

VISUALIDAD DEL FLAMENCO CONTEMPORANEO EN LOS VIDEOCLIPS: GRUPO MUSICAL CALIFATO ¾

VISUALITY OF CONTEMPORARY FLAMENCO IN VIDEO CLIPS: CALIFATO ¾ MUSIC GROUP

Ana Sedeño-Valdello

Universidad de Málaga

valdello@uma.es

<https://orcid.org/0000-0003-3897-2457>

Resumen

A pesar del creciente interés en la mediación comunicativa de la música, son escasos los análisis que describen cómo los grupos emplean el videoclip como recurso de experimentación y gestión de su identidad en géneros como el flamenco. Este trabajo profundiza en el estudio de la visualidad de la música popular de raíz andaluza y flamenca a través del caso de la videografía del grupo Califato ¾, con una muestra de todos los videoclips oficiales de sus cuatro álbumes. Se realiza un análisis textual y de contenido con un acercamiento a los tipos de clips, los códigos visuales y de puesta en escena, para descubrir la especificidad visual de la banda, que los emplea como estrategia promocional y como posicionamiento cultural de reivindicación identitaria. Los resultados apuntan a una visualidad compuesta por la fusión y colaboración musical, el orgullo por los signos de identidad y cultura andaluzas como el folklore, la religiosidad y lo popular y el tratamiento de materiales y músicas.

Palabras clave: videoclip musical; flamenco; nuevo flamenco; performatividad; fusión musical; transdisciplinariedad.

Abstract

Despite growing interest in communicative mediation of music, few analyses describe how groups use music videos as a resource for experimentation and identity management in genres such as flamenco. This study delves into the visual aspect of popular Andalusian and flamenco music with respect to videography of the group Califato ¾, using a sample of all the official music videos from their four albums. A textual and content analysis is conducted, examining the types of videos, visual codes, and mise-en-scène to uncover the band's visual specificity and how it employs them as a promotional strategy and as a cultural positioning for identity assertion. The results point to a visual aspect composed of musical fusion and collaboration, pride in symbols of Andalusian identity and culture such as folklore, religiosity, and popular culture, and the treatment of materials and music.

Key-words: music video; flamenco; new flamenco; performance; music fusion; transdisciplinarity.

Cómo citar este artículo/ citation: Sedeño-Valdello, Ana (2025). Visualidad del flamenco contemporáneo en los videoclips: Grupo musical Califato ¾.

ANDULI 28 (2025) pp.223-244, <https://doi.org/10.12795/anduli.2025.i28.09>

1. INTRODUCCIÓN

El flamenco es una manifestación cultural con una capacidad comunicativa oral, sonora y visual muy marcada, muy reconocible, en la que la estética del cante ha mantenido su hegemonía durante la mayor parte de su historia (Pierrugues, 2019). Proviene de movimientos artísticos de finales del siglo XVIII que ponen su acento en el arte popular como forma de lo nacional: el flamenco fue considerado auténtico, original y originario, “un marcador identitario andaluz” (Cruces Roldán, 2001: 83). La cultura andaluza generada en torno a él supone un campo conceptual tan rico que no debería renunciarse a su pleno desarrollo, en hibridación con otras manifestaciones.

A pesar de las resistencias continuadas a su evolución, este arte también se ha consolidado en todo tipo de formas, y de hecho ha tenido testimonios visuales desde el siglo XIX, donde se confirmó su estética en la configuración del cuadro en cante, baile y guitarra, haciéndolo reconocible mundialmente (García-Peinazo, 2013a, 2013b, 2021): “El flamenco es un patrimonio donde lo expresivo y lo técnico, lo privado y lo público, lo individual y lo colectivo, lo histórico y lo presente, se funden en un repertorio tangible e intangible de música, baile, toque e instrumentación” (Cruces Roldán, 2012b: 221).

Su profundidad discursiva y estética es una mezcla de música desarrollada en paralelo al movimiento romántico, de honda raíz idealista, y de la influencia de la estética orientalizante que aporta lo gitano, pueblo que está ligado a la formación del flamenco. Su esencialismo -como doctrina de aquello que no necesita explicarse para existir, como si fuese sobreentendido- ha sido recurrente en la historia del flamenco y ha generado tensiones con otras fuerzas renovadoras: “este camino se realiza de nuevo desde la idealización del gitanismo, unida ahora más que nunca al carácter sagrado del cante, y desde la reivindicación de los estilos más relacionados con la sobriedad y el dramatismo” (Luna, 2021: 13).

Por el contrario, es necesario reflexionar sobre el flamenco y el audiovisual como elemento de difusión y regeneración, como puede comprobarse en formatos como el videoclip y en casos como los del grupo Califato ¾. A continuación se introducen una serie de cuestiones que giran en torno a la capacidad visual del flamenco y su evolución histórica, la irrupción del Nuevo Flamenco como etapa de transformación y la definición del videoclip como formato.

1.1. Los audiovisuales de música flamenca

La manifestación televisiva del flamenco se produce desde una pretendida objetividad de la filmación de su performance. Son múltiples los ejemplos en que la documentación del hecho en vivo, de su interpretación, parece bastar en lo relacionado con esta música, de manera que se confía en que el duende traspasa la pantalla y llega al espectador de manera directa, sin necesidad de mediación. Se dice esto a la luz de la cantidad de material de este tipo, donde las actuaciones de cante jondo y de baile se representan como material crudo, sin posproducción, propio del lenguaje del videoreportaje (Mateos y Sedeño, 2018).

Uno de los exponentes más conocidos es la serie *Rito y geografía del cante*, emitida en Televisión Española (TVE) entre 1971 y 1973, con unos cien capítulos; es la serie más famosa, representante de un lenguaje documental o cine representacional (Washabaugh, 2005), lejano a cualquier experimentación visual en obras videoartísticas -obras creativas en video.

Más tarde, la serie *El ángel* continúa esta senda de crónica del flamenco en sus entornos tradicionales. La obra continúa con esta formulación mediante un mayor espacio para una voz en off, conductora de la línea argumental. Como apunta Cristina Cruces “no se trataba de una serie estrictamente narrativa. No incluía una trama, no contaba una historia, no establecía relaciones internas, no proporcionaba una unidad de sentido: era un testimonio. La serie fue pensada para ocupar un espacio de programación cultural obligado en los operadores públicos” (Cruces, 2012: 486). La película *Duende y misterio del flamenco* (Edgar Neville, 1952), también destaca como amalgama sobre ambientes, lugares y formas de interpretación del flamenco, como una segunda etapa de la visualidad cinematográfica de este arte.

En otro estadio, durante una fase de finalización de la dictadura y los años ochenta, el cine de Saura se centró en demoler estereotipos y enfocar una nueva visualidad en hibridación con otras manifestaciones culturales globales, aunque aún marcadas por el imaginario que ha alimentado la literatura y la dramaturgia visual del flamenco en las últimas décadas. Es el caso del cine musical de Saura, con películas como *Flamenco*, aunque también con las colaboraciones con Antonio Gades en *Bodas de Sangre* (1981), *Carmen* (1983) y *El amor brujo* (1986), basadas respectivamente en la obra de Lorca, la ópera de Bizet y la composición musical de Manuel de Falla (Millán Barroso, 2009).

“El cine flamenco de Saura en los 80 y los 90, y también posteriormente, evoluciona de la mano de la situación socio-política española y en paralelo a los progresos del flamenco. Si en los 80 en sus colaboraciones con Gades critica la manipulación identitaria del Franquismo a través del flamenco y, en su lugar, renueva, dignifica y reivindica el flamenco buscando una nueva dimensión de lo andaluz y español lejos del cliché, depurándolo del folklorismo romántico costumbrista, en los 90 el cine documental flamenco está en sintonía con la canonización del flamenco y proporciona al mundo una guía y revisión del auténtico fenómeno del flamenco y de las genuinas esencias andaluzas y españolas, de manera que ese flamenco, ya sin el componente estereotípico, puede seguir funcionando como un diacrítico identitario dentro y fuera del celuloide” (Cordero, 2015:114).

El cine flamenco de Saura supone una fase de evolución de la presentación audiovisual del flamenco, que reposiciona su carácter de cara a una nueva etapa contemporánea.

En el final de la dictadura y en la Transición, el surgimiento del rock andaluz, formó una simbología contracultural que bebía del mito romántico orientalizador -ya presente en la historia del flamenco- al que se sumaba una reivindicación de la autonomía andaluza. Junto a ello la imagen de marca vendida por España al exterior y la de algunas ciudades en concreto, pasa por el imaginario creado durante toda la historia del flamenco y su utilidad para la atracción de turistas extranjeros (Haro y García, 2022; Millán Vázquez de la Torre et al., 2019), y se encuentra diseminado en narrativas de procedencia latinoamericana (Gallardo Saborido, 2020). A pesar de ello no se encuentra suficientemente protegido en sus derechos (heredia-Carroza et al., 2018), por la dificultad de mezclar la parte de acervo cultural y originalidad (Heredia-Carroza et al., 2019).

1.2. El Nuevo Flamenco

El Nuevo Flamenco fue una denominación que ganó presencia durante los años noventa y se rejuveneció con propuestas musicales que recogieron cierta hibridez musical, desde grupos anteriores como Smash, Triana, Alameda, Lole y Manuel o

Enrique Morente: estos son Ketama, Pata Negra, Delinquentes... En las siguientes dos décadas, otro grupo de artistas ha renovado esta inquietud de fusión: Arcangel, Miguel Poveda, María José Llergo, Derby's Motoreta Burrito Kashimba, Dellafuente o Rocío Márquez. Rosalía se encuentra en esta generación, aunque también otras formaciones que buscan lo impuro como respuesta a la historia oficial de pureza del flamenco (Manuel, 2019), con una mezcla con otras músicas provenientes de la cultura electrónica. Es el caso de Califato ¾ que suman además una estética del alborozo (Cruces Roldán, 2008), y una reivindicación política identitaria.

Desde este punto, son muchos los estudios que señalan la porosidad que el flamenco ha demostrado durante toda su historia, y la huida de la pureza a pesar de las fuerzas específicas que desean y trabajan para su estatismo o involución (Ordóñez, 2020). Durante la última década de la dictadura y en democracia, desde los setenta a los noventa, los medios de comunicación han visibilizado muchas de las expresiones flamencas más arriesgadas que se han producido por su ligazón con el componente folklórico, por su vínculo con manifestaciones contemporáneas de danza y música pop y rock, o por la de su faceta cercana a la protesta y la reivindicación social (García-Peinazo, 2023). La interdisciplina se juega hoy en todos los campos de la música popular:

“el flamenco disruptivo ha dejado atrás los límites disciplinares convencionales. Además de la ruptura liminal protagonizada por aquellas prácticas artísticas transdisciplinares como la acción o la instalación, enraizadas en las segundas vanguardias artísticas del pasado siglo XX, el flamenco, como práctica musical disruptiva, industrial y netamente urbana, ha incorporado una conciencia estética e instrumental integral, convergente hacia una suerte de creación colectiva total, apoyada además en un uso intencionado de las nuevas tecnologías y las redes sociales” (Ordóñez, 2020: 135).

Es decir, como en otros géneros de la música masiva, el flamenco se juega también en el terreno de la cultura y de lo social, incluyendo el de la tecnología.

A partir de aquí, el flamenco ha formado y consolidado una posición en la industria, que tiene como consecuencia su inclusión en una serie de estrategias promocionales, que incluyen formatos de visualidad como el videoclip o el spot publicitario. En este episodio de la industria musical, esas propuestas estratégicas se construyen entre los artistas, los grupos y los miembros de las discográficas y sellos, conocedores de la relación con los distintos públicos y cómo los formatos visuales se insertan en los distintos medios y redes sociales. Con ello, se ha producido un enriquecimiento por su inserción en la ecología mediática globalizada, como puede comprobarse con la expansión de su imaginario en las campañas de Cruzcampo, *Con mucho acento* (2021) o *Gitana* (2023).

En este contexto, el videoclip resurge como un texto adaptable a todas las músicas, un formato de experimentación con gran centralidad y ejemplaridad para otros textos audiovisuales (Sedeño-Valdellós et al., 2016). Su uso en la música flamenca -y en el nuevo flamenco- no ha sido preferente y con frecuencia ha estado lastrado por sus formas más convencionales (Sedeño-Valdellós, 2003), con una mayoría de videoclips performance, alejándose de representaciones más arriesgadas, y confiando en que la actuación transmite a cámara de manera directa la fascinación del flamenco (Sedeño-Valdellós, 2021): la actuación parece convertirse en el más importante objetivo de los videoclips de flamenco. Sin embargo, el flamenco es impuro por naturaleza, -no tiene solo una raíz cultural- como dice Cruz-Lapeña (2019): “está claro que el flamenco dispuesto y capaz de llegar a las masas en el siglo XXI, es femenino

y milenial. Y está mezclado con otras músicas”. Esto insiste en la naturaleza híbrida y no únicamente tradicional del flamenco, en tanto que, como otras músicas trata de mezclarse con otras músicas y sus manifestaciones asociadas.

El videoclip utiliza un lenguaje visual que fusiona música, imagen, moda, y en muchos casos, aspectos teatrales o cinematográficos en forma de una dramaturgia visual, tan elaborada que permite toda una construcción discursiva a la medida de los agentes de la industria musical. Ello lo convierte en un medio de búsqueda y representación de identidad con el que se construye la relación con las audiencias fans, a la vez que se crean metanarrativas de las personas musicales, es decir autorretratos a largo plazo, para construir una imagen completa del artista, basada en una mezcla de elementos ficcionales, tramas y motivos en torno al género musical. Todos estos aspectos definen una identidad visual y componen un autorretrato y autopresentación a través de patrones de continuidad que aparecen en todos los textos visuales asociados (Auslander, 2019; Hansen, 2019). En resumen, recoge variadas herramientas para diseñar estrategias: el flamenco podría aplicarlas para llegar a su público y todo tipo de audiencias.

El objetivo de este trabajo es conocer las estrategias y recursos audiovisuales que se emplean mayoritariamente en los videoclips de Califato $\frac{3}{4}$, empleando un análisis que abarca desde los tipos de videoclips (narrativo, conceptual y performance o su combinación mediante los mixtos), a criterios como las acciones de personajes, su gestualidad y rasgos. De manera paralela, se desea analizar su simbología para intentar definir un universo estético, compuesto de una fusión de referencias, que híbrida el flamenco con otras propuestas más recientes de diversa procedencia.

2. MÉTODO Y MATERIALES

2.1. El grupo de música Califato $\frac{3}{4}$

Califato $\frac{3}{4}$ es un grupo musical sevillano que mezcla punk, rock, flamenco y música electrónica, en lo que algunos llaman “folclore futurista” (Leal, 2020). Sus miembros, provenientes del sello BreakingBass Records y otros colectivos de la ciudad, hibridan estos estilos con el reggae y la psicodelia y admiten unas raíces que ellos mismos aceptan se encuentran en las raves y las reuniones entre amigos: “El breakbeat es folclore andaluz de mi época” (Camprubí Bueno, 2020). Las influencias musicales del grupo vienen desde la escena inglesa del breakbeat (ritmo roto) que se caracteriza por un compás de 4/4, que permite ritmos sincopados y polirrítmicos, como los del flamenco, por lo que su hibridación deviene natural. Con ello abren su estética a lo oriental, tal como parece que muchos de sus palos contienen gracias a los gitanos, que transmitieron la influencia morisca al flamenco (Llorent-Bedmar y Cortés Vázquez, 2023; Oberlander, 2017).

Por tanto, cuentan con un amplio territorio musical que les permite una gran diversidad en sus canciones. A pesar de ser reconocible claramente en su música, ellos niegan que se encuentren en la órbita flamenca: “El flamenco es algo que hackeamos e incorporamos a nuestro imaginario, pero ni es lo que hacemos ni estamos capacitados para ello” (El Independiente, 2021). A pesar de estas declaraciones en las que se evita la etiqueta de flamenco, el grupo se elige para este trabajo, precisamente para indagar en estas contradicciones, y conocer la medida en que estas fusiones se encuentran presentes en los formatos visuales -videoclips- asociados a su música. De hecho, junto a ello, emplean todo un imaginario asociado: se citan

fiestas populares como la Semana Santa, y todo tipo de instrumentos propios del folklore andaluz, muy extenso y diverso en cada provincia. Se definen como un grupo de la escena underground que trabaja el cacharreo (Leal, 2020).

En términos políticos, puede relacionarse a Califato $\frac{3}{4}$ con el andalucismo, un movimiento que tiene una preocupación por la identidad andaluza y que reivindica la necesidad de autogobierno para esta región (Washabough, 2005; Steingress, 2003). En la actual nueva ola del llamado andalucismo cultural, en el que confluyen algunas vertientes de naturaleza política con una línea de izquierdas cercana al nacionalismo andaluz, de raigambre arabista (Venegas, 2024), reconocible en ciertos pensadores históricos (Caba Landa y Caba Landa, 1988): esto se observa en el orgullo que muestran en letras por el habla y el acento andaluz, y en el uso en sus declaraciones del Epa, -estándar pal andaluh (<https://andaluh.es/es/epa-2/>)- del colectivo Epa (Er prinçipito Andalûh).

En su producción, es conocida su canción *Crítto de lâ Nabahâ*, un remix de la marcha de *Semana Santa Eternidad*, de Rosario de Cádiz, además de la influencia del casi himno, muy famoso en Sevilla, *Semana Santa Break Beat*, de Delaygurrud, que une este tipo de música con la marchas de Semana Santa. Sus discos hasta la fecha son *L'ambôçça* (2018), *Puerta de la Canne* (2019) y *La contraçeña* (2021), que han producido y lanzado en colaboración y con otros colectivos. Es explícito un interés de la banda por cuidar la construcción de una identidad visual: las portadas de disco, la cartelería y el apoyo visual en forma de videoclips o postales de soporte para canciones sin clip en YouTube.

Califato 3x4 ha visto recompensado su trabajo con la reacción del público desde sus comienzos. El nombre los relaciona con el compás $\frac{3}{4}$, principal del flamenco, junto al $\frac{6}{8}$ y una referencia a un período histórico de Al Andalus (711-1492), el Califato de Córdoba, estado musulmán andalusí que se desarrolló desde 929 a 1031. Esta herencia histórica la reivindican desde la mezcla cultural y musical en su Manifiesto: “Escondida como la historia andaluza, nuestra algarabía sociocultural presente desde el siglo VI, que ha sido amputada de nuestra historia, excluyendo y marginando al pueblo negro, gitano, musulmán y judío. El Califato es nuestra mezcla y nuestra memoria” (ICAS, 2025). Según aparece en su Manifiesto, se comprometen a:

1. Explorar el cante andaluz y la música andalusí desde una doble óptica, la respetuosa y la irreverente.
2. Abrir nuevos caminos de temperamento flamenco desde el conocimiento de las raíces.
3. Combinar música electrónica de todo género con sonidos arraigados a la idiosincrasia andaluza incorporando referencias que van desde los romances judeo-cristianos a la música cañí.
4. Desarrollar la creatividad del compás de $\frac{3}{4}$, $\frac{6}{8}$ y $\frac{12}{8}$ propio de los palos flamencos marcando el carácter único de nuestros silencios y contratiempos.
5. Reinterpretar los más variados palos flamencos para que surjan nuevas formas de expresión.
6. Expandir el mensaje del Califato $\frac{3}{4}$ a través de la experimentación en la vida y en las artes, construyendo una nueva identidad.

Califato $\frac{3}{4}$ son un grupo atento y ocupado en la interacción de su música con los medios, lo que demuestra su producción de videoclips, pero también el trabajo con

otros grupos de la escena sevillana, el cuidado del vestuario en sus actuaciones (como en el caso de la gala del Día de la Comunidad Autónoma Andaluza, el 28 de febrero de 2025). Se asume, así, que sus videoclips son productos visuales que hibridan elementos procedentes de variadas fuentes del imaginario, y que son coherentes con las apariciones públicas de este grupo, especialmente preocupado por la repercusión de todas sus presencias mediáticas en un contexto cultural transmedia, donde lo promocional, los eventos en directo y las apariciones variadas en medios interactúan para generar textos-estrella completos (Maaso, 2018; Pérez-Ordóñez et al., 2024).

2.2. Metodología y muestra

Se ha recurrido a la recopilación del material en forma de videoclip, a su registro y análisis con un enfoque de metodología de discurso multimodal (ADM) y la socio-semiosis de Jewitt (2009). Los casos se examinan en distintos niveles visuales y sonoros como parte de un contexto audiovisual complejo, propio de la naturaleza transmedia del ecosistema cultural, donde los contenidos en formato videoclip están en constante hibridación y evolución hacia formas más holísticas como los álbumes, que son *storytellings* (Scolari, 2013), metanarrativas o textos-estrella (Goodwin, 1992), caracterizados por su coherencia. Otros estudios similares se encuentran en Sedeño-Valdellós (2024), Pérez-Ordóñez, Castro-Martínez y Torres-Martin (2025) y Sedeño-Valdellós (2021).

El objetivo es acercarnos a los videoclips del grupo para atenderlos como productos de la fusión musical que el grupo representa, mediante un análisis de códigos audiovisuales, tipos de videoclips, simbología y referencias se presenta con un carácter exploratorio.

Su muestra es el universo de todos los videoclips oficiales de la banda, un total de veinticinco. La información completa de estos se encuentra disponible en la Tabla 1. Como variables se han analizado los tipos de videoclips, para conocer la estrategia comunicativa (desde lo performativo hasta lo conceptual o lo narrativo), los espacios, ambiente y entorno físico, así como los elementos visuales, símbolos y figuras retóricas, para realizar un acercamiento temático que resulte significativo para describir la singularidad de la visualidad de la banda. Además, se explora la existencia de elementos intertextuales o citas, y se localizan interconexiones entre la letra y la banda visual de los vídeos, sin que este aspecto sea exhaustivo, debido a su complejidad.

Tabla 1. Muestra de videoclips de Califato 3/4

Videoclip. Duración	Link de visualización	Album y fecha de estreno	Tipo de videoclip	Elementos destacados
Êcclabô de libertá. 8.50	https://www.youtube.com/watch?v=8bGm6O6ih7M&list=PL9gvod6bqgl1sS4EW309pa9r7cL6NHbPf	Êcclabô de <i>Libertá</i> . 11 octubre 2023	Narrativo	Puesta en escena futurista. Planeta Nueva Andalucía. Intertextualidad
Fandango de Carmen Porter 5.22	https://www.youtube.com/watch?v=qt0ulREFUSw	<i>La Contraçaña</i> . 13 noviembre 2020	Narrativo	Blanco y negro. Historia con visión fatalista Motivos visuales rurales

Videoclip. Duración	Link de visualización	Album y fecha de estreno	Tipo de videoclip	Elementos destacados
Bulería del Aire acondi- cionado. 3.35	https://www.youtube.com/watch?v=UyTYMJbCvOY	<i>Puerta de la Cânne</i> . 22 noviembre 2019.	Narrativo- performance	Motivos de referencia árabico andaluz. Puesta en escena de época Caligrafía árabe
Hâmbre de Çangre. 3.54	https://www.youtube.com/watch?v=dpV2obMGbec	<i>L'ambôcca</i> .. 12 abril 2019	Conceptual	Intertextualidad Motivos marianos Sevilla como tema Efectos de composición
L'ambocçá. 3.45	https://www.youtube.com/watch?v=qtKzSwzw7no	<i>L'ambôcca</i> . 4 de diciembre 2018	Conceptual	Componente documental Fiesta
Tó ba a çalîh bien mamá (feat. Queralt Lahoz). 4.05	https://www.youtube.com/watch?v=JUmFy4S6U9M	<i>La Contraçêña</i> . 21 de abril de 2021	Conceptual- performance	Fiesta Motivos andaluces Colaboración con Que- ralt Lahoz
Çambra der Huebê Çanto. 4.50	https://www.youtube.com/watch?v=8n3TpTqt00	<i>La Contraçêña</i> . 4 de diciembre 2020	Narrativo	Motivos marianos Cantantes protagonistas Semana Santa
Te quiero y lo çabe. 3.52	https://www.youtube.com/watch?v=MIUUN54EYrg	<i>La Contraçê- ña</i> . 11 febrero 2021	Narrativo/ performance	Motivos marianos, cultura rave Intertextualidad Semana Santa
Lô amantê de Çan Pablo 8.58	https://www.youtube.com/watch?v=rkIOKw7KyW8	<i>La Contraçêña</i> . 17 de mayo 2022	Narrativo- performance	Fiesta Motivos marianos, andaluces Intertextualidad: Romeo y Julieta
Pascual Marquez 33. 6.13	https://www.youtube.com/watch?v=Lba3-WOS7AQ	<i>La Contraçêña</i> . 14 de septiem- bre de 2021	Conceptual- performance	Sevilla como tema Motivos andaluces Fiesta Intertextualidad Semana Santa
Ruina. 4.20	https://www.youtube.com/watch?v=CIHpKA5e1gs	<i>Puerta de la Cânne</i> . 16 de octubre de 2020	Narrativo- performance	Componente teatral Cantantes protagonistas
En bûcca y câttura. 3.36	https://www.youtube.com/watch?v=zQ9thBEdy44	<i>Puerta de la Cânne</i> . 2 de octubre de 2020	Narrativo	Fiesta Motivos andaluces
Arpexin. 4.11	https://www.youtube.com/watch?v=ZXyVLY-BV10	<i>L'ambôccá</i> . 6 de febrero de 2019	Conceptual	Found footage Motivos andaluces Cultura rave

Videoclip. Duración	Link de visualización	Album y fecha de estreno	Tipo de videoclip	Elementos destacados
La bía en roça. 3.47	https://www.youtube.com/watch?v=2NfEdBAXBGc	<i>La Contraçeição</i> . 22 de enero de 2021	Conceptual	Grafismo Motivos andaluces Caligrafía árabe Ornamentación andalusí
Andaluçe yorá (Hiero- fanía de los moriscos y el gran expolio). 6 min	https://www.youtube.com/watch?v=h3ZLXmWVKIA	Êcclabô de <i>Libertá</i> . 19 de enero de 2024	Conceptual- performance	Motivos visuales como flores, guitarra, traje de flamenca... Componen- te teatral Cultura rave
Ar-Xapah. 3 min	https://www.youtube.com/watch?v=EzXs8e7CoI0	<i>L'ambôccá</i> . 11 de octubre de 2019.	Conceptual	Imagen generada Caligrafía árabe
Er Camión de lô Elão. 2.45	https://www.youtube.com/watch?v=7Udzn-shf7E	<i>La Contraçeição</i> . 22 de mayo 2021	Conceptual- performance	Componente documental Caligrafía árabe Fiesta Motivos visuales andaluces
Ecô der Dormío 2.39	https://www.youtube.com/watch?v=XpFbtidL50c	<i>La Contraçeição</i> . 7 de julio 2021	Conceptual- performance	Componente documental Imagen generada glitch y efectos de composición Cultura rave y psicodelia Caligrafía árabe
Dime dón bã-A bemdêh tomatêh. 3.57	https://www.youtube.com/watch?v=MQPY5IL3Kk	Êcclabô de <i>Libertá</i> . 29 de febrero de 2024	Conceptual- performance	Componente documental Grafismo Imagen generada Caligrafía árabe
Pipa del Elefante. 3.50	https://www.youtube.com/watch?v=0xdYMuRy12s	Êcclabô de <i>Libertá</i> . 29 de febrero de 2024	Conceptual/ performance	Componente documental Imagen generada Grafismo Glitch y efectos de composición Caligrafía árabe Cultura rave y piscodelia
Xancla Levantá 3.42	https://www.youtube.com/watch?v=0xOWC0G2BHI	Êcclabô de <i>Libertá</i> . 3 noviembre 2023	Conceptual/ performance	Colaboración con No me pises que llevo chancas Grafismo Imagen generada Componente documental Glitch y efectos de composición Caligrafía árabe

Videoclip. Duración	Link de visualización	Album y fecha de estreno	Tipo de videoclip	Elementos destacados
Libre Çoy. 7.53	https://www.youtube.com/watch?v=h6pjn8t53R8	Êcclabô de <i>Libertá</i> . 28 febrero 2024.	Narrativo/ performance	Futurismo Idea de Andalucía Colaboración con Lole Montoya Intertextualidad: Mad Max y otras...
De la fron- tera. 4.09	https://www.youtube.com/watch?v=xYsYFmj0kWY	Êcclabô de <i>Libertá</i> . 29 de febrero de 2024	Conceptual- performance	Colaboración con Abo- cajarro y Carmen Xia Componente Documental Cultura rave y psicodelia Glitch y efectos de composición
Vampiro Güeno. 3.20	https://www.youtube.com/watch?v=QLNgB6Tuxfl	Êcclabô de <i>Libertá</i> . 29 febrero 2024	Conceptual- performance	Intertextualidad: animación Efectos de composición Cultura rave y psicodelia
Çegaora. 5.48	https://www.youtube.com/watch?v=QUxnLUtMYvg	Êcclabô de <i>Libertá</i> . 4 de diciembre de 2023.	Conceptual- performance.	Colaboración con Pilar Távora y Angeles Ruso Referencia a la historia del teatro andaluz Motivos andaluces

Fuente: Elaboración propia.

3. RESULTADOS

En los párrafos siguientes se presentan de manera diferenciada los principales resultados, desde los tipos de videoclips, hasta la simbología y los patrones visuales y temáticos. En ellos se destacan ciertas uniformidades en torno a la aparición como escenario de la ciudad de Sevilla, sus personajes e historia, el uso del motivo mariano, las referencias a la cultura electrónica, la fusión musical o la reivindicación de la cultura andaluza.

3.1. Formato y materiales. Tipos de videoclips

El conjunto de vídeos analizados destaca por su diversidad. Sorprende la riqueza de planteamientos de puesta en escena y tipos de materiales que conforman estas producciones y cómo se alejan de las tendencias de visualidad de este género, que priman o limitan la puesta en escena a la grabación de la performance (Sedeño-Valdellós, 2020).

En primer lugar, hay una gran cantidad de videoclips conceptuales clásicos (5), en los que se despliega un montaje poético: basados en asociaciones de imágenes o momentos/postales visuales, presentan a unos personajes que realizan acciones, sin que puedan describirse estas como una narrativa de tipo tradicional.

En esta categoría destacan algunos casos en los que se emplea material documental inédito o desconocido, y utilizado como material *footage*, con montaje desigual y azaroso a través de toda la pieza: esto ocurre en *Hambre de Çangre* (dirigido por Claudia

Ihrek, artista visual), *Arpexin* y *L'amboccá*. Especialmente en la primera y la última se mezcla con material documental de grabación de sesiones de ensayo, composición y grabación en grupo de la banda. Este material es muy desigual y su relación con la canción base del videoclip se limita en muchos casos en el cambio de plano al corte al ritmo de la canción.

De igual manera, es conceptual *La bía en roça*, basada en el tema de Edith Piaf y la canción *Tú vienes vendiendo rosas* de Enrique Morente, y presenta una serie de símbolos de la cultura andaluza mezclado con elementos de animación, que apuntan a las prácticas de fumar marihuana, el consumo de drogas, quedarse hasta el tercer día...

Arpexin es un videoclip donde el grupo cede el protagonismo a Los Voluble, colectivo audiovisual andaluz que trabaja el *mashup*, práctica cultural que combina y cita obras de diversa procedencia. Los diversos ejemplos de montaje a través de remix usan material de registro visual con una edición muy sintética y rápida, en una operación de postproducción que remite a la creatividad colectiva del meme y la viralidad (Bourriaud, 2004; Jenkins, 2006). Es un ejemplo excelente del eclecticismo que proclaman en su Manifiesto, y una operación de apropiación y reciclaje cultural que hace referencia a las primeras y segundas vanguardias del siglo XX. En este clip, destaca la asociación de elementos conceptuales: el cuerpo de la bailaora flamenca, concentrada, se edita con mujeres vistiéndose con un burka y *videofootage* de fiestas de carnaval y otras celebraciones populares, como romerías, procesiones, etc. La riqueza de las asociaciones y su sincronización con las diversas texturas musicales está llena de tratamientos irreverentes o desprejuiciados, como cuando se ve bailar hacia adelante y atrás a los portadores de una imagen religiosa, vestidos de nazarenos. Esta obra ha sido editada con vídeos del Atlas de Patrimonio Inmaterial de Andalucía y cedida a dominio público.

En cuanto a los videoclips narrativos (4), se remiten visualmente a variados universos cinematográficos reconocibles, entre ellos las películas de ciencia ficción como *Solaris* o *Alien* junto a la serie B de *Star Trek* o *Barbarella* en *Ecclabo de Libertá*, aprovechando la reciente moda y revival de la estética de los años ochenta, que también utilizan series como *Stranger Things*. El peplum o película histórica se encuentra en †† *Çambra der Huebé Çanto*. En el vídeo se prepara una contradicción entre lo visual y lo sonoro: su título (adaptación de Zambra, Fiesta para los moriscos, con bulla, regocijo y baile) encuadra una canción que usa una analogía de la persecución y crucifixión de Cristo, como historia visual, y tiene como protagonistas a los dos cantantes del grupo.

En el vídeo en blanco y negro *Fandango de Carmen Porter*, dirigido por Nono Ayuso, se cuenta una historia dura, encuadrada en unas salinas propias de muchas ciudades costeras andaluzas, de las que sus habitantes dependen para su subsistencia. El dolor y la estética cruda del campo y el oficio de artesano -cuya supervivencia aparece siempre puesta en duda o en peligro-, se encuentran en este videoclip en blanco y negro, lleno de imágenes visuales envolventes, icónicas e incluso oníricas, con cierto aire teatral de inspiración lorquiana. Por otro lado, destaca el trabajo sobre la composición de los planos, que encierra a los personajes en posiciones extáticas a menudo triangulares, junto a un empleo de objetivos de gran angular, que deforman los objetos del encuadre para darles mayor presencia. Abundan los primeros planos contrapicados que componen connotativamente las imágenes.

En otros vídeos, la banda imagen ilustra la letra: en *Lô amante de Çan Pablo* se presenta a dos personajes que se conocen y se enamoran. Es un romance que termina

trágicamente, siguiendo la línea de historias prototípicas como Romeo y Julieta: “No importan las consecuencias. Voy a fugarme contigo, aunque yo pierda la herencia”.

El protagonismo de los cantantes -Manuel Chaparro y Curro Morales- se encuentra en muchos otros, bien como personajes en la historia (*Çambra de Hueve Çanto o Ruina*), bien en videoclips narrativos con una parte performance como *Te quiero y lo cabe* o *Bulería del aire acondicionado*, donde se plantea una especie de cuento con la invención de un aparato para luchar contra el calor en la Sevilla calurosa de estío. Este videoclip de época se desarrolla junto a un elemento disruptivo: el inventor protagonista es un personaje femenino. En la mayoría de los performance-conceptuales (11), se establecen episodios donde los miembros del grupo se suman a la puesta en escena, normalmente con un tono lúdico o festivo: en *Pascual Marquez 33*, se disfrazan de tipos característicos de la historia de Sevilla, recorriendo enclaves famosos. Tanto los videoclips conceptuales, como los narrativos destacan por el alto número de localizaciones diferentes, lo que permite dar un dato sobre la complejidad de la producción.

Sin embargo, esto es así especialmente en los videoclips de tipo mixto -(16)-, la mayoría, con cinco narrativo-performances y once conceptual-performance. Este dato proporciona una idea de cómo los componentes del grupo se involucran en la promoción, retratándose a menudo como testigos de la historia narrada, como comentaristas, como contrapunto o como actores en ella, mientras realizan su actuación: así destacan *Te quiero y lo cabe* y *Lô amantê de Çan Pablo*. Otras interpretaciones visualizadas junto a componentes conceptuales o narrativos se basan en la colaboración con otros artistas, confiándoles toda la performance, como en *Tô ba a salí bien, mamá*, con Queralta La Hoz o *Libre Çoy* con Lole y Manuel. La apuesta por incluir en los vídeos la performance de otros artistas dirige la atención a ese intento por lo colectivo, por el carácter grupal que puede comprobarse como tendencia en todas las piezas.

Por último, se quiere subrayar la disparidad de materialidades de los videoclips, que emplean grabaciones caseras, texturas de baja resolución, *found footage* y todo tipo de animaciones digitales cercanas al grafismo, y que caracteriza a videoclips como *Pipa del Elefante*, *Chancla Levantá*, *Arxapah*, *Eco der Dormio*, *Vampiro Güeno* o *No inno de Andalucía*. En definitiva, materiales visuales alejados del mainstream anglosajón y cercanos a estilos musicales como la música electrónica y el punk, con un objetivo de crítica cultural (Graham, 2006; Fournier, 2019), en los que se comprueba un carácter underground, *trashy* y de gran libertad discursiva.

3.2. Simbología y patrones visuales y temáticos

En primer lugar, en la mayoría de los videoclips existe una representación de situaciones de sociabilidad, incluidas en un ambiente relajado, fiestero y lúdico: los momentos de amistad, la reunión de amigos y la juerga resultan ubicuos. A menudo, el baile/danza se incluye en ellos, normalmente dentro de la parte específica performance. Estas celebraciones y reuniones se producen dentro de muchos tipos de espacios, aunque preferentemente aparecen en lugares del extrarradio, bajo puentes de autovía (*En bucca y cattura*) o en parquecitos cercanos (*Lô amantê de Çan pablo*) donde se aprovecha para presentar una serie de relaciones -amistad, amor- entre grupos de jóvenes. La temática fiestertera parece apuntar a una especie de rito social relevante en los contextos de casi todos los videoclips: esto puede ocurrir en los alrededores urbanos o en el barrio, en todo el videoclip como en *Tô ba a çalí bien, mamá* (feat. Queralta Lahoz) o *En bucca y cattura*, o sólo en alguna parte (*Ecclabo de la liberta*). En otros vídeos existe un gusto por el ambiente nocturno con neones

e iluminación de carretera o ritos (*Te quiero y lo çabe, Lô amantê de Çan Pablo...*). De hecho este componente proveniente de la cultura rave -fiestas de música electrónica-, aparece en gran cantidad de elementos de la muestra -especialmente en los últimos de la tabla puede comprobarse-, unido a una estética psicodélica de glitch y composiciones de imagen, que produce texturas visuales complejas, dando lugar a casi un tipo específico de clip, de una factura visual de menor recorrido, no directamente narrativos. Puede afirmarse que estas piezas han resultado de condiciones de producción con menor presupuesto, pero son coherentes con las afirmaciones del grupo sobre su hibridación con otros estilos y escenas musicales.

La ciudad de Sevilla, capital andaluza, tiene un especial protagonismo, convirtiéndose en tendencia temática o simplemente fondo, aunque claramente reconocible. Tanto en entrevistas como en escritos se menciona la ciudad que parece inspirarles y a la que dedican bastantes referencias: su idiosincrasia y su geografía se incluyen en variados videoclips. El Guadalquivir aparece en *Pascual Marquez 33*, cuando, vestidos de gitana, viajan en barca junto a la mascota de la Exposición Universal del 92, Curro. De igual manera, *Hambre de Çangre* recoge muchos de los rincones de la ciudad, y lo hace tanto en el material grabado, como citando y utilizando material de video del documental experimental *Sevilla en tres niveles* (1979) de J.S. Bollaín. La referencia va más allá de la cita para ser una incorporación y reivindicación de la época más subversiva de la ciudad, centro de un movimiento hippie y contracultural -la movida de Sevilla-, reconocido en todo el territorio español.

En *Bulería del Aire acondicionado* se hace referencia a las temperaturas record de la capital andaluza y se sitúa la parte performance en un jardín con arquitectura andalusí de los que Sevilla está repleta. En *Pascual Marquez 33* los artistas se suben al autobús turístico en el barrio de Los Remedios, pasean por parques urbanos o por la Feria de abril de Sevilla (de hecho el título es una dirección del Real) y se disfrazan de personajes del ambiente e historia sevillana, como la Duquesa de Alba o Santa Justa... (Figura 1).

Figura 1. Localizaciones y personajes de Sevilla en videoclips de Califato 3/4



Bulería del aire acondicionado



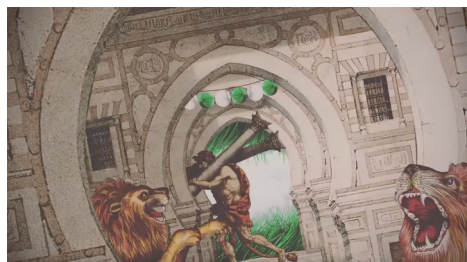
Pascual Marquez 33

Lo andalusí y las alusiones a la época de dominación musulmana resultan otro gran núcleo de referencia para motivos. Esto se concreta especialmente en el videoclip *Bulería del aire acondicionado*, donde se presenta la historia de una ingeniera mujer que consigue inventar un aparato para refrescar las horas del Califa o señor árabe de la casa... Las especias, la comida, la fuente central del patio de la casa y su característica ornamentación con patrones geométricos e inscripciones caligráficas en cerámica o yeso, pueblan y sazonan toda la acción del clip, de cuidada producción y puesta en escena.

También en *La bia en rosa* se emplea la composición de estos motivos en capas visuales: estrellas nazaríes, María Inmaculada en un altarcillo callejero, monumentos andalusíes, muñecas folklóricas y patios trianeros se mezclan en esta fantasía visual en forma de animación. La caligrafía árabe es frecuentemente utilizada tanto para los

intertextos como para los créditos de principio y final de muchos de los clips (*Arpexín, Ruina, Dime dón bâ-A bemdêh tomatêh, Xancla Lebantá, Pipa del Elefante, Ecô der Dormío, Er Camión de lô Elào*) (Figura 2).

Figura 2. Localizaciones y personajes de Sevilla en videoclips de Califato 3/4



La bia en roça



La bia en roça



Bulería del aire acondicionao

La riqueza de referentes andaluces se reúne especialmente en un par de motivos visuales, recurrentes en toda la videografía. El primero de ellos es la Virgen María o figura de la madre redentora, que destaca en hasta seis casos: *Hambre de çangre, Te quiero y lo çabe, Fandango de Carmen Porter, Çambra der Huebê Çanto, Lô amantê de Çan Pablo* y *La bia en roça*, aunque esta última en forma de figura en altarcitos, sin representación ficcional.

En ellos, la iconografía relacionada con la Virgen se desplaza desde la canónica hasta la representación subversiva: en la mayoría de ocasiones se produce empleando su figura como revulsivo transformador o con un toque irónico o sobrenatural, y siempre humanizándola: en *Hambre de çangre*, la virgen negra de carne y hueso, deambula o realiza una deriva por Triana, el Guadalquivir y otros enclaves y parece convertirse en una visión o en un sueño e hilo conductor de multitud de imágenes documentales que unen la Sevilla actual con la de años de la explosión de la contracultura.

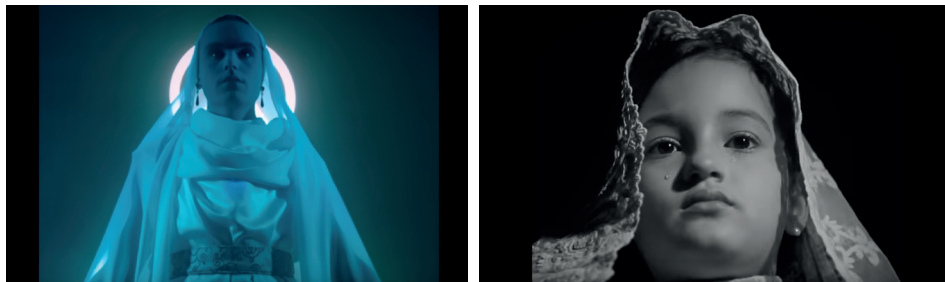
En *Fandango de Carmen Porter*, la virgen niña -resucitada- se aparece a modo de montaña a su padre, pero también llora sangre cuando él se queda ciego por el dolor y la pena por su hija muerta. En *Lô amantê de Çan Pablo*, solo se intuye la imagen de la Virgen detrás del velo de la novia.

Su aparición a quienes van a ser crucificados se encuentra también en *Çambra der Huebe Çanto*, que incluye una personificación como madre, invocada para conseguir la salvación después de la tortura y crucifixión tal como parece referir la letra: *Mi madre está to'el día rezando, ella es cristiana, mora y judía (...) su nombre es Andalucía*". El videoclip se rodó en Tabernas (Almería) para ambientar cualquier poblado del Nuevo Testamento y pone en escena a personajes de toda época y condición,

desde guardias civiles, Darth Vader, o terroristas, hasta zombies, y pone el acento de nuevo en los vocalistas, Curro Morales y Manuel Chaparro.

En *Te quiero y lo çabe*, con homenaje incluido al *Quiero verte* de Los Sobraos a ritmo de breakbeat, María se convierte en figura modelo de transformación y travestismo para el protagonista: de hecho la Virgen María es la figura básica del travestismo en la tradición de la Semana Santa, con multitud de advocaciones tanto en vírgenes de gloria como las que se encuentran en este período del calendario católico, muy numerosas y diferentes en la geografía de Andalucía. Los dibujos y esculturas que realiza el propio personaje indican que la virgen escogida es la Macarena. Con este planteamiento de unión del discurso transgénero y la iconografía mariana se materializa una historia cargada de contenido, que protagoniza el intérprete sevillano C. Carvento. Si María es el cuerpo desmaterializado por completo de todos los atributos de género en todas las advocaciones cristianas (tan vestida y engalanada que apenas se atisba su cuerpo; un cuerpo que, además, desiste de sus funciones de género tras haber dado a luz a Cristo), el personaje protagonista modifica su cuerpo mediante la cirugía para transformarse en ella, para “fundirse” con ella. Todo en un contexto de soledad creadora (es dibujante y escultor en un espacio dominado por la oscuridad y las luces de neón) y fiestas raves, que no elude el consumo de drogas. El videoclip ha fusionado aquí la imagería mariana, la cultura electrónica y la temática trans, bajo el paraguas del proceso creativo que es el hilo conductor de la pieza. Algunos recursos visuales llevan a audiovisualizar este éxtasis mariano del personaje: los montajes en flashes de la imagen de la virgen y de un plano medio del personaje tan rápidos que se unen en la visión del espectador. En este trascurso, se aprovechan al máximo narrativamente las posibilidades de ciertos objetos, en fases y procesos del protagonista: las medallas, los pendientes, el velo, el corazón latiente que guarda entre sus manos... desarrollan e intensifican el proceso de exaltación del protagonista en su viaje (Figura 3).

Figura 3. Representaciones marianas en varios videoclips



Todos estos ejemplos suponen desviaciones de la norma: la virgen negra vestida con gasas y corona ladeada sobre la cabeza de *Hambre de Çangre*, la virgen niña de *Fandango de Carmen Porter*, la esbelta y erótica de *Çambra de Hueve Santo* y la trans de *Te quiero y lo çabe*.

Junto a ellas, otra representación de género que desafía los roles tradicionales y religiosos de la mujer, se abre paso: la de la chica joven, empoderada y libre de prejuicios, igual que los chicos de su edad. Esto ocurre en *En bucca y cattura* o *Lô amantê de Can Pablo*. Ambos vídeos se desarrollan en un ambiente de algarabía, fiesta en grupos sociales de jóvenes donde las chicas se comportan y se retratan en igualdad -al menos aparente- con los jóvenes de sexo masculino. Algo que constituye otro elemento unificador de muchos de los videoclips. Como se mencionaba

anteriormente, los ambientes festeros predominan, con los miembros del grupo junto a personajes jóvenes -en algunos casos los actores se repiten-. En *En bucca y cattura* se representa una historia de amor tormentosa entre dos chavales en lugares de ocio y donde se vive a golpe de moto y caballo. La relación hombre/mujer se produce en términos de igualdad.

Siguiendo con este tema, la identidad andaluza supone otro núcleo temático de los videoclips analizados, de manera transversal. En este sentido, *Ecclabo de libertà* propone una ficción imaginaria donde la patria andaluza es una especie de mito primigenio, edén al que regresar e incluye la historia de un despertar o transformación a través de un elixir. En él, los miembros del grupo van a bordo de la Nave Califal, donde llevan un Objeto Místico de incalculable valor, la esencia de la Vieja Andalucía, que traspasan a un nuevo cuerpo, para resucitarlo. La apariencia, duración y la inclusión de episodios lo acercan al formato cortometraje, en el que la primera parte y la última cuenta con sonido diegético de diálogos: el relato de ciencia ficción incluye una nave espacial, la visualización cenital de una ciudad muy parecida a Sevilla, y un personaje que despierta gracias a un elixir. La figura de la Virgen está presente en una narración propia de la ciencia ficción, con un mensaje de valores futuristas.

En las letras, también puede observarse: “Mi madre está tó el día rezando. Su nombre es Andalucía”, en *Çambra de Huebé Çanto*, es un ejemplo de ello. En *Bulerías del Aire acondicionado*, la acción se desarrolla en una casa bereber donde los motivos geométricos de la arquitectura andalusí, los patios, la referencia a las abluciones, el calor típico de los veranos de algunas ciudades andaluzas resulta muy representativos.

En *Andaluçe Yorá (Hierofanía de los moriscos y el gran expolio)* aparecen los claveles, el vestido de gitana, la maleta... todos motivos referenciales de una época en la que los andaluces huían por problemas políticos, o emigraban para escapar del hambre. Como dicen los versos de Miguel Romero Esteo en el poema en el que está basado el tema, con título entre paréntesis: “a Bilbao llevan las lágrimas, a Madrid los lagrimones, y a Barcelona los llantos en ataúd de relojes”. Algunos videoclips como *Arpexin* fueron resultado de una experimentación visual espejo de la canción, compuesta durante un retiro creativo de uno o dos días en una casa rural (Mateu, 2019). Tiene muchas influencias de la cultura rave; igualmente, el vídeo está colmado de motivos de la cultura andaluza como la Torre Giralda, las mujeres cordobesas de los cuadros de Romero de Torres, farolillos de la feria y bailaoras, unidas a ciertas figuras procedentes de otras religiones (personajes pintados de azul del hinduismo) y animaciones mediante técnica de capas con software como After Effects: personajes fumando marihuana, palmas multiplicándose en formas circulares, objetos de la cultura popular como las tragaperras o la muñeca de flamenca típica del salón tradicional español, macetas de patio andaluz, estrellas nazaríes...

Los ideales libertarios presentes parecen tener como referente el pensamiento del andalucismo histórico, y pueden hallarse tanto en la forma como en el fondo en muchos de los ejemplos. En *Ideal Andaluz*, Blas Infante (2015) defiende la existencia de una Andalucía eterna, que ha mantenido un sustrato identitario, y ha sobrevivido a las invasiones históricas a la vez que ha recogido influencias de todas ellas. Este ideal se ha mantenido después (Venegas, 2024). De hecho el autor fijó en la etapa morisca de Al-Ándalus la base del nacimiento de Andalucía como región sociopolítica. En *Ecclabo de Libertá*, ese lugar mítico al que regresar, que mantiene la esencia, se llama *Nueva Andalucía* y está personificada en una chica joven.

Hay videoclips donde aparecen alusiones a la etapa andalusí/morisca como *Bulería del aire acondicionado* o *La bía en Roça*, otras a la romanización (con una versión mariana muy especial) como en *Çambra de Hueve Çanto*. Paralelamente, referencias al campo andaluz (la visión de olivos) están presentes en *Lô amantè de Çan Pablo*, donde los personajes disfrutan de relaciones comunitarias tanto en el barrio como en los grupos de amigos.

Aquí por tanto se disponen referencias a lo mariano, la Semana Santa, la mujer cordobesa, las romerías y ferias, y símbolos transformados para adaptarlos a algún contenido relacionado con la banda, como la versión irreverente en los títulos finales de *Arpexín* de las columnas de Hércules que adornan la Alameda sevillana.

Por último, habría que destacar una referencia narrativa con tintes futuristas en al menos dos casos, ambos del último de sus álbumes, *Ecclabo de la libértá*, publicado después de la pandemia y que los ha acercado al éxito y a audiencias más masivas. Se trata de *Libre Çoy* y *Écclabô de libértá*, ambos videoclips de formato ampliado y aliento narrativo, con introducción y final no musicales. En el primero, se especula con un futuro bajo la emergencia climática donde solo hay agua en Doñana: fue grabado en Almería y el desierto es el fondo para unos personajes que deambulan buscando recursos, como en el film de culto *Mad Max* (George Miller, 1979). El segundo -ya referido- tiene aún una mayor carga ficcional e incluye al grupo: la Nueva Andalucía aparece como salvación para la especie humana.

4. CONCLUSIONES

El objetivo de este trabajo era la búsqueda de estrategias y recursos en los videoclips de la trayectoria del grupo de música Califato ¾, de manera que se describieran ciertos patrones visuales, motivos y símbolos que los definieran, teniendo en cuenta su papel como agentes culturales dinámicos que fusionan estilos musicales convivientes en su entorno -flamenco con otros estilos musicales-.

Los videoclips analizados de Califato ¾ concentran una serie de rasgos que desarrollan visualmente aspectos que el propio grupo ha explicitado en entrevistas, y que resultan coherentes con el espíritu que está detrás de su Manifiesto. En primer lugar, la heterogeneidad a la hora de afrontar la realización de sus vídeos se expone desde la diversidad de los tipos y en su colaboración con artistas musicales de otros ámbitos. La preferencia por lo performativo unido a lo conceptual, no deja atrás el peso de lo narrativo, a pesar de su tradicional dificultad y exigencia de mayores recursos para grupos que están alejados del *mainstream*, como es el caso. El material diverso procedente del *found footage*, la tendencia en muchos vídeos al uso de grafismos, el collage o la composición en capas, construye una impresión visual de complejidad, que deja atrás esa simplicidad de la performance como único recurso, que ha conformado habitualmente la visualidad del flamenco. Formas heterogéneas, recurrencia de motivos visuales, intertextualidad y referencia a mundos culturales ajenos y propios se encuentran en la mayoría de los videoclips de la muestra.

De esta manera, otro modo en que se explicita esta complejidad visual es en el empleo de referencias procedentes de todo tipo de fuentes, pero relacionadas especialmente con la historia de la comunidad andaluza, y que bucean en tipos ligados a un ideal orientalista y popular del imaginario colectivo. Por ello, los motivos del arte neomodéjar, los personajes asociados a estereotipos andaluces (mujeres como sacadas de los cuadros de Romero de Torres, bandoleros, gitanos, bailaoras) pueblan

los videoclips, tanto en forma de animación (dibujos y composiciones de capas de *La bía en Roça*) como en registro fotográfico habitual (*Tó va a salir bien, mama, Andaluçe yorá -Hierofanía de los moriscos y el gran expolio-* o *Pascual Márquez 33*), todos mezclados con motivos procedentes de otros universos visuales. Los motivos visuales referentes a diversas etapas de la historia andaluza son reconocibles en gran cantidad de piezas de la muestra.

De hecho, la vida urbana posmoderna (la cultura de la música electrónica, lo trans) y los espacios de socialidad colectiva toman protagonismo en todo tipo de localizaciones: los encuentros con amigos, la fiesta, el baile y el cante se producen por igual en monumentos, en los barrios, en la periferia urbana (campiñas, ríos...) o interiores (discotecas, casas privadas, patios y cármenes). La diversidad de representaciones de las experiencias de personajes ficcionales y tipos vitales se unen a la visualidad de los cantantes o de todo el grupo.

Monumentos famosos y lugares prototípicos, sobre todo del patrimonio histórico andaluz en la ciudad de Sevilla, enmarcan las puestas en escena, donde los protagonistas realizan su performance/playback a cámara: la elección de esta modalidad en menor medida y su asociación a otra narrativa o conceptual (no existen videoclips únicamente performance), permite afirmar la exigencia de una mayor reelaboración y ficcionalización de la visualidad del grupo. Sólo en escasas ocasiones, se confía en el cantante o cantantes en solitario, y, por el contrario, abundan las disposiciones colectivas o conjuntas; en bastantes ocasiones la totalidad del grupo está presente en ellas, o tiene un rol igualitario en la acción (*Ecclabo de libertá, Pascual Marquez 33, L'amboccá*). El protagonismo de los cantantes se construye particularmente en los videoclips narrativo/performance y conceptual/performance, aunque se combina con una tendencia a la representación de acciones en grupo o colectivas, es decir, por un gusto por momentos de sociabilidad.

Los ideales libertarios se encuentran en videoclips con claro aliento documental que usan material encontrado o *found footage* -material audiovisual procedente de otros proyectos y empleado fuera de su contexto original-: *Arpexin* o *L'amboccá* precisamente se produjeron por colaboración con otros colectivos que abogan por una recuperación de la historia y el folclore andaluz. Otros como *Hambre de çangre* son homenajes a películas emblemáticas del cine andaluz, como *Sevilla en tres niveles* de Juan Sebastián Bollain, referente de la subversión e irreverencia de su director. Junto al uso del EPA (estándar pal andaluh), unas escenografías que tienden a los exteriores claramente reconocibles en enclaves reales de la geografía del sur (especialmente sevillana), relacionan las propuestas del grupo con un interés por realizar una relectura o resignificar la cultura andaluza.

La ironía (ligada a una interpretación exagerada y teatral), el cachondeo, y la fiesta -flamenca, ravera...- rezuman en casi todos los videoclips, como espejo en muchos casos del imaginario fiestero e irónico de las letras. Así la reinterpretación, la risa, la búsqueda de un lado humorístico para su tradición -su ciudad, su historia...- está también en *Pascual Márquez 33*, *Ruina* y otros ejemplos... y sirve para construir el discurso visual de casi todos los videoclips o, incluso, para remarcar una contradicción o disyunción entre la letra y la ficción que se plantea.

Por último, un componente de intertextualidad, de cita a todo tipo de referencias reconocidas de la vida cultural, estética y social andaluza son material para las historias (videoclips narrativos), las acciones de concepto (vídeos conceptuales) e incluso como ambiente de las performances. Todas estas elecciones pueden estar motivadas por facilitar la conexión con el espectador -con sus fans- porque son parte de un

imaginario anterior que une lo flamenco, lo andaluz y lo popular en búsqueda de un estilo propio, que escapa a la pureza, por mucho tiempo deseable según el flamenco tradicional. Por tanto, un último rasgo conclusivo dirige la atención a la circulación de referencias, influencias, motivos en los videoclips de la muestra, lo que caracteriza al grupo y a toda su producción musical y audiovisual -sus videoclips- y los inserta en una etapa de la industria y la producción musical globalizada.

En interacción con otras manifestaciones culturales y a pesar de las resistencias -no nuevas sino ya históricas- el flamenco tiene una dimensión estética -visual- por explorar, que aún no se ha desarrollado suficientemente en los formatos audiovisuales contemporáneos como el videoclip, del que se puede esperar un despliegue de hibridación y creatividad en el futuro.

Financiación

Esta investigación es parte del Proyecto de Investigación Dramaturgia visual, videoescena y creación audiovisual performativa: formas y procesos de interacción entre visuales en directo y artes escénicas. B3. del II Plan Propio de Investigación y Transferencia de la Universidad de Málaga.

Conflictos de intereses

La autora declara no tener ningún conflicto de intereses.

Declaración de uso de IA

No se han empleado herramientas de inteligencia artificial durante la investigación o redacción de este trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

- Auslander, Paul (2019). Framing Personae in Music Videos. En L.A. Burns, y S. Hawkins (eds.), *The Bloomsbury handbook of popular music video analysis*. Bloomsbury Academic.
- Bourriaud, Nicolás (2004). *Postproducción*. Adriana Hidalgo.
- Caba Landa, Carlos y Caba Landa, Pedro (1988). *Andalucía, su comunismo y su cante jondo*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- Camprubí Bueno, Livia. (2020). Conversación con Califato ¾. Sineris. Revista de música. https://sineris.es/entrevista_califato3x4.html
- Cordero Sánchez, Luis Pascual (2015). Flamenco y estereotipos identitarios: el caso del cine flamenco de Carlos Saura en los 80 y los 90. En *III Congreso Internacional de Historia, Literatura, y Artes en el cine español y en portugués* (pp. 104-115). Centro de Estudios Brasileños.
- Cruces Roldán, Cristina (2001). *El flamenco como Patrimonio. Anotaciones a la Declaración de la voz de la Niña de los Peines como bien de interés cultural*. Bienal de Arte Flamenco.
- Cruces Roldán, Cristina (2008). El aplauso difícil. Sobre la “autenticidad”, el “nuevo flamenco” y la negación del padre jondo. En M. Aguilera, J. E. Adell y A. Sedeño, Ana (eds.). *Comunicación y música, vol. II, Tecnología y Audiencias*. (pp.167-211). UOC Press.

- Cruces Roldán, Cristina (2012a). Hacia una revisión del concepto “nuevo flamenco”. La intelectualización del arte. En *Congreso Las fronteras entre los géneros. Flamenco y otras músicas de tradición oral*. (pp.13-25). Universidad de Sevilla.
- Cruces Roldán, Cristina (2012b). Constructos audiovisuales sobre el flamenco: La perspectiva antropológica y la representación del ritual. *Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura*, 9, 1, 479-503.
- Cruz-Lapeña, Silvia. (2019). La verdadera revolución de Rosalía es el videoclip. *Vanity Fair*, <https://www.revistavanityfair.es/cultura/entretenimiento/articulos/rosalia-flamenco-revolucion-videoclip-rocio-marquez-tremendita-antonia-fernandez/37238>
- Fournier, Karen (2019). Détournement and the Moving Image: The Politics of Representation in an Early British Punk Music Video Karen Fournier. Burns, Lori y Hanwkins, Stan (eds) *The Bloomsbury Handbook of Popular Music Video Analysis* (pp. 129-142). Bloomsbury Academics.
- Gallardo Saborido, Emilio J. (2020). Narrativas de ida y vuelta: flamenco, tauromaquia, literatura y diálogos transatlánticos. *Cultura, Lenguaje y Representación*, 24, 75–88. <https://doi.org/10.6035/CLR.2020.24.4>
- García-Peinazo, Diego (2013a). Músicas de la ciudad imaginada. Modernidad identidad y europeísmo en el videoclip y spot de rock andaluz para la campaña Córdoba 2016: ciudad europea de la cultura. *Cuadernos de musicología*, 3, 6-29.
- García-Peinazo, Diego (2013b). Rock andaluz, orientalismo e identidad en la Andalucía de la transición (1975-1982). En J. Marín López, G. Gan Quesada, E. Torres Clemente, P. Ramos López (eds.), *Musicología Global. Musicología Local*. (pp. 759-778). Sociedad Española de Musicología.
- García-Peinazo, Diego (2021). ¿Popular Music Studies en la investigación sobre flamenco? De los (des) encuentros epistemológicos al análisis musical en la canción grabada y la transfonografía. *Anuario musical* 2021, <https://doi.org/10.3989/anuariomusical.2021.76.10>
- García-Peinazo, Diego (2023). Un género en disputa: flamenco, autenticidad y política en las revistas españolas sobre música popular urbana (1962-1976). *Resonancias. Revista de investigación musical*, 27(52), 157-178. <https://resonancias.uc.cl/wp-content/uploads/sites/13/2023/06/8-Resonancias-52-Garcia-Peinazo.pdf>
- Gare, Moira (2017). *Defining the Visual Album by way of Animal Collective's ODDSAC: Identifying the Musicological Exchange between Music and Images based in Audio Visual and Music Video Analysis*. PhD diss. University of Utrecht.
- Goodwin, Andrew (1992). *Dancing in the distraction factory: Music television and popular culture*. Routledge.
- Graham, John (2006). Electronic Dance Music Culture and Religion: An Overview. *Culture and Religion*, 7(1). <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01438300600625259>
- Hansen, Kare (2019). (Re)Reading Pop Personae: A Transmedial Approach to Studying the Multiple Construction of Artist Identities. *Twentieth-Century Music*, 16, 3, 501- 529. <https://doi.org/10.1017/S1478572219000276>
- Haro, Marina y García Mestanza, Josefa (2022). Flamenco as a tourist resource in the main cities. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 5(2), 147-157. <https://www.jthr.es/index.php/journal/article/view/364/626>

- Heredia-Carroza, Jesús, Palma-Martos, Luis y Fernando Aguado-Quintero, Luis (2018). Originalidad subjetiva y copyright. El caso del flamenco en España. *ANDULI, Revista Andaluza De Ciencias Sociales*, 16, 175-94. <https://revistascientificas.us.es/index.php/anduli/article/view/5235>.
- Heredia-Carroza, Jesús, Palma Martos, Luis & Aguado-Quintero, Luis (2019). Flamenco y derechos de autor. El caso de Camarón de la Isla. *Arbor*, 195 (791), a496. <https://doi.org/10.3989/arbor.2019.791n1009>
- ICAS. *Califato ¾. Látreçe puertá*. <https://icas.sevilla.org/agenda/califato-3-4-la-trece-puerta>
- El Independiente. Califato 3/4: El flamenco es algo que hackeamos e incorporamos a nuestro imaginario. *El Independiente*, 2021 <https://cutt.ly/tBkhZpm>
- Infante, Blas (2015). *Ideal Andaluz: varios estudios acerca del Renacimiento en Andalucía*. Francisco Beltrán, librería española y extranjera.
- Jenkins, Henry (2008). *Convergence culture*. Paidós.
- Jewitt, Carey (2009). Different Approaches to Multimodality. En Carey Jewitt, (Ed.), *Handbook of Multimodal Analysis* (pp. 28-29) Routledge.
- Leal, Manuel (2020). Califato ¾ y el grupo que cambió la escena underground. *Neo2*, 21 de enero 2020. <https://www.neo2.com/califato-3x4-andalucia-rock/>
- Llorent-Bedmar, Vicente y Cortés Vázquez, Macarena (2023). La influencia islámico-andaluza en la construcción del flamenco como género musical. Una perspectiva cultural mediterránea. *Conhecimento & Diversidade*, 15(39) <https://doi.org/10.18316/rcd.v15i39.11169>
- Luna, Inés María (2021). El idealismo romántico en la cultura flamenca: mito, modernidad y tristeza. *Enclaves. Revista de literatura, música y artes escénicas*, (1) 6-17. <https://dx.doi.org/10.12795/enclaves.2021.i01.02>
- Maasø, Arnt (2018). Music Streaming, Festivals, and the Eventization of Music. *Popular Music and Society*, 41 (2), 154-175. <https://doi.org/10.1080/03007766.2016.123100>
- Manuel, Peter (2021). The Rosalía Polemic: Defining Genre Boundaries and Legitimacy in Flamenco. *Ethnomusicology*, 65 (1), 32–61. <https://doi.org/10.5406/ethnomusicology.65.1.0032>
- Mateos, Concha y Sedeño, Ana (2018). Videoartivism: The poetics of symbolic conflict. *Comunicar*, 2018, 57, 49-58. <https://doi.org/10.3916/C57-2018-05>
- Mateu, Aleix. (2019). Hay una parte de nuestra historia que ha sido amputada: descifrando a Califato ¾. *Vice*, https://www.vice.com/es/article/califato-34-arpexin/fbclid=IwY2xjawH_ZztleHRuA2FibQIxMQABHadt0rqDIKrTBtSFiPLX7C8AHD9oSuUej74IA5YhTeq7QTILT-586ZdMVw_aem_j_gFIL91YqkX96nRRwUESA
- Millán Barroso, Pedro Javier (2009). *Cine, flamenco y género audiovisual: enunciación de lo trágico en las películas musicales de Carlos Saura*. Alfaro.
- Millán Vázquez de la Torre, María Genoveva, Millán Lara, Salud y Arjona-Fuentes, Juan Manuel. (2019). Flamenco tourism from the viewpoint of its protagonists: a sustainable vision using lean startup methodology. *Sustainability*, 11(21). <https://doi.org/10.3390/su11216047>
- Oberlander, Brian (2017). *Deep Encounters: the Practice and Politics of Flamenco-Arab Fusion in Andalusia*. [Tesis Doctoral Northwestern University].

Ordóñez, Pedro (2020). *Apología de lo impuro. Contramemoria y fijación en el Flamenco contemporáneo*. CIOFF-INAEM.

Pérez-Ordóñez, Cristina, Castro-Martínez, Andrea Torres-Martín, Jose Luis & De-Aguilera-Moyano, Miguel (2024). Más allá del recinto: el rol del audiovisual digital en el mantenimiento y la reconstrucción de la experiencia del festival de música. *Revista Mediterránea De Comunicación* 15(1), 251–268. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.25493>

Pérez-Ordóñez, Cristina, Torres-Martín, Jose Luis y Castro-Martínez, Andrea. (2025). Gorillaz y la hibridación mediática en la música popular contemporánea: Redefinir los límites del storytelling a través de la construcción de imaginarios. *Palabra Clave*, 28(1), e2818. <https://doi.org/10.5294/pacla.2025.28.1.8>

Pierrugues, Olivia (2019). El cante flamenco como acto (corp)oral y experiencia visual: preámbulo a una intersemiótica e iconología del cante. *ILCEA*, 35. <https://doi.org/10.4000/ilcea.6253>

Scolari, Carlos (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Deusto.

Sedeño-Valdellós, Ana (2003). *Realización audiovisual y creación de sentido en la música. El caso del videoclip musical de Nuevo Flamenco*. Tesis doctoral. Universidad de Málaga.

Sedeño Valdellós, Ana, Rodríguez López, Jennifer & Roger Acuña, Santiago (2016). El videoclip posttelevisivo actual. Propuesta metodológica y análisis estético. *Revista Latina De Comunicación Social*, (71), 332–348. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1098>

Sedeño Valdellós, Ana (2020). Flamenco y videoclip: visualidad y cuerpo flamenco en el vídeo musical actual. En A. Díaz Olaya, J.M. Alonso Calero y J.B. Llorens Gómez (coords.). *Comunicar en Danza*. (pp. 25-36). Libargo.

Sedeño-Valdellós, Ana (2021). Music projects and new forms of performative visibility: Beyoncé's visual album Black is King. *Hipertext.net*, 22, 75-84, <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2021.i22.07>

Sedeño-Valdellós, Ana (2024). Motivos visuales e intertextualidad de la música popular en el ecosistema transmedia: el álbum visual El Madrileño, de C. Tangana. *Methaodos. Revista De Ciencias Sociales*, 12(2), m241202a05. <https://doi.org/10.17502/mrcs.v12i2.734>

Steingress, Gerard (2003). El flamenco como patrimonio cultural o una construcción artificial más de la identidad andaluza. *ANDULI, Revista Andaluza De Ciencias Sociales*, (1), 43–63. <https://revistascientificas.us.es/index.php/anduli/article/view/3732>

Venegas, José Luis (2024). *Andalucía sublime. La imagen del sur en la cultura española contemporánea*. Marcial Pons.

Washabough, William (2005). *Flamenco. Pasión, política y cultura popular*. Paidós.



© 2025 por los autores Licencia a ANDULI, Editorial de la Universidad de Sevilla. Es un artículo publicado en acceso abierto bajo los términos y condiciones de la licencia "Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional"