) de David Guetta o *Bounce* (2011) de Calvin Harris, cuyos videoclips pueden compararse con *Superbad* y las portadas de sus álbumes (*One Love* de David Guetta y *18 Months* de Calvin Harris, respectivamente) con los flyers de este subgénero de películas.

El videoclip, y en especial aquellos comparados narrativamente con una película, ha dejado de ser una simple alternativa a los vídeos musicales tradicionales para convertirse en una necesidad. Son una herramienta para promocionar un álbum como un concepto integral y una oportunidad para competir en mayor escala. Esta tendencia ha adquirido tal relevancia que incluso premios como los MTV Video Music Awards y los Grammy Awards han creado categorías específicas para reconocer estas producciones.

### **Metodología**

El proceso de investigación de esta obra comenzó con la experimentación del lenguaje audiovisual, aplicando las herramientas aprendidas a lo largo de mi carrera en el desarrollo de un videoclip conceptualizado como un teaser para el largometraje *When the Light Takes Us*. Este proceso se dividió en varias etapas: primero, realicé una búsqueda bibliográfica que respaldara las nuevas técnicas de creación que utilicé durante la gestación del proyecto. Posteriormente, estas técnicas fueron discutidas con mi asesora para establecer una dirección clara.



A continuación, recopilé características compartidas entre diversas piezas audiovisuales que me sirvieron de inspiración; luego, dichas características fueron depuradas y clasificadas según su relevancia para el proyecto. Durante este proceso de investigación-creación, utilicé la portada del álbum como campo de experimentación previo al rodaje del teaser. Mientras desarrollaba la portada, probé la fusión de las ideas que previamente había trabajado en las memorias de dirección.

Al concluir el proceso de experimentación, pude identificar tres caminos metodológicos, los cuales se desglosan a continuación.

### **La sinestesia**

La sinestesia<sup>17</sup> fue el primer elemento que exploré en el proceso de descubrir mi faceta artística. Lo sinestésico, sin embargo, no puede definirse con precisión como un pensamiento filosófico ni como una técnica o movimiento artístico. Más bien, es una forma de creación que emerge de los sentidos. Aunque hasta hoy no se ha encontrado una manera única o definitiva de crear arte desde lo sinestésico, existen numerosas obras que han partido de este enfoque: cine, pintura, música, danza, entre otras. Esto se debe a que no hay una única forma de percibir lo sinestésico.

En su artículo *Los 11 tipos de sinestesia (y sus características)* (2021), el psicólogo Nahum Montagud, de la Universidad de Barcelona, explica que "la sinestesia es un fenómeno por el cual la percepción sensorial se da simultáneamente a través de dos sentidos diferentes, los cuales están interconectados [...], permitiendo diversas combinaciones de sentidos" (Montagud, 2021). En otras palabras, la sinestesia implica un cruce de sentidos, y cada combinación de estos genera un tipo diferente de experiencia.

---

<sup>17</sup> Del griego synaesthesia, unión de los sentidos.

Según un estudio de la *BBC*, una de cada 2.000 personas en el mundo tiene sinestesia, pero solo una de cada 23 es consciente de ello, ya que quienes la padecen lo experimentan de manera automática y constante (Swain, 2014). Es decir, la mayoría de las personas con sinestesia ni siquiera son conscientes de su condición, incluso muchos artistas. Estos últimos suelen referirse a sus procesos creativos no desde lo sinestésico, sino desde lo filosófico, describiéndolos como algo "mágico" que surge de un lugar indeterminado de su cuerpo, casi como una manifestación espiritual.

En su tesis doctoral *Aportaciones teóricas y prácticas sobre la sinestesia y las percepciones sonoras en la pintura contemporánea* (2004), Timothy Baird Layden explica que, desde la biología, este "lugar desconocido" se encuentra en una parte del cerebro mamífero llamada el sistema límbico, el cual regula nuestras memorias, emociones y comportamientos. Es decir, en esta región se desarrollan nuestros sentidos más primitivos e instintivos. Layden también señala que, dentro del sistema límbico, cuando un receptor sensorial estimula a otro, esta interconexión puede traducirse en cualquier tipo de percepción. Por ejemplo, para muchas personas, el sabor del chocolate genera una sensación de bienestar o energía, ayudando a contrarrestar el cansancio o la tristeza. Un efecto similar podría lograrse a través de canciones que transmitan una sensación de "dulzura" (Layden, 2004).

En el arte, existen múltiples ejemplos de sinestesia. El poeta francés Arthur Rimbaud, en su soneto *Vocales* (1883), ofrece una interpretación surrealista de la eternidad, en la que asigna colores a las vocales: la "A" es negra, la "E" es blanca, la "I" es roja, la "U" es verde, y el "Omega"<sup>18</sup> es azul. En las artes plásticas, la serie *Sonidos de la hierba* (1946) de Jackson Pollock incluye obras como "Sustancia reluciente" y "Sustancia que riela", donde aplica la técnica del *Action painting*, que dota a sus obras de un carácter gestual. Aquí, la aleatoriedad o

---

<sup>18</sup> Última letra del alfabeto griego.

experimentación controlada están regidas por parámetros como el ritmo de su pintura o los colores que usa, decididos en función de una experiencia sonora.

En el libro *Los ojos de la piel: La arquitectura y los sentidos* del arquitecto y teórico Juhani Pallasmaa se proporciona un marco teórico interesante, donde se analiza cómo la arquitectura puede evocar experiencias multisensoriales que trascienden la mera visualidad, invitando a una reflexión profunda sobre el impacto sinestésico de los espacios construidos.

Pallasmaa sostiene que la arquitectura moderna ha privilegiado el sentido de la vista en detrimento de los demás sentidos, lo que ha empobrecido nuestra relación con los espacios. A través de una aproximación sinestésica a la arquitectura, Pallasmaa propone un retorno a la experiencia integral del cuerpo, donde la vista no es el único medio para percibir el entorno, sino uno más en el conjunto de una experiencia corpórea total (Pallasmaa, 2014).

En el libro también se habla sobre cómo el sonido juega un papel crucial en la percepción sinestésica de los espacios. Pallasmaa discute cómo la acústica puede modificar nuestra experiencia del espacio arquitectónico. Dice que un espacio puede parecer más amplio o más íntimo dependiendo de cómo se comporta el sonido dentro de él. En este sentido, la arquitectura no solo moldea el espacio visual, sino también el sonido que lo habita (Pallasmaa, 2014).

En una sala de conciertos, por ejemplo, la calidad de la acústica define la relación entre el oyente y el espacio, transformando la percepción sensorial de los sonidos que resuenan en el entorno. La arquitectura bien diseñada se convierte en un instrumento que amplifica, suaviza o modula el sonido, generando una experiencia sinestésica en la que el espacio visual y sonoro se entrelazan.

Pallasmaa menciona cómo ciertos espacios históricos, como las iglesias o los palacios, fueron diseñados con una profunda comprensión del sonido. En estos lugares, el eco o la resonancia no son efectos secundarios, sino parte integral del diseño arquitectónico. El espacio resuena, creando una atmósfera multisensorial donde el sonido se convierte en una extensión de la arquitectura misma. Él sugiere que la arquitectura también apela a nuestra memoria sensorial y emocional. Los espacios que habitamos nos recuerdan experiencias pasadas, despertando emociones y sentimientos que se entrelazan con nuestras sensaciones actuales. Este fenómeno sinestésico es particularmente evidente en lugares que tienen una conexión personal o cultural profunda, donde la arquitectura se convierte en un catalizador para la evocación de recuerdos.

Michel Chion en su libro *La Música en el Cine*, también propone una idea complementaria, y dice que el sonido, y particularmente la música, puede crear espacios dentro del cine. Ya que el sonido, al igual que las imágenes, tiene la capacidad de definir las dimensiones de una escena, de sugerir la proximidad o lejanía, de expandir o contraer el campo visual. Por ejemplo, en una escena en la que un personaje está solo en una habitación pequeña, el uso de una música estruendosa puede hacer que el espacio parezca más grande y ominoso. De manera similar, una música suave y contenida puede hacer que un espacio amplio parezca íntimo y cerrado (Chion, 1997).

En muchas películas de ciencia ficción o terror, la música es fundamental para crear una atmósfera de inmensidad o claustrofobia. Un claro ejemplo es *Alien* (1979) de Ridley Scott, donde la banda sonora de Jerry Goldsmith juega con la expansión y contracción del espacio sonoro para aumentar la sensación de aislamiento y peligro en la nave espacial. Los pasillos de la nave *Nostramo*, que transporta a los protagonistas pueden compararse con las de un laberinto y en la escena introductoria, podemos ver que *Nostramo* desde afuera, tiene la forma exacta de un

castillo gótico, de hecho, el *Xenomorfo* tiene mucha similitud a las gárgolas, esta unión de formas, arquitectura, música y sonidos alimenta la imaginación del espectador para percibir al extraterrestre como un demonio.

En este sentido, la sinestesia no solo se refiere a la activación simultánea de varios sentidos, sino también a la conexión entre las emociones y nuestras experiencias subjetivas. El espacio y el sonido, cuando está diseñado para ser percibido integralmente, se convierte en un espejo de nuestros sentimientos, memorias y estados mentales. Es decir que aunque una persona no sufra de sinestesia de forma biológica o psicológica, si puede hacerlo a través de una serie de símbolos colectivos que implanta el autor de la obra, si es que crea la pieza conscientemente.

Así fue como desarrollé el proyecto de *When the Light Takes Us* durante la etapa final de la cuarentena, junto a mi amigo Ramus Spark. Nos impusimos una especie de exilio en un apartamento en el centro del municipio, con una vista a las montañas y a la Piedra del Peñol desde un sexto piso. Allí, trabajamos durante casi un año con un grupo de artistas de diversas disciplinas, todos con un propósito en común: crear un disco de rap innovador. Mientras yo escribía el guion en una computadora, Ramus Spark componía los versos de las canciones en otra. Intercambiábamos ideas en tiempo real: las secuencias que yo desarrollaba para el guion se modificaban si no lograban sostenerse rítmica o líricamente en los versos, y algunas letras que encajaban en las canciones terminaban ilustrando escenas que luego integraba en el guion. Del mismo modo, reflexionábamos sobre los colores, la iluminación y el vestuario que los personajes debían llevar, según cómo sonaba el disco en ese momento.

Cuando las canciones estaban casi terminadas, comenzamos a convocar al resto de los artistas, especialmente a otros músicos, para que tocaran las composiciones que habíamos escrito. Regrabamos la mayoría de los instrumentos que yo había interpretado anteriormente, al

mismo tiempo los estilistas, la maquilladora y el equipo de fotografía diseñaban el universo visual del álbum. Al inicio de cada jornada, conversábamos sobre las influencias que cada uno quería compartir: escuchábamos música nueva, veíamos películas o leíamos libros que nos inspiraran. Tratábamos estas obras como si fueran nuestro “Maestro Yoda”, analizándolas y debatiendo sobre ellas. Al final del día, reflexionábamos sobre lo logrado, escuchábamos la música, y en algunas ocasiones organizábamos fiestas para reforzar nuestra conexión humana.

El proceso se repitió cuando comenzamos a montar el teaser. Modificamos nuevamente las canciones para adaptarlas al montaje que imaginábamos. Este ejercicio implicó un proceso sinestésico en el que buscábamos sincronizar el ritmo del montaje, la colorización, el sonido y los diálogos. Esto nos llevó a regrabar versos, reescribir partes del guion e incluso a realizar doblajes en el estudio, con el objetivo de equilibrar la obra musical con la cinematográfica. No concebíamos el sonido y la imagen como elementos dispares, sino como una creación paralela guiada por lo sinestésico.

Esta metodología de creación la tomé inspirada en Andy Warhol y su estudio *The Factory*, el lugar donde se gestaron algunas de mis obras favoritas, como *Chelsea Girls* o *Exploding Plastic Inevitable* (1967), que fueron concebidas de manera similar junto con los álbumes *Chelsea Girls* (1967) y *The Velvet Underground & Nico* (1967), respectivamente.

Otra obra que utilicé como referencia fue *Purple Rain* (1984), el segundo álbum de estudio de Prince & The Revolution, que fue lanzado como banda sonora de la película homónima dirigida por Albert Magnoli ese mismo año. Cuando el disco salió, la crítica lo consideró la declaración más grande y audaz de Prince, elogiando sus innovaciones y su estética andrógina. Prince desafió los estereotipos de género y raza, y fue uno de los primeros músicos en abordar el erotismo desde una sexualidad andrógina y amorfa. En un artículo de *Los Angeles*

*Times* de 2016, August Brown y Josh Rottenberg describen a Prince como la primera estrella "post-pop" en romper con las categorías de género y raza, transmitiendo a sus fans un mensaje crucial: está bien ser diferente (Brown y Rottenberg, 2016). Ese mensaje llegó a mí en un momento crucial de mi vida, mientras asumía la transición de mi hermana mayor y me preguntaba qué debía estudiar al terminar la secundaria. El año que descubrí el álbum de *Purple Rain*, había lanzado mi primer álbum de estudio, *Lux Aeterna* (2015), y por casualidad encontré el CD de Prince en la colección de música de mis padres. Fue como magia. Había descubierto a un músico que combinaba muchas de mis identidades: sexualmente abierto, sin miedo a ser percibido como femenino; musicalmente rompedor e indefinible; y visualmente, la conjunción perfecta de música, teatro y danza. Prince era cine musical y sinestesia pura. Ese fue uno de los momentos clave que me llevó a querer estudiar cine.

Por primera vez, me conecté con un artista que pensaba de forma sinestésica. En una entrevista para *NME*, Prince explicó que “el significado de *Purple Rain* es el apocalipsis y, al mismo tiempo, el amor verdadero, porque cuando hay sangre en el cielo, el rojo y el azul dan como resultado el púrpura” (Jones, L., 2012). Según Eva Heller, en su libro *Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*, el púrpura representa la transmigración<sup>19</sup> de las almas, ya que enlaza la vida con la muerte. Dentro del arcoíris, marca el límite entre lo visible y lo invisible; al caer la tarde, es el último color que vemos antes de que comience la noche. Simboliza la seducción, el sexo desinhibido, la feminidad y la homosexualidad (Heller, 2008).

La influencia de *Purple Rain* se puede apreciar en todo mi proyecto. A simple vista, en la paleta de colores elegida para el diseño de mi álbum, destacan los tonos rojos, azules y púrpuras. Estos colores también se reflejan en la iluminación y el arte del largometraje, junto con el negro,

---

<sup>19</sup> El intercambio o peregrinación del espíritu de un cuerpo a otro.

que está presente en todas partes. El negro, en combinación con el rojo y el azul, crea una atmósfera que evoca la muerte y el erotismo, los dos ejes conceptuales tanto en *Purple Rain* como en *When the Light Takes Us*. Otro ejemplo de inspiración es el guion, ya que ambas historias son autorreferenciales: en ambas, el vocalista del álbum es el protagonista y ambas narran la historia de un músico talentoso que lucha por alcanzar la fama mientras lidia con una relación conflictiva con el amor de su vida.

Para concluir, en la música, la sinestesia se refiere a la capacidad de algunas personas para experimentar asociaciones sensoriales cruzadas, como ver colores mientras escuchan sonidos o percibir espacios mientras escuchan música. Este fenómeno puede enriquecer la creación y percepción musical, permitiendo que los artistas sinestésicos visualicen sus composiciones de una manera única, lo que puede dar lugar a obras innovadoras y multisensoriales.

### **El storytelling**

En 1868, Modesto Cubillas descubrió un yacimiento que revolucionaría la historia de la humanidad: un complejo de cuevas ubicado cerca de la ciudad de Santillana del Mar, en España. Este sitio, conocido como la Cueva de Altamira, contiene arte rupestre<sup>20</sup>, como dibujos al carbón y pinturas policromadas que incluyen manos humanas y figuras geométricas. Según el arqueólogo Marcelino Sanz de Sautuola, quien dedicó años a investigar las cuevas, estas obras no podían haber sido hechas por seres humanos, pues tienen alrededor de 36.000 años, lo que generaba escepticismo sobre su origen. Sin embargo, la importancia del descubrimiento de Altamira no radica tanto en su origen, sino en lo que representa para la humanidad en relación con su tiempo de antigüedad y el desarrollo de nuestro lenguaje.

---

<sup>20</sup> Forma de expresión pictórica que nace en los tiempos paleolíticos.



"En el arte no hay ni pasado ni futuro", dijo en una ocasión Pablo Picasso, quien quedó impactado por las imágenes de Altamira, probablemente porque comprendió que el impulso artístico por representar y reinterpretar el mundo es una necesidad inherente al ser humano. Este es el verdadero valor de Altamira: no solo es una prueba que respalda la teoría de la evolución de Darwin<sup>21</sup>, sino también un testimonio de cómo el hombre, a medida que evolucionaba, desarrolló un lenguaje simbólico, capaz de comunicar y describir situaciones, una de las características que más nos distingue de los animales no humanos.

Laura Ponce Pascual define el término *Storytelling* desde un análisis morfológico en su tesis de grado *Storytelling: El uso de la narrativa para crear un universo de marca*, como "el arte de contar ('tell') una historia ('story') desde lo sociocultural, desarrollado a partir del uso del lenguaje y la necesidad de explicar sentimientos, describir o teatralizar situaciones". Ella argumenta que cada movimiento cultural y artístico utiliza técnicas narrativas, metafóricas o literales, que los hacen únicos, pero todos comparten elementos como acontecimientos, personajes, espacio y tiempo (Pascual, 2021). Otra definición relevante es la de la *Federation for European Storytelling*<sup>22</sup> (FEST), que describe el storytelling como "un arte primitivo que sirve de base comunicativa, imaginativa y creativa para crear un diálogo intercultural, donde se plasman ideas y se establece un vínculo con la cultura pop y el patrimonio" (FEST, 2023). Esto puede verse claramente en el caso de Altamira.

Es decir, el *Storytelling* es la capacidad de transmitir una historia de tal forma que el receptor se identifique con aquello que el emisor desea expresar. Un gran narrador es aquel que consigue trascender la conciencia humana para conectarse con el inconsciente colectivo<sup>23</sup>, generando una emoción compartida. También es importante entender que cuando hablamos de

---

<sup>21</sup> Los animales evolucionan por supervivencia a lo largo del tiempo, dando origen a nuevas especies.

<sup>22</sup> Red internacional conformada por organizaciones de 28 países que se dedican a estudiar sus lenguajes.

<sup>23</sup> Estudio del psicoanálisis sobre las experiencias que sentimos comunes, sin haberlas vivido en carne propia.

storytelling, no solo nos referimos a una palabra acuñada en inglés, sino a un concepto que se ha utilizado para describir una de las principales cualidades de los músicos angloparlantes. El término storytelling está más relacionado con la narración en la música que con los cánones narrativos aristotélicos o de Hollywood. Los cantantes estadounidenses han sido reconocidos históricamente como grandes narradores musicales, desde pioneros del blues como Muddy Waters, pasando por el folk de Bob Dylan, hasta el rap de 2Pac. La industria musical estadounidense ha sido durante décadas una de las más influyentes del mundo, enriquecida por diversas diásporas que han contribuido a la creación de una amplia variedad de géneros.

Steve Turner, en su libro *Beatles '66: The Revolutionary Year*, afirma que los artistas que escriben sus canciones en inglés utilizan recursos lingüísticos que los hacen destacar, ya que el inglés es un idioma con un vocabulario relativamente limitado. Esto exige un mayor dominio de la rima, la cadencia, el símbolo, la imagería y la metáfora (Turner, 2016). Como resultado, los compositores norteamericanos han tenido que volverse cada vez más ingeniosos en su narrativa poética, evitando caer en los clichés de sus predecesores.

Entre los cantantes norteamericanos que han influido en mi arte del storytelling, destaco a Taylor Swift, quien ha explorado diversas formas narrativas en sus álbumes. Por ejemplo, en *folklore* (2020) y *evermore* (2020), creados durante la pandemia de COVID-19, desarrolla personajes individuales en canciones autocontenidas, con tramas que se entrelazan a lo largo del álbum para formar una macrohistoria que explora temas relacionados con la fantasía. En contraste, en álbumes como *Fearless* (2008) y *Red* (2013), realiza una exploración más personal, presentando el amor como una decisión valiente y salvaje que marca la juventud.

Para ilustrar mi inspiración en el storytelling de Taylor Swift, propongo analizar el sencillo “I Knew You Were Trouble” de su álbum *Red*. En esta canción, Taylor Swift describe

cómo las emociones más cercanas al amor pueden transformarse en miedo y, finalmente, en un doloroso rechazo que ella pudo prever desde el inicio de la relación. La letra narra una historia de una relación turbulenta que Taylor Swift podría haber evitado, pero que asumió debido a un apego evitativo<sup>24</sup> y desorganizado<sup>25</sup>, con la ilusión de que sería diferente. Esta emoción es descrita por la psicóloga Anita Vangelisti en *Feeling Hurt in Close Relationships* (2009) como el resultado de rechazos emocionales acumulados, lo que puede causar problemas de autoestima, una mayor sensibilidad al fracaso y ansiedad al enfrentar conflictos en las relaciones. Esto, a su vez, provoca respuestas emocionales intensas, predominantemente negativas (Vangelisti, 2009).

El videoclip de “I Knew You Were Trouble”, dirigido por Anthony Mandler, es una extensión visual de estas emociones. En una entrevista con *The Sunday Times* en 2013, Taylor Swift explicó que el video narra la historia de una chica que se enamora demasiado rápido y luego enfrenta las consecuencias de sus decisiones (Geller, 2012). El videoclip comienza con Taylor Swift despertando en un desierto lleno de escombros tras un concierto, como si emergiera de un estado delirante. *Flashbacks* intercalados muestran su relación con un personaje que contrasta con su personalidad. Narrativamente, la imagen de apertura establece un contexto desorientador, mientras Taylor Swift explora espacios poéticos como el desierto, símbolo de la confusión y el olvido en un “mundo postapocalíptico”, donde “mundo” representa la relación y “postapocalíptico”, las consecuencias. La estética vintage de Taylor Swift (cabello desaliñado, puntas rosadas, maquillaje gótico, botines vaqueros, pantalón negro de mezclilla y una cadena con un dije en forma de llave) conecta con un público joven, pues el concepto del álbum aborda el amor y la madurez durante los primeros años de la juventud. En una entrevista con *Billboard* en 2012, Taylor Swift afirmó: “las canciones capturan mis emociones de los veinte años, cuando

---

<sup>24</sup> Cuando una persona es incapaz de compartir sus emociones e intimidad con su pareja.

<sup>25</sup> Cuando una persona tiene conductas contradictorias.

sientes que has aprendido lo suficiente, pero sabes que aún te falta mucho. Es ese sentimiento de despreocupación y miedo ante decisiones importantes” (Gallo, 2012).

Esta idea se refuerza con la voz en off de Taylor Swift al inicio del video: “I knew his world moved too fast and burned too bright, but I just thought... How can the devil be pulling you toward someone who looks so much like an angel when he smiles at you? Maybe he knew that when he saw me. I guess I just lost my balance. I think that the worst part of it all wasn't losing him. It was losing me” (sabía que su mundo se movía muy rápido y brillaba como el sol, pero pensé... ¿Cómo puede el diablo empujarte a los brazos de alguien que luce como un ángel cuando te sonríe? Tal vez él lo sabía cuando me vio. Supongo que perdí mi equilibrio. Pienso que la peor parte de todo no fue perderlo. Sino perderme a mí). Tras este monólogo, se desencadena el conflicto narrativo y comienza la canción. El videoclip concluye con la misma imagen de apertura, utilizando un *Flashforward* que resume la historia, sugiriendo que se trata más de un cortometraje que de un simple videoclip.

La influencia de “I Knew You Were Trouble” en mi proyecto se refleja principalmente en cómo ambas narraciones comienzan con uno o más narradores autodiegéticos, quienes exponen sus perspectivas sobre el amor basadas en experiencias vividas. Los estados emocionales de los personajes en *When the Light Takes Us* son similares a los de Taylor Swift, y también utilizo la técnica de intercalar imágenes. Por ejemplo, Tammy (coprotagonista de mi proyecto) aparece preparándose para salir después de ducharse, en un estado de ansiedad, desolada y pensativa, mientras que Ramus Spark (el protagonista) parece tranquilo con otra mujer en su habitación. La voz en off de Tammy concluye con las líneas: “No siento que esté en una relación como quisiera estar y... tampoco me parece justo para él [...] 2019, febrero de 2019”. A partir de ahí, comienza

la canción “Tammy’s Call”, transportando al espectador a un pasado donde Ramus Spark y Tammy compartían momentos de intimidad.

Otra de mis referencias en el arte del storytelling es Kate Bush, cantautora y productora británica aclamada por su habilidad para contar historias donde predominan el horror y el romance. Kate Bush también es reconocida por su uso de la intertextualidad<sup>26</sup>, tomando prestadas diversas formas de arte, como la pintura, las novelas y el cine, especialmente de su infancia, para componer sus letras. En la biografía *Kate Bush: The Biography*, escrita por Rob Jovanovic en 2005, Kate Bush afirma que cuando reinterpreta otras obras artísticas no realiza una copia directa ni las plagia, sino que las filtra a través de sus propias experiencias (Jovanovic, 2005).

Un ejemplo claro de esto es su canción “Wuthering Heights”, de su primer álbum *The Kick Inside* (1978), que es una adaptación libre de la novela gótica homónima escrita por Emily Brontë en 1847. En la canción, Kate Bush combina diálogos extraídos de la novela con su particular estilo teatral, cimentando su reputación y permitiéndole lanzar su álbum debut a los 19 años, con la producción de David Gilmour de Pink Floyd, en pleno apogeo de la banda.

Su audaz proceso de reinterpretación de la novela fue una gran influencia para mí, y decidí adoptarlo como método de escritura para mi álbum. Un ejemplo de ello es la cuarta canción del disco, titulada “Light’s Room”, cuya letra escribí junto con Ramus Spark. Para esta canción, nos inspiramos en una carta de confesión que había escrito para mi expareja, así como en el poema “La diosa de 1.80” de Charles Bukowski, extraído de su libro *Love is a Dog from Hell* (1977). Al igual que en “Wuthering Heights”, existe una similitud en la premisa de ambas canciones, ya que en las dos se expresa, con una sensación de inercia, la súplica de una mujer en una noche fría por entrar en los “sueños húmedos” de su amado.

---

<sup>26</sup> Relación compartida entre diferentes obras para una creación textual.

Para resumir, el storytelling en la música se refiere al arte de contar historias a través de las letras y composiciones musicales. Los artistas utilizan recursos poéticos, narrativos y emocionales para construir tramas o expresar vivencias, conectando profundamente con su audiencia. Este tipo de narrativa musical no solo se enfoca en los elementos tradicionales del relato, como personajes y acontecimientos, sino que también transmite emociones y experiencias universales a través de metáforas y simbolismos. Artistas como Taylor Swift o Kate Bush han destacado en el storytelling, usando su música para tejer historias personales o ficticias que resuenan emocionalmente con los oyentes.

### **El vanguardismo**

Durante la primera mitad del siglo XX, las artes comenzaron a explorar la estética de la tecnología analógica, la reproducción mecánica y las corrientes progresistas. El ensayo de Walter Benjamin, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (1939), fue una obra fundamental para el análisis de la estética de los medios. Este escrito surgió en un periodo de importantes transformaciones artísticas, particularmente en música y cine, que demandaban nuevos enfoques críticos. Benjamin revisó el contexto cultural de las bellas artes a la luz de los avances tecnológicos y científicos, identificando cómo dichos avances ofrecían oportunidades, pero también cómo el fascismo<sup>27</sup> se apropiaba de los medios de comunicación. Según sus palabras: "incluso en la más perfecta de las reproducciones, una cosa queda fuera de ella: el aquí y ahora de la obra de arte, su existencia única en el lugar donde se encuentra" (Benjamin, 1939), refiriéndose a la cultura de masas, que desde su perspectiva creaba arte únicamente para el consumo masivo, sin una visión distintiva de la realidad.

Las ideas de Benjamin dividieron a sus lectores. Por un lado, los académicos elogiaban su enfoque materialista para reinterpretar las artes, mientras que muchos artistas consideraban sus

---

<sup>27</sup> Ideología política que promueve el totalitarismo y la extrema derecha.

fundamentos eurocéntricos insuficientes desde una óptica posmoderna. Motivados por contradecir a Benjamin, estos artistas comenzaron a aprovechar los avances tecnológicos y científicos para centrarse en la experimentación creativa, replanteando los conceptos y técnicas clásicas heredadas del arte antiguo. Así, surgió una nueva idea sobre lo que debía considerarse arte.

Este grupo de artistas adoptó el término *avant-garde* (vanguardia en francés) para englobar una serie de obras que contradecían los pensamientos heredados por Benjamin. En *Teoría de la vanguardia* (1974), Peter Bürger explica que estos artistas promovían filosofías izquierdistas y abogaban por reformas culturales validadas por su innovación, desafiando los cánones establecidos para definir qué es arte (Bürger, 1974). Estos primeros vanguardistas se oponían a las políticas y valores de la sociedad dominante, replanteando la importancia del capitalismo y la comercialización del arte. En las artes plásticas, por ejemplo, algunos artistas se preguntaron si era posible esculpir o dibujar criaturas que no existen en la naturaleza, como unicornios o dragones, cuestionando si se podía crear algo completamente auténtico.

Este desafío artístico llevó a figuras como Pablo Picasso a explorar conceptos como la teoría de la relatividad a través del cubismo, como lo ejemplifican obras como *La Vie* (1903) y *Femme assise* (1909), ambas anteriores a los postulados de Albert Einstein sobre la relatividad en 1905 y 1915. Picasso se preguntaba si era posible representar algo desde múltiples perspectivas al mismo tiempo, lo que condujo al surgimiento del cubismo y del surrealismo.

En el cine, muchos realizadores vanguardistas adoptaron una metodología similar a la experimentación científica, donde la creación artística requería procesos de teorización y demostración. Un ejemplo destacado es Walt Disney, quien descubrió técnicas clave para el desarrollo del cine moderno, como la sincronización de sonido e imagen; la introducción del

color, el storyboard, la animación con perspectiva forzada y la profundidad de imagen, y Walt superó los límites del arte y la tecnología para crear la primera película animada de la historia, *Snow White and the Seven Dwarfs* (1937). Estos avances, que hoy son estándares de la industria, en su momento representaron una auténtica vanguardia. Otros cineastas, como Stan Brakhage, Agnes Varda, Jonas Mekas y Andy Warhol, optaron por una creación más solitaria, explorando narrativas no aristotélicas y creando problemas perceptivos desde la semiótica.

En particular, Andy Warhol presentó experimentos controversiales como *Empire* (1965), un largometraje de 485 minutos que consiste en un único plano del Empire State Building al amanecer, y *Chelsea Girls* (1966), codirigida con Paul Morrissey, que exploraba relaciones eróticas en un hotel y fue pionera en el uso del *split screen* para contar dos historias simultáneamente. La estética de *Chelsea Girls*, con su paleta de colores sobresaturados, su carácter pseudo-documental y la pantalla dividida, ha sido una gran influencia en mi proyecto, donde intento contar dos realidades en paralelo, vinculando esta idea con la teoría de la relatividad desde una perspectiva cubista, al estilo de Picasso.

Uno de los artistas de hip-hop más visualmente fascinantes es Kanye West, quien posee un agudo sentido de la narrativa y ejecuta hábilmente técnicas vanguardistas en la construcción de su identidad a través de las portadas de sus álbumes y videoclips, como es el caso de "Famous", el primer sencillo de su sexto álbum, *The Life of Pablo* (2016). Este videoclip, dirigido por el propio Kanye West, destaca por su porosidad entre diferentes formas de arte, como el documental, el performance y la pintura. Aunque se presenta como una ficción, está filmado con una videocámara VHS, evocando la estética de un video casero o un documental.

Al inicio del videoclip, la imagen cae directamente en una toma del sol sobre las nubes, donde se aprecian el cielo y las montañas en un sublime horizonte. Esta imagen pintoresca, con



colores pastel, sugiere que se trata de un amanecer. La escena de apertura puede considerarse una representación de las declaraciones hechas por Kanye West en 2013, cuando en una entrevista para BBC Radio con Zane Lowe afirmó: “We Culture, Rap is the new Rock and Roll, We the Rockstar [...] and I’m a God” (Nosotros somos cultura, el rap es el nuevo rock and roll, nosotros somos estrellas del rock [...] y yo soy un Dios). Desde este contexto, la imagen excelsa del cielo puede interpretarse como una metáfora de las personas famosas que se encuentran en la cima de la industria de la moda y, por lo tanto, son quienes más influyen en nuestra cultura. En este caso, se refiere a los raperos que han alcanzado la cúspide de la industria y cómo han reemplazado a los rockeros gracias a sus audaces declaraciones culturales e innovaciones artísticas, donde él se presenta como el “Dios” de esta revolución. Esto sugiere que la imagen aparentemente objetiva del cielo es, en realidad, la subjetividad de Kanye West; es decir, el punto de vista de un hombre que está por encima de la fama.

Segundos después de esta hermosa y abstracta atmósfera, se introduce lo que se puede considerar la trama principal: una yuxtaposición de imágenes televisivas relacionadas con los momentos de controversia en la vida del artista. Estas imágenes son cruciales, ya que conectan la idea de que los raperos son las nuevas estrellas del rock. La secuencia principal da inicio y la cámara, en mano, se desplaza lentamente sobre cuerpos desnudos iluminados únicamente por la luz de la cámara, utilizando planos detalle y primerísimos planos que evitan revelar, en un principio, la identidad de los sujetos, creando un efecto de sextape. A medida que avanza el videoclip, el encuadre se abre y las secuencias se alargan, revelando la identidad de otros personajes famosos (George W. Bush, Anna Wintour, Donald Trump, Rihanna, Chris Brown, Taylor Swift, Kim Kardashian, Ray J, Amber Rose, Caitlyn Jenner y Bill Cosby) que están al

menos tangencialmente conectados con Kanye West. Esta conexión forma un círculo más grande que la vida misma, donde sus relaciones personales y los incidentes públicos entre ellos solidifican e impulsan su fama, al mismo tiempo que les obligan a confrontar antecedentes turbios en sus carreras. Esto argumenta la decisión de Kanye West de usar la estética de una película porno casera, ya que esta encarna perfectamente las ideas propuestas en la introducción y las expande.

El *sextape* es un acto de testimonio o almacenamiento de un momento íntimo y normalmente privado entre parejas, pero cuando involucra a celebridades de este calibre, se convierte en un espectáculo, casi un *freak show*<sup>28</sup>. Como se ha visto en el pasado, los momentos ajenos al arte de las celebridades pueden impactar tanto que estas sean más recordadas por su vida que por sus obras, como es el caso de Britney Spears. En otras ocasiones, resulta más fácil convertirse en una figura popular haciendo algo irrelevante que realizando obras verdaderamente revolucionarias. Esto provoca que la vida privada influya más en la vida pública, hasta el punto en que ambas se vuelven inseparables e indistinguibles, haciendo que se pierda el derecho a la intimidad y a lo que es genuino en uno mismo. Por ello, el estilo de una cinta porno es la metáfora perfecta para los compromisos que una persona debe asumir con su fama en ascenso.

Hacia el final del videoclip, la música se detiene y una parte significativa del metraje queda dominada únicamente por el sonido de los ronquidos de los “actores”, creando un efecto de *voyeurismo*<sup>29</sup> que enfatiza la fascinación por la imagen privada de los famosos. El director alemán Werner Herzog habló sobre este momento específico en un video ensayo realizado para la revista *Fact* en agosto de 2016: “Nuestra comprensión del yo superior ha cambiado de manera profunda y radical [...] su ritmo lento y con poca acción, la baja calidad y la suma y resta de

---

<sup>28</sup> Circo caracterizado por presentar personas con anomalías y deformaciones genéticas.

<sup>29</sup> Fetiche de tener relaciones en espacios públicos y con personas mirando.

elementos sonoros ayudan a empujar al espectador hacia un efecto de realismo mágico [...] nunca he visto algo así” (Welsh, 2016). Para mí, esta secuencia es comparable al movimiento vanguardista del *Dogme 95*, concebido en 1995 por los cineastas daneses Lars von Trier y Thomas Vinterberg como un manifiesto con reglas que proponen la creación de un cine extremista y rebelde.

Entre las reglas que cumple *Famous* se encuentran:

- Solo puede usarse la cámara en mano.
- Debe estar rodada a color y solo puede ser iluminada por la luz interna de la cámara.
- No se pueden usar efectos ópticos ni filtros.
- La película no puede contar con escenas de acción superficiales.
- El formato de película debe ser 35mm o VHS.
- El director no puede aparecer en los créditos.

Lo que demuestra que el videoclip de Kanye West es bastante cercano al cine vanguardista, incluso hasta el punto de que podríamos compararlo con la primera película del *Dogme 95*, *Festen* (1998) de Thomas Vinterberg, que cuenta la historia de Christian, un hombre millonario que llega a un hotel con su familia para celebrar el 60 cumpleaños de su padre, pero que al iniciar la cena de bienvenida decide cambiar el rumbo del encuentro y se levanta para dar un discurso donde revela que su padre abusó sexualmente de él y de su hermana menor Linda, que se suicidó a causa de sus repetidos abusos. La película *Festen* expone el lado oscuro de las personas con poder y, al igual que el videoclip de *Famous*, está filmada con una cámara VHS, lo que amplifica la incomodidad de su trama siniestra. El uso de la cámara en mano, con giros drásticos, desenfoques intencionales y zooms en momentos clave, le otorga a la película un toque surrealista, similar al tratamiento visual del videoclip. Retomando la obra de *Famous*, después

del momento de los ronquidos, abyección e intimidad con las celebridades que rodean a Kanye West, el video corta a negro para dar paso a los créditos, presentados con una tipografía de estilo VHS que refuerza el concepto visual.

Al concluir, aparece la escena postcréditos, una composición visualmente impresionante que muestra a los cuerpos acostados en una cama gigantesca, con una escala de colores que evoca el arte de alta cultura. La calidad de la imagen cambia a 35mm altamente saturado, evocando la cinematografía de Stanley Kubrick. La cámara se aleja lentamente en un zoom out desde un plano detalle de Kanye West hasta un plano general cenital, revelando la composición y la pose de las figuras, que evocan el estilo de una película surrealista mientras se representa el estatus socioeconómico, la influencia y el hedonismo. Cuando la cámara se detiene, ocurre un jumpscare: Kanye West se despierta sudoroso y postcoital, mirando directamente a la cámara. Este contacto visual íntimo crea un efecto de rompimiento de la cuarta pared (similar al de *Thriller*). De repente, la imagen corta nuevamente y transiciona a una toma similar a la inicial: un amanecer sublime, con un sol brillante como el oro y colorido como un arcoíris.

Esta secuencia final es perfecta porque conecta dos ideas clave. Primero, la noción de que Kanye West está en la cima de la industria de la moda, sugiriendo que la imagen siempre fue subjetiva, mostrando a Kanye observando las vidas de los demás desde el cielo, como un rockstar y como una figura divina. En segundo lugar, el sol, probablemente el elemento más público que existe en la Tierra, provoca en cada persona una experiencia única al contacto con sus rayos. También es interesante que este fotograma se sitúe justo después de la toma que desmitifica el sueño americano, lo que sugiere que aunque la fama tiene aspectos deslumbrantes, también puede convertirse en un obstáculo para cosas fundamentales en la vida, como la relación simbiótica y espiritual con el sexo.

*Famous* reinterpreta la noción de hibridación mediática y la evolución profunda que Lev Manovich expone en su libro *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación* (2006), en relación con las imágenes visuales y la narrativa gráfica del videoclip, que reflejan el ascenso de un artista nihilista y autodestructivo hacia el cine vanguardista. Gracias a este enfoque, el impacto de *Famous* en la industria fue inmediato. En un artículo de 2016 titulado *Kanye West's Famous video: Is it art?*, publicado en *The Guardian*, se recogen las reacciones de figuras destacadas. La guionista Lena Dunham describió el video como "uno de los esfuerzos artísticos más inquietantes de la memoria reciente y una obra emblemática de la cultura de la violación". Por su parte, Vincent Desiderio, el pintor que inspiró el video, lo elogió afirmando: "Famous demostró el poder de la imaginación para trascender las expectativas categóricas. [...] Es un cuadro hermoso y terriblemente extraño" (Helmores, E., 2016).

*Famous* ha sido una referencia importante para mí, especialmente por su concepto del videoclip como una *sextape* surrealista. Mi largometraje, además de estar concebido como un videoclip, es un híbrido entre los géneros erótico y psicodélico.

Para concluir, me gustaría resumir el concepto de "arte vanguardista" a partir del ejemplo anterior, definiéndolo como un conjunto de técnicas cuyo objetivo es expandir y romper los límites establecidos, así como las categorizaciones impuestas por la prensa tradicional. Para alcanzar esta meta, los artistas de vanguardia emplean métodos poco ortodoxos, que permiten reinterpretar los lenguajes propios de las artes clásicas. El vanguardismo surge a partir de dos enfoques: el primero es la investigación técnica y tecnológica, y el segundo, la exploración expresiva y sensorial. A partir de uno o ambos enfoques, el proceso de experimentación obliga al creador a **cuestionar, probar, explorar y formalizar** nuevas teorías.

El arte vanguardista se caracteriza por su resistencia, aunque no necesariamente como una alternativa al arte mainstream. Un ejemplo de esto es Michael Jackson, quien, como vimos anteriormente, con el lanzamiento de *Thriller*, experimentó con el formato del videoclip, expandiendo los horizontes de la industria musical al conectarla con el cine, y cuestionando las definiciones hasta entonces aceptadas del videoclip y el cine musical.

En mi proyecto, cada una de mis metodologías creativas podría calificarse como vanguardista, ya que plantean formas de producción distintas a las convencionales en el cine.

### **Memorias de producción**

#### **Notas de elaboración**

*When the Light Takes Us* nació con la intención de ser una obra de represalia y experimentación expresiva, en la que pudiera crear una suerte de autoficción. La pasión y el realismo fueron claves para construir estas cartas de amor y odio, dedicadas a quienes aún no encuentran su camino hacia la luz, tal vez porque sus corazones están confusos, obtusos, débiles, deprimidos y, en última instancia, avergonzados. Esta película no está pensada para competir en festivales de cine tradicionales, ni su música para ser bailada; es una historia de romance real que invita a la reflexión. Es la obra que siempre soñé cuando me escapaba del colegio para hacer música. Esto es lo que siempre quise decirles a esos "rockeros puritanos" que me señalaron de vendido por explorar diferentes géneros, uno tras otro, como si fuera algo nuevo para mí. Nunca me ha interesado el arte clásico ni sigo modas. Soy un artista en constante cambio, me aburro fácilmente repitiendo lo mismo dos veces. Y a los consumidores clásicos puede que no les guste esto, pero no los culpo, tampoco es para ellos. Mi público objetivo son románticos incomprensidos, personas con empatía y sensibilidad, académicos que aman lo extraño, jóvenes que están perdidos, que no saben qué camino seguir, qué estudiar, dónde trabajar o de quién

enamorarse. Jóvenes que viven en conflicto con las drogas, con su identidad, con sus familias y amigos. Jóvenes que esperan que el intelecto que alguna vez habitó novelas clásicas y películas de antaño regrese a los artistas de nuestra generación, si es que alguna vez se fue. Y no me refiero a una forma de arte superior. Crecí escuchando a Frank Zappa y ABBA, y podría hacerme una playlist con ambos por igual.

*When the Light Takes Us* es una obra que se realizará desde la independencia creativa y financiera. Todo saldrá de mis propios recursos e ingenio, así como el de mi amigo Ramus Spark. Hemos liderado nuestros proyectos sin el apoyo de productoras o sellos discográficos. Hasta hoy, hemos actuado como artistas independientes en el sentido más estricto. Lo que invertimos en nuestros discos proviene de otros discos. Lo poco que ganamos con el álbum lo invertimos en la realización del teaser. Al igual que los artistas que más nos inspiran, creemos que así debe ser: independientes, aunque eso implique luchar en estos tiempos de crisis social y económica mundial. Cuando conocí a Ramus, sentí que fue en el momento perfecto, como si el destino lo hubiese puesto en mi camino para hacer ese disco que siempre soñé, y para crear, es necesario tener una razón que vaya más allá de ganar popularidad.

Cuando comenzamos el rodaje, aún estábamos en la segunda etapa de la cuarentena, y no podíamos trabajar con un equipo grande, ni teníamos permisos suficientes para rodar los días necesarios. Tenía tres días planificados, pero la alcaldía de El Peñol solo me autorizó uno, lo que me obligó a comprimir tres días de rodaje en uno solo. Sin embargo, fue el rodaje más solemne y tranquilo que he tenido. Todo mi equipo estaba formado por jóvenes de entre 16 y 23 años, a quienes conocí mientras daba clases de música y danza en la casa de la cultura o en el colegio municipal. Comenzaron siendo mis alumnos, se convirtieron en mis colegas y ahora son mis amigos. Tuve la oportunidad de verlos crecer. Alejandro Penagos, por ejemplo, es uno de mis

bateristas y fue el encargado de la fotografía durante el rodaje. Lo conocí cuando daba clases de danza y él estaba en cuarto grado. Se graduó en 2023. Su padre, Mauricio, un promotor importante en la escena del techno en Medellín y de la música electrónica en el oriente antioqueño, fue la primera persona que creyó en mí, llevando mi show a diferentes festivales cuando tenía apenas 15 años.

Esta experiencia me ha servido para entender la importancia de dejar un legado, de transmitir conocimiento, ayudar, enseñar nuevas formas y dar oportunidades a nuevas ideas. Por eso insisto en fortalecer la independencia de las nuevas generaciones. No se trata solo de mí, sino del pequeño grupo de experimentadores que he formado en El Peñol, y que ha ido creciendo con artistas de otras partes del mundo, como mi amigo Atna de Costa Rica y mi amiga Lia de Brasil, con quienes colaboro en mis proyectos musicales y audiovisuales a distancia desde hace años. Y, una vez más, todo parte de nuestros propios recursos e ideas. He trabajado de esta manera desde 2017, cuando me independicé de Play Time Records (México) y fundé el colectivo *In Searching Death Rec*, cuyo nombre alude a la transformación.

Para finalizar, quiero aclarar que no estoy firmando una declaración de guerra; estoy proponiendo un nuevo camino, uno en el que los sectores musical y cinematográfico puedan unirse para influenciar a otros artistas de ambas disciplinas, especialmente a los jóvenes, que en el futuro no deberían ser nuestra competencia, sino nuestros aliados.

### **Ficha técnica**

**Juan Pablo Álvarez:** director, guionista, productor, soundtrack, montajista

**Jonathan Ramírez:** actor protagonista, productor, soundtrack

**Diana Henao:** actriz secundaria

**Verónica Marín:** actriz protagonista



**Juan David Ramírez:** actor secundario

**Bibiana Buitrago:** diseñadora de vestuario

**Esteban Agudelo:** making of

**Andrés Arboleda:** making of

**Alejandro Penagos:** foto

**Alejandro Sanchez:** foto

**Harol Osorio:** estilista

**Carolina Vallejo:** estilista

**Lina Álvarez:** maquillista

### **Reflexiones o texto argumentativo**

#### **Conclusión**

Cuando comencé mi carrera musical en 2015, lo hice de una manera un poco distinta a como suelen hacerlo la mayoría de los artistas. No debuté con un sencillo, sino con un álbum de estudio, sin lanzamientos previos de singles o EPs. No buscaba generar una “expectativa” fragmentada; mi intención era ofrecer una experiencia completa. Tenía 17 años y me escapaba de clases para trabajar en las canciones que conformaron ese disco. El proceso de creación fue particularmente enriquecedor, ya que no solo estaba influenciado por otros álbumes, sino también por bandas sonoras, y entre tantas, hubo una que marcó especialmente: *Twin Peaks* (1990), compuesta por Angelo Badalamenti y David Lynch. La atmósfera de ensueño, lo oscuro y lo intangible eran mis principales atracciones en los sonidos y texturas de esa banda sonora.

En aquel momento, desconocía por completo la serie y la figura de David Lynch como director de cine. Estaba convencido de que solo era un músico, y me hice fan de sus discos y otras bandas sonoras que había compuesto para sus largometrajes. Esto fue así hasta el segundo

semestre de 2018, cuando ingresé a estudiar cine. Una tarde, conversando con mi amigo y compañero Alex Trecco, descubrí que Lynch también era director de cine. El fin de semana siguiente, decidí ver su película *Blue Velvet* (1986) y *Twin Peaks: Fire Walk with Me* (1992), y me llevé una gran sorpresa. La portada de mi primer álbum, *Lux Aeterna* (2015), es asombrosamente "lynchiana" y recuerda mucho a *Twin Peaks*, pero hasta entonces yo no había visto la película ni la serie. Aún así, cuando hablé con mi discográfica sobre el concepto y la estética de la portada, fui tan preciso en la descripción de la atmósfera que buscaba que alguien podría pensar que la imagen proviene de una secuencia de la serie.

Esa revelación fue clave para mí, porque me hizo cuestionar cómo la banda sonora de *Twin Peaks*, siendo mayoritariamente instrumental, pudo evocar tan perfectamente las imágenes de Lynch en mi cabeza. Para buscar respuestas, comencé a retroceder hasta mi infancia y adolescencia, conectándome con las obras musicales que me habían inspirado, pero ahora desde la perspectiva de un estudiante de cine. Dirigí todo el conocimiento que recibía en la universidad hacia mi carrera musical, intentando comprender cómo las imágenes podían desarrollarse en la mente de un músico, de manera similar a cómo Beethoven componía grandes obras estando sordo, reteniendo la música en su memoria a través de imágenes. ¿Sería esto ciencia o espiritualidad? Estas inquietudes me llevaron al concepto de sinestesia, con el que me sentí identificado por la manera en que aprendí a leer, hablar, componer y producir.

Sin embargo, la mayoría del cine que conocía no conectaba conmigo en esa idea. Los videoclips sí lo hacían. Cuando comparaba videoclips con los discos que analizaba, encontraba una traducción poética entre música e imagen, y ese fue el camino que decidí seguir en mi carrera. Muchos de los cineastas que hoy me inspiran se acercan más al cine psicodélico, poético, experimental y de autor.

Cuando llegó la cuarentena por el COVID-19, ocurrió otro momento crucial en mi carrera. Hasta entonces, en todos los cortometrajes en los que había participado, siempre trabajé en el departamento de sonido, pero nunca había puesto a prueba realmente mis conocimientos y técnicas adquiridas en la universidad. En lugar de quedarme quieto en mi habitación, decidí aprovechar la oportunidad y compré mi primera cámara. Me propuse hacer un cortometraje por semana, donde yo hiciera absolutamente todo. Durante el primer mes y medio de la cuarentena, publiqué todos los cortometrajes en mi canal de YouTube, como una serie o un semi álbum audiovisual. Estos proyectos fueron muy importantes para mí, porque en cada uno de ellos exploré las metodologías que expongo en esta tesis, así como varias de las técnicas analizadas en el marco teórico.

Después de esta experiencia, entré al estudio con mi amigo Ramus Spark para trabajar en *When the Light Takes Us*. Para ese punto, ya tenía una perspectiva completamente cinematográfica de la música: veía el trabajo de un director o productor cinematográfico como equivalente al de un productor musical o ingeniero de sonido; el del montajista como el de un editor musical; el del director de arte o fotografía como el diseñador de una portada de disco; y el del guionista como el compositor o escritor de un álbum. Ambos procesos creativos están mediados por componentes tecnológicos, como una cámara o un micrófono, un programa de edición o de producción musical, y las herramientas que utilicemos definirán el resultado final.

Las limitaciones técnicas, temporales y de personal que enfrenté durante la cuarentena me permitieron experimentar y fortalecer mi hipótesis de que el videoclip también es cine. Un ejemplo clave fue cuando tuve que filmar *When the Light Takes Us*: había planificado tres días de rodaje, pero solo obtuve permiso para uno. Esto me obligó a condensar todo el trabajo en una sola jornada, algo que habría sido imposible con un equipo tradicional de cineastas. Sin embargo,

mi equipo estaba compuesto por artistas de diferentes disciplinas, y sin experiencia en el campo audiovisual, y eso me obligó a enseñarles a entender el cine a través de la música.

Este enfoque hizo que el rodaje se pareciera más a una improvisación de jazz o a una coreografía que a un rodaje convencional. Aunque más del 50% del material filmado quedó fuera del montaje final, me sentí satisfecho con el resultado porque mi equipo logró entender el cine, al menos de forma general, desde la perspectiva de la música. Aprendieron a ver las similitudes entre manipular el sonido y manipular la imagen, o entre desarrollar una estética musical y conceptualizar una película.

Este proyecto me permitió poner en diálogo el cine y la música de una manera intuitiva, rompiendo con las reglas convencionales y permitiendo que tanto yo como mi equipo aprendiéramos y nos expresáramos libremente. Trabajar en *When the Light Takes Us* no solo fue un desafío, sino una experiencia transformadora que me ayudó a consolidar mi visión artística y mi forma de crear, donde cine y música se entrelazan como disciplinas complementarias.

Como productor musical, lo primero que hago al grabar un disco es escuchar la canción: su secuencia de acordes, melodía, ritmo y letra. Luego, discuto con el artista el estilo: ¿Cuál será el mejor para esta canción? ¿Qué enfoque estilístico será el más adecuado para lograr el objetivo del artista? Este objetivo puede ser diverso: convertir al artista en una superestrella, ganarle el respeto de otros músicos, llamar la atención de la crítica, o incluso crear un videoclip, como fue mi propósito con Ramus Spark mientras grabábamos el álbum. Nos planteamos: "Hagamos estas canciones para luego adaptarlas como una película que parezca un videoclip". Ese fue el momento clave de nuestro proceso creativo, pues nos ayudó a definir las tácticas y el camino correcto en términos estilísticos: ¿Usaremos baterías acústicas o cajas de ritmos? ¿Bajos

sintetizados o electrónicos? ¿A qué tempo será? ¿Qué tonalidad tendrá? ¿La voz llevará autotune o afinación natural? Todas estas decisiones están en función del objetivo principal.

Dado que desde el principio nuestro objetivo fue adaptar este disco a un formato audiovisual, debíamos pensar como productores de una obra cinematográfica, no discográfica. La música que creamos no la buscábamos fuera; no fue algo que tomamos del aire. Vino de nuestro interior. Mi tarea como director y productor era transformar esas ideas concebidas junto a Ramus Spark en algo tangible. La música no se toca ni se ve, solo se siente. Mi misión era hacer que esas canciones fueran algo más palpable: la luz, el arte, la actuación, todo formaba parte del proceso.

La textura de los sonidos sirve a la música de la misma manera que los colores sirven a la imagen. Esa es una de las enseñanzas más valiosas de este proyecto. Cuando vemos una película, puede que nos moleste si la imagen es demasiado brillante o demasiado oscura, pero la mayoría de las veces lo olvidamos y quedamos atrapados por la historia y las actuaciones. Lo mismo ocurre cuando manipulo las frecuencias del sonido: siempre quiero que sean lo mejor posible, pero hay ocasiones en las que una escena requiere más oscuridad o brillo en la imagen, y la diferencia entre escenas puede ser muy marcada o, a veces, más sutil. En el cine, ese trabajo lo hace el colorista, quien, al final, define cómo la fotografía se completa con el color y la iluminación. En la música, esa tarea la realiza el ingeniero de sonido, quien mezcla y masteriza el disco, decidiendo cómo el sonido complementará la música.

Por esa razón, me encargué de la postproducción del teaser, ya que, al haber mezclado y masterizado el álbum, conocía cada canción como la palma de mi mano, sabía cuáles representaban momentos oscuros o luminosos, y podía traducirlos a términos de iluminación y color en la imagen. Las letras de las canciones funcionan como el guion, y el director decide

cómo contar la historia. Todos los roles en una película los veo de manera similar a los que intervienen en la creación de un álbum; mis álbumes también son películas, incluso cuando no tienen una contraparte audiovisual.

Imaginemos una escena de una película: una pareja joven discute sobre un tema serio, quizás una infidelidad. Los actores interpretan los diálogos y transmiten las emociones indicadas por el guion o el director. ¿Cómo debería visualizarse esta escena? ¿Debería ser un primer plano de sus rostros? ¿Un plano contraplano? ¿Qué obtendrá el espectador de esta elección? Otra opción sería un plano secuencia medio, con ambos rostros visibles, uno frente al otro, mientras la cámara gira y el fondo se ve fuera de foco. O bien, un plano general en el que se vean fotos de su boda y de sus hijos en los costados, con la cámara estática y cortes ligeros que subrayen el desbalance de su matrimonio. El camarógrafo y el director colaboran para encuadrar la escena con el mayor impacto emocional, y el montajista toma estas decisiones para hacer avanzar la trama.

Este mismo diálogo ocurre entre el ingeniero de sonido, el productor musical y el secuenciador de un álbum. ¿Se necesita una voz con mucha reverberación, como si estuviera en una iglesia, o con poca, como si estuviera en una habitación pequeña? Si el ingeniero sabe cómo será el escenario del videoclip, podrá decidir la reverberación adecuada para la canción. Si el secuenciador entiende en qué punto de la historia va la canción, sabrá en qué número ubicarla dentro del álbum. ¿Debería ir al principio y dar *spoilers*? ¿O al final, donde tal vez se pierda el concepto del álbum? El secuenciador de un álbum debe comprender la experiencia que se quiere transmitir, de la misma forma que el montajista lo hace al organizar las escenas de una película.

Deberíamos hablar más de estos aspectos cuando se hacen álbumes, porque no son tan diferentes de hacer una película: ambos son historias, y las decisiones técnicas afectan el

resultado final. Este conocimiento no lo adquirí estudiando música, sino cine. Sin embargo, también hay elementos que aprendí por mi cuenta estudiando música desde casa, y que rara vez se mencionan en las materias dedicadas a la parte sonora. Un ejemplo es cómo nos conectamos con la música, algo que ocurre a través de tres sistemas psicológicos: **El sistema motor**, que conecta el cuerpo con los ritmos y define el montaje en términos de imagen. **El sistema emotivo**, que conecta el espíritu con las melodías y define la estética en términos de fotografía. **El sistema cognitivo**, que conecta los pensamientos con las letras y define el guion en términos de narrativa.

Si esto se enseñara en las universidades, sería mucho más sencillo para los directores que no dominan el lenguaje musical transmitir a su equipo de sonido lo que realmente desean para sus películas. Por eso, cuando retomamos las clases presenciales, empecé a ver “métodos de investigación”, donde indagué más sobre estos experimentos que realicé en cuarentena. Quise volver a iniciar el ciclo de aprendizaje, pero esta vez desde un ángulo más académico, lo que me llevó a estudiar la historia del videoclip y su relación con el cine. Me enfoqué en cómo los artistas que me inspiraron concebían la música como si fueran películas. Este estudio me condujo a analizar mis obras favoritas bajo la luz de teorías que había investigado.

El análisis de estas obras me reveló que cuando el videoclip se concibe con elementos cinematográficos, experimenta una fusión que genera una forma nueva y modificada. El video musical deja de lado gran parte de la estética y estructura convencional del videoclip temprano, previo a los avances de Michael Jackson, para adoptar las características del cortometraje en cuanto a forma y contenido. Así, se desafían los principios comunes del videoclip para evolucionar hacia una continua hibridación con formas cinematográficas. En ocasiones, se acerca más al cine experimental, y en otras, al cine musical. Un ejemplo abstracto es *Famous* de Kanye West, mientras que *Thriller* de Michael Jackson es más orgánico, con una narrativa más

desglosada y lineal. También existen piezas que coexisten en ambos mundos, lo que explica el debate en la industria sobre cómo catalogar el videoclip.

Algunos casos, como *Blue Weekend* de Wolf Alice, muestran cómo el videoclip se está transformando lentamente hacia un cine mutado. Dependiendo del caso, puede perder o potenciar sus características esenciales como formato publicitario, como se ve en algunos videoclips de K-pop, donde se mezcla arte multimedia y el concepto del metaverso, véase de ejemplo grupos como NewJeans, Aespa o Loona.

A lo largo de la tesis, observé que algunos de los videoclips analizados presentan características que los asemejan a un formato cinematográfico, a partir del tratamiento del sonido. En lugar de utilizar la fragmentación típica del videoclip, optan por una narrativa continua, similar a la del cine, donde el diálogo juega un papel crucial para avanzar en la trama. Cuando es necesario para el desarrollo de la historia, la música pasa a un segundo plano, disminuyendo su intensidad para dar protagonismo a los diálogos. Esto puede apreciarse en *I Knew You Were Trouble* de Taylor Swift, o en mi propio teaser *When the Light Takes Us*, donde en varios momentos hay intervenciones actorales o voces en off que funcionan como hilo conductor de la historia. En estos casos, la música se usa a favor del relato, subrayando la importancia de la historia como una extensión de la canción.

Además, los videoclips pueden incluir sonidos diegéticos, como foley o sonido ambiente, que aportan mayor credibilidad a la narrativa y contribuyen a intensificar el drama. Un ejemplo de esto es el sonido de la lluvia en *When the Light Takes Us*, que no solo tiene un valor poético, sino también narrativo, ya que sitúa al protagonista en un lugar y tiempo específicos, tanto física como emocionalmente.



Esto me lleva a concluir que el videoclip, como género cinematográfico, se ve condicionado por dos elementos principales: la presencia constante o intermitente de la música y la creación de una trama. Aunque la música siempre está presente en un videoclip, no siempre la imagen está subordinada a ella. En algunos casos, como explicaba Michel Gondry en relación con los videoclips de Daft Punk, se produce una traducción sinestésica entre la coreografía y los instrumentos musicales, tratándolos como un único elemento.

Por otro lado, también es posible que la música disminuya o incluso se interrumpa abruptamente para dar paso a elementos diegéticos que refuercen un momento crucial de la historia. En consecuencia, la presencia de la música en el videoclip es variable.

Finalmente, un videoclip pensado desde la perspectiva del cine, aunque en esencia su objetivo sea representar visualmente una canción, busca principalmente traducir la letra de la canción en una historia, de manera similar a como se abordaría un guion en el cine. Aunque esto pueda parecer redundante, no lo es, ya que muchas veces las letras de las canciones no cuentan una historia de forma clara, sino que se expresan de manera poética, narrando emociones, pensamientos y estados espirituales, a menudo mezclando tiempos y espacios que, si se tradujeran de forma literal a una película tradicional, resultarían inverosímiles.

El videoclip pensado desde el cine debe combinar una variedad de técnicas para construir una historia coherente y no caer en la mera descripción o representación obvia, por ejemplo, en el guion literario de *When the Light Takes Us*, la escena número 18, “Int. Habitación Hotel - Noche (Viaje Lisérgico)”, describe una secuencia erótica de la siguiente manera:

*“Tammy se pone de pie y la cámara la persigue: saca una toalla del armario y mira coquetamente a Ramus, luego ingresa al baño que está repleto de plantas carnívoras, ella entra a la ducha de espaldas, su cabello oscuro brilla con un lento*

*Strober azul marino. El agua cae en catarata por su espalda, mientras la cámara desciende desde la altura de sus hombros hasta las nalgas. Su redondo y hermoso culo, al presentarse por completo con sus pequeñas imperfecciones se hace más real y majestuoso”.*

Sin embargo, la letra de la canción describe o canta la siguiente escena:

*“We go so fast, I don't know, I guess, I fell in love, It was a good time, I felt comfortably fine, Whisper into my ear all you want, I am in your blessed skin, Lost's in the depth of your heart, Like mountain springs, Far away in the light room. (Traducción: Vamos muy rápido, no se, Supongo me enamoré, Fueron buenos tiempos, Me sentí muy cómodo, Susurra en mi oreja todo lo que quieras, Estoy en tu piel bendita, Perdido en lo más profundo de tu corazón, Como manantiales de montaña, Lejos en la habitación de la luz)”.*

Aunque ambos fragmentos textuales parecen describir dos secuencias distintas, al leerlos detenidamente se puede notar que en realidad corresponden a una misma escena. La versión escrita en el guion es una interpretación más literal de la letra que escribimos junto a Ramus Spark. Por ejemplo, en la canción se menciona que "el corazón de Tammy es como manantiales de montaña", mientras que en el guion se describe que "el agua cae por la espalda de Tammy como una catarata, mientras la cámara desciende desde la altura de sus hombros hasta sus nalgas". Metafóricamente, se trata de un paralelismo.

Esta forma de escribir un guion es mucho más vanguardista y sinestésica en comparación con la escritura de un guion literario convencional en cine. En este sentido, la escritura y dirección de un videoclip cinematográfico exige un mayor nivel de imaginación, ya que implica la creación de universos ficticios complejos a partir de las sugerencias narrativas presentes en las

letras de las canciones. Dichas letras deben estar lo suficientemente conectadas, y al mismo tiempo diferenciadas, para que la pieza audiovisual final logre un equilibrio perfecto entre música y cine, sin inclinarse más hacia un lado que hacia el otro.

Otro punto importante que he reflexionado, es sobre la hipótesis que planteo en el estado del arte acerca de los posibles orígenes del videoclip en las portadas de los álbumes. Ya que en los musicales, la música generalmente juega un papel narrativo a través de las coreografías, no únicamente desde lo musical en sí, en cambio sí que encuentro una unión conceptual y estética entre la música, la portada de los discos y los videoclips. Por tanto, esta hipótesis representa un aporte significativo dentro de mi investigación, ya que en ninguno de los textos revisados se aborda esta perspectiva. Gracias a todo esta investigación logre llegar también a una conclusión en cuanto a la forma correcta de analizar o reseñar videoclips, pensando en dos posibles maneras: su lenguaje textual o cinematográfico, y su representación sociocultural o política.

El primero de ellos, es decir el análisis **textual o cinematográfico**, es un enfoque metodológico en el que se examina el contenido, la estructura y los significados subyacentes de un texto, en este caso, de los videos musicales. Aunque el término "texto" suele asociarse con la palabra escrita, se amplía aquí para incluir cualquier forma de comunicación que combine elementos visuales, sonoros, y narrativos. El análisis textual de un videoclip implica observar cómo se relacionan estos elementos entre sí para construir un mensaje o una interpretación particular, y cómo la audiencia es invitada a interactuar con el contenido.

Para realizar un análisis o una crítica de este tipo es importante que el espectador se enfoque en tres aspectos fundamentales: el análisis de la imagen, la narrativa y la representación de los personajes o figuras. En algunas ocasiones los videoclips utilizan los símbolos tradicionales del cine, la televisión y la publicidad para crear un significado y generar un impacto

emocional o intelectual lo más global posible, como se da en el caso de *Thriller*, donde se utiliza la imagen del zombie para representar a un grupo de personas que ha sido rechazada y tratada como fenómenos a lo largo de la historia, en este caso la comunidad negra. Cuando se habla de análisis textual o cinematográfico también se refiere a elementos meramente técnicos, relacionados principalmente con la fotografía en función con la narración, como el ángulo de la cámara, el encuadre, el plano, los cortes y movimientos, etc. Sin embargo, hay que recordar que a diferencia de las películas o series, los videoclips no siempre siguen una narrativa tradicional con una estructura clara de inicio, desarrollo y desenlace. Muchos videos musicales son puramente abstractos, mientras que otros optan por contar una historia de manera simbólica o fragmentada. Estos elementos narrativos pueden resonar con la letra de la canción o, a veces, ofrecer un contraste que enriquece la experiencia visual y auditiva.

Es importante prestar atención a cómo se representan los personajes, cómo se desarrollan los temas y qué tipo de conflicto o emoción está siendo representado. Incluso en videos sin una narrativa tradicional, como los videoclips de performance, se pueden encontrar micro-narrativas a través de la actuación de los músicos, los gestos y las interacciones con el escenario o los objetos. En otras ocasiones los videoclips de performance pueden tener historias entre cortes, pasando de la ficción a la realidad, algo muy típico en el Glam Metal de los 80's, donde la banda está realizando un show directo a la cámara para parecer que el vocalista se está dirigiendo a nosotros mientras nos cuenta una historia, que se ha sucedido en un tiempo pasado, pero se nos muestra en paralelo, como si fuera el presente. Esta es una técnica de narrativa muy compleja, que en el cine no suele ser explotada, pero que ha logrado hacerse popular hasta el día de hoy gracias a videoclips como *Is This Love* (1987) de Whitesnake.

El segundo tipo de análisis es en su **representación sociocultural o política**, ya que la personificación de los cantantes o actores que aparecen en el video musical, podrían tener un enfoque con fines políticos. Es importante examinar las identidades de género, raza, clase, y sexualidad en la pantalla. La industria musical ha sido, a lo largo de la historia, una plataforma donde las identidades se negocian, se reafirman o se desafían.

Es importante observar las dinámicas de poder, los estereotipos y las representaciones de los personajes en los videoclips, ya que estos medios de comunicación juegan un papel crucial en la formación de imaginarios sociales. El análisis de representación sociocultural o política, en este caso, implica investigar si el video musical está perpetuando o desafiando los estereotipos culturales o si está proponiendo nuevas formas de representación de ciertos grupos sociales.

Por ejemplo, en muchos videos musicales de géneros populares, las figuras femeninas suelen ser presentadas de manera sexualizada, lo que puede reforzar los estereotipos de género tradicionales. Sin embargo, también existen videos que juegan con estas convenciones y presentan a las mujeres en roles de poder, independencia o subversión. En el caso del feminismo ya había ejemplificado el videoclip de Bad Bunny, *Yo Perreo Sola*, pero encuentro aún más destacable la obra de Madonna, *Bad Girl* (1993), dirigida por David Fincher. En *Bad Girl*, Madonna interpreta a una mujer de éxito llamada Louise, atrapada en una vida de autodestrucción, hedonismo y soledad. A lo largo del videoclip, el personaje es mostrado como una figura compleja: aunque empoderada económicamente, su vida emocional y personal está marcada por la falta de satisfacción y control. Esto refleja una crítica feminista a las expectativas que se imponen sobre las mujeres en posiciones de poder. A pesar de haber alcanzado el éxito profesional, Louise sigue sufriendo bajo las presiones sociales relacionadas con el comportamiento sexual y emocional de las mujeres.

El videoclip parece dialogar con la segunda ola del feminismo, que aborda cómo el éxito profesional de las mujeres no siempre garantiza la liberación emocional o personal, sobre todo si las mujeres siguen siendo juzgadas por sus decisiones sexuales. La representación de Louise como una mujer que explora su sexualidad libremente y, a su vez, es castigada por ello, sugiere una crítica al doble estándar que castiga a las mujeres por comportamientos que son socialmente aceptados en los hombres. Es decir que el videoclip hace eco en las teorías feministas de la cineasta Laura Mulvey, quien en su ensayo *Visual Pleasure and Narrative Cinema* (1975) introduce el concepto de la "male gaze", o mirada masculina, que enmarca cómo las mujeres han sido tradicionalmente representadas como objetos de deseo para el espectador masculino. En *Bad Girl*, aunque el personaje de Louise es una figura sexualizada, Fincher y Madonna subvierten esta representación al ofrecer un retrato más complejo de su psicología y destino. Esto también podemos intuirlo porque el álbum al que pertenece el sencillo "Bad Girl" es *Erotica* (1992), que ha sido señalado como un disco conceptual sobre sexo y romance en tiempos de SIDA, con canciones que tocan temas como el sadomasoquismo y homofobia.

Para fortalecer este concepto sensual y siniestro David Fincher emplea un lenguaje cinematográfico inspirado en el cine noir. El uso de sombras dramáticas, iluminación tenue, y la construcción de un ambiente urbano decadente, que no solo enriquece el tono melancólico de la historia, sino que también enfatiza la naturaleza autodestructiva del personaje de Louise. La cámara la sigue a lo largo de su vida de excesos, con planos largos que sugieren la monotonía de su rutina y primeros planos que destacan su desconexión emocional.

El ángel de la guarda interpretado por Christopher Walken es otro recurso clave. A través de una narrativa visual fragmentada, el ángel aparece como un espectador silencioso y protector que guía la trama hacia un desenlace trágico. Esta figura podría interpretarse como un símbolo de

la conciencia de la protagonista, una entidad que observa cómo ella se consume en sus decisiones. Fincher también recurre al montaje paralelo para crear tensión entre la vida de Louise y su inevitable destino, la muerte. Lo que añade profundidad a la narrativa visual. Dentro del álbum *Erotica*, también se menciona en algunos momentos, aunque no de forma literal, que el incontrolable deseo sexual de Louise se debe a que su esposo ha fallecido, así que llena su vacío emocional de esta manera. ¿Acaso es el ángel de la guarda su difundo marido?

Es una hipótesis interesante, que ayudaría a darle más peso al concepto que Madonna propone, como una mujer más multifacética, cuyas elecciones no son simplemente condenables sino comprensibles dentro de su contexto emocional y social. *Bad Girls*, en mi opinión es uno de los mejores videoclips de la historia, porque resume perfectamente todo lo propuesto en mi marco teórico y estado del arte, además de ser lo suficientemente complejo como para ser analizado o reseñado en sus dos formas: su lenguaje textual y su representación sociocultural.

Esto me lleva a concluir que, además de mi estudio, aún existen muchas rutas que podrían profundizarse mucho más, como para considerar al videoclip un género cinematográfico. Por lo tanto, un enfoque como el mío podría ser solo la punta del iceberg. El vínculo entre el cine y el videoclip sigue estrechándose, y el debate sobre su relación está lejos de terminar. Por ello, es esencial realizar este tipo de análisis, que abran la posibilidad de experimentar con ideas teóricas en creaciones propias, impulsando el futuro del cine.

### **Frases de cierre**

1. "El videoclip es la herramienta de promoción más importante que tienes aparte de la propia canción, así que trato de hacer algo interesante que resuene con la música en sí misma." - Taylor Swift
2. "Un videoclip bien hecho puede aumentar la vida útil de una canción." - Beyoncé

3. "El videoclip es una herramienta increíblemente poderosa para expresar visualmente lo que una canción está tratando de decir." - Lady Gaga
4. "Creo que el videoclip es tan importante como la música. Representa a la música visualmente, y creo que es algo que mucha gente disfruta." - Michael Jackson
5. "El videoclip es un arte en sí mismo. Es una extensión de la canción y una oportunidad para ser creativo y contar una historia de una manera visual única." - Madonna
6. "En los videoclips, tienes que condensar tu visión y mensaje en apenas unos minutos, lo que es un ejercicio increíble en economía narrativa." - David Fincher
7. "Los videoclips son un campo de pruebas para la imaginación. Te permiten experimentar con ideas visuales de formas que las películas, a menudo constreñidas por narrativas largas y presupuestos, no pueden." - Spike Jones
8. "Cada videoclip es una oportunidad para explorar nuevas técnicas visuales y narrativas; es un laboratorio para la creatividad." - Michel Gondry
9. "Los videoclips tienen el poder de amplificar la música a través de la imagen, creando una experiencia que es más que la suma de sus partes." - Quentin Tarantino
10. "El diseño y la estética de un videoclip pueden transportarte a otro mundo, incluso más que una película, porque lo hacen en un breve tiempo de duración." - Wes Anderson



### Bibliografía

Solanas, J. (1985, 21 de septiembre). *Kate Bush: Hounds of Love (EMI)*. NME.

<https://acortar.link/3QEuLm>

Marino, V. (2001). *100 Greatest Videos of All Time*. VH1.

<https://acortar.link/TdmrW9> y <https://acortar.link/BukgH1>

Spampinato, F. (2001) *Art Record Covers*. TASCHEN Books.

Manovich, L. (2006). *El lenguaje en los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Paidós comunicación.

Gifreu, A., (2013). *El documental interactivo como nuevo género audiovisual* [Tesis Doctoral]. Universidad Pompeu Fabra.

Oca, A., (2014). *Elementos narrativos en el videoclip: desde el nacimiento de la MTV a la era Youtube (1981-2011)* [Tesis Doctoral]. Universidad de Sevilla.

Fast, S., (2014). *Michael Jackson's Dangerous (33 1/3)*. Bloomsbury Academic.

Echeverry, R., Correa J., (2016). *El videoclip musical y las dinámicas de la producción audiovisual en Pereira*. Revista Latina de Comunicación Social, 71, pp. 332 a 348.

A Sedeño Valdellós, J Rodríguez López, S Roger Acuña (2016). *El videoclip posttelevisivo actual. Propuesta metodológica y análisis estético*. Revista Escribanía.

Burns, L., Woods, A., & Lafrance, M., (2016). *Sampling and storytelling: Kanye West's vocal and sonic narratives*. In K. Williams & J. Williams (Eds.), *The Cambridge Companion to the Singer-Songwriter* (Cambridge Companions to Music, pp. 159-170). Cambridge: Cambridge University Press.

Montes, J., (2017). *El videoclip como herramienta de comunicación comercial en el siglo XXI* [Tesis de Grado]. Universidad de Palermo.

Galán, V., Valdellós, A., (2018). *Danza contemporánea y sincronía musicovisual en el videoclip musical actual*. Revista Mediterránea de Comunicación.

Castillo, S., (2020). *El videoclip en Colombia: propuesta para un nuevo modelo de producción* [Trabajo de Grado]. Pontificia Universidad Javeriana.

Shaw, L., (2021). *“Passed down like folk songs”; An Analysis of Story and Character in Taylor Swift’s folklore and evermore*. Universidad de Nueva York.

Rodríguez, A., (2021). *Taylor Swift, de novia de América a icono feminista: El relato de la identidad femenina de nuestro tiempo* [Tesis de Grado]. Universidad del País Vasco.

Minnet, M., (2021). *Robert Altman and the Elaboration of Hollywood Storytelling*. Universidad de Oxford.

Barajas Durán, D. (2022). *El videoclip es publicidad, y las marcas deberían saberlo*. [Trabajo de grado profesional]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.

Banquett, E. (2022). *Guion de largometraje Junto al mar*. [Trabajo de grado profesional]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.

Vidal, N., (2024). *The Eras Book: un recorrido por la música de Taylor Swift*. Editorial Planeta.

### **Videografía**

Crosland, A. (Director). (1927). *The Jazz Singer* [Película]. Warner Bros. Pictures.

Disney, W. (Director). (1928). *Steamboat Willie* [Cortometraje]. Walt Disney Pictures.

Disney, W. (Director). (1937). *Snow White and the Seven Dwarfs* [Película]. Walt Disney Pictures.

Taylor, J. y Disney, W. (Director). (1940). *Fantasia* [Película]. Walt Disney Pictures.

Wilder, B. (Director). (1944). *Double Indemnity* [Película]. Paramount Pictures.

Kelly, G. & Donen, S. (Directores). (1952). *Singin’ in the Rain* [Película].

Metro-Goldwyn-Mayer (MGM).

Sidney, G. (Director). (1955). *Jupiter's Darling* [Película]. Metro-Goldwyn-Mayer (MGM).

Zinnemann, F. (Director). (1955). *Oklahoma!* [Película]. Magna Theatre Corporation.

Deren, M. (Director). (1955). *The Very Eye of Night* [Película]. Maya Deren.

Lang, W. (Director). (1956). *The King and I* [Película]. 20th Century Fox.

Wise, R. & Robbins, J. (Directores). (1961). *West Side Story* [Película]. United Artists.

Lester, R. (Director). (1964). *A Hard Day's Night* [Película]. United Artists.

Warhol, A. (Director). (1965). *Empire* [Película]. Andy Warhol.

Warhol, A. y Morrissey, P. (Director). (1966). *Chelsea Girls* [Película]. Andy Warhol.

Warhol, A. (Director). (1967). *Exploding Plastic Inevitable* [Película]. Andy Warhol.

Kubrick, S. (Director). (1968). *2001: A Space Odyssey* [Película]. Metro-Goldwyn-Mayer (MGM).

Friedkin, W. (Director). (1973). *The Exorcist* [Película]. Hoya Productions.

Yamamoto, E. (Director). (1973). *Belladonna of Sadness* [Película]. Mushi Production.

Gowers, B. (Director). (1975). *Bohemian Rhapsody* [Película]. EMI.

Spielberg, S. (Director). (1975). *Jaws* [Película]. Universal Pictures.

Lucas, G. (Director). (1977). *Star Wars* [Película]. Lucasfilm.

Badham, J. (Director). (1977). *Saturday Night Fever* [Película]. RSO Records.

Kleiser, R. (Director). (1977). *Grease* [Película]. Allan Carr Enterprises y Stigwood Group.

Argento, D. (Director). (1977). *Suspiria* [Película]. Seda Spettacoli.

Chandler, R. (Director). (1978). *The Big Sleep* [Película]. Metro-Goldwyn-Mayer (MGM).

Roddam, F. (Director). (1979). *Quadrophenia* [Película]. Polydor.

Scott, R. (Director). (1979). *Alien* [Película]. 20th Century Fox.

- Cunningham, S. (Director). (1980). *Friday the 13th* [Película]. Paramount Pictures.
- Spielberg, S. (Director). (1981). *Raiders of the Lost Ark* [Película]. Lucasfilm Ltd.
- Parker, A. (Director). (1982). *Pink Floyd: The Wall* [Película]. Metro-Goldwyn-Mayer (MGM).
- Scott, R. (Director). (1982). *Blade Runner* [Película]. Warner Bros. Pictures.
- Landis, J. (Director). (1983). *Thriller* [Cortometraje]. MJJ Productions y Optimum Productions.
- Craven, W. (Director). (1984). *A Nightmare on Elm Street* [Película]. New Line Cinema y Media Home Entertainment.
- Cameron, J. (Director). (1984). *The Terminator* [Película]. Metro-Goldwyn-Mayer (MGM).
- Barker, C. (Director). (1987). *Hellraiser* [Película]. Entertainment Film Distributors.
- Callner, M. (Director). (1987). *Is This Love* [Videoclip]. Geffen y EMI.
- Chilvers, C. (Director). (1988). *Smooth Criminal* [Cortometraje]. Epic Records.
- Konersman, B. y Nelson, P. (Director). (1987) *Sign O' The Times* [Videoclip]. Flora Films.
- Romanek, M. (Director). (1991). *Black or White* [Cortometraje]. Epic Records.
- Fincher, D. (Director). (1993). *Closer* [Videoclip]. Maverick.
- Romanek, M. (Director). (1994). *Closer* [Videoclip]. Nothing Records.
- Lynch, D. (Director). (1994). *Twin Peaks: Fire Walk with Me* [Película]. CIBY Pictures.
- Carpenter, J. (Director). (1994). *In the Mouth of Madness* [Película]. New Line Cinema.
- Lasseter, J. (Director). (1995). *Toy Story* [Película]. Pixar Animation y Walt Disney Pictures.
- Craven, W. (Director). (1996). *Scream* [Película]. Woods Entertainment.
- Tsui, J. (Director). (1997). *Smack My Bitch Up* [Videoclip]. XL Recordings.
- Daft Punk (Director). (2000). *D.A.F.T.: A Story About Dogs, Androids, Firemen and Tomatoes* [Película]. Daft Life Ltd.
- Kelly, R. (Director). (2001). *Donnie Darko* [Película]. Flower Films.

- Miyazaki, H. (Director). (2001). *Spirited Away* [Película]. Studio Ghibli.
- Lynch, D. (Director). (2001). *Mulholland Drive* [Película]. Universal Pictures.
- Lawrence, F. (Director). (2001). *Whenever, Wherever* [Videoclip]. Sony Music.
- Takenouchi, K. y Daft Punk (Director). (2003). *Interstella 5555: The Story of the Secret Star System* [Película]. Toei Animation, Daft Life Ltd, Wild Bunch y BAC Films.
- Tarantino, Q. (Director). (2003-2004). *Kill Bill Volumen 1 & 2* [Película]. Miramax Films.
- Bayer, S. (Director). (2005). *Wake Me Up When September Ends* [Videoclip]. Reprise Records.
- Lawrence, F. (Director). (2005). *Constantine* [Película]. Warner Bros. Pictures.
- Levy, S. (Director). (2006). *Night at the Museum* [Película]. 20th Century Fox.
- Daft Punk (Director). (2006). *Daft Punk's Electroma* [Película]. Because Music.
- Del Toro, G. (Director). (2006). *Pan 's Labyrinth* [Película]. Warner Bros. Pictures.
- Lawrence, F. (Director). (2007). *I Am Legend* [Película]. Warner Bros. Pictures.
- Mottola, G. (Director). (2007). *Superbad* [Película]. Columbia Pictures.
- Guetta, D. (Director). (2009). *Sexy Chick* [Videoclip]. EMI Music.
- Smith, D. y Lyall, M. (Director). (2010). *Swoon* [Videoclip]. Black Dog Films y RSA Films.
- West, K. (Director). (2010). *Runaway* [Película]. Def Jam Recordings.
- García, H. (Director). (2010). *El Paseo* [Película]. Dago García Producciones.
- Bujorianu, I. (Director). (2011). *Bounce* [Videoclip]. Columbia Records.
- Favreau, J. (Director). (2011). *Cowboys & Aliens* [Película]. Universal Pictures.
- Gondry, M. (Director). (2011). *The Green Hornet* [Película]. Columbia Pictures y Original Films.
- West, K. (Director). (2012). *Cruel Summer* [Película]. Def Jam Recordings.
- Madler, A. (Director). (2012). *I Knew You Were Trouble* [Videoclip]. Big Machine.
- Lachapelle, D. (Director). (2012). *Part of Me* [Videoclip]. Capitol Records.

- Kaplan, A. (Directora). (2013). *Tropico* [Videoclip]. Polydor.
- Ross, G. (Director). (2012-2023). *The Hunger Games* [Película]. Lionsgate.
- Jo, S. (Director). (2012). *Gangnam Style* [Videoclip]. YG Entertainment.
- Rossacher, H. (Director). (2015). *Rammstein in Amerika* [Película]. Universal Pictures.
- Abrams, J. (Director). (2015). *Star Wars: The Force Awakens* [Película]. Lucasfilm Ltd.
- Welch, F. (Directora). (2016). *The Odyssey* [Videoclip]. Republic Records.
- Ocean, F. (Director). (2016). *Endless* [Videoclip]. Def Jam Recordings.
- O'Neill, C. (Director). (2016). *Shelter* [Videoclip]. Columbia Records.
- West, K. (Director). (2016). *Famous* [Videoclip]. Def Jam.
- Knowles, B. (Directora) (2016). *Lemonade* [Película]. Parkwood Entertainment.
- Muhl, I. (Director). (2016). *False Alarm* [Videoclip]. Republic Records.
- Wright, E. (Director). (2017). *Baby Driver* [Película]. Sony Pictures.
- Kahn, J. (Director). (2017). *Bodied* [Película]. Shady Films.
- Anderson, P. T. (Director). (2019). *Anima* [Videoclip]. XL Recordings.
- Arroyave, C. (Directora). (2019). *Los Días de la Ballena* [Película]. Rara Colectivo Audiovisual, Mad Love.
- Russo, A. & Russo, J. (Directores). (2019). *Avengers: Endgame* [Película]. Marvel Studios.
- Seo, H. (Director). (2019). *Kill This Love* [Videoclip]. YG Entertainment.
- Martínez, C. P. (Director). (2019). *Despacito* [Videoclip]. Universal Music Latino.
- YongSeok, C. (Director). (2019). *Boy With Luv* [Videoclip]. Big Hit Entertainment.
- Hewlett, J. (Director). (2020). *Song Machine* [Serie]. The Line y Gorillaz Productions.
- Trujillo, S. (Director). (2020). *Yo Perreo Sola* [Videoclip]. Rimaz Entertainment.
- Tilley, C. (Director). (2021). *If I Can't Have Love, I Want Power* [Película]. Capitol Records.

- Hemingway, J. (Director). (2021). *Blue Weekend* [Película]. Dirty Hit.
- Shin, W. (Director). (2022). *Hype Boy* [Videoclip]. HYBE Corporation.
- Yoo, J. (Director). (2022). *Aespa SM Culture Universe* [Serie]. SM Entertainment.
- Yoo, J. (Director). (2023). *Armageddon* [Videoclip]. SM Entertainment.
- Scott, T. (Director). (2023). *Circus Maximus* [Película]. Cactus Jack Films.
- Scorsese, M. (Director). (2023). *Killers of the Flower Moon* [Película]. Apple Studios, Paramount Pictures.
- Gordon Green, D. (Director). (2023). *The Exorcist: Believer* [Película]. Universal Pictures.
- Wrench, S. (Director). (2023). *Taylor Swift: The Eras Tour* [Película]. Taylor Swift Productions.
- Favreau, J. (Director). (2019-2023). *The Mandalorian* [Serie]. Lucasfilm.
- Rafman, J. (Director). (2024). *Vultures* [Videoclip]. YZY.

### Referencias

- Rimbaud, A. (1883). *Vocales*. Lutece.
- Pollock, J. (1946) *Sonidos de la hierba* [óleo sobre lienzo]. Ubicación desconocida.
- Bürger, P. (1974). *Teoría de la vanguardia*. Ediciones península.
- Mulvey, L. (1975). *Visual Pleasure and Narrative Cinema*. Oxford Academic.
- Bukowski, C. (1977). *Love Is a Dog from Hell*. Ecco.
- Brakhage, S. (1982). *Brakhage Scrapbook: Collected Writings, 1964-1980*. Treacle Pr.
- Benjamin, W. (1989). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Taurus.
- Marie, M., (1990). *Análisis del film*. Ediciones Paidós.
- Muñoz, R. (1994). *Trayectos en semiótica filmico/televisiva*. Dolmen ediciones.
- Friedwald, W. (1995). *Sinatra! The song is you : a singer's art*. New York: Scribner.
- Chion, M. (1997). *La música en el cine*. Ediciones Paidós. Ibérica.

Russolo, L. (1998). *El arte de los ruidos*. Universidad de Castilla-La Mancha.

Marsh, D. (1999). *The Heart of Rock & Soul: The 1001 Greatest Singles Ever Made*. Da Capo Press.

Genette, G. (2001). *Umbrales*. Siglo Veintiuno Editores.

DeRogatis, J. (2003). *Turn on Your Mind: Four Decades of Great Psychedelic Rock*. Milwaukee, WI : Hal Leonard.

Tarkovsky, A. (2002). *Esculpir en el tiempo*. Ediciones Rialp.

Vernallis, C. (2004). *Experiencing Music Video Aesthetics and Cultural Context*. Columbia University Press.

Montgomery, J. (2005, 09 de agosto). *'Teen Spirit' Director Calls Green Day Clip His Career Highlight*. MTV News.

<https://acortar.link/9Eeq9z>

Colapinto, J. (2005, 03 de noviembre). *Green Day: Working Class Heroes*. Rolling Stone.

<https://acortar.link/pN1xWM>

Jovanovic, R. (2005). *Kate Bush: The Biography*. Portrait.

Baird, T., (2005) *Aportaciones teóricas y prácticas sobre la sinestesia y las percepciones sonoras en la pintura contemporánea* [Tesis Doctoral] Universidad de Barcelona.

Heller, E. (2008). *Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Editorial Gustavo Gili.

Library of Congress. 2009. Michael Jackson's Thriller

<https://www.loc.gov/item/prn-09-250/>

Vangelisti, A. (2009). *Feeling Hurt in Close Relationship*. Cambridge University Press.



Rooksby, R. (2009). *How to Write Songs on Guitar: A Guitar-Playing and Songwriting Course*. Backbeat.

Davis, R. (2010). *Complete Guide to Film Scoring*. Berklee Press.

Rosenbaum, J. (2010). *Mutaciones del cine contemporáneo*. Errata naturae.

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

Gallo, P. (2012, 19 de octubre). *Taylor Swift Q&A: The Risk of 'Red' and The Joys Being 22*. Billboard.

<https://acortar.link/m3C6nD>

Jones, L. (2012, 10 de diciembre). *20 Things You Didn't Know About 'Purple Rain' About*. NME.

<https://acortar.link/ntcy93>

Marsh, S. (2013, 16 de marzo). *Don't mess with Taylor Swift*. The Times.

<https://acortar.link/jjA5mr>

Howell, P., (2013, 13 de junio). *John Landis says Michael Jackson was too 'grotesque' to film: Howell*. The Star.

<https://acortar.link/vDyGLO>

Hebblethwaite, P. (2013, 20 de noviembre). *How Michael Jackson 's Thriller changed music videos for ever*. The Guardian.

<https://acortar.link/l2GDhF>

Swain, F., (2014, 17 de junio). *Sinestesia: ¿se puede aprender a escuchar en colores?*. BBC.

<https://acortar.link/m2W7j5>

Powell, A., (2014). *Hipgnosis Portraits*. Thames & Hudson.

Pallasmaa, J. (2014). *The Eyes of the Skin. Architecture and the Senses*. Editorial Gustavo Gili.

Westgeest, H., (2015). *Video Art Theory: A Comparative Approach*. Wiley-Blackwell.

Cañadas, M. (2016) *La evolución del videoclip narrativo: la simbiosis orgánica del relato cinematográfico y el video musical en el videoclip* [Tesis Doctoral]. Universidad Complutense de Madrid.

Helmore, E., (2016, 28 de junio). *Kanye West 's Famous video: is it art?*. The Guardian.

<https://acortar.link/DVRqdu>

Hunt, E., (2016, 28 de junio). *Lena Dunham condemns Kanye West 's new music video Famous as 'sickening'*. The Guardian.

<https://acortar.link/9F09pz>

Welsh, A., (2016, 12 de agosto). *Werner Herzog analyzing Kanye West's 'Famous' video is everything you want it to be and more*. FACT.

<https://acortar.link/52INmh>

Trendell, A. (2016, 17 de noviembre). *Green Day give update on 'surreal, offensive' 'American Idiot' movie*. NME.

<https://acortar.link/If5rNY>

Turner, S., (2016). *Beatles '66: The Revolutionary Year*. Ecco.

Lynch, D., (2016). *Atrapa el pez dorado: Meditación, conciencia y creatividad*. Reservoir Books.

Landis, J. (2017, 31 de agosto). *John Landis on the making of Michael Jackson's Thriller: 'I was adamant he couldn't look too hideous'*. The Guardian.

<https://acortar.link/YAT5ue>

Romano, J., (2018, 26 de febrero). *How K-pop became a global phenomenon*. Vox.

<https://acortar.link/DFGLXq>

Benavent, V., (2018, 30 de noviembre). *“Thriller” el videoclip con que Michael Jackson lo cambió todo*. BAAZAR.

<https://acortar.link/h2GM8r>

Parga, M., (2018, 8 de diciembre). *El significado de la cazadora de Michael Jackson en “Thriller”, explicado por la mujer que la diseñó*. Vanity Fair.

<https://acortar.link/8GcYyi>

Velásquez, H., (2018) *El videoclip: Relación rítmico-visual y su narrativa aplicada en la Puesta en Escena* [Tesis Magíster] Universidad de Santiago de Chile.

Muy Fan, (2019, 29 de octubre). *Kanye West admite que tiene una profunda adicción al porno*. La Vanguardia.

<https://acortar.link/xoyFB6>

Corona-Avila, I. (2020, 24 de abril). *“Yo Perreo Sola”*: Los Mensajes Subyacentes en La Canción y El Video de Bad Bunny. The Albion Pleiad.

<https://acortar.link/Nh7tV5>

Vogel, J., (2020, 25 de junio). *Michael Jackson’s ‘Dangerous’ And The Reinvention Of Pop*. PopMatters.

Bernstein, J., (2020, 28 de noviembre). *500 Greatest Albums: Taylor Swift Looks Back on Her ‘Only Breakup Album’ ‘Red’*. Rolling Stone.

<https://acortar.link/4jirmP>

Ponce, L., (2021) *Storytelling. El uso de la narrativa para crear un universo de marca* [Trabajo final de grado] Universidad Jaume.

Montagud, N., (2021, 28 de septiembre). *Los 11 tipos de sinestesia (y sus características)*. Psicología y mente.

<https://acortar.link/99otRi>

Whatley, J., (2022, 09 de enero). *Looking back at RZA's influence over one of Quentin Tarantino's best films*. HipHopHero.

<https://acortar.link/KhVIV8>

Ellwood, M., (2022, 24 de julio). *Por qué hay tantas celdas de prisiones pintadas de un rosa especial (y las contradictorias maneras en que los colores nos afectan)*. BBC News.

<https://acortar.link/buMhtj>

Zamarrón, I., (2022, 13 de septiembre). *YouTube, una mina de oro para la música: pagó US\$6,000 millones a la industria a nivel global*. Forbes Colombia.

<https://acortar.link/DaCUi8>

Wally, M., (2022, 09 de diciembre). *Guillermo Del Toro Talks Taylor Swift, Fairy Tales, and Lifetime Achievements*. W Magazine.

<https://acortar.link/jii0Yv>

Val, E., (2023, 09 de febrero). *Una muestra en París explora la relación de Picasso con el arte de la prehistoria*. La vanguardia.

<https://acortar.link/PUzBS6>

Mendelson, S., Fuster, J., (2023, 11 de septiembre). *AMC Shouldn't Care What Hollywood Thinks of Its Taylor Swift Deal, Analysis*. TheWrap.

<https://acortar.link/Pj4uJT>

Nolfi, J., (2023, 12 de octubre). *Deadpool 3 filmmaker likens Taylor Swift's directorial vision to Steven Spielberg: 'It's profoundly vivid'*. Entertainment Weekly.

<https://acortar.link/EVH3D2>

Walsh, S., (2023, 19 de octubre). *Taylor Swift's Concert Film Is the Future of Moviegoing, Says Christopher Nolan*. Vanity Fair.

<https://acortar.link/rhOHww>

Rolling Stone, (2023, 31 de diciembre). *The 500 Greatest Albums of All Time*. Rolling Stone.

<https://acortar.link/SjYiNi>

García, L., (2023) *El Film Noir* [Tesis de Grado]. Universidad de Salamanca.

#### **Otras:**

[https://youtu.be/DR\\_yTQ0SYVA](https://youtu.be/DR_yTQ0SYVA)

<https://www.culturaydeporte.gob.es/mnaltamira/en/cueva-altamira/descubrimiento.html>

<https://fest-network.eu/about-storytelling/>

<https://illustrationchronicles.com/alex-steinweiss-and-the-world-s-first-record-cover>

<https://youtu.be/VjTiEqLmkIU?si=woZhWIEhdU3xPvBT>

<https://youtu.be/sv3z82SSAcU?si=IXVmT6IIUUX3TVeX>

<https://youtu.be/0-ECDix-cSw?si=g6LXtLc3lyfRK7vD>

#### **Anexos**

**Teaser:** <https://acortar.link/eogL6d> (Contraseña: Cuandolaluznoslleve777)

**Guion literario:** <https://acortar.link/vl8GZH>

**Álbum:** <https://acortar.link/oKS5vi>

**Letras canciones:** <https://acortar.link/sLrIS3>

**Portada discos:** <https://acortar.link/b9Kve7>

