

// ARTÍCULO

# **Un conflicto desarmado. Experiencias de autoría en el vídeo musical gallego contemporáneo**

*An unarmed conflict. Authorship experiences in contemporary Galician music video*

Recibido: 16 de noviembre de 2020  
Aceptado con modificaciones: 3 de marzo de 2021  
Aceptado: 4 de mayo de 2021

**Cibrán Tenreiro Uzal**

Universidade de Santiago de  
Compostela  
[cibran.tenreiro@usc.es](mailto:cibran.tenreiro@usc.es)  
<https://orcid.org/0000-0002-5867-4740>

## Resumen

En las dos últimas décadas algunas voces han aplicado el concepto de autoría al vídeo musical. Igual que sucedió con el cine, esto genera un conflicto, ya que se identifica un trabajo de carácter industrial como un medio de expresión individual, pero esta expresión choca con las limitaciones derivadas de las exigencias de la industria discográfica. En este artículo abordamos la cuestión de la autoría en el videoclip desde algunas experiencias en Galicia, un sistema cultural periférico en el que varios condicionantes del formato en el ámbito mainstream (en el que se centra habitualmente el estudio del videoclip) desaparecen.

**Palabras clave:** vídeo musical, cine, autor, Galicia, periferia.

## Abstract

*In the last two decades, some voices have applied the concept of authorship to music video. As it happened with cinema, this creates a conflict, as they identify an industrial work as a means of individual expression, but this expression clashes with the limitations originated by the demands of the record industry. In this article we tackle the issue of authorship in music video from some experiences in Galicia, a peripheral cultural system in which several determinants of the format in the mainstream field (where the study of music video is usually centered) disappear.*

**Keywords:** music video, cinema, author, Galicia, periphery.

---

## 1. Introducción. Autoría y videoclip

El vídeo musical es, por lo menos en dos aspectos, un espacio de conflicto. Mirando las cifras de visualizaciones de los clips de “Despacito” (Luis Fonsi, 2017 [dirigido por Carlos Pérez]) o “Shape of You” (Ed Sheeran, 2017 [dirigido por Jason Koenig]), situadas entre los 5.000 y los 7.000 millones, no sería descabellado pensar en el vídeo musical como el formato audiovisual más popular hoy en día, pero la historia del arte muestra cómo es habitual que las obras no gocen a la vez de popularidad y prestigio. Ahí está el primer conflicto. El cine, por ejemplo, tardó un tiempo en pasar de ser un espectáculo de barraca a ser un medio de expresión artística estudiado en las universidades (por ejemplo, David Bordwell [2018] ha señalado su percepción de estos cambios entre los años 60 y 70, en la que aparecen los “film majors” en algunos campus estadounidenses). En esa transición, la prensa especializada en cine y la academia fueron preocupándose cada vez más por quién dirige las películas y las implicaciones creativas de sus decisiones. Con la televisión (en particular con la ficción seriada) o los videojuegos sucede a menudo lo mismo, ya que en ese proceso de dotar al entretenimiento de una consideración artística, la cuestión de la autoría juega un papel fundamental.

El concepto de “autor” aplicado al cine fue popularizado en los años 50 por los críticos de *Cahiers du cinéma*. En concreto, François Truffaut (1954) contraponía el cine de autor a una tradición de calidad en el cine francés, basada en gran parte en adaptaciones literarias. En una entrevista de 1977 (criterioncollection, 2014) oponía las figuras de cineastas como los encargados de esas

adaptaciones (que trabajarían anónimamente y “no tienen mucho interés”) a las de aquellos que tienen “algo que decir” y “ciertas ideas sobre la vida, o el cine, o el mundo” (que convertirían en interesante todo lo que hacen por la permanencia de esas ideas). La denominada *politique des auteurs* fue popularizada posteriormente en el mundo anglosajón a través de figuras como Andrew Sarris, que utilizó el término “*auteur theory*” y contribuyó a sintetizarla señalando en ella tres criterios de valor para identificar la autoría de los cineastas: la competencia técnica, la personalidad distinguible y el “significado interior” que sale de la tensión entre la personalidad de la persona que dirige la obra y su material (Sarris, 1963). El “auteurismo”, considerado por Antoine de Baecque “la idea crítica más célebre de la historia del cine” (2003: 19), sirvió así para identificar una persona concreta (con unos rasgos estilísticos y temáticos recurrentes) como creadora y emisora del discurso de las obras cinematográficas, aún tratándose de trabajos colectivos dentro de un sistema industrial. Esta idea ayudó a asentar el cine como forma artística, tal como señaló John Caughie al identificar el desarrollo de este auteurismo como “simplemente la instalación en el cine de la figura que había dominado las otras artes durante más de un siglo: el artista romántico, individual y auto-expresivo” (1981: 10). Ese modelo se extiende desde los cineastas identificados como artistas por los críticos pioneros del “auteurismo” hasta la figura del *showrunner* (Blakey, 2017), que funciona casi como reclamo comercial en series de éxito de las últimas décadas y consolida una figura autoral en el modelo de producción de la ficción televisiva. Sin embargo, en el vídeo musical la aplicación del modelo autoral es menos rotunda, quizás por el carácter del formato: si preguntamos al gran público de quién es el vídeo de “Despacito”, la respuesta será, casi con seguridad, que es un vídeo de Luis Fonsi, y no un vídeo del director portorriqueño Carlos Pérez.

A mayores de esa tensión entre popularidad y reconocimiento, el otro aspecto conflictivo del vídeo musical también se relaciona con la autoría, y tiene que ver con la jerarquía que existe entre la música y las imágenes. Si en su momento fue controvertido defender la idea de que en un arte colaborativo (e industrial) como el cine las películas son la obra de la persona que las dirige, en el caso del videoclip no se puede eludir su carácter promocional, y la autoría de las imágenes convive con la autoría de la canción a publicitar, que las precede. El sociólogo de la música Simon Frith (1988: 215-216) indicó, en una de las primeras aproximaciones teóricas al formato, que el público atribuye la autoría del clip al autor o autora de la música que acompañan. Desde la óptica de los estudios fílmicos, Claire Shaffer (2018: 8) propone pensar en la canción como el guión del videoclip, señalando también la imagen pública de la banda o artista como un factor que predetermina el carácter de la obra. La libertad creativa de quien dirige un videoclip estará, además, limitada por la entidad que contrata, sea la compañía discográfica o la banda/artista de forma directa. Por lo tanto, ¿es posible encontrarnos con artistas que utilicen el vídeo musical como un medio de expresión personal? ¿Con personas que desarrollen en él una identidad creativa propia, con motivos estéticos y temáticos repetidos en diferentes obras?

Aunque sea con matices, hay motivos para pensar que sí. En su tesis doctoral, Tristan Fiddler abordaba esta cuestión y señalaba que el vídeo musical representa “una intersección entre la autoría de la persona que dirige y la del artista musical, presentando una rivalidad de significado para la audiencia” (2008: 55). Desde principios de los 90, este conflicto entre autorías que el

formato acoge ha ido, en cierta manera, equilibrándose. La MTV, en aquel momento el principal medio de difusión del formato, empezó a indicar en pantalla el nombre de la persona que dirigía cada video. Poco a poco apareció una generación de artistas que encontraron en el vídeo musical una serie de características aptas para la experimentación creativa: presupuestos menores que en el cine, ausencia de la obligación de narrar, posibilidad de integrar formas visuales diversas... La posterior entrada con éxito en la industria cinematográfica de figuras del vídeo musical como Michel Gondry o Spike Jonze y, como señala Fiddler, la influyente serie de DVDs Directors Label (donde cineastas como los citados comisariaban selecciones de sus propios videoclips) naturalizó el hablar de autoría en el formato. Volviendo al inicio, si nos preguntamos de quién son los videoclips de “Hardest Button to Button” (2003) (The White Stripes, 2009)<sup>1</sup>, “Come Into My World” (2002) (Kylie Minogue, 2010) o “Bachelorette” (1997) (Björk, 2019), no será sorprendente que, a pesar de la presencia musical y física de The White Stripes, Kylie Minogue y Björk, sean rápidamente reconocidos como vídeos de Michel Gondry atendiendo a su carácter onírico, traducido en paradojas temporales y espaciales a través del uso de efectos visuales. Por lo tanto, el espacio para desarrollar esa identidad autoral existe en medio de una serie de tensiones, de un modo comparable al que puede existir en medio de las exigencias comerciales del cine de Hollywood. Jennifer Rodríguez López (2017: 234-35) ha propuesto la noción de “videoclip de autor”, entendiendo como tal aquel en el que “se evidencian las decisiones técnicas y estéticas tomadas por el director, mostrando a partir de ellas un estilo propio que lo caracteriza como autor y que lo identifica como tal”. La diferencia entre este videoclip de autor y el cine de autor podría estar en que el discurso que identifica autores y autoras en películas está plenamente consolidado en el ámbito crítico y el académico, mientras el vídeo musical (como decíamos) no goza de la misma atención y reconocimiento. La proximidad del formato a la publicidad, que podría volver contraproducente para el producto (la canción y la banda/artista) la atención a la persona autora, es un factor que también puede contribuir a explicar esta situación.

Con todo, ese conflicto entre autorías señalado por Fiddler o, previamente, por Sally Stockbridge (1991) se estudia prácticamente siempre en el ámbito *mainstream*, del que forman parte la mayoría de ejemplos analizados de un gran número de obras sobre el formato (Sedeño Valdellós, 2002; Frith, Goodwin y Grossberg, 2005; Vernallis, 2013; Illescas, 2015; Shaviro, 2017). Este factor prima los modelos industriales sobre otras formas de producción, pero el videoclip, igual que el cine, existe en las obras de grandes equipos y presupuestos a la vez que en creaciones prácticamente individuales. La intención de este artículo es abordar la naturaleza del videoclip en ese segundo tipo de obras y en un sistema cultural periférico como es el de Galicia, donde en los últimos quince años han aparecido una serie de experiencias que, en sus esquemas de relación entre artista musical y artista visual, crean espacios nuevos para la expresión en el contexto del vídeo musical, desarmando en cierta manera el conflicto que encontramos en general en el formato.

## 2. El videoclip en Galicia

Si la historia general del videoclip como formato está ligada a la promoción de productos de la

<sup>1</sup> Cuando la fecha de publicación del vídeo en YouTube es diferente de la fecha original de su aparición, esta se indica entre paréntesis antes de la referencia.

gran industria discográfica, la historia del videoclip en Galicia es diferente por la ausencia de una industria propia con una capacidad económica potente. Así, los hitos locales del formato, si observamos los que recoge *Galicia en Clips* (Fernández Rego y Portero, 2012) no están relacionados con grandes presupuestos o el impacto de la imagen de determinadas bandas, sino con el aprovechamiento de circunstancias aptas para la experimentación estética más inmediata. En los años 80, artistas visuales como Xavier Villaverde, Antón Reixa o Antonio Segade utilizaron el formato en paralelo a su incursión en la videocreación, diluyendo en ocasiones la separación entre ambos ámbitos en obras con música de Os Resentidos o Viuda Gómez e Hijos. En los 90, el programa infantil de Televisión de Galicia *Xabarín Club* (1994-actualidad) comenzó a promover la grabación de canciones de la escena musical del momento y la realización de videoclips utilizando recursos de la cadena autonómica, tanto por parte de miembros de su equipo (Ricardo Llovo, Suso Iglesias, etc.) como por colaboradores externos como Víctor Coyote o Mikel Clemente. A partir de 2000, los hitos surgen de una producción mucho más numerosa, partiendo del abaratamiento del acceso a dispositivos de grabación y edición digitales y la aparición de YouTube como principal espacio de distribución (algo que, a nivel mundial, ha supuesto otra alteración en el formato por la aparición de videoclips realizados por *fans*, como indica Sedeño Valdellós [2012]). Muchas obras destacadas de estas diferentes épocas tienen en común el uso (entre la reivindicación y la ironía) de iconos de la cultura y el paisaje gallego, el aprovechamiento de técnicas de bajo presupuesto (con un peso mayor de la postproducción, y en particular del *chroma*, que del rodaje) y una atención crítica escasa para su impacto popular, probablemente por ocupar el formato un espacio marginal tanto en la prensa musical como en la cinematográfica. Es algo que se extiende a la academia, que sí se ha aproximado desde numerosos ángulos, por ejemplo, al Novo Cinema Galego (Pérez Pereiro, 2014; Martínez Martínez, 2015; Ledo Andión, 2019) pero no ha encontrado un punto de entrada al vídeo musical.

### 3. Metodología

La identificación de la persona que dirige una obra audiovisual como autor o autora se lleva a cabo habitualmente a través de la búsqueda de estilemas, entendiendo este concepto de una manera equivalente a su uso en la filología: un rasgo o constante de un estilo (Lázaro Carreter, 1980: 172). Rodríguez López (2017: 234) indica que el estilo estudia al autor y a la obra “como materialización de una idea, plasmada en la materia a través de la técnica” y se basa también en la búsqueda de estilemas autorales para identificar el “videoclip de autor”. En ese sentido, el análisis que proponemos tendrá en cuenta la aparición recurrente de esos rasgos autorales tanto en el aspecto formal de los videoclips como en su contenido, pero siempre trazando la relación entre los estilemas y el modelo de producción de las piezas.

Precisamente, el interés de estudiar la autoría en el vídeo musical desde un contexto diferente al *mainstream* está en aplicar una teoría pensada inicialmente para un modelo industrial a obras que funcionan con modelos diferentes, sean de carácter profesional, semi-profesional o *amateur*. Actualmente, en el ámbito *mainstream* las compañías discográficas funcionan en general como la entidad que encarga y arbitra la realización de los clips, que han dejado de ser objetos puramente promocionales para convertirse en obras que generan su propio retorno económico

al monetizarse a través de Vevo o YouTube (Shaffer, 2018), y han eliminado a menudo el crédito, que instauró MTV en su momento, a la persona que dirige el clip. En el sistema cultural gallego, la función promocional del formato se mantiene de manera más clara, pero la relación se da en muchos casos de manera directa entre artista musical y artista visual (a quien normalmente sí se acredita su trabajo) por la escasa influencia de los sellos discográficos locales y el habitual recurso a la autoedición, documentado por Fernández Rego (2019). Como es lógico, se trabaja desde equipos reducidos o, en ocasiones, individuales, y es poco habitual que los vídeos musicales sean la principal fuente de ingresos de las personas que los realizan. En este contexto, los códigos del formato se vuelven menos rígidos y es relativamente sencillo encontrar estilemas en la obra de diferentes autores y autoras (por ejemplo, los elementos estéticos y narrativos del cine de género utilizados por parte de Xaime Miranda o la proximidad de la cámara a los cuerpos habitual en los vídeos de Sara Iglesias), o incluso localizar en algunos vídeos la continuidad de algunos trazos de la obra cinematográfica de las mismas personas (como en los puntuales vídeos musicales de Ramiro Ledo o Peque Varela).

Con todo, en este artículo no buscaremos simplemente identificar los estilemas, porque, como hemos visto, también es relativamente sencillo encontrarlos en los vídeos musicales del *mains-  
stream*. La intención es identificar experiencias en las que esas constantes estilísticas aparecen bajo un modo de relación entre artista visual y artista musical en el que se desactiva el conflicto entre autorías señalado previamente o la jerarquía entre música e imagen habitual en el formato. De ese modo es también posible analizar la relación entre los modelos de producción alternativos y las obras que resultan de ellos. Para hacerlo, nos centraremos en tres casos que suponen diferentes modos de relación dentro de la tendencia general: en el caso de Iconoscopio, se trata de un proyecto colaborativo que buscó explícitamente la ruptura (a nivel estético y económico) con el esquema habitual de relaciones del vídeo musical bajo el que funcionaron previamente Juan Lesta y Belén Montero. En el caso de los clips de Adrián Canoura para Baiuca, el proyecto se puede entender en cierta manera como una entidad multidisciplinar que incluye tanto la música como la imagen. En el de Rubén Domínguez, el artista musical es también el artista visual que se ocupa de elaborar los vídeos de sus canciones. La elección de estos casos entre otros posibles se debe principalmente al hecho de que, dentro del ámbito del videoclip en Galicia, tanto Domínguez como Canoura y Lesta y Montero cuentan con una obra extensa, lo que hace más sólida la identificación de estilemas y permite además trazar relaciones entre la parte de sus trabajos hecha bajo estos modelos y la realizada en otros ámbitos (como el cine) o circunstancias (como los videoclips por encargo).

#### 4. Iconoscopio: un esquema contra la jerarquía

A finales de los años 90 y principios de los 2000, Belén Montero y Juan Lesta realizaron, firmando como DSK, una serie de videoclips que los convirtieron en nombres de referencia del formato en España. Su vídeo para “Mentalismo” de Astrud (2001) (Esferobite-DSK, 2008a) fue incluido en el DVD *Eclectia: un panorama del videoclip nacional contemporáneo* (Cerveró, 2007) y muchas de sus obras circularon también por certámenes de videoarte. No es complicado ver en ellas, más allá de que cambie la música o los protagonistas, una serie de estilemas autorales. Por ejemplo,

a menudo el uso de los colores (a través de la dirección de arte y de la postproducción) otorga a los espacios que presentan un aspecto irreal, creando una distancia irónica que da una extraña limpieza a escenas como el accidente de coche de “Bailando”, también de Astrud (1999) (Esferobite-DSK, 2008b) y una cualidad inquietante al picnic de “No sé qué me das” de Fangoria (2001) (Esferobite-DSK, 2008c). Al mismo tiempo, varios de estos vídeos recogen referencias a la cultura popular. Los códigos de géneros cinematográficos como el terror y la ciencia-ficción se recogen en tramas de extraterrestres o juegos con el mito de Frankenstein, como en “Eternamente inocente” de Fangoria (Esferobite-DSK, 2008d). Esta sensibilidad camp, con su “amor a lo no natural: al artificio y a la exageración” (Sontag, 1984: 303), se apoya en el peso de los efectos digitales en muchas de sus obras, con “Twinpower” de Alma-X (2003) (Esferobite-DSK, 2008e), donde los rascacielos de Barcelona funcionan como vómetros, como ejemplo más claro.

Llegado un punto, el trabajo de DSK en el formato se interrumpió casi por completo, si bien continuaron desarrollando todo tipo de proyectos bajo su empresa Esferobite. En este marco, volvieron a trabajar juntando música e imagen en Iconoscopio, un “videoblog a partir de música” dirigido por Lesta. En la información presentada en su web se formula explícitamente una ruptura con el videoclip, que para ellos se había convertido en “un formato poco apetecible” (Iconoscopio, 2009a). Según indican, la llegada de internet a la música hizo que los presupuestos y condiciones de trabajo ofrecidos por las discográficas para realizar vídeos musicales cayesen en picado, y eso se sumó a las limitaciones ya habituales. Entre ellas, destacaron las imposiciones derivadas de adaptarse a un plan de *marketing* y “a la imagen, trayectoria y gustos del músico”, llegando a pautas como “que la cantante salga guapa” (Iconoscopio, 2009b). Hacen también especial hincapié en la cuestión de los derechos sobre la obra, que revelan que la falta de reconocimiento de la autoría en el videoclip no solo es simbólica, sino también legal:

(...) en el mundo del videoclip, el director no es el “dueño” del vídeo. El videoclip pertenece a la discográfica, y legalmente no tienes derecho a programarlo ni difundirlo sin su permiso, y tampoco participas de ninguno de los beneficios que este genere, ni tan siquiera en concepto de derechos de autor, ya que la SGAE no considera por defecto al director de un videoclip autor del mismo. (Iconoscopio, 2009c)

En Iconoscopio formulan, al contrario, un esquema de colaboración en pie de igualdad. Lesta y Montero proponen una temática alrededor de la cual la gente puede enviar músicas; entre ellas, seleccionan las que les parecen adecuadas y realizan un clip. La jerarquía entre música e imágenes y las limitaciones de trabajar con un formato comercial desaparecen: “el músico no va a influir en el proceso creativo del vídeo, de igual modo que nosotros no vamos a influir en el proceso creativo del músico” (Iconoscopio, 2009b). El resultado fueron diez obras, a través de las cuales podemos observar cómo se mantienen algunos de los estilemas ya visibles en los clips de DSK, a la vez que aparecen otros nuevos (que probablemente eran más complicados de desarrollar en el contexto de trabajos de encargo).

De este modo, “Fantasy”, con música de Citizen (Esferobite-DSK, 2010a), vuelve a acercarse a la ciencia-ficción, igual que “Eirasvedras”, con música de Emilio José (Esferobite-DSK, 2009a), tiene, en su uso de marionetas, una conexión con el juego infantil que también se veía en los muñecos y la atmósfera de cuento del vídeo de “Somos libres” de Cathy Claret (2003) (Esferobite-DSK,

2008f). Los efectos de postproducción digital siguen siendo un recurso habitual para Lesta y Montero, distorsionando la imagen para elaborar formas caleidoscópicas en la citada “Eirasvedras” o, de manera más radical, en “Uncertainty”, con música de Jap Jap (Esferobite-DSK, 2011a), y también usando filtros de imagen, algo que en “Crk.29”, con música de Suero (Esferobite-DSK, 2009b) centra la atención en la textura y en “Fantasy” remite a un registro científico.

El cambio más significativo, por lo que representa de ruptura frente a una de las obligaciones habituales del formato, es la ausencia de las bandas y artistas en las piezas de Iconoscopio. Excepto en “Sonrisas y lágrimas”, con música de Quete McFly (Esferobite-DSK, 2011b), todos los vídeos evitan mostrar a las personas que hicieron la música. De este modo, ganan peso otros intereses del dúo de cineastas: el uso creativo del paisaje rural y urbano aparece en “Crk.29”, “Fantasy” o “Curtis”, con música de autoy (Esferobite-DSK, 2010b). Vemos también cierta tendencia a la abstracción en “Uncertainty” o “Crk.29”, y en general un peso mayor de lo real, como en “De Katanga ao Agra” (Esferobite-DSK, 2009c), vídeo con música de Os Gru donde se usan imágenes de fiestas populares y verbenas recogidas durante el verano de 2009. Los acercamientos a la narración presentes en vídeos de la etapa previa como el citado “Eternamente inocente” son aquí menos habituales, quizás en relación a esa menor presencia de las figuras humanas. El antecedente más claro de Iconoscopio en la etapa previa está probablemente en “Dualidad” de Prozac (1999) (Esferobite-DSK, 2008g) donde, aprovechando el menor peso de la presencia física de los artistas en la música electrónica (Broc, 2005) evitaban ya mostrar a nadie tocando y buscaban la abstracción desde el registro del paisaje y el juego con la textura, haciendo presente el grano de la imagen.



Imagen 1. Fotogramas de “No sé qué me das”, “Curtis”, “De Katanga ao Agra” y “Crk.29”.

En definitiva, vemos cómo en ocasiones los esquemas de trabajo comerciales del videoclip dejan espacio para la expresión artística de quien realiza el vídeo, pero tanto las declaraciones como la obra de encargo de DSK muestran que ese espacio no aparece de forma sistemática. Por eso, iniciativas como Iconoscopio, que surgen al margen de la industria discográfica, abren posibili-

dades para un entendimiento diferente de la colaboración entre artistas musicales y visuales, en la línea de ruptura de las jerarquías defendida por cineastas como Jem Cohen o Vincent Moon.

## 5. Adrián Canoura y Baiuca: discursos coincidentes

En general, en Galicia no hay figuras como las de Michel Gondry o Spike Jonze, que combinan trayectorias significativas en el videoclip y en el cine. Pocos cineastas que han ganado prestigio alrededor del Novo Cinema Galego han realizado obras en el mundo del vídeo musical, y si lo han hecho (como Xacio Baño o la citada Peque Varela) ha sido de forma puntual. Con todo, la figura de Adrián Canoura podría poner esta afirmación en cuestión, ya que en los últimos años ha ido desarrollando en paralelo su trabajo en el cine y el videoclip con un éxito destacable de público (si observamos las cifras de visualizaciones de algunos de sus clips, con varios de ellos por encima de las 100.000) y de crítica (con elogios de la teórica Nicole Brenez y premios en Filmadrid para *Caerán lóstregos do ceo* [Canoura, 2018]). Los estilemas de autor son, en varios casos, comunes a sus videoclips y sus películas, pero el interés en este artículo está en las particularidades de su rol como creador del aspecto visual del proyecto Baiuca, donde la relación entre música e imagen funciona en una especie de complementariedad que parece rechazar también las imposiciones habituales del formato.

Baiuca es el nombre bajo el que Alejandro Guillán elabora una música que mezcla elementos del folclore gallego (melodías y ritmos, tanto tocados como introducidos a través de *samples*) con la electrónica, acercándose a terrenos como el *techno*, el *house*, el industrial o a estructuras más propias del pop. Acompañando sus canciones han aparecido hasta ahora diecisiete vídeos, todos ellos firmados por Adrián Canoura. Si bien las estructuras de colaboración recurrente aparecen a menudo en el *mainstream*, es raro que lleguen hasta el punto de que haya una única persona a cargo de los clips de un proyecto musical. En el caso de Baiuca y Canoura, hay que sumar también que se ha encargado del diseño de las portadas del proyecto, que participa habitualmente en sus conciertos realizando proyecciones en directo y que el trabajo del grupo es publicado por Raso Estudio, sello del que Canoura forma también parte. Quizás en línea con el menor peso de la personalidad e imagen de los músicos en la electrónica, el elemento audiovisual gana peso: “La transmisión que intentamos dar del proyecto es un *show* audiovisual, que tenga un poco de discurso la pantalla, que sea un elemento importante” (comunicación personal, 13 de agosto de 2019). Guillán señala que el “universo visual” de Baiuca es cosa de Canoura (Quintanilla, s.f.), y los trazos de ese universo son coherentes como extensión del discurso musical del proyecto y como expresión del estilo del cineasta. Así, si las canciones de Baiuca reutilizan esos elementos de la tradición gallega integrándolos en un contexto electrónico, los clips de Canoura recuperan también habitualmente material de archivo (centrado especialmente en Galicia) para modificarlo a través de la postproducción digital y experimentar con las formas y texturas de las imágenes documentales.

Estas características (el trabajo con la etnografía y el peso de la edición, que acerca la información más narrativa a lo poético y las reacciones físicas que provoca parte del cine experimental) están presentes también, como decíamos, en los diferentes films de Canoura en *O porco e o seu espírito* (Canoura, 2017a) graba la matanza del cerdo; en *Salitre nas veas* (Canoura, 2017b), el tra-

bajo de la pesca en la Mariña lucense, etc. Entre el material que Canoura utiliza en los videoclips de Baiuca aparecen también escenas y acciones fácilmente relacionables con la identidad gallega (si bien es habitual que no podamos situarlas geográficamente ni, en algún caso, distinguir claramente el found footage del material grabado por el autor). Los boteiros y otras máscaras del carnaval aparecen en “Muíño” (Baiuca, 2018a), la rapa das bestas en “Toutón” (Baiuca, 2019a) o una romería en “Caravel” (Baiuca, 2020a). En ocasiones, como en “Mozas” (Baiuca, 2018b) aparecen personas en primer plano, pero se trata de personajes anónimos que pueden representar por sus acciones y aspecto a la colectividad gallega. El videoclip de “Morriña” (Baiuca, 2018c) rompe esta tendencia al partir de *Imaxes de Castelao en Buenos Aires* (Eligio González, 1972) pero mantiene un espíritu similar, en la medida en que la imagen del político y artista gallego está fuertemente relacionada con esa colectividad a nivel simbólico.

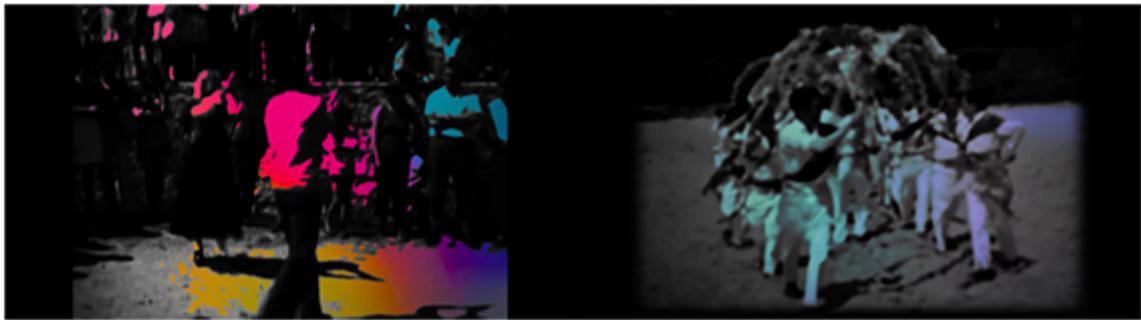


Imagen 2. Fotogramas de “Olvídame” y “Toutón”.

Quizás por su relación directa con la música, otro de los elementos más recurrentes es el baile, presente en “Olvídame” (Baiuca, 2019b), también en lo que parecen las tradicionales danzas blancas de primavera en la citada “Toutón” y en uno de los tres recuadros que componen la imagen de “Solpor” (Baiuca, 2018d). Otro de esos recuadros está ocupado por planos del mar, motivo también habitual en los clips de Canoura para Baiuca, sea en las imágenes puras del agua o en planos de pesca y paisajes de ambiente mariner. Lo vemos en “Fisterra” (Baiuca, 2019c), y el balanceo de los barcos de ese clip aparecía también en los de “Camiños” (Baiuca, 2018e) y “Solaina” (Baiuca, 2017a). Esta insistencia en el tema no es rara, al tratarse de uno de los intereses particulares de Canoura, ya visto en *Salitre nas veas* y refrendado en su papel de promotor de Ultramar, la Mostra de cine marítimo de Burela.

Todos estos contenidos aparecen distorsionados en los vídeos, en ocasiones con numerosas capas de imagen superpuestas con diferentes modos de fusión, y habitualmente con alteraciones de color. En obras como “Olvídame” o “Fisterra”, los puntos más claros de las imágenes acogen diferentes colores (en el caso de la segunda, principalmente un azul que remite al de la bandera gallega). En otros casos, el color original parece saturado, y las texturas resultantes ganan protagonismo por encima del contenido. Se ve especialmente en “Muíño”, donde los colores de los trajes del carnaval llegan a convertirse en formas abstractas. En algunos de los clips iniciales de Baiuca, como “Ribeiro” (Baiuca, 2017b) o “Xiabre” (Baiuca, 2018f) desaparece la conexión clara con la etnografía y se busca directamente esa abstracción. En el juego con las texturas también se aprecia la mezcla de materiales de diferente origen (película, cinta magnética) en el marco de las

distorsiones digitales, lo que conecta con otro recurso del cine experimental empleado por Canoura: las variaciones en el formato. En su caso vemos la pantalla partida en “Solpor”, el formato cuadrado en “Mozas” o “Caravel” y la imagen centrada en un círculo en “Xíabre”.



Imagen 3. Fotogramas de “Muiño” y “Caravel”.

El interés común de Alejandro Guillán y Adrián Canoura por experimentar partiendo de la tradición hace difícil ver una colisión en los clips de Baiuca. Tal vez, la coincidencia entre los dos universos hace más lógico pensar en una colaboración. En algunos otros casos dentro de la escena musical gallega aparece esa coincidencia entre universos cuando nos encontramos con artistas o colectivos multidisciplinares que se expresan por medios musicales pero también visuales o de otro tipo. Es el caso de Nistra (proyecto de Canoura y Anxo Rodríguez), que prefiguraba en cierta manera las cualidades de los vídeos de Baiuca en música e imágenes que utilizaban la postproducción digital y la investigación alrededor de la comunidad caboverdiana de Burela. También se puede observar en el trabajo de Fur Alle Falle, productora cultural independiente que, en sus vídeos para su proyecto de rap, trap y electrónica Ki, refleja su ideología y métodos de trabajo (reutilización de materiales, promoción del medio rural, transgresión de la dialéctica tradición-modernidad) al mezclar ciertos códigos del videoclip rap en la performance a cámara de Ki con el registro de actividades de su entorno con cierto valor etnográfico. De manera menos intensa, es igualmente común a creadores y creadoras que tienen la música como actividad artística principal pero realizan a menudo sus propios clips, como Emilio José, Ocre o Aries.

## 6. Rubén Domínguez: aprovechando los huecos

Rubén Domínguez forma (junto con Mar Catarina) Prenom, un laboratorio creativo que acumula más de treinta clips, ha editado referencias discográficas y acoge Prenom Archivo (un archivo donde recopilan registros que documentan la escena *underground* gallega en paralelo a la intimidad de una serie de participantes en ella). Al mismo tiempo, Domínguez es una figura musical muy respetada de esa misma escena, como miembro de los grupos Telephones Rouges, Chicharrón, Cudevaso o Metralletas Lecheras, y en solitario bajo el nombre de Pantis. Esta duplicidad de roles es especialmente significativa, ya que de entre los músicos gallegos que realizan sus propios videoclips es el que tiene una producción para otros proyectos más relevante, siendo su obra en el vídeo musical objeto de una retrospectiva en el Festival de Cans<sup>2</sup> de 2018.

<sup>2</sup> El Festival de Cans es, dentro del circuito gallego, el que más atención ha prestado al formato del videoclip, incluyendo una sección dedicada al vídeo musical desde su cuarta edición en 2007.

En una entrevista, Domínguez comentaba cómo sus facetas de músico y realizador se mezclaban: “de alguna manera estoy escribiendo las canciones y son muy visuales, son un compendio de imágenes vividas, otras imaginadas, y también lugares que no existen pero de los que mola tener una imagen mental para poder explorarlos a través de las palabras” (comunicación personal, 30 de julio de 2019). En una conversación con Mondosonoro sobre el disco *Pranto*, mencionaba que “al mismo tiempo que iba escribiendo las canciones iba haciendo apuntes de posibles videoclips para las mismas”. La intención explícita era, para él, que la dimensión visual del disco completase el discurso y afrontar en la totalidad “el corpus estético del proyecto” (Pereira Rey, 2016). En este caso es evidente, por lo tanto, que música e imágenes vienen de una visión común. ¿Cuál es, entonces, la diferencia entre los vídeos de Rubén Domínguez para Pantis y el resto de su obra en el formato? En una entrevista para la Radio Galega señalaba el contraste entre las dos maneras de trabajar:

De alguna forma, con Pantis me siento extremadamente libre para hacer el tipo de vídeo que me pida el cuerpo. (...) Entiendo que cuando recibo un encargo, la banda busca nuestra identidad, o mi identidad como realizador, pero también busca reconocerse. En los vídeos que hago para mí mismo, ahí no hay ninguna duda, ni ninguna cortapisa o censura, por así decirlo. Y quizás en los encargos sí que procuro limitar un poco ese aspecto (Tenreiro, 2019).

En las declaraciones de Domínguez se entiende esa negociación entre autorías: muchos realizadores y realizadoras de videoclips reciben los encargos por su personalidad creativa y no solo (o no tanto) por su eficiencia a la hora de adaptarse a la personalidad de quien hizo la música; no obstante, sigue habiendo una relación de proveedor y cliente, y de ahí esa posible autocensura. Por otro lado, la realización de un vídeo en un marco profesional hace posible también contar con recursos extra o ampliar el equipo. La libertad de trabajar para uno puede ir también acompañada de una cierta urgencia, ya que Domínguez indica que la mayoría de los vídeos de Pantis están hechos en uno o dos días.

No obstante, observando esos clips es complicado encontrar en ellos esa urgencia por lo elaborados que parecen. Si normalmente identificamos la experimentación cinematográfica con un alejamiento de la narración, la experimentación de Rubén Domínguez no tiene tanto que ver con la ausencia de ella, sino con la saturación de información y posibilidades de lectura. La imagen acoge a menudo cortes a ritmo vertiginoso, elementos gráficos multiplicados (incluyendo objetos y personajes animados) o textos en muchas ocasiones difíciles de captar a simple vista (por estar fragmentados o en pequeños tamaños). En el caso del vídeo de “Val” (Prenom, 2019a) esta acumulación de datos se suma a los efectos de distorsión que estiran las imágenes: la sensación después de verlo es, por continuar con la metáfora de su autor, la de transitar (desorientado) por un lugar, la de acceder a una intimidad que no somos capaces de descifrar totalmente.

Esa lógica espacial es especialmente visible en el clip de animación “Alén”. Uno de los planos hace esto explícito al mostrar una especie de ciudad donde los edificios llevan los nombres de canciones del álbum *Pranto*. La saturación está igualmente presente por la multiplicación de figuras de animales y la presencia en pantalla de elementos gráficos diversos, algunos de los cuales imitan la estética de un videojuego (vúmetros, un velocímetro, indicadores de puntuación, la mira de un arma) en una narración que, como la de “Val” y otras de Domínguez, tiene un

componente de viaje y de exploración de la identidad. El aspecto de saturación gráfica de estos clips, vinculado en muchos casos a referencias a la cultura pop o a la estética de internet, está presente en muchos de los trabajos por encargo de Domínguez, si bien en ellos se acerca más al humor que en sus obras para Pantis. Se puede ver en vídeos como “Muinheira de Costa” (Terbutalina, 2019).

Parte de esa información que llena la pantalla en los clips del cineasta son palabras: “yo tengo una manía sobre eso, y lo que imagino siempre, cuando se trata de una canción que tiene texto, son palabras en movimiento. Jugar con el movimiento y la dinámica de las sílabas trasladándolas a imágenes” (Tenreiro, 2019). Las letras no aparecen por encima de la imagen como títulos o subtítulos, sino que constituyen en cierta manera ese espacio que habitan los personajes del vídeo. “Muinheira de Costa” muestra esto, prefigurado en los planos pintados de “Tryin’ to fuck me” (2009) (Prenom, 2019b) y ejemplificado claramente en “Viaduto” (Prenom, 2016b), otro de los vídeos de Pantis. Las palabras aparecen multiplicadas y vibrando, con Domínguez en el centro de la imagen.

Más arriba señalamos la sensación de intimidad velada que atravesaba el vídeo de “Val”. Es un aspecto que aparece todavía con más intensidad en “Xinxá” (Prenom, 2016c). En este caso, la canción y el vídeo vuelven a ser parte de un todo:

Es una canción que habla de juventud, de emigración y de abandono, y en ella ciertas imágenes, que están presentes en la letra, fueron inspiradas en trozos de vídeo de un diario visual que fui haciendo desde los 16 años hasta los 19 o así, allí en O Grove. Entonces empleé esas imágenes y esa relación con las palabras, esa devolución de las palabras a las imágenes para crear el videoclip a través de ese diario visual (Tenreiro, 2019).

Como sucede habitualmente con los registros domésticos, hay algo universal en ellos que nos permite reconocernos, pero resulta imposible darles sentido por completo salvo cuando se trata de momentos vividos. La mirada del Domínguez adolescente captaba sobre todo lo que describe como momentos de tránsito, pero también autorretratos, personas de su entorno y pantallas de televisión. En medio del montaje, de nuevo vertiginoso, aparecen también fragmentos de animación que veíamos en “Alén” y en ocasiones unas imágenes se sitúan en un tamaño más reducido en el centro del plano, ocultando parte de lo que está debajo. La baja definición de buena parte del material hace más intenso el carácter de recuerdo y dificulta la lectura de las imágenes (a la vez que convierte el clip en una propuesta algo anticomercial, poco adecuada para un trabajo de encargo).

Lo sorprendente es que el trabajo con la intimidad y el archivo personal (común a algunos de los trabajos citados de Iconoscopio) no solo aparece en los clips de Pantis, sino que se filtra en parte de la obra de Domínguez para otras bandas y artistas. El ejemplo más claro está en “Raiolo” (promoacuarela, 2015), videoclip para Musel donde trabajó con carta blanca. Según indicaba en los textos aportados para su retrospectiva en el Festival de Cans, “con la manía de la inmersión en la imagen y de las capas de contenido que la componen, construí un relato en flashback, empleando material de archivo de mi diario visual en Brasil y otras cintas de material anterior” (Domínguez, 2018). La cabeza del líder de Musel aparece en el clip cantando la letra, pero vemos

también al propio Rubén y a su compañera en Prenom, Mar Catarina. Las imágenes aparecen recortadas, tomando formas que se superponen como collages, y con efectos de interferencia que alteran sus colores y aspecto. Al emplear su diario personal, no queda claro si estamos ante una ficción que emerge del registro privado o una presentación codificada de esa privacidad. Sin que la saturación gráfica tenga ese peso, el elemento doméstico vuelve a aparecer en “Ensíname” (Peña, 2017).



Imagen 4. Fotogramas de “Alén”, “Viaduto”, “Baldíos” y “Raiolo”.

En estos casos se ve cómo los esquemas de trabajo en circuitos no industriales pueden primar lo expresivo sobre lo comercial, creando huecos que permiten acercarse a la autobiografía o a determinados intereses personales dentro de trabajos para otros, alejando del conflicto la autoría en el videoclip, si bien sin llegar a la ideación paralela de música e imágenes vista en Pantis. La última y más ambiciosa obra de Rubén Domínguez para ese proyecto, “Baldíos” (Prenom, 2019c) complica todavía más la recepción al romper las fronteras entre formatos y ser presentada como un film. La descripción de la pieza en YouTube nos devuelve a la noción de una expresión creativa en igualdad a través de la música y la imagen, al decir que Baldíos es “un disco y un film de Pantis”. No se habla de videoclip y nos acercamos al terreno del álbum visual (Pons, s.f.), un término ambiguo que acoge numerosos proyectos en los que el lanzamiento de un disco va acompañado por algún tipo de producto fílmico (ficcional, documental, de un autor o varios...). A mayores, el mismo vídeo aparece también en Prenom Archivo como un “registro” más, por lo que se hace hincapié en su carácter doméstico. A lo largo de sus 16 minutos se acumulan numerosas imágenes en las que el hilo conductor parece ser el avance (con numerosos desplazamientos horizontales vistos desde coches, trenes o barcos) a través de diferentes espacios, a veces de manera circular. El encuadre no se satura de datos como en obras previas, aunque unos subtítulos recogen puntualmente el tratamiento para un guion escrito por Domínguez en 2005. Sin embargo, la duración del vídeo y su ritmo rápido de montaje lo hacen igualmente difícil de abarcar por la cantidad de objetos, personas y lugares presentes, en texturas y formatos diferentes. Entre el material íntimo (que incluye retratos familiares o una boda) reaparecen planos o descartes de vídeos de Pantis

como “Mar” (Prenom, 2018) o “Xinxá” y también de muchos de sus vídeos de encargo: las máscaras de “Tryin’ to fuck me”, el oso panda de “Entrelazamiento” (Limbo Starr, 2013), los trajes de luz de “What We Left Behind” (Músculo Música, 2018), etc. De este modo, lo que inicialmente estaba empleado en diálogo con otra autoría es reapropiado y resignificado.

## 7. Conclusiones

Al presentar el videoclip de “Pranto” como una película, Rubén Domínguez hace explícita la posibilidad de equiparar el formato del vídeo musical al del cine en lo que se refiere a la cuestión de la autoría. El contexto *mainstream* obliga a pensar en una serie de restricciones procedentes de la industria musical, señaladas con claridad en la información del proyecto Iconoscopio: adaptarse a un plan de *marketing* y a la trayectoria y gustos del músico. Son restricciones que quizás son equivalentes a las que el sistema de estudios podía imponer a autores clásicos de Hollywood como Hitchcock o Hawks. No obstante, igual que sucede en el cine personal y los diarios fílmicos de autores como Jonas Mekas o Marie Menken, el vídeo musical puede funcionar fuera de los esquemas de producción industriales y relacionarse más directamente con la expresión individual en casos en los que se consigue que las restricciones desaparezcan. El contexto de Galicia, donde la industria musical no tiene una gran capacidad económica, lleva a muchos participantes a encargarse de diferentes tareas y disciplinas (como vemos en las figuras de Domínguez o Canoura, cineastas pero también diseñadores, músicos o editores). Esto permite a autores de videoclip crear esquemas de relación con artistas musicales en los que su autoría puede desarrollarse con menos cortapisas o, en algún caso, sin ninguna, como demuestra la aparición de estilemas de autor (y la desaparición de códigos habituales del formato) en los casos analizados. Cabe pensar que los sistemas culturales periféricos o los ambientes *underground* (en los que buena parte de las creaciones no son profesionales) facilitan la aparición de este tipo de experiencias, que quizá permiten echar luz sobre las consideraciones habituales alrededor de la autoría en el vídeo musical. Por un lado, los trazos de autores como Adrián Canoura, DSK o Domínguez aparecen en general en sus trabajos por encargo, por lo que observamos una tendencia similar a la del videoclip de autor identificado por Rodríguez López (2017: 239) como un género contrapuesto al videoclip *mainstream* “del mismo modo que el cine de autor es opuesto al cine comercial” y confirmamos la existencia de la autoría dentro del formato. Por el otro, en experiencias como Iconoscopio, la participación de Canoura en Baiuca o los clips de Rubén Domínguez para Pantis podemos encontrar ejemplos que van más lejos de la noción del cine de autor (que sigue participando en un arte colectivo y un esquema más o menos industrial) para acercarse más a la idea de grupos artísticos o creadores individuales propia del cine experimental (visible en la figura de Canoura, que trabaja en ambos campos) y del videoarte (especialmente evidente en DSK, cuya obra fue objeto de un foco en la edición de 2020 del Festival Intersección de Arte Audiovisual Contemporáneo). En estos casos se genera un esquema en que la jerarquía entre música e imagen desaparece, y en el que se observa que el vídeo musical puede tener tanto espacio para el desarrollo de una expresión personal como el cine. Simplemente, las limitaciones a esa expresión pueden variar inmensamente en función de su carácter más o menos industrial.

## Referencias bibliográficas

- BAIUCA (2017a). *Baiuca – Solaina* [Vídeo]. 18 de mayo, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=yWgkYCFqvWY>>
- BAIUCA (2017b). *Baiuca – Ribeiro* [Vídeo]. 31 de mayo, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=G4Fbmhz-kKI&t=3s>>
- BAIUCA (2018a). *Baiuca – Muíño* [Vídeo]. 25 de abril, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=SkfvMIROGrA>>
- BAIUCA (2018b). *Baiuca – Mozas* [Vídeo]. 3 de diciembre, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=wBG6Gtgf6dY>>
- BAIUCA (2018c). *Baiuca – Morriña* [Vídeo]. 21 de noviembre, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <[https://www.youtube.com/watch?v=Fj5WleO\\_i\\_8](https://www.youtube.com/watch?v=Fj5WleO_i_8)>
- BAIUCA (2018d). *Baiuca – Solpor* [Vídeo]. 3 de diciembre, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=qwED89HWbs4>>
- BAIUCA (2018e). *Baiuca – Camiños* [Vídeo]. 18 de enero, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=MPmiYjYxNo8>>
- BAIUCA (2018f). *Baiuca – Xiabre* [Vídeo]. 24 de enero, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=cCfKveaG-9U>>
- BAIUCA (2018g). *Baiuca – Arume* [Vídeo]. 2 de julio, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=s4YDrTl4xOM>>
- BAIUCA (2019a). *Baiuca – Toutón* (feat. Aliboria) [Vídeo]. 26 de septiembre, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <[https://www.youtube.com/watch?v=h-uQ0C0Xc\\_4](https://www.youtube.com/watch?v=h-uQ0C0Xc_4)>
- BAIUCA (2019b). *Baiuca – Olvídame* (feat. Aliboria) [Vídeo]. 22 de enero, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=WN8x2GQKf68>>
- BAIUCA (2019c). *Baiuca, Carlangas – Fisterra* [Vídeo]. 14 de noviembre, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <[https://www.youtube.com/watch?v=\\_pYu5IAcxpE](https://www.youtube.com/watch?v=_pYu5IAcxpE)>
- BAIUCA (2020). *Baiuca, Nita – Caravel* [Vídeo]. 16 de abril, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <[https://www.youtube.com/watch?v=S6C\\_3xyxVdk](https://www.youtube.com/watch?v=S6C_3xyxVdk)>
- BJÖRK (2019). *björk: bachelorette* [Vídeo]. 6 de noviembre, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=JNJv-Ebi67I>>
- BLAKEY, Elizabeth (2017). “Showrunner as Auteur: Bridging the Culture/Economy Binary in Digital Hollywood”, en *Open Cultural Studies* nº1, 2017, pp. 321-332.
- BORDWELL, David (2018). “FILM HISTORY: AN INTRODUCTION: Not back to the future but ahead to the past”, en *Observations on film art*, 6 de agosto. Disponible en Internet (05.04.2021): <<http://www.davidbordwell.net/blog/2018/08/06/film-history-an-introduction-not-back-to-the-future-but-ahead-to-the-past/>>
- BROC, David (2005). “El mundo del videoclip desde la perspectiva de la electrónica”. En POLITE,

- Pablo G. y SÁNCHEZ, Sergi (eds.): *El sonido de la velocidad. Cine y música electrónica*. Barcelona, Alpha Decay, pp. 197-218.
- CANOURA, Adrián (2017a). *O porco e o seu espírito* [Película].
- CANOURA, Adrián (2017b). *Salitre nas veas* [Película].
- CANOURA, Adrián (2018). *Caerán lóstregos do ceo* [Película].
- CAUGHIE, John (1981). *Theories of Authorship: A Reader*. Londres, Routledge and Kegan Paul.
- CERVERÓ, Luis (comp.) (2007). *Eclectia: un panorama del videoclip nacional contemporáneo* [DVD]. Sincrónica-Malvalanda.
- CRITERIONCOLLECTION (2014). *Truffaut on the Auteur Theory* [Vídeo]. 13 de febrero, YouTube. Disponible en Internet: <<https://www.youtube.com/watch?v=9B3ujgoLHjg>> [05.04.2021]
- DE BAECQUE, Antoine (comp.) (2003). *Teoría y crítica del cine. Avatares de una cinefilia*. Barcelona, Paidós.
- DOMÍNGUEZ, R. (2018). *Bio e videografía Cans 2018*. Documento privado.
- ED SHEERAN (2017). *Ed Sheeran – Shape of You [Official Video]* [Vídeo]. 30 de enero, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=JGwWNGJdvx8>>
- ESFEROBITE-DSK (2008a). *MENTALISMO [Astrud]* [Vídeo]. 27 de octubre, Vimeo. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://vimeo.com/2085022>>
- ESFEROBITE-DSK (2008b). *BAILANDO [ASTRUD]* [Vídeo]. 27 de octubre, Vimeo. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://vimeo.com/2080950>>
- ESFEROBITE-DSK (2008c). *No sé qué me das [Fangoria]* [Vídeo]. 27 de octubre, Vimeo. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://vimeo.com/2079177>>
- ESFEROBITE-DSK (2008d). *Eternamente inocente [Fangoria]* [Vídeo]. 27 de octubre, Vimeo. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://vimeo.com/2084420>>
- ESFEROBITE-DSK (2008e). *Twinpower [Alma-X]* [Vídeo]. 21 de julio, Vimeo. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://vimeo.com/1382346>>
- ESFEROBITE-DSK (2008f). *Sussurando [Cathy Claret]* [Vídeo]. 28 de octubre, Vimeo. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://vimeo.com/2089375>>
- ESFEROBITE-DSK (2008g). *DUALIDAD [Prozack]* [Vídeo]. 27 de octubre, Vimeo. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://vimeo.com/2082125>>
- ESFEROBITE-DSK (2009a). *Eirasvedras. Iconoscopio #1* [Vídeo]. 8 de noviembre, Vimeo. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://vimeo.com/7504704>>
- ESFEROBITE-DSK (2009b). *Crk.29 // Iconoscopio #3* [Vídeo]. 26 de noviembre, Vimeo. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://vimeo.com/7841588>>
- ESFEROBITE-DSK (2009c). *De Katanga ao Agra. Iconoscopio #2* [Vídeo]. 14 de noviembre, Vimeo. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://vimeo.com/7608992>>
- ESFEROBITE-DSK (2010a). *Fantasy // Iconoscopio #6* [Vídeo]. 23 de enero, Vimeo. Disponible en

- Internet (13.11.2020): <<https://vimeo.com/8928474>>
- ESFEROBITE-DSK (2010b). *CURTIS // Iconoscopio #7* [Vídeo]. 9 de septiembre, Vimeo. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://vimeo.com/14842433>>
- ESFEROBITE-DSK (2011a). *Iconoscopio #10 Uncertainty* [Vídeo]. 23 de diciembre, Vimeo. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://vimeo.com/34128675>>
- ESFEROBITE-DSK (2011b). *Sonrisas y lágrimas // Iconoscopio #8* [Vídeo]. 9 de febrero, Vimeo. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://vimeo.com/19765664>>
- FERNÁNDEZ REGO, Fernando (2019). *Unha historia da música en Galicia: 1952-2018*. Vigo, Galaxia.
- FERNÁNDEZ REGO, Fernando y PORTERO, Pablo (2012). *Galicia en Clips*. A Coruña, Volta Editores.
- FIDDLER, Tristan (2008). *Music Video Auteurs: The Directors Label DVDs and the Music Videos of Chris Cunningham, Michel Gondry and Spike Jonze* [Tesis doctoral]. Perth, University of Western Australia.
- FRITH, Simon (1988). *Music for Pleasure: Essays in the Sociology of Pop*. Cambridge, Polity Press.
- FRITH, Simon, GOODWIN, Andrew y GROSSBERG, Lawrence (2005). *Sound and Vision: The Music Video Reader*. Nueva York y Londres, Routledge.
- GONZÁLEZ, Eligio (1972). *Imaxes de Castelao en Buenos Aires* [Película]. CGAI-Filmoteca de Galicia.
- ICONOSCOPIO (2009a). “+INFO” . *Iconoscopio*. Disponible en Internet (13.11.2020): <<http://iconoscopio.net/info/>>
- ICONOSCOPIO (2009b). “¿Los vídeos son videoclips?” *Iconoscopio*. Disponible en Internet (13.11.2020): <<http://iconoscopio.net/2009/08/12/%c2%bflos-videos-son-videoclips/>>
- ICONOSCOPIO (2009c). “¿Para qué?” *Iconoscopio*. Disponible en Internet (13.11.2020): <<http://iconoscopio.net/2009/09/17/%c2%bfpara-que/>>
- ILLESCAS, Jon E. (2015). *La dictadura del videoclip: Industria musical y sueños prefabricados*. Barcelona, El Viejo Topo.
- KYLIE MINOGUE (2010). *Kylie Minogue – Come Into My World (Official Video)* [Vídeo]. 6 de abril, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=63vqob-MljQ>>
- LÁZARO CARRETER, Fernando (1980). *Diccionario de términos filológicos*. Madrid, Gredos.
- LEDO ANDIÓN, Margarita. (coord.) (2019). *Para unha historia do cinema en lingua galega 2. A foresta e as árbores*. Vigo: Galaxia.
- LIMBO STARR (2013). *Franc3s “Entrelazamiento”* [Vídeo]. 10 de abril, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=UT5Txk-K71Q>>
- LUIS FONSI (2017). *Luis Fonsi – Despacito ft. Daddy Yankee* [Video]. 17 de enero, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=kJQP7kiw5Fk>>
- MARTÍNEZ MARTÍNEZ, María Isabel (2015). *O cine de non ficción no Novo Cinema Galego (2006-*

- 2012) [Tesis doctoral]. Pontevedra, Universidade de Vigo.
- MÚSCULO MÚSICA (2018). *MÚSCULO! What We Left Behind* [Vídeo]. 22 de junio, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=rUZHkNcXewo>>
- PEÑA (2017). *peña – ensíname* [Vídeo]. 30 de noviembre, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=fB-ErcuPbUI>>
- PEREIRA REY, Nonito (2016). “Principio y fin”, en *Mondosonoro*. 6 de abril. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.mondosonoro.com/entrevistas/principio-y-fin/>>
- PÉREZ PEREIRO, Marta (2014). “Paisaxe na néboa. Unha cartografía do cinema galego recente”, en *Galicia21* nºF, pp. 77-91.
- PONS, Joan (s.f.). “A brief guide to talk about visual albums as though we actually knew what they really are”, en *O Magazine*. Disponible en Internet (06.04.2020): <<https://abcdefghijklmn-pqrstuvwxyz.com/brief-guide-to-talk-about-visual-albums-as-though-we-actually-knew-what-they-really-are/>>
- PRENOM (2016b). *Pantis – Viaduto* [Vídeo]. 24 de febrero, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=9hR711TETUc>>
- PRENOM (2016c). *Pantis – Xinxá* [Vídeo]. 25 de noviembre, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=uUWMFi6wZJQ>>
- PRENOM (2017). *Pantis – Alén* [Vídeo]. 9 de octubre, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=n8rV4vmRdps>>
- PRENOM (2018). *Pantis – Mar* [Vídeo]. 20 de febrero YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=1eF1-4uxehA>>
- PRENOM (2019a, 1 de febrero). *Pantis – Val* [Vídeo]. YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=FW3X2pQgl00>>
- PRENOM (2019b). *Cudevaso – Tryin’ to fuck me* [Vídeo]. 25 de junio, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=Z2IwL3bgT7Y>>
- PRENOM (2019c). *Pantis – Baldíos* [Vídeo]. 17 de noviembre, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=QLazRbsEEKY>>
- PROMOACUARELA (2015). *Musel – Raiolo* [Vídeo]. 13 de octubre, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=BeMGo9dynrU>>
- QUINTANILLA, Blanca (s.f.). “Baiuca. Electrónica y sonidos da morriña, da terra e do mar”, en *Metal Magazine*. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://metalmagazine.eu/es/post/interview/baiuca-electronica-y-sonidos-da-morrina-da-terra-e-do-mar>>
- RODRÍGUEZ LÓPEZ, Jennifer (2017). “Videoclip de autor. El concepto de cine de autor y su aplicación al estilo del vídeo musical”, en *Área Abierta. Revista de comunicación audiovisual y publicitaria*, vol. 17, nº2, pp. 229-240.
- SARRIS, Andrew (1963). “Notes on the Auteur Theory in 1962”, en *Film Culture*, nº27, pp. 1-8.
- SEDEÑO VALDELLÓS, Ana María (2002). *Lenguaje del videoclip*. Málaga: Universidad de Málaga.

- SEDEÑO VALDELLÓS, Ana María (2012). “Producción social de videoclips: Fenómeno fandom y vídeo musical en crisis”, en GUARINOS, Virginia y RUIZ, María Jesús: *I Congreso Internacional de la Red Iberoamericana de Narrativas Audiovisuales*. Sevilla: Universidad de Sevilla, Secretariado de Recursos Audiovisuales y Nuevas Tecnologías.
- SHAFFER, Claire (2018). *Emotion Pictures: The Art and Evolution of Music Videos* [Tesis de graduación]. Wesleyan University – College of Film and the Moving Image.
- SHAVIRO, Steven (2017). *Digital Music Videos*. New Brunswick, Rutgers University Press.
- SONTAG, Susan (1984). *Contra la interpretación y otros ensayos*. Barcelona, Seix Barral.
- STOCKBRIDGE, Sally (1991). *The Australian Video Music Clip Industry*. Murdoch, Murdoch University Publications.
- TENREIRO, Cibrán (2019). “Son e visión #1: “Xinxá” de Pantis”, en *Bolsa de Patacas*, 3 de agosto. Disponible en Internet (05.04.2021): <<https://bolsadepatacas.wordpress.com/2019/08/03/son-e-vision-1-xinxá-de-pantis/>>
- TERBUTALINA (2019). *Terbutalina – Muinheira de Costa (Official Video)* [Vídeo]. 28 de mayo, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=zGBsKdOlfas>>
- THE WHITE STRIPES (2009). *The White Stripes – Hardest Button To Button (Official Music Video)* [Vídeo]. 26 de mayo, YouTube. Disponible en Internet (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=K4dx42YzQCE>> (13.11.2020): <<https://www.youtube.com/watch?v=K4dx42YzQCE>>
- TRUFFAUT, François (1954). “Une certain tendance du cinéma français”, en *Cahiers du cinéma*, nº31, pp. 15-29.
- VERNALLIS, Carol (2013). *Unruly Media: YouTube, Music Video, and the New Digital Cinema*. Oxford, Oxford University Press.