

Videoclips queer: diversidad y discurso de género en los clips de la última década

*Queer music videos: diversity and discourse of
gender in the last decade clips*

*Videoclipes queer: diversidade e discurso de
gênero em clipes da última décadas*

**Razón
y Palabra**

e-ISSN: 1605 -4806
VOL 24 N° 110 Enero - Abril 2021 Varia pp. 383-401
Recibido 02-11-2020 Aprobado 11-05-2021
<https://doi.org/10.26807/rp.v25i110.1734>

Noor Jorquera-Trascastro

España
Universidad de Málaga
noorjtrascastro@gmail.com

José Patricio Pérez Ruñi

España
Universidad de Málaga
patricioperez@uma.es

Resumen

Los objetivos de este trabajo son localizar e identificar videoclips queer con objeto de analizarlos, identificar la posible diversidad representada en ellos e interpretar los mensajes de género que subyacen en aquellos. Pretendemos argumentar y justificar la idea de una evolución en la representación queer a lo largo de la segunda década del siglo XXI. Desde un plano metodológico, este trabajo se sitúa a sí mismo en una intersección entre estudios culturales, cultura visual y teoría queer. Aplicamos un análisis textual a una muestra intencional de cinco vídeos musicales de YouTube. Los resultados llevan a identificar un videoclip como queer desde la representación que se hace de los cuerpos, así como desde la interacción entre los personajes. Concluimos que los videoclips analizados recogen temáticas y motivos muy variados buscando la diversidad y la transmisión de un discurso de género explícito. El videoclip queer ha evolucionado desde la marginalidad y la representación de sexualidades periféricas en contextos minoritarios hasta llegar a producciones más comerciales y populares.

Palabras clave: videoclip; género; teoría queer; análisis textual audiovisual; industria discográfica; YouTube.

Abstract

The aims of this paper are to locate and identify queer music videos in order to analyze them, identify the possible diversity represented and interpret the gender messages that underlie them. We want to argue and justify the idea of an evolution in the queer representation throughout the second decade of the 21st century. From a methodological point of view, this work places itself at an intersection between cultural studies, visual culture and queer theory. We apply a textual analysis to an intentional sample of five music videos from YouTube. The results allow us to identify a queer music video from the representation made of the bodies, and from the interaction between the characters. We conclude that the music videos analyzed expose a wide variety of topics and motifs, seeking diversity and the transmission of an explicit discourse of gender. The queer music video has evolved from marginality and the representation of peripheral sexualities in minority contexts to more commercial and popular productions.

Keywords: music video; gender; queer theory; audio-visual textual analysis; record industry; YouTube.

Resumo

Os objetivos deste trabalho são localizar e identificar videoclipes queer para analisá-los, identificar a possível diversidade neles representada e interpretar as mensagens de gênero que os fundamentam. Pretendemos argumentar e justificar a ideia de uma evolução na representação queer ao longo da segunda década do século XXI. Do ponto de vista metodológico, este trabalho se coloca em uma intersecção entre os estudos culturais, a cultura visual e a teoria queer. Aplicamos uma análise textual a uma amostra intencional de cinco vídeos musicais do YouTube. Os resultados permitem identificar um videoclip como queer pela representação feita dos corpos, bem como pela interação entre os personagens. Concluímos que os videoclipes analisados reúnem temas e motivos muito variados, buscando a diversidade e a transmissão de um discurso explícito de gênero. O videoclip queer evoluiu da marginalidade e da representação de sexualidades periféricas em contextos minoritários para produções mais comerciais e populares.

Palavras chaves: videoclip; gênero; teoria queer; análise textual audiovisual; indústria fonográfica; YouTube.

1. Introducción

El vídeo musical podría ser definido como un formato audiovisual de comunicación comercial al servicio promocional de unos contenidos musicales producidos por la industria discográfica, «que se basa en la adición de imágenes a una canción preexistente» (Selva-Ruiz, 2014, p. 101). Como con otros contenidos y formatos producidos por las industrias culturales, aúna una naturaleza artística, como expresión de su creadores, con otra industrial, por cuanto generalmente queda subordinado a un objetivo comercial y se integra dentro de la cadena de producción, distribución y comercialización de un área de negocio. Esta doble naturaleza comercial y artística podría unirse a otra ideológica, por cuanto, como ocurre con todas las producciones audiovisuales, puede ser el vehículo de transmisión de un contenido ideológico como, según Vernallis (1998, p. 153), una «maquinaria ideológica» (*ideological apparatus*).

Este trabajo aborda el estudio del videoclip desde esta triple dimensión tomando una perspectiva de género: nuestro objetivo es analizar una muestra intencional de vídeos musicales producidos y distribuidos entre 2011 y 2020 con objeto de identificar los mensajes que subyacen en la representación de las identidades queer, sirviéndose para ello de materias y recursos de naturaleza artística en el logro de un objetivo comercial y promocional.

Como toda producción cultural, el videoclip es producto, resultado y agente influyente en su contexto de creación, de tal forma que Guarinos-Galán y Sedeño-Valdelós (2020, p. 121) perciben «una tendencia en el videoclip contemporáneo a emplear asuntos sociales actuales en sus narrativas, con las que plantean problemáticas contextualizadas en un presente cambiante». En un sentido similar, Illescas-Martínez (2017, p. 87) sostiene que el clip «se ha transformado en una mercancía cultural privilegiada dentro de las industrias culturales dominantes para reproducir la ideología y la cultura hegemónica entre la juventud del sistema-mundo».

Incluso si con frecuencia el formato ha sido el resultado de todo tipo de experimentación formal y ha representado mundos ficticios o sin referencias figurativas, responde de forma directa o indirecta a los valores sociales de su contexto de creación o de sus productores, incorporados inevitablemente en un marco social, cultural y político, por lo que posee un carácter testimonial de aquellos valores.

Podríamos hacer extensiva al videoclip la función que diversos estudios otorgan a las series de televisión como «constructoras de universos simbólicos en los que se articulan valores sociales, perspectivas de vida y las aspiraciones de varias generaciones» (López Gutiérrez y Nicolás Gavilán, 2015, p. 23), al tiempo que como instrumento para el análisis de la presencia y el tratamiento de los valores y problemáticas de la sociedad contemporánea a su producción (Gómez Rodríguez, 2019, p. 24). La finalidad comercial del vídeo musical no anula su capacidad de representación social y cultural, es más, como ocurre con la publicidad, puede llegar a concentrar y expresar los valores de una época, al tiempo que influir sobre la misma sociedad. Rodríguez-López y Sedeño-Valde-

llós (2017, p. 13) destacan el influyente papel del videoclip «como mecanismo generador de modelos de comportamiento y roles sexuales así como de diferencias de género, al mismo tiempo que el formato hace uso de dicho poder para la difusión de mensajes reivindicativos», remitiendo a la cuestión queer.

Desde una perspectiva de género, han sido más los estudios que han abordado el análisis de la representación de las mujeres en el vídeo musical que de otros colectivos, si bien han supuesto un referente influyente. Dichos estudios abrieron el debate sobre la frecuencia con que el formato reproducía prácticas sexistas en la representación de las mujeres o cuestionaron el empoderamiento que el formato podía hacer de aquellas.

La perspectiva queer también ha contado con una literatura académica propia y una serie de investigaciones destacables. Estos trabajos han indagado en la relación del formato y la representación queer con estéticas kitsch y camp (Horn, 2010; Christian, 2010; Botescu-Sirețeanu, 2019) o se han centrado en estudios de caso concretos (Bonfigli y Mer, 2012; Masterman, 2012; Stormer, 2020). Tomamos como referente muy directo el análisis textual propuesto por Dhaenens (2016) de siete videoclips contemporáneos que demuestran la diversidad en las políticas de representación del formato.

Vernallis (2004) advertía, en todo caso, la casi ausencia total de contenido explícitamente gay, al ser considerado por parte de la industria como un contenido amenazante. Ello explica la frecuencia con que el análisis de las temáticas queer ha tomado como estudios de caso aquellas veces en que dichas temáticas fueron introducidas muy veladamente en videoclips de vocación comercial masiva, como “Domino dancing” de Pet Shop Boys o “Vogue” y “Cherish” de Madonna (Vernallis, 1998; Dhaenens, 2016; Rodríguez-López y Sedeño-Valdellós, 2017; Stormer, 2020). En estos casos la homosexualidad ha planeado como la «presencia de una sombra» (Austerlitz, 2007, p. 108), ignorando además otras representaciones de la diversidad queer.

Esta investigación pretende actualizar los estudios sobre el videoclip desde una perspectiva queer acudiendo al análisis de piezas que consideramos representativas de la segunda década del siglo XXI, con objeto de describir e ilustrar una evolución en el tratamiento de las temáticas queer. Partimos de la hipótesis de que el videoclip queer, incluso contando con referentes muy notables dentro de la industria musical más comercial y popular, encuentra su primer contexto de producción y difusión en un área marginal, destinado a un target básicamente gay, con motivos y temáticas intencionadamente transgresores y periféricos. El proceso siguiente es el de integración dentro de los discursos y de las estrategias de mercadotecnia más comerciales y masivas, por lo que hay un recorrido que iría de lo indie y lo marginal a lo mainstream, con producciones creadas por la industria discográfica con gran aceptación y popularidad, aunque con varios matices. Este desarrollo lleva tanto como décadas de práctica tiene el videoclip como formato audiovisual comercial, si bien es posible identificar muestras de una evolución en cuanto al discurso sobre género articulado en el vídeo musical en el margen de una década -década, por otra parte, determinante en los avances sociales en materia de género.

2. El videoclip como formato para la representación de las identidades queer

El análisis de textos audiovisuales desde cuestiones relativas a género y sexualidad remite a la teoría queer. Según Zurian y Herrero (2014, p. 9), la principal aportación de estos estudios ha sido «la ruptura de fronteras entre géneros y sexualidades impuestas por la tradición heteropatriarcal en la que se basa el imaginario audiovisual occidental», suponiendo así un marco teórico y metodológico adecuado para la investigación en comunicación audiovisual.

Los referentes fundacionales de la teoría queer hay que encontrarlos en los ensayos de Lauretis (1991) y de Butler (2007), que desvinculan la genitalidad como definitorio para el género al entender el género como performance o como constructo social. Los textos de Butler, afirman Oleszczuk y Waszkiewicz (2020), como base de la teoría queer, pueden ser considerados una de las herramientas más eficientes para el estudio de identidades no normativas.

Afirma López Ocaña (2018, p. 3) que definirse queer expresaría «la naturaleza subversiva y transgresora, que difumina las fronteras impuestas por el sistema hegemónico, es responder desde las periferias». Botescu-Sirețeanu (2019, p. 91) señala que lo queer emerge como lo inidentificable, lo esquivo, lo fragmentado, lo que no se puede concebir dentro de un marco coherente, ya que representa el elemento disruptivo.

En un sentido similar, el concepto de queer puede hacerse equivaler al de sexualidades periféricas, es decir, aquellas que traspasan la frontera de la sexualidad aceptada socialmente (Fonseca Hernández y Quintero Soto, 2009). Bonfigli y Mer (2012, p. 4) matizan que «tener una sexualidad periférica no implica no tener género alguno», sino que sería «la decisión de ser diferente, decisión de imitar cualquier acto performativo de género», por lo que «la noción de imitación/mímesis se sujeta a la noción de performance». Stormer (2020, p. 8) añade que el término queer podría ser usado como sinónimo de sexualidades no normativas, pero sería mejor describirlo como anti-identidad, dado que se usa para romper con supuestos normativos.

Freeman (2020, p. 1007) afirma que los vídeos musicales suponen un campo donde las ideas sobre género y sexualidad han sido representadas, cuestionadas y fomentadas durante mucho tiempo. Sin embargo, la frecuente reducción a estereotipos en cuestiones de género ha tenido como efecto la falta de matices de la sexualidad en general y, en particular, en la representación de la sexualidad lesbiana y queer, sostiene Freeman. Del mismo modo, Stormer (2020) considera el vídeo musical como un medio apropiado para la comunicación de mensajes queer explícitos.

Rodríguez-López y Sedeño-Valdellós (2017) atienden al videoclip como herramienta útil para la transmisión de mensajes con un trasfondo social, político y cultural y destacan el carácter reivindicativo para el movimiento gay de vídeos como “Relax” de Frankie Goes to Hollywood (1984) o la denuncia de la violencia homófoba en “Smalltown

Boy” de Bronski Beat (1984), protagonizados respectivamente por sus carismáticos y abiertamente gay intérpretes, Holly Johnson y Jimmy Somerville.

Hemos de apuntar que estos clips fueron precedidos por otros muchos que tocaron estéticas o temáticas queer, aunque de forma más velada, y se integraron en movimientos musicales innovadores y modernos como el *glam* o los *new romantics*, si tomamos como punto de partida del nacimiento del formato el inicio de las emisiones de MTV en 1981. El gusto por la teatralidad en las puestas en escena, el maquillaje excesivo y la representación de la ambigüedad sexual eran habituales, más allá de en los vídeos de Bowie o de Gary Glitter, en los clips de grupos como Duran Duran, Depeche Mode, Culture Club, The Human League, Visage o Soft Cell, como parte de una estética compartida por los músicos *techno-pop* y *new wave*. Las propuestas audiovisuales de Soft Cell, con clips censurados como “Sex Dwarf”, o de cantantes drags como Sylvester o Divine, salpican la década de los ochenta como productos dirigidos a una audiencia minoritaria, básicamente gay, capaz de identificar los códigos articulados en estas piezas.

Con el caso paradigmático ampliamente estudiado de Madonna (Viñuela Suárez, 2018), aunque podríamos hacerlo extensivo a todas las intérpretes que Rodríguez-López y Caldeiro-Pedreira (2015) definen como «divas clip», la industria musical más comercial muestra a la artista acompañada de una corte de personajes gays y les otorga una nueva visibilidad.

El videoclip queer en los años noventa y principios de siglo se concreta principalmente en las piezas de Marilyn Manson, como reinención del *glam* desde el *hard rock*, y en la permanencia y la introducción de nuevas «divas clip», como dio cuenta el debut de Katy Perry, sorprendida en “I kissed a girl” (2009) por la satisfacción que le produjo «besar a una chica». Pueden sumarse los casos puntuales de algunos vídeos de George Michael, t.A.T.u. o Garbage, además de los de otros artistas que mantuvieron el juego de códigos queer velados abiertos a interpretaciones en sus vídeos.

La década que en este trabajo será objeto de nuestra atención (2010-2020) es precedida inmediatamente por el estreno en 2009 del programa de televisión “RuPaul’s Drag Race”, que convierte el mundo del espectáculo drag en objeto de audiencias masivas y globales (al punto de ser galardonado por diversos premios Emmy desde 2016), así como por la consolidación comercial de una artista activista de los derechos queer y heredera de los arquetipos artísticos y performativos de Madonna, Lady Gaga (Horn, 2010), cuyo single “Bad Romance” alcanza en 2009 el número uno en las listas de buena parte de América y Europa, además de batir récords en YouTube (Wikipedia, 2020).

3. Objetivos y metodología

Los objetivos de este trabajo son varios: en primer lugar, localizar e identificar videoclips queer con objeto de analizarlos, identificar la posible diversidad representada en ellos e interpretar los mensajes que subyacen en aquellos desde su análisis textual; en segundo lugar, pretendemos argumentar y justificar la idea de una evolución en la repre-

sentación queer, incluso a pesar de cubrir una horquilla de sólo una década. No olvidemos, en todo caso, que ha sido una década determinante y crucial para los derechos de las minorías y los colectivos queer, incluyendo el reconocimiento legal del matrimonio entre personas del mismo género en buena parte del mundo, prologando así los logros de la década precedente.

Esta evolución en los modelos de representación queer en el vídeo musical ya han sido apuntados por trabajos previos como el de Freeman (2020). Igualmente, Holland (2020), tras analizar las formas en que las parejas de mujeres lesbianas, bisexuales y pansexuales son representadas en los vídeos musicales en YouTube entre 2006 y 2019, concluye que estos vídeos han incluido más elementos de diversidad progresivamente (incluso si es necesaria más diversidad en la representación de las mujeres queer). Stormer (2020) destaca que la representación de lo queer es más explícitamente presentada en los clips contemporáneos en comparación con aquellos de finales de los ochenta que sugerían temáticas homosexuales.

Desde un plano metodológico, este trabajo se sitúa a sí mismo en una intersección entre estudios culturales, cultura visual y teoría queer (Botescu-Sireteanu, 2019), con objeto de aplicar un análisis textual sobre una muestra de vídeos musicales producidos en la última década que representan e ilustran desde diferentes perspectivas y planteamientos cuestiones y temáticas de género más allá del discurso dominante del heteropatriarcado normativo. Creemos que es, por lo tanto, necesario un enfoque interdisciplinario y crítico.

Este trabajo, siguiendo a Guarinos y Sedeño-Valdellós (2020, p. 122) puede inscribirse en la línea de investigación que aúna música, universo audiovisual y cambio social, dado que «como parte analítica de los Estudios Culturales, los videoclips de contenido social se vinculan, como herramienta proactiva, a la transmisión de valores y a la reivindicación de derechos». Como análisis textual, según las premisas de Casetti y Di Chio (2017), tendrá por objeto la descomposición y recomposición del discurso, en nuestro caso desde una perspectiva de género.

La escasa duración de los vídeos musicales, donde, además, raramente se permiten narrativas que desarrollen personajes contruidos con volumen y complejidad o con diálogos, explica la frecuente simplificación y reducción de las representaciones en los personajes, quedando así materializados como cuerpos que interactúan entre sí, cuando no como estereotipos (Ward et al, 2005). Atendiendo a referentes previos como, Masterman (2012), que distingue entre cuerpos queer y performance queer, consideramos igualmente que estas dos grandes categorías pueden articular nuestro análisis. La identidad queer del vídeo musical puede así reconocerse a través de la representación de los cuerpos y de su puesta en escena (vestuario, caracterización, etc.), como elementos de identidad de los caracteres, así como de las relaciones entre los personajes.

Sostiene López Ocaña (2018, p. 7) que la creación videográfica que cuestiona los discursos hegemónicos «sitúan al cuerpo en el centro de las prácticas, tratando en primera persona los abusos perpetrados desde el biopoder y el patriarcado». Como apunta Bo-

tescu-Sirețeanu (2019, p. 91), por sí mismo, el cuerpo queer introduce el más alto grado de subversión de los modelos culturales tradicionales: no encaja en ninguna de las dos categorías ideadas por el pensamiento occidental tradicional y, los suspende a ambos.

Tomamos con referente la metodología de Sedeño-Valdellós (2002) para analizar el cuerpo, en este caso queer: número de personajes, la centralidad en la focalización de los planos y aspectos de la identidad física como la edad, complexión, altura, etc. Añadimos una valoración de la adecuación de las representaciones de los cuerpos en base a criterios normativos o disidentes con respecto a la construcción de género.

El análisis de la performance queer puede ser abordado desde su relación más directa con la puesta en escena y con la actuación de los personajes, en el sentido de que la identificaremos e interpretaremos en la relación representada entre personajes. Entendemos que la única atención a la fisicidad y materialidad del cuerpo podría resultar insuficiente para reconocer videoclips queer y que estas piezas pueden identificarse desde la relación entre personajes, razón por la que describiremos el modo en que interactúan.

Añadimos además un comentario acerca del número de reproducciones de la pieza en YouTube únicamente con objeto de evaluar la comercialidad y la popularidad de ésta, a fin de contextualizarla. Además de la dimensión ideológica y artística de la pieza, el videoclip, como apuntábamos, tiene una naturaleza industrial. Creemos que el conocimiento del alcance de estas producciones audiovisuales permite reconocer si nos encontramos ante discursos de mayor o menor comercialidad/popularidad y si, en consecuencia, sus mensajes pueden tener mayor o menor calado.

Consideramos que los años comprendidos entre 2011 y 2020 ofrecen una muestra amplia en videoclips queer, muy especialmente en comparación con las décadas previas, y que pueden llegar a representar no sólo la diversidad en las opciones de representación de género, sino también una evolución muy sensible al contexto social, político y cultural de su producción. La toma de una muestra intencional, ante la imposibilidad de controlar todo el universo de producciones, es una práctica habitual en estudios sobre el vídeo musical (Rodríguez-López y Caldeiro-Pedreira, 2015; Dhaenens, 2016; Guarinos-Galán y Sedeño-Valdellós, 2018), muy especialmente desde el momento en que la atención a las temáticas queer determina la localización de una muestra no probabilística. Un muestreo subjetivo por decisión razonada condicionado por algunas de sus características es recomendado, según Corbetta (2007), cuando el tamaño de la muestra puede ser limitado, como en nuestro caso.

En este trabajo hemos incluido en la muestra cinco piezas de diferente procedencia producidas a lo largo de diez años, a fin de ampliar la representatividad en cuanto a su origen. Los cinco videoclips que han sido seleccionados para el análisis son los siguientes: “Sambaca” de Alien Alien (Italia, 2011) (YouTube, 2011), “Eres tú” de Carla Morrison (México, 2012) (YouTube, 2012), “I Try To Talk To You” de Hercules & Love Affair ft. John Grant (Estados Unidos, 2014) (YouTube, 2014), “Días impares” de Carlos Sadness ft. Melissa Robles (España, 2017) (YouTube, 2017) y “Yo perreo sola” de Bad Bunny (Puerto Rico, 2020) (YouTube, 2020).

4. Resultados y discusión

Cronológicamente, pero también como muestra representativa de la marginalidad en la iconografía queer, encontramos en primer lugar el videoclip del tema de género *house* de 2011 “Sambaca” del dúo de djs italianos Alien Alien, formado por Edoardo Cianfanelli y Hugo Sánchez. Con dirección de Manuel Zoetrope (sobrenombre del cineasta Manuel Savoia), participan en el vídeo varios intérpretes (Bufa Loska, Nikky, Steah y Valerio) junto con la artista multidisciplinar trans Lola Kola. El vídeo presenta a tres hombres maquillados y vestidos con prendas femeninas que bailan en entornos urbanos degradados y llenos de suciedad de la periferia de Roma, entre ellos el paso subterráneo de una estación de tren y una nave industrial en ruinas. Un ambiguo personaje sin un género identificable con el rostro pintado envuelto en telas y gasas que parece gritar, lamentarse y llorar lágrimas negras termina descubriéndose sobre la nave en la que danzan los otros personajes, mientras amanece. Simultáneamente, el personaje de Lola Kola baila, canta y fuma, exhibiéndose frente a un coche con los faros encendidos en un escenario urbano nocturno. “Sambaca” se sirve de la creación de identidad camp y kitsch pero cuida la puesta en escena, la realización y la edición para ofrecer una pieza de apariencia profesional, sobre todo por la edición, pese a parecer estar creada desde la periferia (en todos los sentidos, incluyendo la periferia de la industria discográfica) con presupuestos *low cost*.

En este caso, se impone la centralidad en la focalización de los cuerpos de los cinco personajes, tres bailarines de entre 20 y 30 años, una intérprete de alrededor de 40 y otro de edad indefinida como personaje alegórico. Apuntemos sobre los personajes que sus cuerpos se presentan vestidos y maquillados de forma excéntrica y poco heterodoxa con respecto a las representaciones de masculinidades normativas, además de mostrar sin pudor cuerpos fuera de los estándares mediáticos, es decir, muy delgados, con sobrepeso o tatuados. Añadamos, acerca de la relación entre personajes, que ésta no se produce y que estos se aíslan bailando, incluso cuando dos de ellos se ubican en el mismo escenario y sobre ellos sobrevuela el personaje alegórico. El objetivo parece ser recrear cuerpos queer independientes, al margen de la convencionalidad, sin relación física entre sí en la periferia urbana, despersonalizada y poco fotogénica pero igualmente fascinante de Roma -y más concretamente, del barrio de Pigneto, en cuya efervescente escena cultural se mueven Alien Alien y Lola Kola.

Como si hubieran salido de un club al amanecer o como si se prostituyeran, muestran sus cuerpos danzantes orgullosos y sin relacionarse entre sí. Podríamos interpretar una recreación de un contexto marginal en el que, citando a López Ocaña (2019, p. 8), las sexualidades «se desnaturalizan y se pervierten, mostrando a la sociedad una caricatura de sí misma para derogar barreras entre lo pudoroso y lo abyecto». Estamos, por tanto, ante el caso más marginal y por ende más queer, si cupiera hablar de una gradación, de la muestra, por cuanto cuestiona sin dar respuestas acerca del género de los personajes. El travestismo, o un vestuario y una caracterización que podríamos entender como

femenina en personajes masculinos, se hace sin ironía ni burla, aunque sí ciertamente kitsch. No se trata de perseguir el juego de equívocos sexuales ni la «ridícula disparidad entre significado y significante» del cine de Howard Hawks (Wollen, 1996, p. 6). En el caso de “Sambaca”, los cuerpos travestidos se muestran sin una intención cómica, serios, dignos y empoderados, en un contexto, eso sí, degradado, decadente y desierto.

Otro vídeo musical de los mismos creadores (Alien Alien con Manuel Savoia), “The nights” (Italia, 2013) prolonga el discurso de la sexualidad periférica mostrando a una modelo desnuda con maquillaje de payaso también en un espacio urbano periférico nocturno, llevando aún más al límite una caracterización socialmente entendida como cómica pero sin asomo de humor.

A pesar de su naturaleza marginal, dentro de un sello discográfico independiente (Roccodisco) y de servir de soporte a un tema *house* poco comercial, el vídeo sumaba 1.239.683 visualizaciones en YouTube en enero de 2021, lo que puede hacerlo equiparable a un pequeño éxito en la escena techno *underground*.

El siguiente vídeo que comentamos comparte con “Sambaca” su naturaleza vídeo queer pero se desplaza desde la periferia de las sexualidades ambiguas, marginales e indefinidas hacia el de la performance de género aceptado socialmente, desde el momento en que representa un matrimonio entre dos hombres en un contexto de clase media y de celebración burguesa. “Eres tú” es un tema pop lento de la cantante mexicana Carla Morrison distribuido en YouTube desde el 4 de octubre de 2012. Éste se estrena en un momento de progresiva legalización del matrimonio entre personas del mismo sexo en México por estados y municipios que arranca en 2010 en Ciudad de México y que está aún en proceso de aprobación en otros estados.

Dirigido por Benjamín Estrada, en él Carla Morrison interpreta el papel de una *wedding-planner* ocupada en el matrimonio de dos chicos veinteañeros (interpretados por el músico Juan Manuel Torreblanca y el actor Max Espejel) durante el mismo día de su boda. El videoclip recoge los acontecimientos de todo el día del evento: se preparan para el enlace rodeados con ilusión de sus familias y amigos y lo celebran en un ambiente romántico, feliz y festivo, cumpliendo con las pautas y los rituales propios de las uniones matrimoniales. Aunque los protagonistas son los novios, Carla Morrison tiene una centralidad importante durante todo el vídeo, pudiendo inferirse que ofrece su focalización de un evento que normaliza la unión entre personas del mismo sexo, adoptando las rutinas y las perspectivas de las celebraciones matrimoniales convencionales en el matrimonio heterosexual (eso sí, destacan el hecho “extraordinario” de que se trata de la unión de dos chicos). El vídeo termina con un texto en pantalla en inglés y español: «God loves love/Dios ama el amor».

Desde el punto de vista de la representación de los cuerpos, no podemos categorizarlos como cuerpos queer, por cuanto se representan personajes cisgénero vestidos y caracterizados de forma convencional acorde con las pautas normativas sociales, tanto más cuando se visten conforme a la formalidad que parece exigir una celebración social como una unión matrimonial. El número de personajes es muy abundante pero destacan

los dos novios (jóvenes, delgados, apuestos, simpáticos) y Carla Morrison, como elegante *wedding-planner* e invitada también veinteañera, guapa y convencional en su vestuario y caracterización. La focalización de los cuerpos no resulta especialmente relevante, al estar la articulación formal del vídeo al servicio de la narración del relato de manera muy funcional. El resto de familiares e invitados presenta la diversidad generacional propia de una familia con miembros de diversas edades, todos ellos caracterizados de manera formal y elegante, sin que aparezcan personajes excéntricos ni discordantes físicamente.

Es en la relación entre los personajes donde conocemos la naturaleza queer del vídeo en lugar de en la representación de los cuerpos: los chicos protagonistas se besan y se abrazan, evidenciando un contacto afectivo como pareja que los lleva a oficializar dicha relación socialmente. Ante esta performatividad de identidades gays, con una posible normatividad gay al mostrar a dos chicos blancos cisgéneros jóvenes y guapos el día de su boda, el vídeo de Carla Morrison muestra un entorno social acogedor y cariñoso que aprueba dichas identidades y la relación entre ambos.

Paralelamente, el vídeo se integra dentro de un contexto de producción discográfica comercial, como demuestran las más de 44 millones de reproducciones que acumula en YouTube en enero de 2021. De esta forma, y aunque parece proponerse como canción romántica para abrir bailes en ceremonias matrimoniales entre todo tipo de parejas, normaliza y celebra un modelo muy concreto de identidad queer.

El tercero de los vídeos de la muestra es para el tema *electro-house* “I Try To Talk To You” del grupo con base en Nueva York Hercules & Love Affair featuring John Grant. Dirigido por David Wilson y publicado en YouTube el 2 de mayo de 2014, la información contextual de la plataforma destaca la producción de las marcas de moda Ssense y System Magazine, la participación en el estilismo de Simon Robins y la presencia en el vestuario de las colecciones de primavera de las casas Acne Studios, Balmain y T by Alexander Wang, lo que conduce a una concepción de la naturaleza del videoclip como pieza audiovisual promocional de las marcas señaladas.

El vídeo filma una coreografía entre dos hombres (interpretados por los bailarines Danny Dolan y Logan Schyvynck) que bailan en un espacio interior, una casa, mostrando diferentes emociones. En el plano inicial, uno de ellos contempla su imagen en un espejo con el pecho descubierto, para dar paso a la entrada de otro personaje con el que baila. En la interacción entre ambos, se buscan con deseo, se abrazan, se besan, se tocan, pero también se rechazan y atraviesan diversos estados emocionales. Finalmente, el primer hombre vuelve a quedar en soledad frente a su imagen reflejada en el espejo.

Aunque se trata de un número coreográfico de danza contemporánea con una levísima narratividad, podemos interpretar la representación de diferentes momentos en la vida de una pareja en los que la interacción y el contacto corporal bastan para transmitir las idas y venidas y, en definitiva, el conflicto en la relación entre ambos. La sincronización en la danza, con el tercer componente de la cámara, es milimétrica, incluso si cada personaje parece desarrollar diferentes movimientos y sólo en contadas ocasiones repiten los mismos pasos.

En este caso la representación de los cuerpos no los identifica como cuerpos queer: son dos los personajes, varones en la treintena, con un cuerpo bien formado y musculoso preparado para la danza, con una caracterización con prendas básicas y cotidianas (pantalones vaqueros y camisetas), sin maquillaje, en lo que parecen dos hombres cisgénero comunes y sin particularidades en cuanto a su construcción visual de género. La focalización de los cuerpos, sin embargo, es central, dado que la coreografía supone el eje de toda la pieza.

Es en la performance, en la relación entre los dos personajes, que identificamos el carácter queer del vídeo: representan lo que parece un pareja de personas del mismo género que entablan una relación personal, íntima, intercambian gestos de ternura y deseo, pero también de rechazo. La particularidad, en cualquier caso, reside en que no parecen reivindicarse como una pareja gay diferenciada por su género, sino que representan una relación entre dos personas, o entre dos cuerpos, sin que el género condicione la narrativa. No importa, por lo tanto, que se trate de dos hombres cisgénero los que desarrollan una relación basada en el contacto físico, desde el momento en que se presentan simplemente como dos personas en interacción. Se normaliza así y se naturaliza la representación de la pareja.

No estamos, por lo tanto, ante los cuerpos queer danzantes solitarios de “Sambaca”, ni ante la celebración de la pareja donde lo extraordinario es que se trate de dos hombres, como hacía “Eres tú”. Esa misma supuesta desvinculación de “I Try To Talk To You” con un discurso de género obvio podría hacer incluso cuestionar su naturaleza de videoclip queer. Creemos, sin embargo, que el hecho de que el mensaje queer no sea explícito y no se reivindique abiertamente implica un subtexto de normalización de las relaciones entre personas con indiferencia de su género, lo que supone un mensaje reivindicativo en sí.

El videoclip “I Try To Talk To You” sumaba casi un millón de visualizaciones en YouTube en enero de 2021, casi siete años después de su publicación. Es un número que aleja la producción de los éxitos musicales más comerciales, incluso de los seis millones de reproducciones del mayor éxito de la banda, “Blind” (2009).

El cuarto vídeo objeto de nuestra atención es “Días impares”, para una canción pop del cantautor Carlos Sadness junto a Melissa Robles. Con dirección de Rob Aparicio, joven cineasta y fotógrafo formado en la Universidad de Málaga, cuenta con la participación de las actrices Laia Manzanares y Andrea Tivadar, quedando la presencia visual del músico reducida a un cameo al final de la pieza. Señala Rob Aparicio como comentario en la propia plataforma de YouTube que con este videoclip han querido contar «la historia de amor y desamor entre una pareja», alternando escenas oníricas e introspectivas con otras reales, de tal forma que simboliza la decadencia en la relación y la pérdida de la esperanza de seguir juntas (YouTube, 2017).

El vídeo recoge escenas de dos mujeres jóvenes en diferentes momentos de sus vidas, en el interior de un apartamento o en espacios exteriores diurnos urbanos o de naturaleza, como una playa o un bosque. Buena parte de los planos las muestra solas,

en actitudes preocupadas o tristes, alternándose otros planos que las representa felices, abrazadas, en situaciones en las que comparten una ternura mutua. En otras escenas las vemos frías y distantes, dando forma así al relato de la ruptura de una pareja que termina con la marcha de una de ellas de la casa que compartían. Carlos Sadness finalmente recoge en coche a la mujer que, con una maleta, deja la casa.

Con una levisima narratividad, el videoclip muestra la relación de una pareja que entendemos de mujeres lesbianas, de tal forma que, como en “I Try To Talk To You”, el hecho de que se trate de dos mujeres no es representado como algo extraordinario o excepcional, sino de una forma normalizada y natural, sin que se reivindique el género de los personajes como elemento diferenciador.

La atención a los cuerpos no los identifica como cuerpos queer, dado que su construcción se hace desde una caracterización y desde el uso de un vestuario comunes, habituales, en las mujeres, sin que destaque de ellos poco más que algún detalle más singular, como las piezas brillantes que luce uno de los personajes en la cara en el momento de ensoñación de una celebración frustrada. La focalización de los cuerpos no tiene una centralidad en el vídeo, al margen de su registro funcional, como personajes en un relato narrativo. Más allá del cameo del músico, desde el punto de vista corporal intervienen dos mujeres cisgénero jóvenes, veinteañeras, delgadas y guapas, con unos cuerpos incluso habituales en el mundo de la moda.

Como en el vídeo anterior, la naturaleza queer del vídeo nace de la relación entre los personajes, que interpretamos como miembros de una pareja de personas del mismo género. En este caso, los abrazos, el contacto físico y la relación afectiva que representan en las escenas de flashback los momentos felices del pasado permiten identificar una performance queer en la pareja. El videoclip queer es también sensible, por lo tanto, a la representación de la diversidad al representar además de a parejas de hombres, también a parejas de mujeres. “Días impares” normaliza y visibiliza las relaciones entre mujeres, sacándolas así del ostracismo al que parecían destinadas en un imaginario audiovisual que ha privilegiado las parejas de hombres.

La recepción del vídeo de “Días impares” fue muy positiva, alcanzando los cuatro millones de reproducciones en enero de 2021, esto es, tres años y medio después de su publicación en YouTube. Carlos Sadness es un artista integrado en la escena indie, incluso si distribuye y comercializa su obra desde una gran multinacional como Sony. Aunque “Días impares” no alcanza los quince millones de reproducciones que acumula el vídeo del tema de Sadness “Que electricidad”, puede considerarse un éxito destacado dentro del panorama musical español contemporáneo.

El quinto y último de los vídeos de la muestra seleccionada aboga por un modelo de videoclip donde convergen algunas de las prácticas citadas anteriormente. Se trata de “Yo perreo sola”, de Bad Bunny, alias artístico del músico puertorriqueño Benito Martínez. Con dirección del propio intérprete junto al fotógrafo colombiano-estadounidense Stillz, el clip fue publicado en YouTube el 27 de marzo de 2020.

El vídeo, concebido desde una estética kitsch, se inicia con unas imágenes de un niño que podría ser el joven Bad Bunny en su habitación reproducida en un plató, en lo que parecen finales de los años ochenta o principios de los noventa. El niño pulsa un botón en el centro de una pantalla de televisión y se inicia una carga propia de un videojuego o de una descarga digital, para dar paso a la canción. A partir de este momento, el vídeo se basa en la interpretación del tema, con sincronización labial, por parte del rapero con varias caracterizaciones del mismo como mujer, travestido y maquillado. Estos planos, en los que inicialmente simula cantar aun siendo una voz femenina y no la del cantante, se alternan con los rodados en otros dos sets (uno de ellos con un rótulo luminoso de fondo que recoge el eslogan feminista «ni una menos»), en los que Bad Bunny también aparece caracterizado como otras dos mujeres, una de ellas con unos pechos muy voluptuosos que abraza y con los que juega ante la cámara. Además, Benito Martínez aparece en otros tres sets, uno sólo con él, otro con un coche rodeado de personajes que perrean cubiertos de flores y de género indefinido, aunque bien pudieran ser mujeres, y uno más donde aparece en un foso rodeado de cinco mujeres sentadas en tronos que lo atan con cadenas, como un esclavo sometido a su servicio. En este último set Bad Bunny, con el pecho descubierto, viste una falda tableada larga con elementos de cuero, un collar con componentes metálicos y algún brazalete, reproduciendo una estética sado. La última parte del vídeo recoge algunos planos de un conjunto muy variado de mujeres que bailan en soledad, mujeres de diferentes generaciones, tipos de cuerpos, razas y estéticas, en lo que parece haber una voluntad de atención a la diversidad física de las mujeres. El vídeo concluye con un texto en castellano: «Si no quiere bailar contigo, respeta, ella perrea sola».

Con este videoclip, Bad Bunny propone un discurso de género que intenta transmitir un mensaje feminista, de independencia y de empoderamiento de la mujer, al punto de llegar a someter al hombre ante aquellas, lo que lleva el discurso de empoderamiento femenino hacia un mensaje excesivo y poco igualitario.

Las intenciones feministas del vídeo -apoyado por el lema «ni una menos» y el texto final-, sin embargo, adopta las formas visuales propias del vídeo de reggaetón, donde las mujeres muestran un cuerpo híper-sexualizado, lo que Fitts (2008) califica en los vídeos de hip hop como «booty videos». Según Cruz-Díaz y Guerrero Moreno (2019, p. 3686), el vídeo de reggaetón presenta al hombre definido como «macho», «rodeado de mujeres que están dispuestas a tener sexo con él, y él está dispuesto a satisfacer a todas». Además de ser un objeto de deseo, en dichos vídeos la mujer suele ser un capital para el estatus de los cantantes (Carballo, 2006), capital que exhiben como trofeos (cosificando a la mujer) ante otros hombres.

El giro del vídeo de Bad Bunny está en que este cuerpo de mujer es interpretado por el propio rapero, siendo aún más insólito cuando se muestra bailando/perreando consigo mismo con un identidad masculina y otra femenina. De esta forma, aunque podría discutirse si el mensaje de género sería más apto para un análisis desde la perspectiva feminista, esta adopción del cuerpo de la mujer por parte de un intérprete varón lleva el

discurso al terreno de la representación queer, incluso trans, dado el realismo con que el cuerpo de Bad Bunny se integra en un cuerpo femenino híper-sexualizado en dos de las tres representaciones de Bunny como mujer.

Podríamos interpretar que el cantante se pone en el lugar de la mujer, pero también que la ridiculiza a través de una performance exagerada. No en vano, parte de las críticas que recibió el músico tras la publicación de este vídeo no tuvieron que ver con el planteamiento de una nueva masculinidad para el varón, sino con el discurso de apropiación que llega a hacer del cuerpo de la mujer y, más concretamente, de la mujer transexual (Escamilla, 2020). Creemos, en todo caso, que plantea un debate interesante para ser analizado en clave queer.

El análisis del cuerpo sí nos llevaría en este caso, como en “Sambaca” a interpretar varias de las representaciones físicas como cuerpos queer, dado que no se hace una construcción de los personajes desde patrones normativos asociados al género. Bad Bunny se traviste pero también «se convierte» en el simulacro de una mujer o de una mujer transexual, con una centralidad en la focalización del cuerpo en el vídeo. Bunny interpreta a mujeres jóvenes, veinteañeras e híper-sexualizadas, como apuntábamos.

En este caso, la interpretación del personaje no permite identificar una performance queer. Como simulación de cuerpo de mujer o de cuerpo queer que reivindica su autonomía, estas mujeres trans representadas por Bad Bunny bailan en soledad, lo hacen con el propio rapero como varón o rechazan al grupo de hombres que se ciernen sobre el personaje en los primeros segundos de la interpretación de la canción. No podemos, por tanto, inferir una relación de los personajes queer con otros que se establezca fuera de los cauces de un modelo heteropatriarcal normativo.

El vídeo de Bad Bunny superaba las 452 millones de reproducciones en YouTube en enero de 2021, diez meses después de su publicación, en lo que supone, por lo tanto, un éxito comercial global para el músico e incluso para todo el género del reggaetón.

5. Conclusiones

Este análisis no ha pretendido, ni mucho menos, agotar el estudio de los vídeos musicales desde una perspectiva queer y ha tenido por fuerza que limitar su alcance a una muestra muy precisa. A la vista de los resultados obtenidos, podemos concluir, en primer lugar, que la identificación de un videoclip como queer obedece a la presentación ya sea de cuerpos queer, esto es, cuerpos que no responden a las pautas sociales normativas en cuestiones de género, o de representación de relaciones entre varios personajes no heteronormativos, relaciones en las que el contacto físico determina que dicha interacción se hace fuera de los cauces de la heterosexualidad. Más allá de estas dos categorías, en el análisis del videoclip, a falta de más información, se hace complejo inferir si nos encontramos ante personajes e interpretaciones queer.

La muestra de vídeos de la última década analizada recoge temáticas y motivos muy variados que responden a la diversidad de la que hace gala el formato a la hora de

hacer explícito un discurso de género. Incluso tratándose de una muestra intencional en un corto margen de tiempo, podemos concluir que el videoclip queer ha hecho un recorrido que va de la marginalidad y la representación de sexualidades periféricas en contextos minoritarios (como en “Sambaca”) hasta la comercialidad y la aceptación masiva de un género frecuentemente tildado de sexista, el reggaetón, con un artista varón cisgénero heterosexual, Bad Bunny, que se apropia o se posiciona en el cuerpo de una mujer (transgénero o no). Esta misma inclusión del discurso queer en producciones discográficas más comerciales de éxito llega también a otros muchos intérpretes de gran popularidad, como Janelle Monáe, Hozier, Troye Sivan, Years and Years, Macklemore y Ryan Lewis, Clean Bandit, Little Mix, Pink, Taylor Swift o Katy Perry, entre otros. Aunque no hemos pretendido ofrecer un enfoque cuantitativo en este trabajo, podemos afirmar que el videoclip de naturaleza queer ya no es un caso aislado, además de atender a una mayor diversidad de las personas que representa.

La evolución del videoclip queer a lo largo de la década, decíamos, ha llevado a reivindicar las uniones matrimoniales entre personas del mismo género (“Eres tú”), en un ambiente festivo, familiar y de celebración muy lejos de la sordidez de clips queer previos (como “Relax”, “Sex Dwarf” o “Sambaca”), adoptando las pautas y rituales de las uniones entre heterosexuales. Veíamos también cómo la relación entre personas del mismo género era normalizada y mostrada sin destacar el género de los personajes, como hacían los hombres gays de “I Try To Talk To You” o las mujeres lesbianas de “Días impares”. Finalmente, Bad Bunny proponía torpemente un discurso supuestamente feminista sirviéndose y apropiándose, con ironía y una estética kitsch, de los cuerpos híper-sexualizados del reggaetón.

Queremos terminar este trabajo destacando la idea de que el objeto de estudio sigue siendo muy amplio y de que requiere de próximas actualizaciones, a la vista del incremento de aquellos contenidos producidos desde la industria discográfica que hacen explícito un discurso de género disidente con la heteronormatividad.

Referencias bibliográficas

- Christian, A.J. (2010). Camp 2.0: A Queer Performance of the Personal. *Communication, Culture & Critique*, 3, 352-376. <https://doi.org/10.1111/j.1753-9137.2010.01075.x>
- Austerlitz, S. (2007). *Money for Nothing. A History of the Music Video from the Beatles to the White Stripes*. Londres, Reino Unido: Continuum.
- Bonfigli, A. y Mer, K.B. (2012). Representación de la construcción de género en el videoclip. En AA.VV. *III Congreso Internacional de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual* (pp. 1-9). ASAECA. <https://tinyurl.com/yyg3xkm6>
- Botescu-Sirețeanu, I. (2019). Queer in Queen: Camp aesthetics and queer performativity in Queen's music videos. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov. Series IV: Philology and Cultural Studies*, 12(61), 87-100. <https://doi.org/10.31926/but.pcs.2019.61.12.7>
- Butler, J. (2007). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona, España: Paidós.
- Carballo, P. (2006). Reggaetón e identidad masculina. *Inter.c.a.mbio*, 3(4), 87-101. <https://tinyurl.com/y34pab2d>
- Casetti, F. y Di Chio, F. (1991). *Cómo analizar un film*. Barcelona, España: Paidós.
- Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid, España: McGraw Hill.
- Cruz-Díaz, R. y Guerrero Moreno, M.C. (2018). El género musical reggaetón. Aproximación al discurso sexual y a la cosificación de las jóvenes. En E. López-Meneses, D. Cobos-Sanchiz, A.H. Martín-Pa-

- dilla, L. Molina-García y A. Jaén-Martínez (coords). *Experiencias pedagógicas e innovación educativa. Aportaciones desde la praxis docente e investigadora* (pp. 3683-3695). Barcelona, España: Octaedro.
- Dhaenens, F. (2016). Reading Gay Music Videos: An Inquiry into the Representation of Sexual Diversity in Contemporary Popular Music Videos. *Popular Music and Society*, 39(5), 532-546. <https://doi.org/10.1080/03007766.2015.1068530>
- Escamilla, P. (14 de abril de 2020). ¿Oportunismo o inclusión? · El dilema con el video de Yo Perreo Sola, dirigido por Bad Bunny. *Slang*. <https://tinyurl.com/y38d6nhu>
- Fitts, M. (2008). Drop It Like It's Hot. Culture Industry Laborers and Their Perspectives on Rap Music Video Production. *Meridians: feminism, race, transnationalism*, 8(1), 211-235. <https://www.jstor.org/stable/40338918>
- Freeman, C. (2020). Filming female desire: queering the gaze of pop music videos. *Cultural Studies*, 34(6), 1007-1032. <https://doi.org/10.1080/09502386.2019.1704039>
- Fonseca Hernández, C. y Quintero Soto, M.L. (2009). La Teoría Queer: la deconstrucción de las sexualidades periféricas. *Sociológica (México)*, 14(29), 43-60. <https://tinyurl.com/yxfq8o4n>
- Gómez Rodríguez, G.M. (2019). *La realidad en la ficción: Las preocupaciones de los españoles en las series de televisión (1990-2010)* (Tesis doctoral). Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/58560/>
- Guarinos-Galán, V. y Sedeño-Valdellós, A.M. (2018). Danza contemporánea y sincronía musicovisual en el videoclip musical actual. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9(2), 321-332. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2018.9.2.3>
- Guarinos-Galán, V. y Sedeño-Valdellós, A.M. (2020). El videoclip social. Análisis de su narrativa y estética. *Methados. Revista de ciencias sociales*, 8(1), 120-129. <http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v8i1.329>
- Holland, S.A. (2020). *Examining Diversity in YouTube Music Videos with Queer Women Couples from 2006-2019* (Trabajo de fin de máster). Syracuse, Estados Unidos: Syracuse University. <https://tinyurl.com/y3s9zg7j>
- Horn, K. (2010). Camping with the Stars: Queer Performativity, Pop Intertextuality, and Camp in the Pop Art of Lady Gaga. *Current Objectives of Postgraduate American Studies*, 11. <http://dx.doi.org/10.5283/copas.131>
- Illescas-Martínez, J.E. (2017). El contenido del videoclip dominante como reproductor cultural e ideológico. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 8(2), 85-104. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.2.6>
- Lauretis, T.D. (1991). (1991). *Queer Theory. Lesbian and Gay Sexualities. Differences: A Journal of Feminist Cultural Studies*. Indiana, Estados Unidos: Indiana University Press.
- López Gutiérrez, M. L. Y Nicolás Gavilán, M. T. (2015). El análisis de series de televisión: construcción de un modelo interdisciplinario. *Revista ComHumanitas*, 6 (1), 22-39. <https://tinyurl.com/y2azrmej>
- López Ocaña, A.J. (2018). El videoarte español desde las tácticas queer. Discursos políticos y sociales a través de la creación audiovisual. En J.C. Martínez Coll (coord.). *VII Congreso Online Internacional sobre Arte y Sociedad: arte de los nuevos medios* (pp. 1-10). Málaga, España: EUMED. <https://tinyurl.com/y49a7t45>
- Masterman, B.D. (2012). *It's All Me... In One Way or Another: Transgressive Queer Embodiment in the Music Videos of Marilyn Manson* (Trabajo de fin de máster). Pittsburgh, Estados Unidos. University of Pittsburgh. <http://d-scholarship.pitt.edu/11763/>
- Oleszczuk, A. y Waszkiewicz, A. (2020). Queerness of Hallyu 2.0: Negotiating Non-normative Identities in K-pop Music Videos. *Res Rhetorica*, 7(2), 118-131. <https://doi.org/10.29107/rr2020.2.8>
- Ravijojla, N. (2008). *The representation of the lesbian body in music videos* (Trabajo fin de máster). Budapest, Hungría: Central European University. <https://tinyurl.com/y5pjkd2g>
- Rodríguez-López, J. y Caldeiro Pedreira, M.C. (2015). Divas clips: la imagen actual de la mujer en el video musical. *Revista Temas de Comunicación*, 31, 59-80. <https://tinyurl.com/y2uv7mx8>
- Rodríguez-López, J. y Sedeño-Valdellós, A.M. (2017). El videoclip y la comunicación socio-política: el mensaje reivindicativo en el video musical. *Vivat Academia*, 138, 1-16. <https://doi.org/10.15178/va.2017.138.1-15>
- Sedeño-Valdellós, A.M. (2002). El cuerpo del cantante en los videoclips: una propuesta de análisis textual. En AA.VV. *VI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación*. Santa Cruz de la Sierra, Bolivia: Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación.
- Selva-Ruiz, D. (2014). *El videoclip. Comunicación comercial en la industria musical*. Sevilla, España: Ediciones Alfar.
- Storner, T. (2020). *My Boy Like a Queen. Musical and Visual Queer Performance in Music Videos of Sam Smith and Troye Sivan* (Tesis). Utrecht, Países Bajos. Utrecht University. <https://tinyurl.com/y5jkelto>
- Vernallis, C. (1998). The Aesthetics of Music Video: An Analysis of Madonna's 'Cherish'. *Popular Music*, 17(2), 153-185. <https://doi.org/10.1017/S0261143000000581>
- Vernallis, C. (2004). *Experiencing music video: aesthetics and cultural context*. Nueva York, Estados Unidos: Columbia University Press.
- Viñuela Suárez, E. (2018). *Bitch, she's Madonna. La reina del pop en la cultura contemporánea*. Madrid, España: Dos bigotes.

- Ward, L.M., Hansbrough, E., y Walker, E. (2005). Contributions of music video exposure to black adolescents' gender and sexual schemas. *Journal of adolescent research*, 20(2), 143-166. <https://doi.org/10.1177/0743558404271135>
- Wikipedia, (2020). Bad Romance. *Wikipedia*. <https://tinyurl.com/y44pgofc>
- Wollen, P. (1996). Introduction. En J. Hillier, Jim and P. Wollen (eds.). *Howard Hawks, American Artist*. Londres, Reino Unido: BFI Publishing.
- YouTube (13 de noviembre de 2011). Alien Alien – Sambaca. *YouTube*. <https://youtu.be/JFN97D6aiw>
- YouTube (4 de octubre de 2012). Carla Morrison - Eres Tú [Video Oficial]. *YouTube*. <https://youtu.be/sdhep5OaAC0>
- YouTube (2 de mayo de 2014). Hercules & Love Affair ft. John Grant — I Try To Talk To You (Official Video). *YouTube*. <https://youtu.be/BTFf8jqPNu0>
- YouTube (16 de junio de 2017). Carlos Sadness - Días Impares ft. Melissa Robles. *YouTube*. <https://youtu.be/f4H3YNRLIEY>
- YouTube (27 de marzo de 2020). Yo Perreo Sola - Bad Bunny (Video Oficial). *YouTube*. <https://youtu.be/GtSRKwDCaZM>
- Zurian Hernández, F.A. y Herrero Jiménez, B. (2014). Los estudios de género y la teoría filmica feminista como marco teórico y metodológico para la investigación en cultura audiovisual. *Área Abierta*, 14, 3, 6-21. <https://cutt.ly/bfxBkPP>

