

EL TORO POR LOS CUERNOS. SÍMBOLOS DE LO ESPAÑOL EN UN VIDEOCLIP DE ROSALÍA

Asier Aranzubia Cob
Nieves Limón Serrano

Universidad Carlos III de Madrid

Data de recepción: 2019-05-21

Data de aceptación: 2020-04-28

Contacto autores: aaaranzub@hum.uc3m.es; nlimon@hum.uc3m.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6045-4202>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0292-0882>

RESUMEN

La operación de sentido que está detrás del videoclip *Malamente. Cap. 1. Augurio* (Canada, 2018) de Rosalía depende, fundamentalmente, del proceso de re-significación al que son sometidos algunos de los símbolos más emblemáticos de lo español. Para superar esa limitación temporal inherente al formato que lastra su vocación narrativa, en este videoclip se trabaja a partir de una serie de elementos simbólicos que el espectador conoce de antemano. Así, la imaginería asociada al mundo de los toros, la Semana Santa y el flamenco se ponen al servicio de un relato de violencia de género y emancipación femenina.

Palabras clave: Rosalía, videoclip, música, fotografía, símbolos

ABSTRACT

The operation of meaning behind Rosalía's music video *Malamente. Cap. 1. Augurio* (Canada, 2018) essentially depends on the process of re-signification to which some of the most iconic symbols of Spanish culture are subjected. To overcome the temporal limitation inherent to this format, which obstructs its narrative vocation, the video takes as its point of departure a series of symbolic elements that the viewer knows beforehand. Imagery associated with the world of bullfighting, Holy Week and flamenco is thus used to tell a story of gender violence and female emancipation.

Keywords: Rosalía, music video, music, photography, symbols

1. Declinando símbolos

La difusión, a finales de mayo de 2018, del videoclip *Malamente. Cap. 1. Augurio* (Canada, 2018) de Rosalía, vino acompañada por una ruidosa polémica. En realidad, por dos. Por un lado, estaban quienes acusaban a la artista de Sant Esteve Sesrovires de apropiación cultural porque siendo paya, catalana y de clase media no estaba, según esta miope manera de ver las cosas,¹ autorizada para hibridar el flamenco con otras músicas contemporáneas y mucho menos para

asaltar, valiéndose de tan noble tradición artística, el exclusivo circuito del *mainstream* internacional. La otra polémica se suscitó a raíz del uso que en el vídeo se hacía de una cierta imaginería asociada a la identidad nacional española: los toros, la Semana Santa, el mito de Carmen y, otra vez, el flamenco. En líneas generales, lo que se le reprochaba era que construyera su discurso audiovisual con unos mimbres simbólicos que habían sido explotados hasta la saciedad, por ejemplo, durante el período franquista (Bousselham 2019). Pues

bien, para coger el toro por los cuernos diremos que la hipótesis que intenta validar este artículo se funda, precisamente, en esa inteligente operación de rescate y manipulación de determinadas imágenes fuertemente asociadas a lo español que está detrás del vídeo. Dicho de otra forma: este artículo pretende demostrar que buena parte del sentido de *Malamente* depende del proceso de re-significación al que son sometidos unos símbolos con los que el espectador medio está familiarizado de antemano.

Al estar (salvo contadas excepciones) irremediablemente sujetos a la duración del tema musical que los ha hecho posibles, la mayoría de los videoclips suelen tener una extensión no superior a los cinco minutos. En el caso de la música pop, dicha duración suele verse reducida a no más de tres minutos. Esta limitación temporal condiciona sobremanera su capacidad de narrar que es una de las tres vocaciones a las que atiende, casi desde sus orígenes, el video musical.² Es por eso que los creadores de los videoclips que afrontan la difícil tarea de narrar una historia en apenas tres minutos se ven obligados a recurrir de manera frecuente a soluciones estereotipadas, clichés y arquetipos para construir sus relatos. Es decir, fórmulas utilizadas una y mil veces a lo largo de la historia del audiovisual que el espectador reconoce rápidamente y que le ayudan a reconstruir ese conato de historia, intermitente, fragmentado y muchas veces sin desenlace, que es, como decimos, el santo y seña del videoclip narrativo (Caro Oca 2014).

Como ya habrán podido deducir, la función más elemental que desempeñan las imágenes de lo español en el vídeo de Rosalía es a grandes rasgos la misma. De lo que se trata es de rentabilizar en términos semánticos ese saber que atesora una comunidad a propósito de algunos de sus mitos o símbolos más emblemáticos para a partir de ahí poder contar una historia con tres o cuatro pinceladas. Pero la operación es un poco más compleja: porque no se trata sólo de incorporar una determinada dimensión semántica asociada a unos símbolos que el espectador conoce de antemano, sino que después, en una segunda instancia, el relato va a reconducir o subvertir el sentido *oficial* que acompaña a dichas imágenes. Y no nos referimos sólo a ese tipo de operaciones

de re-significación del símbolo por medio de la construcción de imágenes epatantes y provocadoras³ –como la del nazareno/*skater* que posa sus pies desnudos sobre un patinete con púas–, sino a otro tipo de procesos más complejos en los que el éxito de la operación dependerá de las competencias audiovisuales de un espectador al que se le exigirá, por ejemplo, que conecte la imagen de la moto que pilota Rosalía con una similar de Javier Bardem en un film de Bigas Luna que, no por casualidad, fiaba también buena parte de su sentido al diálogo con los símbolos y tópicos de lo español.⁴

Llegados a este punto, y antes de seguir examinando los procesos de significación que pone en juego la pieza audiovisual que nos ocupa, creemos conveniente hacer un alto en el camino para plantear un par de cuestiones teóricas a propósito de los límites de la interpretación cuando hablamos de videoclips.

2. Texto y contexto

Uno de los reproches recurrentes con los que ha tenido que lidiar el análisis textual es la acusación de no prestar atención suficiente a determinados contextos sin los cuales no sería posible hacer una lectura cabal de los textos de la cultura popular. Condicionados, en la mayor parte de los casos, por las rutinas adquiridas en su campo de maniobras habitual (esto es, la exégesis fílmica) los analistas que han aplicado sus herramientas metodológicas al estudio de videoclips han sido tradicionalmente incapaces, según sus críticos, de prestar atención a los códigos y convenciones propias de la música y la cultura popular; han sido, por ejemplo, incapaces de advertir que a la hora de analizar un vídeo musical es preciso tener en cuenta que estas piezas audiovisuales forman parte de una narrativa mediática mucho más amplia (hecha de otras actuaciones, conciertos y vídeos del mismo artista pero también de entrevistas, noticias, programas de cotilleos, apariciones en anuncios, documentales, películas, etc.) a través de la cual se construye la imagen, a medio camino entre la realidad y la ficción, del artista pop. Y es necesario tenerla en cuenta, sobre todo, porque los espectadores a los que van destinados suelen conocer ese relato mediático y lo tienen muy

en cuenta a la hora de interpretar el sentido de un vídeo musical.

En primer lugar, creemos que es preciso recordar que la semiótica estructural (corriente teórica de la que emana el análisis textual) considera que la lectura de un texto puede y debe completarse mediante la actualización de determinados datos de contexto. Y no sólo de ese contexto hecho fundamentalmente de películas al que según sus críticos recurren los analistas que se han ocupado del videoclip, sino también a otro tipo de contextos: económico, regulatorio, sociocultural, mediático, histórico, biográfico, artístico... Pero a diferencia de lo que sucede con las aproximaciones a los objetos de la cultura que priorizan el estudio de los contextos, el análisis textual pone límites a la relación entre el texto y sus contextos, sobre todo, para evitar que estos últimos acaben pesando más que el primero en términos hermenéuticos. Santos Zunzunegui lo ha explicado de la siguiente manera:

Toda obra da, por tanto, instrucciones sobre su propio contexto de comprensión. Se trata de lo que los semiólogos denominan el 'contexto pertinente de la interpretación'. No hace falta agotarse en extraordinarias y laboriosas reconstrucciones de un contexto inabarcable, lo que habrá que reconstruir es la parte del contexto que la película me demande que actualice. Otra cosa es que cada uno de nosotros tenga sus antenas suficientemente bien orientadas para captar y procesar de forma adecuada esas instrucciones (Zunzunegui 2007, 55).⁵

Según esto, el problema no sería de índole epistemológica sino que dependería más bien de la pericia individual de cada analista a la hora de identificar esas marcas que el contexto ha dejado en el texto.

Por otro lado, conviene recordar que las operaciones tendentes a actualizar datos relacionados con el contexto "biográfico" (que tiene que ver con la vida, inventada o no, de las estrellas cinematográficas, pero también con el tipo de personaje en el que se han especializado) han sido moneda corriente en el análisis textual. A nadie se le escapa que sin tener en cuenta el concepto de *star-system* es difícil entender algunas de las operaciones de sentido del cine clásico americano. Y no sólo de ese cine. El saber que atesoran los espectadores a propósito del arquetipo en el que se

ha especializado una estrella ha sido rentabilizado en términos semánticos innumerables veces. Por ejemplo, para el aficionado al cine español tanto el Alfredo Mayo de *La caza* (Carlos Saura, 1965) como la Aurora Bautista de *La tía Tula* (Miguel Picazo, 1963), dos obras clave del Nuevo Cine Español, guardan memoria de los roles que marcaron a fuego su carrera durante la década de los cuarenta. Es decir, la lectura que el espectador de los sesenta hace de ambos personajes está fuertemente condicionada por la circunstancia de que Alfredo Mayo había interpretado a varios de los héroes más representativos del llamado cine de cruzada –con la inevitable *Raza* (José Luis Sáenz de Heredia, 1941) a la cabeza– y Aurora Bautista había hecho lo propio con las heroínas del ciclo histórico de Cifesa. Así, el cazador al que presta sus rasgos Mayo es, para el espectador de *La caza*, una prolongación de aquellas representaciones del ideal masculino del Régimen que encarnó en la posguerra (Zunzunegui 2018, 117). La Tula del film de Picazo, por su parte, hereda de Agustina de Aragón el temperamento –ya Unamuno hablaba de su conflicto interno como una "brava galerna" (Aranzubia et al. 2010)– pero lo que en Agustina era aventura y heroísmo es en Tula enclaustramiento y represión (Gubern 1997, 562).

Para ir acercándonos al que enseguida se convertirá en el objeto de todas nuestras pesquisas diremos que aunque en el relato mediático-biográfico de Rosalía hay aspectos que pueden ayudar a matizar el sentido del videoclip –pensamos, por ejemplo, en el vídeo musical *Antes de morir* (Manson, 2016)⁶ en el que colabora con su ex pareja C. Tangana o en la presencia, en *Malamente*, de determinados espacios que remiten al entorno real en el que, al parecer, ha transcurrido la juventud de Rosalía– su contexto pertinente de interpretación tiene que ver, sobre todo, con la forma en que determinados creadores visuales han declinado previamente los símbolos de lo español, con los otros diez temas (o capítulos) que completan ese álbum conceptual titulado *El mal querer* y con el otro videoclip que Canada ha producido para este mismo disco: *Pienso en tu mirá. Cap. 3. Celos* (Canada, 2018).



Fig. 1. Elevación del cuerpo sin vida de Rosalía por un "toro mecánico". Plano general en el videoclip *Malamente*, Rosalía, 2018 (minuto 1:03)

3. Una moto con cuernos

Aunque el mundo taurino ya había comparecido en los planos iniciales (jóvenes aprendices de torero se ejercitan en una cancha deportiva), justo antes de que arranque la segunda estrofa de la canción ("Se ha puesto la noche rara") –y con ella, el segundo acto de los tres⁷ en que está dividido el videoclip– vemos como el cuerpo sin vida de Rosalía empieza a ser elevado del suelo por una de esas carretillas mecánicas que sirven para levantar palés y a las que en España, debido a que su parte delantera recuerda a una cornamenta, llamamos *toro* (fig. 1). Después de dos planos que recogen la actuación⁸ de Rosalía y su cuerpo de baile en el interior de un camión, nos topamos con la continuación del plano del toro mecánico y gracias a un ceremonioso movimiento de cámara caemos en la cuenta de que el vehículo que transporta el cuerpo sin vida de la cantaora lo conducen una docena de hombres, vestidos con colores oscuros, entre los que se encuentra aquel del que huía, aterrorizada, la protagonista durante la primera parte del vídeo (gracias a los créditos del videoclip nos enteraremos de su nombre: *El cazador*). Estamos, pues, ante la primera aparición del motivo del toro en el videoclip y a juzgar por lo que vemos, y por los datos que tenemos hasta aquí de la historia, podemos fácilmente otorgar al animal uno de los sentidos inherentes al símbolo: el de ser la encarnación de lo masculino o, de una manera más precisa, de lo viril. Que los hombres de negro (entre los que significativamente se incluye al *cazador*) aparezcan encaramados a la cabina de



Fig. 2. Rincón del taller con fotografías de mujeres desnudas. Plano detalle en el videoclip *Malamente*, Rosalía, 2018 (minuto 1:28)

ese vehículo/toro que parece acaba de cornear a la joven, disipa cualquier duda al respecto.

El motivo no tardará en volver a aparecer. Si durante la primera parte del vídeo musical se nos había contado la huida y muerte de la chica,⁹ durante la segunda (que arranca en el momento en que los hombres depositan el cadáver en el interior de un camión) nos adentraremos en el territorio de lo fantástico y asistiremos al proceso de *transformación* de la protagonista como paso previo antes de su inminente *resurrección*. No por casualidad, dicha transformación tiene lugar dentro de un espacio tradicionalmente masculino (los calendarios con chicas desnudas que decoran las paredes del taller así lo confirman) en el que una Rosalía displicente y poderosa espera sentada a que un mecánico le construya su moto. Tres planos consecutivos de escasa duración (apenas un segundo entre los tres) se encargarán de fijar de manera precisa el alcance de esa transformación que acontece en el taller y, de paso, nos proporcionarán la clave interpretativa sobre la que descansa el sentido del vídeo en su conjunto.

Iluminado por un fognazo de luz blanca que en términos diegéticos se justifica por las chispas del soplete del soldador, pero que las competencias genéricas del espectador asocian a lo terrorífico o sobrenatural, contemplamos un plano de un rincón del taller del que cuelgan varias fotografías de chicas desnudas (fig. 2). Debajo



Fig. 3. Cabeza de toro. Plano frontal en el videoclip *Malamente*, Rosalía, 2018 (minuto 1:28)

de las fotos advertimos un ramo de flores que confiere al rincón la inopinada condición de altar improvisado (volveremos más adelante sobre este detalle). Otro fogonazo nos lleva a la imagen, en contrapicado, de la cabeza de un toro que a modo de trofeo cuelga de una pared (fig. 3). Y, por último, emergiendo de la oscuridad –como la turbadora Lady Macbeth/Asahy de *Trono de sangre* (Akira Kurosawa, 1957)– vemos un plano frontal de Rosalía, vestida de negro y pilotando una moto de gran cilindrada del mismo color (fig. 4).

Las tres etapas de una transformación en apenas un parpadeo. Entre la imagen cosificada de la chica de calendario y la de esta Rosalía poderosa que maneja una moto con la que después la veremos embistiendo a los novilleros hay, significativamente, un plano de la cabeza de un toro. La mera contigüidad entre planos propiciada por el montaje, la frontalidad, el emparejamiento gráfico generado a partir de la similitud entre los cuernos y el manillar de la motocicleta... todo invita a pensar la moto (y a quien la conduce) como un trasunto del toro: como un agente activo –todo lo contrario que esas chicas de calendario cuya única función es *ser miradas* (Mulvey 1998, 11) por el hombre- que toma las riendas de su vida (“No voy a perder ni un minuto en volver a pensarte”) y que en nada recuerda a esa chica temerosa (vestida con colores más claros) que en los primeros compases del videoclip intentaba, sin éxito, zafarse de su maltratador.



Fig. 4. Rosalía conduciendo una moto. Plano frontal en el videoclip *Malamente*, Rosalía, 2018 (minuto 1:29)

Aunque esta operación de re-significación del símbolo se entiende perfectamente sin que sea necesario recurrir a elementos externos al texto, sí nos gustaría señalar que, para mejor *darle la vuelta* al símbolo del toro y poner así la virilidad que lo caracteriza al servicio del proyecto emancipador de la mujer, el videoclip demanda al espectador que actualice los contextos pertinentes de interpretación que se han mencionado unos cuantos párrafos más arriba. Por un lado, el más previsible, el de ese álbum conceptual titulado *El mal querer* en el que las distintas canciones funcionan a la manera de episodios o capítulos¹⁰ de una misma historia. Una historia, ya lo hemos dicho, de maltrato y dependencia que termina cuando la heroína decide tomarse la justicia por su mano. Pues bien, en el cuarto tema del disco (que lleva por título *De aquí no sales. Cap. 4. Disputa*) el ruido atronador de una moto marca el compás de un tema en el que, como en otros momentos del álbum, aunque quien canta es Rosalía el punto de vista que reproduce la letra de la canción es el del hombre: “conmigo no te equivoques / con el revés de la mano / yo te lo dejo bien claro”, dice él mientras escuchamos el ruido del motor. Así pues, la violencia masculina que el tema musical asocia al ruido de la moto funciona como un dato de contexto que ayuda al espectador del videoclip a comprender mejor la transformación que ha experimentado la protagonista: la nueva Rosalía que veremos en la tercera parte del videoclip (esa



Fig. 5. Conversación de Raúl y Silvia frente a valla publicitaria. Plano general en *Jamón, Jamón*, Bigas Luna, 1992



Fig. 6. Rosalía subida en lo alto de un camión. Plano general en el videoclip *Malamente*, Rosalía, 2018 (minuto 1:29)

que hemos titulado *Resurrección* y que arranca con el plano de Rosalía saliendo con su moto del camión en el que fue depositada, sin vida, por los hombres) ha hecho suyas la virilidad del toro y la violencia de la moto porque las necesita para pagar al hombre con su misma moneda. Es por eso que durante el tiempo que resta de videoclip la veremos embistiendo, ufana, al aprendiz de torero.

4. El toro de Osborne

Lo primero que vemos en *Jamón, Jamón* (Bigas Luna, 1992) son los testículos de un toro de Osborne. Por culpa, probablemente, de la exposición continuada a los embates del Cierzo, el apéndice en cuestión amenaza con desgajarse del resto del cuerpo. No muy lejos de allí, en un campo de fútbol abandonado, un aspirante a torero le da unos cuantos pases al carretón que empuja su amigo. Antes de filmar su rostro, la cámara nos ofrece un primer plano del *paquete* del aprendiz de matador para que quede clara la relación de este personaje con la imagen que abría el film.

Cuando mediada la película, Raúl (Javier Bardem) le confiese, orgulloso, a Silvia (Penélope Cruz) que el bulto que se adivina bajo los calzoncillos Sansón que se anuncian en la valla publicitaria junto a la que se han detenido es suyo (fig. 5), el espectador ya tendrá indicios más que suficientes para concluir que la valla publicitaria más famosa de la geografía española (la de Osborne) y esa otra valla (la de los calzoncillos Sansón) son sendas materializaciones de un mismo concepto: eso que vulgarmente llamamos, el "macho ibérico". Pues bien, ese macho ibérico que come ajos, vende jamones y torea novillos desnudo para (de) mostrar su hombría (sus *huevos*), va a recurrir a la potencia de una Yamaha de 600cc (otra metáfora de su virilidad) para intentar seducir a la hija del camionero maltratador.

Aunque, como habrán podido apreciar, la deuda contraída por el videoclip de Rosalía con *Jamón, jamón* no se limita a la recuperación de la triada moto/virilidad/toro de la que venimos hablando, lo que nos interesa señalar ahora es que esa imagen de cortejo que acabamos de describir debe ocupar, por razones obvias¹¹, un lugar de privilegio en el relato mediático-biográfico de Javier Bardem y Penélope Cruz. Siguiendo el razonamiento que está detrás de las críticas a los análisis de videoclips que mencionábamos antes, cabe pensar que una cita intertextual como esta (que formaría parte, como decimos, del relato mediático de nuestras dos estrellas de cine más internacionales) sí puede ser actualizada por los consumidores habituales de videoclips. Esos que, en cambio, son supuestamente incapaces de identificar la mayoría de las referencias intertextuales de origen eminentemente cinematográfico que mencionan los analistas de videoclips (Goodwin 1992, 22).

Y decimos supuestamente porque en los últimos años ha sucedido algo que creemos nos obliga a pensar al consumidor de videoclips de otra manera: nos referimos a la consolidación a partir de 2010 de *YouTube* como vehículo principal de difusión de vídeos musicales sustituyendo al que durante varias décadas había sido dueño y señor del mercado: el canal musical MTV¹². La posibilidad de ver el mismo vídeo musical cuantas veces se quiera, de parar la imagen o de verlo a cámara lenta introducen cambios significativos

en la manera en que el espectador se relaciona con los videoclips (Rufí et al. 2014, 39). Pruebas de esa transformación serían, sin ir más lejos, la ingente cantidad de comentarios a propósito del sentido de los vídeos de Rosalía que circulan por Internet o esas piezas audiovisuales de muy diversa índole (*mash-ups*, *lipdubs*, vídeos de crítica audiovisual...) que crean y difunden los usuarios más entusiastas (Viñuela 2013).

Aunque algunas de las referencias que se van a mencionar en este artículo no forman parte del acervo de los consumidores de videoclips (como tampoco forman parte del bagaje de referencias del espectador medio muchas de las citas, guiños o alusiones que los analistas identifican, por ejemplo, en el cine de Quentin Tarantino) a la hora de reconstruir el funcionamiento de los mecanismos internos de un artefacto retórico tan proclive a la intertextualidad como es el videoclip resulta fundamental identificarlas y reflexionar sobre el papel que juegan en la producción de sentido. Sobre todo, porque, en última instancia, el único espectador que contempla la semiótica estructural es el *lector modelo*: esa entidad de existencia exclusivamente textual (no confundir con el espectador empírico, es decir, el de carne y hueso) que utilizamos para nombrar a aquel destinatario ideal que coopera en la actualización del texto respetando las instrucciones de uso que éste, aunque sea de manera implícita, lleva siempre incorporadas (Eco 1981). Instrucciones, y aquí es a donde queríamos llegar, entre las que se incluyen tanto las referencias intertextuales que la mayoría de los espectadores empíricos de videoclips son capaces de identificar como las que no. Huelga decir que siempre habrá un espectador empírico (o varios, o cientos, o miles) con las competencias suficientes como para identificar todas (o casi todas) las referencias que circulan en la obra en cuestión.

5. Morder el ojo

Como advierten los créditos con forma de conversación de whatsapp con los que termina *Pienso en tu mirá*. Cap. 3. *Celos*, los dos vídeos musicales que Canada ha realizado para Rosalía se rodaron conjuntamente a lo largo de cinco días de mayo de 2018 en diferentes localidades de la provincia de Barcelona. El resultado son dos

videoclips (en realidad, un díptico) que guardan entre sí numerosos paralelismos (aunque también diferencias significativas) que van desde la común elección del formato cuatro tercios hasta la apuesta por soluciones de puesta en escena y montaje similares pasando por la repetición de espacios, temas, motivos y, cómo no, símbolos. Tal vez, la diferencia más sustancial radique en la menor presencia de elementos narrativos en *Pienso en tu mirá*. Aunque en este segundo videoclip (se estrenó más tarde) también hay un conato de historia y aunque el tema, en esencia, es el mismo, en esta ocasión no podemos hablar de un relato lineal ya que no es posible reconstruir los tres pulsos habituales de una historia: presentación / nudo / desenlace. En un ejercicio extremo de síntesis, en *Pienso en tu mirá* el peso narrativo del videoclip recae, fundamentalmente, sobre los hombros del primer y el último plano del relato. Merecen, por ello, que les dediquemos un párrafo aparte.

Pienso en tu mirá empieza y termina con sendos planos que exceden la duración de la canción.¹³ Dos planos que se diferencian claramente del resto no sólo por su prolongada duración (se trata, en realidad, de dos planos secuencia), sino también porque los dos están filmados con la cámara en movimiento, porque en ambos adquiere protagonismo el sonido ambiente y, sobre todo, porque el plano final, saltando por encima de los otros 81 planos que completan el relato, es la clara continuación del primero. Dicho de otra forma: en el plano inaugural tenemos la causa (un camión choca contra una pared) y en el último la consecuencia directa de esa acción (el camión ha volcado después del accidente). La colisión del camión ha servido también para que la muñequita flamenca de color rojo que colgaba del salpicadero (otro espacio claramente connotado como masculino) durante los primeros compases del video musical aparezca ahora, en el último plano, transformada en esa otra flamenca (vestida también de rojo) que vemos encaramada a lo alto del camión (fig. 6). Estamos, pues, ante otro relato de emancipación que parte de una imagen de la mujer como *souvenir* y termina con ese plano de Rosalía victoriosa que es un claro remedo del celeberrimo plano de *Lawrence de Arabia* (David Lean 1962) en el que veíamos al protagonista posando en lo alto del vagón de



Fig. 7. Lawrence de Arabia en lo alto del vagón de un tren. Plano general en *Lawrence de Arabia*, David Lean, 1962



Fig. 8. Cabeza de toro. Plano contrapicado en el videoclip *Pienso en tu mirá*, Rosalía, 2018 (minuto 1:31)

un tren que acababa de descarrilar mientras una multitud lo aclamaba desde abajo. El contrapicado, el contraluz y el viento agitando la túnica de Lawrence se aliaban para cincelar la imagen de una leyenda (fig. 7).

Las imágenes concretas de los dos videoclips que Canada ha realizado para Rosalía añaden a los temas musicales de los que parten un plus de venganza femenina que no estaba en las letras de las canciones, pero sí en esa historia cerrada y dividida en once capítulos que es *El mal querer*. En concreto, en el penúltimo capítulo, el que lleva por título *Maldición*, se consuma la venganza tal y como se encargan de confirmar la letra (“He dejado un reguero de sangre por el suelo”) y, sobre todo, un efecto sonoro: el ruido de una katana que inevitablemente nos trae a la memoria a la Beatrix Kiddo de *Kill Bill: volumen 2* (Quentin Tarantino, 2004). La propia Rosalía parece mostrarse partidaria del “ojo por ojo” (en el terreno

de la ficción, se entiende) cuando en las entrevistas advierte que su disco huye de una visión victimizada de la mujer (Cruz de la Peña 2018, 8). La venganza es, pues, un elemento central en este relato sonoro titulado *El mal querer* y por eso Canada, con buen criterio, le otorga, sobre todo en *Pienso en tu mirá*, un desarrollo que va más allá de lo previsto por la letra.

Como en *Malamente*, una cabeza de toro (de hecho, es la misma) va a resultar decisiva a la hora de fijar el sentido de un videoclip, ya lo hemos dicho, más reacio que el anterior a la concatenación ordenada de acciones. Y de nuevo, una rápida sucesión de tres planos, emparejados gráficamente por el montaje (contrapicado de la cabeza de toro (fig. 8); plano detalle de su ojo (fig. 9); plano detalle de unos dientes mordiendo una aceituna negra⁴⁴ (fig. 10), nos acerca al sentido de una pieza audiovisual más ambigua que la anterior en la que la decisión de modificar la identidad del personaje a quien debemos adjudicar lo que se dice en el estribillo complica, todavía más, las cosas. En la canción, tanto las estrofas (“Me da miedo cuando sales / Sonriendo pa la calle / Porque todos pueden ver / Los hoyuelitos que te salen”) como el estribillo (“Pienso en tu mirá, tu mirá es una bala clavá en el pecho”) reproducen el punto de vista de ÉL. Sin embargo, en el videoclip, y la clave está en los tres planos que acabamos de mencionar, ÉL pronuncia las estrofas pero en el estribillo, a diferencia de lo que sucedía en la canción, la escuchamos a ELLA.

¿Y por qué nos atrevemos a decir que en el videoclip es el punto de vista de ELLA el que escuchamos cuando suena el estribillo? Porque el toro, mientras no medie una operación de inversión de sentido similar a la que vimos en *Malamente*, es un elemento claramente masculino. Así pues, la *mirá* a la que alude el estribillo de la canción es (en el videoclip) la mirada controladora de un hombre carcomido por los celos y al borde del estallido violento. Y por eso, siguiendo una lógica bastante precisa, cuando Rosalía carga la escopeta con la que suponemos piensa defenderse de su pareja (disparándole “una bala en el pecho”) lo que introduce en realidad en el cañón del fusil es una aceituna negra. Así, la traducción de la letra en imágenes es, prácticamente, literal: “Pienso en tu mirá, tu mirá clavá es una bala en el pecho”.

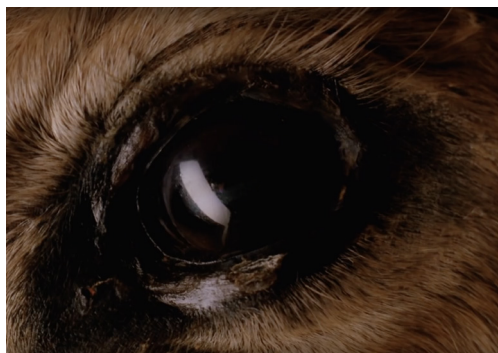


Fig. 9. Ojo de toro. Plano detalle en el videoclip *Pienso en tu mirá*, Rosalía, 2018 (minuto 1:32)



Fig. 10. Rosalía mordiendo una aceituna negra. Plano detalle en el videoclip *Pienso en tu mirá*, Rosalía, 2018 (minuto 1:33)

La mirada controladora (de ÉL) se transforma así en la munición (en el argumento, en la razón de fondo) que emplea ELLA para defenderse de su agresor. La imagen recurrente de unos hombres (vestidos también de negro) destrozando, primero, una cantaora de porcelana (que es, como la muñequita del salpicadero, otra sinécdoque de Rosalía) y, después, los muebles de un hogar (más adelante descubriremos que esa casa es en realidad el interior de un camión¹⁵) o ese plano de unos cuernos embistiendo por la espalda a Rosalía¹⁶ son las pruebas materiales (audiovisuales) que confirman la agresión machista: no sabemos si real, soñada o simplemente anticipada.

6. España oculta

En los dos vídeos musicales de *Canada lo español* no está sólo en el juego con los tópicos, mitos y símbolos más reconocibles de nuestra cultura. Ambos videoclips forman parte por derecho propio de la historia del audiovisual español pero no tanto por cuestiones meramente administrativas —es decir, porque están rodados en Barcelona, protagonizados por una artista española o realizados por una empresa catalana (aunque afincada en Londres)— sino, sobre todo, porque en ellos hay una voluntad más o menos explícita de interpelar a determinadas obras (películas, por supuesto, pero también fotografías y pinturas) que se inscribirían dentro de una suerte de tradición española de la representación visual (Zunzunegui 2015, 28).

La voluntad eminentemente provocadora de algunas de sus imágenes, la querencia por los

elementos simbólicos e, incluso, las transiciones entre planos a partir de emparejamientos gráficos convierten a *Un perro andaluz* (Luis Buñuel 1929), en particular, y al cine de Luis Buñuel,¹⁷ en general, en un referente claro no sólo para *Canada* sino también para otros muchos creadores de videoclips. Pero es que en el caso que nos ocupa el vínculo es especialmente fuerte porque uno no puede dejar de pensar en esa luna atravesada por una nube que nos prepara para el ojo tachado¹⁸ de una mujer cuando contempla ese ojo de toro (en *Un perro andaluz*, como saben, de vaca) que se transforma en aceituna y que, significativamente, muerden y parten en dos mitades los dientes de una mujer. La imagen más emblemática de la historia del cine español resuena así con fuerza en un díptico especialmente interesado, como venimos viendo, por aquellas imágenes que han echado raíces en el imaginario colectivo español.

Cuentan los productores del vídeo que fue Rosalía quien les proporcionó unas cuantas imágenes de uno de los libros de fotografía más populares (en el doble sentido del término) de cuantos se han editado en nuestro país. *España oculta*, de Cristina García Rodero (1989) nace de un estudio casi antropológico en torno a las fiestas populares que desde tiempos inmemoriales vienen celebrándose a lo largo y ancho de la piel de toro. Las muy variopintas maneras de interpretar la Semana Santa, los festejos taurinos y el carnaval que García Rodero encuentra en los pueblos y aldeas de España le sirven para levantar una monumental radiografía en blanco y negro



Fig. 11. Joven torero junto a coches tuneados. Plano general en el videoclip *Pienso en tu mirá*, Rosalía, 2018 (minuto 1:22)

de un país que nos recuerda al que hemos conocido a través de los relatos o discursos oficiales, pero que al mismo tiempo se nos aparece radicalmente distinto. No es extraño, pues, que Rosalía pensara en García Rodero cuando imaginó un videoclip en el que los símbolos de lo español servían de soporte para un discurso feminista. Un vídeo, además, en el que la idea fuerte que está detrás de la propuesta musical de *El mal querer* (esto es, la fusión de la tradición flamenca con la modernidad del pop y la electrónica) se encarna en imágenes concretas como la del nazareno/ skater o la mujer/toro.

Y ya que hablamos de lo viejo y lo nuevo, los retratos de camioneros posando en sus vehículos de trabajo y los de toreros jóvenes haciendo lo propio junto a sus coches tuneados (fig. 11) que salpican ambos vídeos entablan un diálogo con el trabajo de una serie de fotógrafos españoles contemporáneos que parecen empeñados en prolongar aquella taxonomía de tipos humanos que emprendiera el fotógrafo alemán August Sander en otro proyecto monumental, también de corte etnográfico, titulado *Hombres del siglo XX*. Pensamos, por ejemplo, en esa serie de Carlos Sanva titulada *49cc* compuesta por retratos de adolescentes españoles posando junto a esas *casi motos* de pequeña cilindrada que como ellos (han dejado de ser niños, pero todavía no son adultos) se encuentran un poco en tierra de nadie, a medio camino entre el ciclomotor y la moto.

Las alusiones, en ambos videoclips, a un género pictórico que a pesar de no ser autóctono ha tenido entre nosotros un prolijo y, en cierta



Fig. 12. Bodegón. Plano general en el videoclip *Pienso en tu mirá*, Rosalía, 2018 (minuto 2:20)

medida, singular desarrollo, nos parecen especialmente relevantes en términos de sentido. El motivo del ramo de flores comparece hasta cuatro veces (planos 13, 39, 42 y 57) en *Malamente*. La ausencia, en estos cuatro planos, de figuras humanas y el protagonismo de los objetos los emparenta (aunque todavía no de una manera tan evidente como en *Pienso en tu mirá*) con el bodegón. Al menos en dos casos, la ubicación de las flores justo debajo de una *chica de calendario* nos invita a pensar esos espacios concretos como una suerte de altares improvisados en los que se rinde culto (los cuatro planos están filmados en el taller mecánico) a la mujer: casi como si fuera una de esas vírgenes que los aprendices de torero llevan tatuadas en su cuerpo. La cita más explícita al género pictórico en cuestión la encontramos en el otro videoclip de Canada y también, en esta ocasión, el lugar de privilegio que la cantaora de porcelana ocupa en el interior del bodegón invita a pensar el conjunto como un altar en el que el resto de los objetos harían las veces de ofrendas¹⁹ (fig. 12). Como en los bodegones de Zurbarán y Sánchez Cotán los objetos quedan así imbuidos de una cierta dimensión mística o espiritual. Ni que decir tiene que en este tipo de operaciones, que relegan a la mujer a un espacio ideal, ubicado más allá de los límites de la realidad (el espacio propio de una virgen), hunde también sus raíces la violencia machista. Pero hay algo más: los objetos del bodegón son, como no podía ser de otra manera, típicamente españoles: una botella de anís El mono, una cajetilla de cigarrillos Rex, un frasco de colonia Varón Dandy, ajos y frutas. Pero

lo que llama la atención es que casi todos ellos pertenecen a un tiempo que no es el de la historia que narra el videoclip. La botella de anís El mono, los cigarrillos Rex y la colonia masculina remiten a un tiempo pasado. Parecen querer hablarnos de aquella España en la que el machismo era el estado natural de las cosas.

7. A modo de conclusión

En la bien urdida estrategia para asaltar los mercados internacionales que hay detrás de *El mal querer*, los videoclips juegan un papel primordial. En buena medida, Rosalía repite una operación que ha resultado exitosa en otras ocasiones: utilizar la singularidad de lo local (y no hay una música más pegada a un espacio geográfico concreto que el flamenco) para alzar así la voz en medio de un marasmo global cada vez más saturado de propuestas. El trabajo con la imaginería de lo español que está detrás de los videoclips que ilustran y promocionan las canciones del disco debe entenderse, por lo tanto, como un episodio más dentro de una estrategia más amplia

para la que YouTube es, sin duda, un escaparate fundamental. De igual modo, las citas a *La maja vestida* de Goya en el videoclip de *Di mi nombre*. Cap. 8. *Liturgia* (Henry Schofield, 2018) y a los molinos del Quijote en *De aquí no sales*. Cap. 4. *Disputa* (Diana Kunst y Mau Morgó, 2019) deben verse como la lógica prolongación de un proyecto audiovisual coherente cuyas líneas maestras quedan, en cierto sentido, fijadas por los dos excelentes vídeos musicales de Canada.

La aparición de Rosalía en el último largometraje del cineasta español que mejor ha rentabilizado la singularidad de la cultura española como ariete para penetrar en los siempre esquivos (para el cine español) mercados internacionales, no es sólo una feliz coincidencia. Además de un nuevo capítulo en el relato mediático de Rosalía al que habrán de prestar atención los estudios futuros de su obra, su colaboración con Pedro Almodóvar²⁰ es también una llamada de atención sobre la vigencia de una fórmula en la que el olfato empresarial y el cuidado de la dimensión expresiva van de la mano.

NOTAS

¹ Coincidimos en lo sustancial con la posición que defienden Héctor Fouce y Carlos García de la Vega en torno al debate de la apropiación cultural (Héctor Fouce, “¿Aduaneros de la tradición cultural?”, *Revista Contexto*, acceso el 20 de febrero, 2019 <https://ctxt.es/es/20180822/Firmas/21285/Hector-Fouce-Rosalia-identidad-cultural-arte-musica-regionalismo-tradicion.htm>; Carlos García de la Vega, “Rosalía, tonadillera”, *Revista Contexto*, acceso el 20 de febrero, 2019. <https://ctxt.es/es/20190213/Culturas/24444/Carlos-Garc%C3%ADa-de-la-Vega-el-ministerio-Rosalia.htm>).

² Aunque utilizando diferentes denominaciones, la mayoría de los estudiosos identifican tres categorías o tipos de videoclip: los de *actuación* (aquellos en los que el grueso del videoclip se consagra a la filmación de una actuación de la banda o del intérprete), los *conceptuales* (aquellos que intentan hacer sonar la música a través de las imágenes a partir de elaborados montajes visuales) y los *narrativos* (aquellos que intentan contar una historia por muy embrionaria que esta sea). Es preciso señalar que estas categorías no son puras, en el sentido de que lo más habitual es encontrarse videoclips que nacen de la combinación de varias. En este punto se recomienda la consulta de Lynch, Joan D. 1984. “Music video: From performance to dada-surrealism”. *Journal of Popular Culture*, vol. 18 (1): 53-57; Carlsson, Sven E. 1999. “Audiovisual poetry or Commercial Salad of Images”. *Musiikinsuunta* (2): 5-12; Ana María Sedeño, “El videoclip musical en el contexto del lenguaje audiovisual”, en *Historia, estética e iconografía del videoclip musical*, ed. por Juan Antonio Sánchez López y Francisco García Gómez (Málaga: Servicio de publicaciones de la Universidad de Málaga, 2009), 17-42; Selva, David. 2009. “El videoclip como herramienta de comunicación comercial del sector fonográfico”. PhD diss., Universidad de Sevilla.

³ No se nos escapa que el videoclip es sobre todo un vehículo comercial y que la provocación es una herramienta publicitaria muy efectiva especialmente en tiempos de redes sociales.

⁴ Por lo visto fue la propia Rosalía quien pidió al equipo de Canada (la productora que está detrás de los videos de *Malamente* y *Pienso en tu mirá*) que tomara como referencia la obra de Bigas Luna a la hora de diseñar el videoclip (Álvaro Corazón, “Canada: Rosalía ha desacralizado los símbolos, que es lo contrario de apropiárselos”, *Jot Down*, acceso el 20 de febrero de 2019, <https://www.jotdown.es/2018/08/canada-rosalia-ha-desacralizado-los-simbolos-que-es-lo-contrario-de-apropiarselos/>).

⁵ Zunzunegui, Santos. 2007. “Acerca del análisis fílmico: el estado de las cosas”. *Comunicar*, (29): 51-58, 55.

⁶ Se ha especulado con la posibilidad de que *Malamente* fuera un comentario cifrado a la relación que Rosalía Vila Tobella mantuvo, hasta poco antes de que se editara el álbum, con Antón Álvarez Alfaro, más conocido como C. Tangana. El capítulo 1 de *El mal querer* describe una relación tóxica de pareja que termina con una toma de conciencia del personaje femenino. En este sentido, el tórrido romance entre C. Tangana y Rosalía que sugieren las imágenes y sonidos de *Antes de morir*, puede leerse como el precedente armonioso de una relación de la que en *Malamente* se nos contaría su reverso o su deterioro. De todos modos, no conviene olvidar que Antón Álvarez figura como co-autor de la letra de *Malamente* (donde también hace ad-libs) y de otras siete canciones del disco. Aunque el video, que es de lo que nos ocupamos en este artículo, se realizó meses más tarde (cuando la pareja ya había roto) cuesta trabajo pensar que sus imágenes sean, en realidad, un ajuste de cuentas. Aunque también es verdad que ese “Y también a quien me rompió el corazón” que cierra en solitario, y después de un punto y aparte, los agradecimientos del disco, parece ir destinado al único colaborador de *El mal querer* cuyo nombre no se cita en los agradecimientos.

⁷ La estructura de la letra de la canción (tres estrofas entre las que se va intercalando el estribillo) marca la estructura, también en tres bloques, del videoclip. A la correspondencia entre ambos elementos Simeon (1992) la denomina “correspondencia sintagmática” (citado en Sedeño Valdellós, Ana; Rodríguez López, Jennifer y Roger Acu-

ña, Santiago. 2016. “El videoclip postelevisivo actual. Propuesta metodológica y análisis estético”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71: 332-348).

⁸ Aunque anteriormente lo hemos catalogado como videoclip *narrativo*, en puridad, *Malamente* es un video musical híbrido en el que se mezclan y alternan dos de las tres categorías antes mencionadas: la de *actuación* y la *narrativa*.

⁹ De ninguna de estas acciones daba cuenta la letra de la canción. Como tampoco lo hace de ninguna de las que describiremos a continuación. Llegados a este punto urge, aunque sea a pie de página, una rápida aclaración sobre la forma en que la letra de la canción se relaciona con las imágenes del videoclip: a la hora de nombrar los diferentes grados de correspondencia entre la letra de la canción y las imágenes que lo ilustran, Goodwin distingue entre “ilustración” (la correspondencia es muy significativa), “amplificación” (las imágenes van más allá de la letra: añaden acciones visuales) y “disyunción” (no existe relación entre la imagen y la palabra). En *Malamente*, el carácter eminentemente no-narrativo de la letra impide que exista una relación directa entre las imágenes y la palabra. Por lo tanto, no podríamos hablar de “ilustración”, pero tampoco de “disyunción” porque el sentido último de esa breve sucesión de imágenes o metáforas que es la letra de *Malamente* sí va a ser recuperado por el relato audiovisual. Es decir, la letra de la canción y el videoclip hablan de lo mismo: de una mujer que ha decidido poner punto final a una relación de pareja enfermiza. De las tres categorías de Goodwin sería, por lo tanto, la de “amplificación” la que mejor describiría el tipo de relación que se establece entre la letra y las imágenes de *Malamente*. Se recomienda consultar Andrew Goodwin, *Dancing in the distraction Factory: Music television and popular culture*, (Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992).

¹⁰ Según ha comentado Rosalía, el disco está inspirado en una novela anónima del siglo XIII titulada *El roman de la flamenca* en la que aparece uno de los primeros personajes femeninos activos (dentro de un triángulo amoroso, en este caso) de la literatura medieval.

¹¹ Suponemos que no es necesario recordar que Bardem y Cruz se conocieron durante el rodaje de esta película. Aunque habrían de pasar todavía unos cuantos años para que fraguara su relación de pareja, el germen de la misma parece que estuvo aquí.

¹² A partir de esa fecha, los videoclips comienzan a desaparecer de la parrilla de la cadena musical y su lugar es ocupado por *realities*.

¹³ Algo que sucede, sobre todo, en aquellos videoclips que tienen detrás una apuesta económica superlativa, es decir, aquellos que hacen de las dimensiones del proyecto un activo publicitario. *Thriller* (John Landis, 1983) de Michael Jackson, sería el ejemplo fundacional de esta tipología. Se recomienda consultar Caro Oca, Ana María. 2014. "Elementos narrativos en el videoclip: desde el nacimiento de la MTV a la era YouTube (1981-2011)". PhD diss., Universidad de Sevilla: 89.

¹⁴ No estamos seguros de que sea una aceituna, pero de entre los alimentos que guardan un cierto parecido con el ojo de un toro este es el que más fácilmente podemos asociar a un contexto inequívocamente español.

¹⁵ El hogar y el camión como espacios para un confinamiento. La salida del camión es, en los dos videos, sinónimo de emancipación.

¹⁶ No nos parece casual que ese alambicado plano filmado desde el punto de vista de un toro sea el que preceda a esos tres planos, unidos por el montaje (cabeza de toro / ojo / aceituna), que acabamos de mencionar. ELLA piensa en la mirada celosa de ÉL justo después de que la hayamos visto, sentada en la cama, imaginando las consecuencias dramáticas que los celos de ÉL pueden tener para su integridad física.

¹⁷ El video que Canada ha realizado para la banda Scissorsisters *-Invisible light* (Canada, 2010)– está construido en buena medida a partir de la imaginación buñueliana. Y en el que han hecho para Tame Impala *-Theless I Know the better* (Canada, 2015)– se recurre también a los emparejamientos gráficos.

¹⁸ Al ser el propio Buñuel quien secciona el ojo de la mujer (y además en los primeros compases del film) el alcance de ese gesto adquiere una dimensión enunciativa como se expone en Jenaro Talens, *El ojo tachado*. (Madrid: Cátedra, 1986). Ese ojo tachado de la mujer funcionaría así como una advertencia

dirigida al espectador que podría traducirse de la siguiente manera: "los ojos con los que miras el resto de las películas no te van a servir en esta que acaba de comenzar".

¹⁹ La forma en la que está filmado el momento en que el toro mecánico deposita el cuerpo sin vida de Rosalía en el camión, redonda en esta idea de culto religioso. El desplazamiento ceremonioso del vehículo, la estilizada disposición del cuerpo sobre la plataforma y la forma en que está iluminado otorgan a la escena una inequívoca dimensión sacrificial y a Rosalía esa condición de Virgen que ya estaba implícita en las letras de *El mal querer* y en las imágenes de Filip Cusic que ilustran el álbum y que los videoclips han amplificado. Pensamos, por ejemplo, en el aura que dibujan en torno a la cabeza de Rosalía las manos de las mujeres del cuerpo de baile en *Pienso en tu mirá* y que la emparentan con algunas de las imágenes de la Virgen que coronan los pasos de la Semana Santa.

²⁰ Fue el profesor José Ángel Esteban quien nos puso tras la pista de las concomitancias entre ambas propuestas. A él y al profesor Juan Ignacio Gallego, que nos animó a escribir sobre videoclips, está dedicado este artículo.

REFERENCIAS

- Aranzubia, Asier, Zumalde, Imanol, y Santos Zunzunegui. "Viaje a Ítaca. El caso de las adaptaciones al cine español de dos niveles de Unamuno." *Signa. Revista de la Asociación Española de Semiótica* 19 (2010): 213-234. <https://doi.org/10.5944/signa.vol19.2010.6392>
- Bousselham, Dina. "Rosalía y la idea de España." *El Diario*, Julio 30, 2018. https://www.eldiario.es/tribunaabierta/Rosalia-idea-España_6_798330177.html
- Carlsson, Sven E. "Audiovisual poetry or Commercial Salad of Images." *Musiikinsuunta* 2 (1999): 5-12.
- Caro Oca, Ana María. *Elementos narrativos en el videoclip: desde el nacimiento de la MTV a la era YouTube (1981-2011)*. PhD diss. Universidad de Sevilla, 2014.
- Corazón, Álvaro. "Canada: Rosalía ha desacralizado los símbolos, que es lo contrario de apropiárselos." *Jot Down*, 2018. <https://www.jotdown.es/2018/08/canada-rosalia-ha-desacralizado-los-simbolos-que-es-lo-contrario-de-apropiárselos/>
- Cruz de la Peña, Silvia. "Rosalía. Baile, pop y palos." *Rockdelux* 374 (Julio-Agosto 2018): 8-11.
- De la Vega, Carlos. "Rosalía tonadillera." *Revista Contexto*, Febrero 15, 2019. <https://ctxt.es/es/20190213/Culturas/24444/Carlos-Garc%C3%ADa-de-la-Vega-el-ministerio-Rosalia.htm>.
- Eco, Umberto. *Lector in fabula*. Barcelona: Lumen, 1981.
- Fouce, Héctor. "¿Aduaneros de la tradición cultural?" *Revista Contexto*, Agosto 22, 2018. <https://ctxt.es/es/20180822/Firmas/21285/Hector-Fouce-Rosalia-identidad-cultural-arte-musica-regionalismo-tradicion.htm>.
- García de la Vega, Carlos. "Rosalía, tonadillera." *Revista Contexto*, Febrero 15, 2019. <https://ctxt.es/es/20190213/Culturas/24444/Carlos-Garc%C3%ADa-de-la-Vega-el-ministerio-Rosalia.htm>.
- García Rodero, Cristina. *España oculta*. Barcelona: Lunwerg, 1989.
- Goodwin, Andrew. *Dancing in the distraction Factory: Music television and popular culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992.
- Gubern, Román. "La tía Tula." En *Antología crítica del cine español 1906-1995*, editado por Julio Pérez Perucha, 561-563. Madrid: Cátedra/Filmoteca Española, 1997.
- Lynch, Joan D. "Music Videos: From performance to dada-surrealism." *Journal of Popular Culture* 18, no. 1 (1984): 53-57. https://doi.org/10.1111/j.0022-3840.1984.1801_53.x
- Mulvey, Laura. *Placer visual y cine narrativo*. Madrid: Episteme, 1994.
- Pérez Rufí, José Patricio, Gómez Pérez, Francisco Javier, y José Luis Navarrete Cardero. "El videoclip narrativo en los tiempos de YouTube." *Sphera Publica* 2, no. 14 (2014): 36-60.
- Sedeño Valdellós, Ana. "El videoclip musical en el contexto del lenguaje audiovisual." En *Historia, estética e iconografía del videoclip musical*, editado por Juan Antonio Sánchez López y Francisco García Gómez, 17-42. Málaga: Servicio de publicaciones de la Universidad de Málaga, 2009.
- Sedeño Valdellós, Ana, Rodríguez López, Jennifer, y Santiago Roger Acuña. "El videoclip posttelevisivo actual. Propuesta metodológica y análisis estético." *Revista Latina de Comunicación Social* 71 (2016): 332-348. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1098>
- Selva, David. *El videoclip como herramienta de comunicación comercial del sector fonográfico*. PhD diss., Universidad de Sevilla, 2009.
- Simeon. "Programmi narrative e stratificazioni del sensonella música per film. Il caso di "Entr'acte." En *Atti di Secondo Convegno Europeo di Analisi Musicale*, ed., Rossana Dalmonde y Mario Baroni, 389-399. Trento: Università degli Studi di Trento, 1992.
- Talens, Jenaro. *El ojo tachado*. Madrid: Cátedra, 1986.
- Viñuela, Eduardo. "El videoclip del siglo XXI: el consumo musical de la televisión a internet." *Musiker: cuadernos de música* 20 (2013): 167-185.

Zunzunegui, Santos. "Acerca del análisis fílmico: el estado de las cosas." *Comunicar* 29 (2007): 51-58.

Zunzunegui, Santos. *Historias de España. De qué hablamos cuando hablamos de cine español*. Santander: Shangrila, 2018.

Zunzunegui, Santos. "Treinta años no es nada (o por qué y cómo seguimos hablando de cine vasco)." En *Euskalzinema: cinema gileenhi-rubelaunaldi / Cine Vasco: tres generaciones de cineastas*, editado por Joxean. Fernández, 21-32. San Sebastián: Euskadiko Filmategia / Filmoteca Vasca, 2015.

