



Parodia, nostalgia, ironía y nuevas formas de representaciones feministas y queer a través del videoclip “indie” español: Cariño, Shego y Zahara, Ginebras y Aiko el Grupo

Laura González Martínez

Universidad de Valladolid  <https://dx.doi.org/10.5209/eslg.99097>

Recibido: 14/11/2024 • Aceptado: 26/02/2025

ES Resumen. Este texto examina cómo los videoclips de diversas bandas femeninas recientes, como Cariño, Zahara y Shego, Ginebras y Aiko el Grupo, están expandiendo los límites del rock y pop indie español. Desde 2015, aproximadamente, esta “nueva ola” ha adoptado un enfoque directo y sin metáforas, utilizando en numerosas ocasiones la parodia, la ironía y el humor como recursos narrativos. Junto a estas estrategias subversivas, se observa también un uso consciente de la nostalgia, que no busca idealizar el pasado, sino reinterpretarlo desde una mirada crítica y contemporánea. Esta nostalgia irónica permite recuperar estéticas, sonidos y referencias culturales de décadas anteriores, resignificándolos desde las realidades y sensibilidades del presente. Así, a través de los materiales audiovisuales, estas artistas proponen visiones alternativas que visibilizan lo queer, presentan imágenes que cuestionan el papel de la mujer y los roles tradicionales en la música y en la sociedad y amplían así el entramado de la música independiente.

Palabras clave. indie; género; sexualidad; videoclip; nostalgia; parodia.

ENG Parody, Nostalgia, Irony, and New Forms of Feminist and Queer Representations through the Spanish “Indie” Music Video: Cariño, Shego, Zahara, Ginebras, and Aiko el Grupo

ENG Abstract. This text examines how the music videos of various recent all-female bands—such as Cariño, Zahara and Shego, Ginebras, and Aiko el Grupo—are expanding the boundaries of Spanish indie rock and pop. Since 2015, this “new wave” has adopted a direct and metaphor-free approach, frequently using parody, irony, and humor as narrative strategies. Alongside these subversive tools, there is also a conscious use of nostalgia—not to idealize the past, but to reinterpret it through a critical and contemporary lens. This ironic nostalgia enables the recovery of aesthetics, sounds, and cultural references from past decades, re-signifying them through the realities and sensibilities of the present. Through their audiovisual materials, these artists offer alternative visions that make queer identities visible, present images that challenge traditional gender roles and the place of women in music and society, and thereby expand the network of the independent music.

Keywords. Indie Gender; Sexuality; Music Video; Nostalgia; Parody.

Sumario. 1. Introducción. 2. Aspectos generales del videoclip “indie”. 3. “Bisexual” (2018), de Cariño: tontipop, ironía y transgresión. 4. “Merichane” (2022), de Zahara y Shego: feminismo, nuevos relatos y el error como catarsis. 5. Ginebras, “Chico pum” (2020): el deseo femenino y la inversión de los roles tradicionales. 6. Aiko el Grupo, “Sexo Fender (cenicero)” (2022): diversidad y una parodia sobre la masculinidad hegemónica del rock. 7. Conclusiones. 8. Bibliografía.

Cómo citar: González Martínez, L. (2025). Parodia, nostalgia, ironía y nuevas formas de representaciones feministas y queer a través del videoclip “indie” español: Cariño, Shego y Zahara, Ginebras y Aiko el Grupo, en *Estudios LGBTIQ+ Comunicación y Cultura*, 5(1), pp. 55-68.

1. Introducción

El rock y el pop indie, inicialmente definidos por su enfoque independiente y su rechazo a las grandes corporaciones discográficas, se han erigido en un emblema que celebraba la autonomía creativa y la producción alternativa. No obstante, a lo largo de las décadas el concepto ha experimentado importantes cambios que

lo han consolidado como una categoría dinámica y en constante devenir. Por tanto, lejos de ofrecer una visión unitaria, las siguientes páginas pretenden mostrar sus procesos de transformación a través de los grupos que han producido música bajo esta etiqueta.

En España la música independiente se transformó significativamente a partir de la segunda mitad de la década de 1990 cuando grandes discográficas cobijaron a diversos grupos masculinos de sonido y estética similares, y se creó una red específica que incluyó medios de producción, revistas, radios y festivales. Tomando ese cambio como momento clave, se ha articulado la historia del rock indie español en tres períodos generales. El primero corresponde a la década de 1990, representado por bandas emblemáticas como Los Planetas, Dover, Australian Blonde y Niño Gusano. El segundo período abarca los grupos que emergieron durante la primera década de los años 2000 y consolidaron su trayectoria en la siguiente, entre los que destacan Sidonie, Love of Lesbian, Vetusta Morla, Supersubmarina y Arde Bogotá. Finalmente, el tercer período está definido por una nueva generación de bandas, como Hinds, The Parrots, Ginebras y Aiko el Grupo, caracterizadas por la influencia del rock de garaje y una estética desenfadada, pero también por una mayor presencia de mujeres y por su subversión de algunas convenciones de género.

Durante estas décadas se ha podido apreciar un notable grado de participación femenina, en contraste con otros géneros musicales (Leonard 2005, 230). Desde finales de la década de 1980, gran cantidad de bandas del ámbito anglosajón contaron con mujeres entre sus integrantes, como Pixies, Sonic Youth, Hole, Bratmobile, L7, The Breeders, Sleater-Kinney, Elástica, PJ Harvey, Babes in Toyland, Lydia Lunch, Björk, Elastica, e incluso en los Estados Unidos se gestó un movimiento feminista con una estrecha conexión con la música, conocido como *Riot Grrrl*, el cual también tuvo repercusión en diversos grupos musicales en España. De hecho, en el rock indie español hubo desde muy pronto una significativa participación de mujeres, tanto en calidad de vocalistas como de instrumentistas, que nunca ha cesado e incluso se ha incrementado en la última década.

No obstante, pese a que esta presencia femenina ha sido tan notable, suele pasar desapercibida en las narrativas históricas convencionales sobre el rock, y parece que tampoco ha dejado una huella significativa en la percepción popular a lo largo de las décadas. En el ámbito internacional, salvo los casos mixtos y particulares de The White Stripes y Arcade Fire, los grupos que dominaron los medios del indie rock en el cambio de milenio, tras la vuelta de este género musical al *mainstream* a través de la revitalización del rock de garaje y del post-punk, estuvieron integrados únicamente por hombres. Esta preponderancia fue aún más acusada si cabe en España: resulta llamativo observar que, a pesar de la marcada participación de mujeres en el indie rock durante la década de los noventa, a partir del año 2000 se dio paso en España a una fase de la música independiente en la cual los medios de producción, revistas, emisoras de radio y festivales se vieron copados por agrupaciones compuestas exclusivamente por varones, como fue el caso de Love of Lesbian, Lori Meyers, Supersubmarina, Sidonie o Vetusta Morla, entre muchas otras.

Este aspecto denota que, aunque los artistas indies muestren una faceta vulnerable y menos agresiva, no significa que subviertan el canon masculino ni desestabilicen las dinámicas de género, sexualidad y poder presentes en el rock (Bannister, 2006). A pesar de la vulnerabilidad que caracteriza al género, los contextos en los que se inscribe continúan siendo predominantemente masculinos. Lo que podría parecer la salida de una masculinidad hegemónica, pone de manifiesto cómo esta es, en realidad, un bloque híbrido que toma elementos de otras masculinidades subordinadas y que está en continuo proceso de negociación y regulación, como sostenía Demetriakis Demetriou (2001, p. 355).

Sin embargo, desde 2017 el panorama del rock y del pop indie español experimentó un cambio generacional significativo. Se produjo una ruptura con las bandas consolidadas como Vetusta Morla, Izal o Love of Lesbian, las cuales presentaban un sonido más elaborado y una posición de poder dentro de la industria. En su lugar, emergió una nueva ola de grupos jóvenes que apostaban por un sonido *lo-fi*, una actitud DIY, letras más directas, rebeldía y una estética juvenil con toques *vintage*. Uno de los núcleos de esta renovación fue el barrio de Malasaña en Madrid, donde surgieron bandas como Los Nastys, Hinds, The Parrots o Trajano, influenciadas por el rock de garaje internacional con bandas como The Vaccines. También aparecieron otros grupos descentralizados de la escena madrileña como Novedades Carminha (Galicia), Los Bengala (Zaragoza) y Los Vinagres (La Palma).

A partir de este momento se inició un *boom* de bandas como Carolina Durante, Ginebras, Niña Polaca, Shego o Aiko el Grupo, muchas de ellas bajo el sello Sonido Muchacho. Asimismo, esta nueva generación dialogó con las tendencias del trap o el reguetón, integrando ritmos latinos, presentando colaboraciones con artistas como Dellafuente o versionando a artistas como Bad Bunny. Además, se produjo un auge de bandas con presencia femenina como Cariño, Shego, Mourn, Las Odio o Adiós Amores. Finalmente, se revitalizó el tonti-pop, con grupos como Marcelo Criminal, Axolotes Mexicanos y Cariño, que apostaban por letras ingenuas, melodías simples y referencias culturales propias de la generación milenial y Z. A su vez, estas bandas incorporaron discursos feministas, lo que renovó profundamente la imagen y el contenido del género.

Con todo, el presente análisis tiene como objetivo analizar el potencial transformador de los videoclips recientes de rock y pop indie; concretamente los visuales de varias bandas femeninas: Ginebras, Zahara y Shego, Cariño y Aiko el Grupo. Con una mirada consciente y a menudo irreverente, estas artistas están promoviendo relatos que incluyen temáticas LGTBIQ+ y una crítica a los roles de género tradicionales. De esta manera, se explora cómo estas nuevas perspectivas se han introducido en el ensamblaje simbólico y material del rock y pop indie nacional, y cómo estas han reconfigurado el género, demostrando que las categorías musicales son entidades en continuo proceso de negociación y transformación. Además, la elección de estas bandas responde a su relevancia dentro del entramado contemporáneo del rock y pop indie nacional, así como a su capacidad para generar narrativas alternativas desde una perspectiva femenina y disidente. Estas artistas encarnan un cambio generacional en el que la música popular se convierte en un espacio de

resistencia. Estudiar sus propuestas permite comprender cómo se están transformando los lenguajes audiovisuales indies y cómo el videoclip funciona como un dispositivo de representación política y social en la era post-milenial.

Asimismo, este análisis se articula a través de los conceptos de nostalgia, ironía y parodia, elementos recurrentes en los videoclips estudiados. Por un lado, la elección de estos conceptos se debe a que parte de la cultura indie ha abrazado la melancolía, el desencanto y la nostalgia como pilares fundamentales de su identidad, valores que, además, se han erigido un indicador de honestidad. Según Svetlana Boym (2015), actualmente la nostalgia no se enfoca tanto en un pasado distante, sino en un presente que se desvanece debido a la velocidad de la vida contemporánea. La nostalgia surge en un entorno caracterizado por los rápidos cambios sociales, políticos, económicos y tecnológicos que generan una sensación de falta de dirección, incertidumbre e inestabilidad. Boym (2015) subraya que la nostalgia es, además, “un idilio con la fantasía individual”, es decir, cada nostalgia narra su propio relato. Precisamente por esto, el peligro de la nostalgia radica en su capacidad para romantizar y borrar el pasado, dificultando la creación de nuevas formas de representación y perpetuando una visión idealizada que omite los aspectos negativos de las épocas anteriores.

En este sentido, Rosi Braidotti propone encontrar soluciones no nostálgicas para las complejidades y desafíos del presente. Según Braidotti (2015a), la era posthumana se distingue por constituir un período marcado por la incertidumbre y la presencia constante de contradicciones. Así, a pesar de que la postmodernidad ha desafiado ciertos preceptos previamente considerados absolutos, en el actual contexto de globalización y avances tecnológicos emerge la imperiosa necesidad de concebir nuevas modalidades éticas de subjetividad para abordar los desafíos inherentes a esta era de transformaciones:

El momento ético no es tanto el retiro ascético del mundo de la negatividad, con sus éxitos rápidos, relámpago y a corto plazo, sino que se basa principalmente en el acto de trascender la negatividad misma, de transformarla en algo positivo. [...] Este esfuerzo exige persistencia – cierto dolor y tiempo – pero también demanda creatividad, en la medida en que uno necesita proveerse precisamente de aquello de lo que no dispone inmediatamente: pasiones positivas. [...] su creación requiere una disposición interna de ironía para con uno mismo, de sentido no trágico de los propios fracasos. [...] En otras palabras, uno debe ser capaz de contemplar el poco edificante espectáculo de sus propios errores y fracasos. En contra de siglos de filosofía logocéntrica establecida que nos obliga a suplir la Falta [sic] con una ultracompensación racionalista y en oposición a la ideología de la melancolía, uno debe tener, pues, la valentía de asomarse al borde del abismo, mirarlo y dejar que otras fuerzas vengan al rescate (Braidotti, 2009, p. 275).

Cabe señalar que, mientras Braidotti aboga por encontrar soluciones no nostálgicas mediante la transformación de las pasiones negativas, Boym no descarta por completo la nostalgia. Para Boym, la nostalgia, más que ser simplemente una actitud política conservadora, puede concebirse como una oportunidad para afrontar las complejidades y desafíos del presente. Boym aboga por una nostalgia reflexiva y creativa, que permita transformar el futuro a través del análisis de nuestras desilusiones. Asimismo, Alastair Bonnett (2010) argumentaba que la nostalgia, aunque a menudo percibida como contraria a la izquierda y al cambio progresista, tiene el potencial de erigirse como una fuerza transformadora y radical en sí misma. La nostalgia, basada en recuerdos y experiencias, puede ser menos ilusoria que otras formas de idealización del futuro. Es decir, la nostalgia puede ser provechosa para configurar un presente en el que queramos habitar.

Asimismo, en este texto se plantea un enfoque que considera la intersección entre nostalgia e ironía como una estrategia estética propia de la posmodernidad, capaz de reconfigurar las representaciones de género y sexualidad en el videoclip contemporáneo. En lugar de un simple retorno sentimental al pasado, estos elementos funcionan como herramientas críticas que permiten desmontar discursos normativos, visibilizar identidades disidentes y elaborar nuevas formas de subjetividad. Para fundamentar este enfoque, se han retomado las aportaciones de Linda Hutcheon y Mario J. Valdés (2000) sobre la ironía nostálgica en el arte posmoderno. Del mismo modo, se incorporan los planteamientos de Rosi Braidotti respecto a la parodia y la ironía como herramientas de desactivación y resignificación, en diálogo con la filosofía afirmativa de Gilles Deleuze y Félix Guattari (Braidotti, 2015b, p. 252).

Por último, para analizar estos videoclips se han utilizado algunos planteamientos postulados por el feminismo *glitch* (Rusell, 2021), así como diversas técnicas metodológicas planteadas por Carol Vernallis (2019). Por un lado, el feminismo *glitch* se emplea como marco metodológico para analizar cómo los videoclips subvierten las normas de género. Este enfoque entiende el error o falla digital como una herramienta política y estética que permite romper con las representaciones normativas. El feminismo *glitch* permite leer lo visual y sonoro desde la disrupción: cortes abruptos, distorsiones, movimientos fragmentados o efectos visuales que no siguen una lógica tradicional pueden interpretarse como gestos de resistencia frente a la rigidez. Así, estas artistas aprovechan el medio digital como terreno para la experimentación y las nuevas formas de narrarse. Por su parte, Vernallis sugiere examinar aspectos como el uso del color y la textura, la disposición del espacio, el rol de la letra, la relación entre ritmo y narrativa, los elementos que facilitan la continuidad entre tomas, el estilo del director, el uso de accesorios, así como la estructura global del inicio y el final, los gestos y el vestuario como herramientas para reforzar la música y la historia. También considera la armonía, el timbre, las representaciones de raza, clase, género y sexualidad, la sincronización entre imagen y música, y los elementos de cámara y edición (Vernallis, 2019, p. 255). Así, en lugar de entender el videoclip como un simple producto de consumo pasivo impuesto por la industria, este enfoque permite considerarlo un espacio de construcción, exploración y cuestionamiento de las identidades.

2. Aspectos generales del videoclip “indie”

Antes de entrar en los casos concretos, conviene examinar los elementos estéticos y narrativos que suelen definir al videoclip, aquí denominado, “indie”. Este se caracteriza por la predilección de una estética de bajo presupuesto y un estilo visual deliberadamente amateur. Estas tecnologías ofrecen oportunidades para redefinir lo “indie” más allá de su rechazo a las grandes discográficas y dotar a esta música de un halo de autenticidad y cercanía. Entre los elementos más comunes están el uso de formatos como Super-8 y VHS, imágenes de baja resolución, planos inestables, movimientos rápidos de cámara, sobreexposición, efectos visuales como el *glitch*, animaciones y tonos pálidos. Estos recursos desafían la pulcritud de las producciones comerciales y proponen una narrativa más fluida, centrada en lo cotidiano, lo doméstico y lo espontáneo. Aunque estos recursos pueden ser entendidos como una crítica a la industria musical *mainstream*, también pueden responder a una elección estética deliberada que poco tiene que ver con que los grupos procedan del *underground*. Ejemplos destacados incluyen videoclips de Hinds, Novedades Carminha, Los Planetas, The Parrots, Vetusta Morla o León Benavente, quienes mezclan escenas en vivo, grabaciones informales y efectos visuales que evocan lo analógico. Así, a pesar de sus diferencias temporales y estilísticas, muchas bandas han mantenido este enfoque DIY durante décadas.

Por otro lado, la música independiente ha mostrado históricamente una inclinación por la nostalgia, la melancolía y el desánimo, tanto en sus letras como en la estética de sus videoclips. El uso de tecnologías como el VHS o el Super-8 no solo remite a una producción de bajo presupuesto, sino que también actúa como herramienta narrativa al evocar recuerdos como unas vacaciones familiares o juegos de la infancia. Esta evocación del pasado intensifica sentimientos vinculados al paso del tiempo y a la angustia existencial propios del género. Además, los videoclips suelen emplear planos inestables, movimientos giratorios e imágenes desdobladas que generan sensaciones de mareo o ensoñación. La falta de una narrativa definida contribuye a representar un estado emocional de apatía, insatisfacción o aburrimiento. Los protagonistas suelen aparecer como figuras inadaptadas, tristes o desorientadas. Además, es frecuente la inclusión de elementos que remiten a la infancia, como escenas de partidos de fútbol, que en la cultura española evocan momentos despreocupados. Este recurso sirve para reforzar la oposición entre la inocencia juvenil y la alienación adulta tan presente en el prototipo “indie”. Finalmente, muchos videoclips recurren a escenarios bucólicos como bosques, praderas, montañas o ríos que, junto a una estética naif y serena, refuerzan la conexión con lo auténtico, la sencillez y el escapismo.

Finalmente, desde sus inicios, el rock y el pop indie ha utilizado tecnologías del pasado como el VHS o el Super-8 para expresar una estética de bajo presupuesto, autenticidad y distancia del *mainstream*. Sin embargo, a partir de la segunda década del siglo XXI, esta “tecno-nostalgia” se ha intensificado, convirtiéndose en una tendencia clave en los videoclips post-mileniales. Autores como Robert Strachan (2019) han señalado que, a pesar del avance digital, persiste una fuerte atracción por los formatos analógicos, como el 8 mm, 16 mm, 35 mm y el VHS. Ejemplos internacionales como Mac DeMarco con videoclips como “*Ode to Viceroy*” o “*Chamber of Reflection*”, han consolidado esta estética nostálgica. En España, los grupos de esta mencionada “nueva ola” también han adoptado estos recursos visuales.

Grafton Tanner (2022) señala que esta predilección por las tendencias regresivas en la segunda década del siglo XXI se fundamenta en el colapso del capitalismo neoliberal. Este ha contribuido a erosionar la idea de futuro y a sentir una profunda desazón por el presente. Tanner argumenta que la saturación de información en la era de internet, donde los dispositivos electrónicos se renuevan y se desechan constantemente ha fomentado una gran atracción por las tecnologías obsoletas. La tecno-nostalgia se intensifica a medida que avanza nuestro auge tecnológico. Anhelamos la tecnología analógica y consumimos fácilmente el mito de que podemos refugiarnos en la calidez pre-digital de los medios del pasado (Tanner, 2022, p.102). Esta necesidad de anclaje se manifiesta, por ejemplo, en el coleccionismo musical, donde el acto de encontrar, clasificar y escuchar vinilos, CDs o incluso casetes convierte en todo un ritual. Extraer el disco de su embalaje, colocarlo con cuidado en el reproductor y dedicar tiempo a escuchar cada pista se convierte en una forma de resistir la fugacidad del presente.

Finalmente, es importante destacar que muchos de estos videoclips creados en la era post-milenial han incrementado la representación de la comunidad LGBTIQ+. Asimismo, diversos grupos musicales masculinos han integrado elementos como una estética queer, la exaltación de los lazos afectivos entre los integrantes de la banda y ambientes decorados con una gama de colores que abarca tonos rosados, pasteles y patrones florales. En este sentido, Los Vinagres incluyeron el arte del drag en uno de sus videoclips del año 2020. Así, mientras que en su canción “Me pone rabioso tu forma de andar” (2018) la banda mostraba una fuerte atracción hacia una bella *femme fatale*, representada en la portada del sencillo por una mano con uñas de gel afiladas, en “Sumbale” (2020) los miembros de la banda se enamoraban de Alex Mercurio, un artista que se autodefine como “ART-ivista” y travesti.

3. “Bisexual” (2018), de Cariño: tonti-pop, ironía y transgresión

La canción “Bisexual”, del álbum *Moviditas* (2018), fue publicada junto con su videoclip el 24 de octubre de 2018. Siguiendo la línea propuesta por Robert Strachan, este videoclip adopta una estética retro que combina el amateurismo con una actitud deliberadamente despreocupada. En este sentido, se emplea el formato 4:3, que emula el VHS, un recurso frecuente entre grupos musicales de la segunda y tercera década del siglo XXI. Esta elección se refuerza con efectos visuales como el granulado y el ruido, los cuales intensifican la apariencia nostálgica y el amateurismo del conjunto. Esta mirada nostálgica también se manifiesta en la

elección del tonti-pop como estilo musical y en la evocación de una suerte de fiesta de instituto que se sucede durante diversos planos.

No obstante, esta nostalgia se entrelaza con una fuerte carga irónica que sirve como una estrategia para cuestionar los cánones de género y sexualidad. Tanto la parodia, como la ironía, han funcionado como potentes mecanismos de desactivación, permitiendo trascender el desencanto y posibilitando la creación de nuevas formas de representación mediante la creatividad. Según Braidotti, los actos creativos de insurrección de Pussy Riot demuestran que, incluso en circunstancias adversas como la encarcelación, el poder de la energía afirmativa y alegre, y no la tristeza, puede desafiar y subvertir el poder institucionalizado. Este concepto se alinea con las ideas de Deleuze y Guattari, quienes sostienen que no es necesario adoptar una actitud sombría para ser militante, incluso cuando la causa contra la cual se lucha sea abominable (Braidotti, 2015b, p. 252).

Así, desde el humor, “Bisexual” (2018) aborda temáticas raramente exploradas en el rock y el pop indie y ha adquirido todo un estatus de himno entre la generación *centennial* que ha resonado especialmente en la comunidad bisexual y lesbiana. El rock indie y algunas variantes más cercanas al pop han podido parecer más inclusivos hacia estas perspectivas, en parte porque los artistas muestran una sensibilidad y vulnerabilidad que se aleja de la imagen del rockero clásico agresivo, exageradamente masculino y dominante (Cohen, 2005, p. 29; Bannister, 2006). De hecho, debido a la masculinidad vulnerable, a los artistas de rock y pop indie se los ha definido en ocasiones como homosexuales, “comeyogures”, “nenazas” y “mariquitas” (Cruz, 2017, p. 585). No obstante, este género continúa profundamente arraigado a la heterosexualidad y a la mirada masculina, como se puede comprobar a través de las letras de las canciones, los videoclips, la prensa especializada y las propias parejas icónicas del indie.

En la historia popular se encuentran parejas emblemáticas como Kurt Cobain y Courtney Love, y más recientemente el icónico dúo integrado por Alex Turner y Alexa Chung. La lista continúa con Thurston Moore y Kim Gordon (Sonic Youth), Win Butler y Regine Chassagne (Arcade Fire), Jack White y Meg White (The White Stripes), Ira Kaplan y Georgia Hubley (Yo la tengo), Thomas Mars (Phoenix) y el icono del cine indie Sofia Coppola, Karen O y Spike Jonze, Marcus Mumford (Mumford and Sons) y Carey Mulligan, y la representación española con Noni (Lori Meyers) y Anni B. Sweet (Mery, 2015). Por supuesto, la prensa especializada, principalmente la de la década de 1990 y primeras décadas de los 2000, ha integrado numerosos ejemplos de una clara mirada masculina y heterosexual en sus páginas. Por ejemplo, el sello discográfico Subterfuge empleó en la revista *Factory* frases como “estudiantes perversas” o “ven a jugar con nosotras” para promocionar su catálogo:

Ilustración 1. Revista *Factory* 4, octubre - diciembre 1994: 12

DROME

VENTA POR CORREO

ULTIMAS NOVEDADES
IMPORTACION Y NACIONAL A LOS
MEJORES PRECIOS

CD	LP
AMERICAN MUSIC CLUB San Francisco	2950
AUTOMATICS Casares	2300 1800
AUTOTICHE Bismuth	2300 2600
BEDHEAD What Fools We	2400 1625
BECK One Foot In The Grave	2550 1625
BREEDERS Head To The 101	950
DANDSAUR JR. Without A Sound	2500 1625
EDGEMORE Everywhere Got One	2600 1700
EDWYN COLLINS Gormann George	2300 1500
FAMILY De Signa In El Corazon	2300
FADED FLOWER Narcosis	2300 1500
FRANK BLACK Stronger Of The Year	2450 2300
FREE KITTEN Unleashed	2400 1625
GREEN DAY Double	2500
GUIDED BY VOICES New Testament	2400 1625
HEAVENLY The Delta And Fall	1800 1625
HOLING COMBUSTA Buff	1900 1625
JAILE Dremoside	2450 1625
JOSS & MARY CHAIN Stained & Distorted	2500 1625
LEAVING TRAINING The Big One	2500 1625
LUSH Split	2450 1625
MAIS D'Amour May	2500
ORCHIDS Staring For The Last	2450 1625
PALE SAINTS New Damage	2450 1625
PARKINSON DC Green Fields	2500 1500
PAVEMENT Gold Sound	1050 950
PENELORP Trip In A Minute	2500 1500
RADIAL SPANGLE Syrup Microsoma	2450 1625
REIN Microsoma	2500 1625
RIDE Control Of Light	2500 1625
SAMMY Grief Album	2500 1700
SEBASTIAN Salsade	2475 1625
SMASH Self Stained	2500
SR CHIMARRO Values	3300 1600
STEREOLAB More Audio Quietest	2500
SUGAR Feet	2500 1600
SUNNY DAY REAL STATE Diary	2475 1625
VELOCITY GIRL Simpatico	2475 1625

BOJICA NUESTRO CATALOGO
TE LO ENVIAREMOS
GRATUITAMENTE

VALLDONCELLA 3
08001 BARCELONA
TEL: (93) 317 46 46
FAX: (93) 317 47 11

**LLAMA AHORA
A TU LINEA MAS CALIENTE**

SUBTERFUGE

ESTUDIANTES PERVERSAS
NEW CRIMINAL PSYCHOLOGERS
07-069-69 69 69

"Liquid Stage CD" Audición y en directo, 1.800 ptes.

VEN A JUGAR CON NOSOTRAS
KILLER BARBIES
07-069-13 13 13

"Real Live EP" Punk Pop desde Vigo, 600 ptes.

ENEMAS, HUMILLACION, LLUVIA DORADA...
SUBTERFUGE Nº 13
ESPECIAL CRIMEN
Con EP de Dots Tech, R. C. Double, Anselm 51
y Bombarderos. Total: 800 ptes.

07-069-666 666

PROXIMAMENTE

NUBIA EXUBERANTE Australian Blonde Women LP/CD
NECESTRADOS SEÑORITAS In: Explosión LP/CD
ESPECIAL COMILONA 69 Blame Ray CD (6 temas)
1 MINUTO TELESEXO INMEDIATAMENTE Very Suede CD (6 temas)
CASTIGOS PUBLICOS Subterfuge #14 (con EP de Kebabian
de Liverpool, Frankendolls y Stronge Fruit)

TODAVIA FRESQUITOS: Los Camandones LP/CD - Yellow Rain
"Kubrick Village" EP - Monte Ray "Exorcismo" EP

Solicita nuestro catalogo de venta por correo
Pórchas a: SUBTERFUGE RECORDS
P.O. Box 40055 - 28080 Madrid
Tel (91) 532 9529 Fax (91) 532 4410
Gastos de envío hasta 6.000 ptes: +350 plus.

SUBTERFUGE EROTICA SOLO MAYORES DE 18 AÑOS. TARIFA INTERNACIONAL

En este contexto, videoclips recientes como “Bisexual” constituyen un esfuerzo por redefinir las tradiciones del género. “Bisexual” explora el desconcierto al descubrir atracción hacia un hombre: “Me gustan las chicas, ¿cómo pudo pasar? Me gustan las chicas, no me lo puedo explicar. Será por su pelo o su forma de mirar, pero en ese chico yo no dejo de pensar”. Su preocupación reside en cómo revelárselo a las personas de su entorno, a sus abuelos, peluqueros y madres. A continuación, las protagonistas, sumidas en una profunda confusión y miedo ante la repentina revelación, se ven envueltas en un laberinto de pesadillas, sesiones de psicoanálisis y consultas de tarot para desentrañar los misterios de su psique. Como se puede observar, tanto la letra como la imagen están impregnadas de ironía ante el descubrimiento de su bisexualidad.

El giro significativo es que lo perturbador radica en sentir atracción por un chico, no tanto en una homosexualidad que ya se sobreentiende asumida. Este proceso de autodescubrimiento narrado en tono irónico lleva la trama y a los personajes al absurdo. Estos son reducidos a caricaturas cómicas que dan la vuelta a las narrativas sobre la homosexualidad/vergüenza. Además, abordan el tabú del “armario”. De hecho, el foco central del videoclip es el montaje de un armario de Ikea. El vídeo empieza con las protagonistas leyendo las instrucciones y termina con el armario construido con éxito. El montaje del armario sugiere que existe también un armario dentro de la homosexualidad normativa, el cual rechaza la bisexualidad.

Ilustración 2. Cariño. Fotograma extraído del videoclip “Bisexual”



Por otro lado, se intercalan escenas intencionalmente amateurs, como es el jugar con un carro de la compra o pasear por los pasillos de Ikea. En ellas la calidad de la imagen se degrada para simular grabaciones producidas con un teléfono móvil. Estas decisiones estéticas buscan transmitir un ambiente lúdico y aficionado que conecta con la camaradería entre amigas. Asimismo, los diversos escenarios que se despliegan a lo largo del vídeo refuerzan una percepción de inocencia y disfrute. Además, la inclusión de una pista de atletismo con escenas deportivas establece una conexión entre el pop indie y su afinidad por representar elementos de la infancia, generando una atmósfera despreocupada. Asimismo, se presenta una habitación en penumbra iluminada con luces de discoteca y decorada con vasos de plástico rojos, evocando el ambiente de una fiesta universitaria estadounidense.

Por otro lado, esta aparente despreocupación se combina con la sencillez de las letras. “Bisexual” se caracteriza por su estilo directo y desprovisto de metáforas, de rima sencilla donde las voces se perciben poco trabajadas, casi recitadas y sin mostrar atisbos de emoción. Además, las melodías bailables del sintetizador y los acordes de triada E - F#m - C#m se repiten cíclicamente durante toda la canción y evidencian el amateurismo de la banda. Estas características, unidas al empleo del sintetizador y a la expresión imperturbable en los rostros de las protagonistas son representativas del tonti-pop, calificativo con el que se ha definido a la banda en numerosas ocasiones.

El mal llamado tonti-pop ha sido frecuentemente criticado y percibido en algunos círculos de la música independiente como un estilo asociado a un público juvenil de alto nivel socioeconómico y con inclinaciones políticas conservadoras. Esta concepción del estilo se ha construido en contraposición al “noise” y el post-rock (Fellone, 2018, p. 272). Estos últimos han estado estrechamente ligados a la introspección, el ruido, las letras crípticas, el distanciamiento con el baile y lo festivo, la ideología de izquierdas, lo masculino y lo auténtico. El tonti-pop representa todo lo contrario. Cuando se crea la diferencia a través de opuestos binarios, uno necesariamente tiene que ser lo que el otro no es. Así, el tonti-pop se ha generado en torno a un “ethos” de mofa e inautenticidad y ha servido para agregar connotaciones negativas a un grupo de bandas supuestamente inauténticas, de derechas, pijas, ñoñas y femeninas. El tonti-pop representa lo trivial y adquiere un estatus secundario, distante de la seriedad.

Por tanto, en el rock indie, el interés estético por el ruido ha estado acompañado por una retórica que enfatiza su carácter extremo y su potencial transgresor. Frecuentemente, este tipo de música se conceptualiza en torno a una poética de la transgresión, donde la distorsión y el volumen se perciben como una manifestación auténtica, revolucionaria, una forma de resistencia y una política que está vinculada al *underground*, en cierto modo intelectual, y que se aleja deliberadamente de las masas. Este ruido constituye una tecnología de producción del género y de la identidad que durante décadas ha estado vinculada con la expresión de la masculinidad (Bannister, 2006, p. 131)¹. Así, se ha comprendido el “ruido” como una estrategia artística que ha estado marcada por el género y los valores de la masculinidad (Thomson 2017, 131). El pop, por consiguiente, se ha percibido como una música trivial destinada a ser producida por las mujeres.

¹ Hombres callados produciendo ruidos fuertes.

No obstante, el divertimento y las melodías no necesariamente implican menos seriedad, transgresión y posicionamiento político. Un análisis más detenido revela que estas asociaciones implementadas con el paso de las décadas a estas dos categorías aparentemente antagónicas no son tan rígidas como aparentan. Por ejemplo, en el fanzine *Yo-Yo* se observaban referencias al movimiento feminista “Riot Grrrl” y entre los grupos del tonti-pop de la década de 1990 se podían escuchar versiones de temas como “You Think You’re a Man” del icono LGBTIQ+ Divine. Sin embargo, en su momento fanzines como *Mondo Brutto* criticaban al tonti-pop y propagaban rumores, como el infundado comentario de que “Felipe Fresón” era Guardia Civil y vigilante en un psiquiátrico (Subterfuge Radio, 2023, min. 43:58). Luis Landeira admitió que en esa época no solían verificar exhaustivamente los datos y publicaban casi cualquier información que llegara a sus manos. Además, mencionó que escribió un artículo sobre Le Mans ilustrado con imágenes de mujeres desnudas, lo que llevó a que Ivonne y Teresa, miembros de la banda, le trataran con indiferencia. Landeira afirmaba que a “los indies” no se les podía hacer ninguna broma y que no aceptaban las críticas (Cruz, 2015, p. 744). Por tanto, la construcción de estos opuestos binarios es sumamente simplista.

De hecho, a pesar de la apariencia superficial del videoclip “Bisexual”, este trae consigo un mensaje subyacente que aborda la complejidad de las relaciones y el proceso de autodescubrimiento. A través de su tono humorístico, el videoclip desafía los estereotipos y tabúes relacionados con la orientación sexual, tanto en relación con la heterosexualidad, al expresar vergüenza y desconcierto ante la atracción hacia un hombre, como con la bisexualidad, al presentar esta orientación como un posible tabú dentro de la homosexualidad. Así, ejemplos como el del grupo Cariño demuestran que la ironía no solo funciona como entretenimiento sino también como una herramienta para subvertir y problematizar ciertos clichés de género y sexualidad.

4. “Merichane” (2022), de Zahara y Shego: feminismo, nuevos relatos y el error como catarsis

En los álbumes y sencillos de numerosas bandas femeninas de la segunda y tercera década de los 2000 se evidencia una mayor presencia de letras con un enfoque explícito en cuestiones de género, como es el caso de “Merichane”. Sin embargo, el rock indie no ha presentado una orientación particularmente explícita a la hora de abordar temáticas sociales y políticas en sus letras. Si bien es cierto que son numerosos los grupos que se muestran como una especie de parias del sistema, contestatarios y rebeldes, lo político en el rock indie representa más un “ethos” y, aunque algunos artistas se muestren abiertamente políticos, tanto en los medios de comunicación como en sus letras, lo que expresan suele ser totalmente generalista. Algunas letras podrían ser “La Deriva” de Vetusta Morla (“Habrá que inventarse una salida / Ya no hay timón en la deriva”). Por su parte, Jota, líder de los Planetas, comentaba que:

Ahora sale en los telediarios cómo el Estado está organizado expresamente para robar a la gente. Antes lo sabíamos unos cuantos. Ahora la gente es mucho más consciente que en el 99 y ya se organiza de otra manera. Y nosotros hemos aportado nuestro granito de arena (Cruz, 2017, p. 638).

Santi Balmes, cantante de Love of Lesbian, expresaba que el título del álbum *Cuentos chinos para los niños del Japón* “puede ser una referencia tanto a la política en general como a sus maniobras concretas” (Nopca, 2007, p. 13). Asimismo, la banda Mucho explicaba que las canciones de su último álbum mostraban un odio general a “la clase política” (Queipo, 2016, p. 16). Los miembros de Izal, por su parte, aludían a lo que ellos denominan un “dogma universal”: “un pueblo inculto es un pueblo manejable” (No confidencial, 2016, p. 46). Por último, Noni, cantante de Lori Meyers, comentaba que: “No me mojo en política porque respeto mucho la inteligencia de mis fans” (Prieto, 2021).

Conceptos como “la clase política”, “el Estado roba” o “cuentos chinos”, son un claro ejemplo de este difuso posicionamiento que, por supuesto, no siempre se cumple, pero sí ha sido estructural. En contraste, la postura de estas recientes artistas, como Shego y Zahara, debe entenderse dentro del contexto de los rápidos cambios en materia de género en España. Si bien el 15M fue un catalizador para el cambio social, el 8M supuso en 2018 un cambio para el feminismo. Este período estuvo marcado por una mayor conciencia y movilización en materia de igualdad de género, impulsado, en parte, por casos mediáticos de violación como el de “La Manada” en 2016, su posterior sentencia en 2018 y su revisión por el Tribunal Supremo en 2019, que generó un intenso debate sobre la violencia sexual y los sistemas judiciales. Además, el movimiento global #MeToo resonó en la sociedad española, dando voz a numerosas mujeres que compartieron sus experiencias de acoso y abuso sexual, y promovió una reflexión colectiva sobre las dinámicas de poder y la cultura de la impunidad. Las manifestaciones masivas, los debates públicos y la visibilidad sin precedentes de las demandas feministas generaron un impulso transformador en la sociedad. Sin embargo, no solo el feminismo, sino también la cultura queer y las luchas LGBTIQ+ acabaron permeando la sociedad.

En este contexto, el videoclip “Merichane” cobra más sentido. “Merichane” era el apodo con el que denominaban los compañeros de colegio de Zahara a la prostituta del pueblo. Más tarde se lo otorgaron a la cantante cuando tenía doce años. “Merichane” también fue el primer sencillo del álbum *Putas* (2021), publicado el 14 de enero de 2021 por Zahara en solitario. A lo largo de la canción, la artista expone diversas situaciones vividas en primera persona y compartidas por otras mujeres. Aborda temas como la condena al deseo sexual femenino o los abusos sexuales. Las diferentes situaciones iban precedidas por un “Yo estaba ahí”:

Yo estaba ahí
con las llaves en la mano
acelerando el paso,
fingiendo que hablaba con mi hermano.

Yo estaba ahí
dejándome hacer
con tal de que acabase
de una vez.

En 2022 se publicó la reedición del álbum *Putá*, con el título *Reputa*, que incluyó colaboraciones con Rodrigo Cuevas, Carolina Durante, Delaporte, Shego, María José Llergo, La oreja de Van Gogh, Perarnau, Pretty Pretty 2000 y Cora Novoa. La letra de “Merichane” es diferente en este álbum, ya que Zahara propuso a Shego incluir sus propios “Yo estaba ahí”.

Yo estaba ahí.
Sé que aún recuerdas mi nombre.
Vuelve a ser tuyo todo el dolor que
Me acompañó desde entonces.
Yo estaba ahí.
Despertándome desnuda
Cuando ya os habíais ido y solo,
Solo quedaban dudas.
Yo estaba ahí en la plaza de toros.
Mi cara en el telediario
Manoseada por todos.
Yo estaba ahí en el “backstage” escondida.
Mi cara en el Instagram
De quienes me defendían.

La intimidad y la apertura emocional que supone esta letra se complementan en el vídeo con un formato doméstico VHS, caracterizado por el clásico grano y textura de la cinta analógica que evoca una atmósfera amateur e íntima, desprovista de artificios. Zahara sostiene la primera cámara, una grabadora analógica que captura a las integrantes de Shego mientras interpretan sus “Yo estaba ahí.” Paralelamente, una segunda cámara graba a Zahara y al resto de la banda, creando una dinámica de autorregistro entre amigas. La cámara se convierte así en un archivo emocional que atesora sentimientos y vivencias. Esta, además de documentar el momento, permite abrir una ventana hacia lo privado, invitando al espectador a entrar en ese espacio tan personal de las artistas.

Por otro lado, los planos y movimientos de cámara deliberadamente amateurs añaden una capa más de intimidad y espontaneidad al vídeo. Además, se escoge un local de ensayo como escenario principal, un espacio alejado del público masivo y privado. La intimidad del local de ensayo permite que estas historias se desarrollen en un ambiente seguro, reforzando el carácter terapéutico de la música y la importancia de habitar un espacio en el que poder expresar la vulnerabilidad sin miedo a ser juzgada. Así, estas narraciones parecen convertirse en todo un proceso de catarsis y sanación.

Ilustración 3. Zahara y Shego. Fotograma extraído del videoclip “Merichane”



Esta suerte de catarsis emocional se percibe a través de las superposiciones de imágenes, el granulado, el ruido, la alternancia entre el blanco y negro con el color que generan cierto dinamismo y contraste entre los planos. Asimismo, influye el flujo narrativo, el cual se intensifica en los estribillos y en la parte final del tema, que se convierte en el clímax del vídeo. En estos instantes, los movimientos de la cámara son más rápidos, a veces abstractos, y generan cierta sensación de mareo y confusión. Además, se intensifica el ruido visual. Es en este aparente “desastre” donde se percibe esa suerte de redención. En este sentido, las feministas *glitch* han celebrado “la falla como fuerza generativa, una nueva forma de conquistar el mundo” (Russell, 2021, p. 37). El *glitch* representa el error, la huida de la norma y se presenta

como una oportunidad para generar nuevos recursos para los cuerpos. El *glitch* hace abstracto aquello que ha sido forzado dentro de un material incómodo y mal definido: el cuerpo. Así, las fallas de este videoclip se convierten en un vehículo para la expresión de Zahara y Shego y, por consiguiente, para la expansión de sus cuerpos, permitiéndoles crear un espacio donde lo “estropeado” y manipulado por el patriarcado expande sus límites.

Estos efectos se intensifican a través de la música y sus contrastes texturales. Las dinámicas de esta composición se producen a través del uso de la distorsión y de los cambios de la batería. El tema se inicia a través de una sutil tensión provocada por un arpeggio que oscila entre las notas La y Sol, es decir, una segunda mayor. Esta sección resuelve con un primer estribillo que se construye sobre los acordes distorsionados de quinta vacía o *power chords* de Do, Re y Mi. Estos ofrecen un contraste dinámico con las estrofas y el interludio. Asimismo, en los estribillos la batería toma protagonismo al intercalar la caja y el charles en semicorcheas para crear una sensación de dinamismo y energía. Por su parte, el interludio disminuye notablemente en energía, con apenas tres golpes de bombo seguidos de uno de caja. Así, la música y la imagen, con sus momentos de tensión/relajación, reflejan el tumulto emocional que acompaña a la confrontación de los recuerdos dolorosos.

No obstante, a medida que la canción progresa se percibe una evolución hacia el empoderamiento y la liberación. Este recorrido emocional ilustra la capacidad de transformar la rabia y el desencanto en una fuerza positiva que favorece el crecimiento personal y la sanación. Incluso, en algunas imágenes es posible observar a Zahara sonriendo. Además, como se muestra en la ilustración 4, las redes sociales se configuran como plataformas idóneas para el intercambio de experiencias y opiniones entre usuarios y facilitan la construcción de redes de apoyo.

Ilustración 4. Comentario de una espectadora. Imagen extraída de la sección de comentarios de YouTube del vídeo “Merichane”

como plataformas idóneas para el intercambio de experiencias y opiniones entre usuarios y facilitan la construcción de redes de apoyo.



@mervisa89 hace 1 año

Después de ser violada estando tan borracha que no recuerdo la mitad de la noche, salvo que me robó las llaves de mi casa, esta canción tiene más sentido que nunca



8

Responder

Así, esta propuesta visual y sonora articula una forma de nostalgia que va más allá del gesto estético para convertirse en una herramienta de reapropiación emocional y subversiva. El uso del formato VHS, los movimientos de cámara amateurs y el escenario íntimo del local de ensayo no solo evocan un pasado analógico que mitificar, sino que construyen una atmósfera de refugio afectivo. Esta nostalgia no idealiza, sino que recupera fragmentos de la memoria personal y colectiva para resignificarlos desde el presente. En este sentido, lo analógico y lo imperfecto funcionan como dispositivos emocionales: permiten narrar experiencias de dolor y vulnerabilidad fuera del marco espectacularizado o normativo. El videoclip de “Merichane” por tanto, no es solo una evocación estética, sino una forma de reparación simbólica. En este proceso, la intimidad compartida entre Zahara y Shego, mediada por la cámara y reforzada por la textura del grano visual y la distorsión sonora, configura una narrativa donde la memoria, la catarsis y la amistad se entrelazan como formas de resistencia frente a la herida. La nostalgia, entonces, se convierte en un terreno desde el cual es posible imaginar otros modos de estar en el mundo.

5. Ginebras, “Chico pum” (2020): el deseo femenino y la inversión de los roles tradicionales

Ginebras es parte de la generación de bandas que emergieron alrededor de 2017, caracterizadas por su actitud rebelde, letras directas, carentes de metáforas e introspección, con un lenguaje milenial y que versionaban canciones de géneros como el reggaetón y el trap. La letra de “Chico pum” trata sobre el deseo por un chico. En la canción, así como en el videoclip, se observa una manifestación de deseo hacia un supuesto “chico que baila”. La atracción es, hasta cierto punto, abrumadora y la respuesta no se limita a una mera admiración pasiva. En lugar de ello, la protagonista toma la iniciativa y plantea una pregunta directa: “¿Quieres ser papá?”. Ella misma también afirma: “Quiero ser mamá”. En lugar de esperar a que él actúe, la protagonista expresa abiertamente sus intenciones. La protagonista deja de ser el objeto de deseo, una figura habitual en numerosas letras de rock indie, para convertirse en el sujeto que desea activamente. No obstante, aunque la letra se centra exclusivamente en el deseo hacia un chico, el videoclip introduce una narrativa interna diferente.

Ilustración 5. Animadores. Imagen extraída del videoclip “Chico pum”, de Ginebras



La primera escena se desarrolla en un contexto de instituto al estilo estadounidense, pero con una inversión de los roles tradicionales: las mujeres practican el baloncesto mientras los hombres actúan como animadores ofreciendo una coreografía y portando en sus manos unos pompones. Además, el video incluye la presencia de una árbitra y un público diverso que sostiene pancartas y globos de apoyo a Ginebras. El uso del color también es significativo y cuidadosamente planificado. Los colores predominantes son el morado, el azul y el rojo, que dominan la vestimenta, el decorado y los accesorios. Estos colores se mantienen consistentes a lo largo del video, con la gama cromática en torno a estos tonos. Por su parte, en esta primera sección del videoclip el acompañamiento musical se limita a una guitarra arpegiada con una ligera distorsión que acompaña a la voz principal.

Ilustración 6. Pumpito. Imagen extraída del videoclip “Chico pum”, de Ginebras



A partir del segundo 0:45 se introduce al “Chico pum”, cuya figura ambigua desafía el binarismo tradicional. Así, la fascinación de las integrantes de Ginebras por Pumpito, una mascota de animadores, aleja a las integrantes de cualquier encasillamiento en términos de orientación sexual. En cambio se sienten atraídas por una figura que trasciende las categorías de género y sexualidad. Asimismo, en esta parte se integran todos los instrumentos: dos guitarras eléctricas, batería, bajo, voz y coros.

A lo largo del videoclip, se presentan una serie de escenas en las que Pumpito intenta entablar una relación con las integrantes de Ginebras, quienes, desde que lo observaron en el partido, quedaron completamente obnubiladas. Estas escenas incluyen interacciones como el encuentro casual en los pasillos del instituto, el uso de la plataforma Tuenti para observar fotos y mensajes del protagonista, y el intercambio de notas de amor en clase. Estos elementos evocan una nostalgia evidente, propia de los videoclips post-milenials (Strachan 2019). Por un lado, la inclusión de plataformas digitales como Tuenti, popular antes del auge de redes sociales como Instagram, es un claro guiño a las tecnologías del pasado reciente empleadas por esta generación en su adolescencia temprana. Por otro lado, el uso de escenarios vinculados a la adolescencia, como los pasillos de un instituto o las dinámicas amorosas propias de esa etapa, es otra tendencia recurrente en esta nueva ola de bandas españolas. Al situar sus narrativas en contextos escolares o juveniles, estas bandas logran evocar recuerdos y construir una identidad basada en la nostalgia colectiva. A través de una combinación de referencias visuales, tecnológicas y temáticas, se observa a una generación que encuentra en estos recuerdos una forma de reafirmar su identidad y su estética frente a los cambios culturales y tecnológicos del presente.

A continuación, el videoclip muestra una serie de citas entre las integrantes de Ginebras y Pumpito en distintos escenarios recreativos, como una bolera, un picnic y un fotomatón. Estas escenas resaltan el ambiente lúdico y adolescente que predomina en la narrativa visual. Sin embargo, el giro en la trama ocurre cuando las integrantes descubren que todas están saliendo con el mismo chico y que, por tanto, han sido engañadas. De esta manera, este videoclip invierte los roles tradicionales al presentar a las mujeres como agentes deseantes y activas, mientras que el personaje masculino se convierte en un ser engañoso y manipulador.

En este sentido, la escasa representación de mujeres en el contexto del rock indie ha llevado a una notable escasez de relatos sobre el desengaño amoroso desde una perspectiva femenina. Los temas relacionados con el desengaño a menudo se han centrado en la experiencia masculina, describiendo a las mujeres como figuras problemáticas o insatisfactorias que causan dolor y angustia en los hombres. Este contexto ha perpetuado una visión unilateral del desamor que se trastoca en este vídeo. Así, el videoclip de Ginebras realiza una crítica a un arquetipo muy concreto de hombre frecuentemente idealizado en la cultura popular. Este tipo de personaje es comúnmente descrito como el “chico malo” o el “chulo”.

Este desenlace culmina en la escena final, ambientada en el clásico baile de promoción escolar, donde Ginebras se presentan en un escenario interpretando la canción del videoclip. La presencia de las integrantes de Ginebras tocando sus instrumentos refuerza la conexión con la tradición del rock donde el poder de la interpretación en vivo es fundamental. Mostrar a las artistas tocando sus propios instrumentos simboliza el compromiso artístico, el control sobre la música y rompe con cualquier noción de artificialidad. Además, el hecho de que las integrantes de Ginebras aparezcan como instrumentistas rompe con los roles de género tradicionalmente impuestos en la música rock, especialmente en géneros como el rock indie.

Son varias las investigadoras que han examinado el acceso de las mujeres a los instrumentos característicos del rock, especialmente la guitarra eléctrica (Clawson, 1999a, 1999b; Bayton, 2005; Bourdage, 2010). Apuntan que, mientras que las mujeres suelen ocupar el rol de vocalistas, teclistas o tocan guitarras acústicas, los hombres dominan las guitarras eléctricas. Por otra parte, el trabajo de Mary Ann Clawson (1999b) sobre el rock alternativo evidencia una alta presencia de mujeres bajistas que, al ocupar una posición secundaria en comparación con la destacada visibilidad del guitarrista, no son percibidas como figuras centrales en las bandas. Tanto Mavis Bayton como Monique Bourdage han analizado las causas por las cuales solo un escaso número de mujeres termina estableciéndose profesionalmente como guitarristas. Señalan varios obstáculos, entre los que se encuentran los referentes masculinos, la falta de dinero y espacio para transportar el equipo, la condescendencia en las tiendas de música, la falta de confianza en las mujeres para manejar amplificadores y otros equipos, el abuso verbal en el escenario, la disyuntiva entre la maternidad y una carrera en el rock, o los diferentes roles de consumo: los hombres como coleccionistas intelectuales y las mujeres como *teenyboppers*. En este sentido Norma Coates (2005), tomando como modelo a Teresa de Lauretis (1987), presenta el rock como una tecnología de producción del género a través de la cual la masculinidad se ve reforzada y reproducida. Así, el rol del “rockero” es considerado por Coates como una tecnología que forja la masculinidad y que está caracterizada por una suerte de poder fálico que aporta el sonido. De este modo, la participación como intérpretes de Ginebras desafía los estereotipos que han subrepresentado a las mujeres como creadoras e intérpretes.

Por último, en la escena final del videoclip, Pumpito es coronado como el rey del baile, lo que desencadena la furia de las integrantes de Ginebras. Repletas de rabia las artistas arremeten contra Pumpito utilizando sus instrumentos en una secuencia que culmina con un estallido de violencia y reemplaza el clásico final romántico del baile de promoción por un estallido de ira. La violencia final simboliza una resistencia contra este arquetipo masculino idealizado que, en realidad, resulta ser una fuente de desilusión y engaño. Este tipo de crítica se inscribe en una tendencia recurrente dentro del rock y pop indie recientes con bandas como Las Odio, Shego, Aiko el Grupo o Lisasison. Estas bandas suelen abordar temas relacionados con la frustración hacia los modelos de masculinidad hegemónica, como se analizará en el siguiente apartado sobre Aiko. Con todo, en este videoclip, la nostalgia se entrelaza con la parodia para generar una crítica sutil pero efectiva a las normas de género y a las narrativas hegemónicas.

6. Aiko el Grupo, “Sexo Fender (cenicero)” (2022): diversidad y una parodia sobre la masculinidad hegemónica del rock

Las letras y videoclips de Aiko el Grupo ilustran una nueva corriente de bandas que han incorporado temáticas y visuales innovadores en el rock indie. Canciones como “K pesao”, “Niños furbito y niñas lo que sea” y “Sexo Fender” abordan con ironía temas como la amistad, las dinámicas de poder o los clichés de género. En “Sexo Fender”, Aiko utiliza la metáfora de la guitarra Fender, un instrumento históricamente asociado con el rock, el empoderamiento, los hombres y la sexualidad, para criticar el estereotipo masculino del *cock-rocker*. El videoclip comienza con una serie de escenas que reflejan los estragos de una fiesta. Así, una serie de planos capturan la resaca colectiva de los personajes, quienes se presentan en distintas partes de una especie de casa rural con signos evidentes de excesos, como vómito y cigarrillos en la mano. La letra de la canción refuerza el ambiente festivo y de afecto entre amigos con versos como:

Me huele el pelo a cenicero,
Pero a mis amigas cómo las quiero.
Por suerte no esnifan de esa cocaína,
Sólo son adictas a la piscina.

En cuanto al elenco, destaca la presencia de Dana Sevillano, modelo y activista trans. Esta colaboración evidencia el interés de este tipo de bandas por representar la diversidad de género.

Ilustración 7. Dana Sevillano. Imagen extraída del videoclip “Sexo Fender”, de Aiko el Grupo



Asimismo, en relación con esta inclusión de identidades y sexualidades no normativas, una de las escenas muestra un beso entre dos de los protagonistas tras los siguientes versos:

Los chicos muy guapos conquistan la pista.
Se están enrollando y yo que me alegro.
Son mis amigos, no les habéis saludado.

Ilustración 8. Teresa Iñesta y sus amigos. Imagen extraída del videoclip “Sexo Fender”, de Aiko el Grupo



En Aiko y otras bandas del rock indie estas imágenes no se abordan como una lucha o una reivindicación explícita, sino que se integra de manera natural y fluida, como algo ya superado que no necesita ser defendido. Por otra parte, los personajes se presentan como individuos inadaptados, con una estética *nerd* que predomina en toda la narrativa visual. Las actividades que realizan, como saltar a la cuerda, jugar a juegos de mesa o consumir *snacks* refuerzan la búsqueda de lo cotidiano, lo infantil y la rebeldía. En general, todos los personajes siguen este patrón, mostrando expresiones faciales, casi sin emoción, durante buena parte de los clips.

Ilustración 9. “Chico Fender”. Imagen extraída del videoclip “Sexo Fender”, de Aiko el Grupo



Por último, la escena final ofrece una crítica explícita a un arquetipo muy concreto de masculinidad: el hombre rockero. Un chico arrogante, vestido con una chaqueta de cuero y fumando un cigarrillo, se sube sobre la mesa en la que el grupo de amigas está comiendo y jugando a juegos de mesa. Es entonces cuando realiza un *air guitar*, es decir, imita el acto de tocar una guitarra sin tener una real. Mientras él continúa su actuación, sus compañeros, descontentos con su actitud, le ruegan que se baje y vomitan como símbolo de su rechazo. Así, a través de la parodia, Aiko ofrece una crítica al estereotipo de masculinidad hegemónica que representa el rockero tradicional. Esta figura, tradicionalmente vinculada con la arrogancia, la dureza y una actitud de superioridad, es representada de forma deliberadamente exagerada mediante la parodia, lo que permite ridiculizarla y desactivar sus códigos de autoridad. De este modo, nostalgia y parodia vuelven a confluir: el recuerdo de una iconografía clásica del rock se reinterpreta desde una mirada crítica que no solo la evoca, sino que también la cuestiona y subvierte.

7. Conclusiones

Los videoclips musicales se presentan como espacios favorables para analizar el complejo entramado de símbolos y recursos materiales de los géneros musicales, así como las identidades presentes en estas categorías. A través de la combinación de música y narrativas visuales, los videoclips ofrecen una rica plataforma para examinar cómo se representan y se negocian el género y la sexualidad. Estas bandas suelen reflejar una postura feminista, relaciones queer, desafíos frente a las normas de género y una postura crítica hacia la masculinidad hegemónica. Estas temáticas se ven reforzadas visualmente en sus videoclips, donde los espacios, la estética y las interacciones rompen con los estereotipos de género tradicionales.

Por un lado, el videoclip “Bisexual”, de Cariño, es un claro ejemplo de cómo la parodia y la ironía pueden desafiar los cánones de género y sexualidad establecidos. Este tema aborda de manera directa, sencilla e irónica la confusión y el desconcierto de descubrirse bisexual, y no lesbiana. Mediante el uso de la parodia, se subraya lo conflictivo de sentir atracción por un hombre, en contraste con la convencional vergüenza asociada con la atracción hacia el mismo género. La estética retro del videoclip, que incluye elementos como el formato 4:3 y efectos visuales que imitan el VHS, refuerza una sensación de despreocupación y amateurismo, mientras que la simplicidad y el estilo directo de la letra, característico del tonti-pop, permiten un enfoque accesible y desenfadado sobre temas controvertidos. Así, a pesar de que el tonti-pop ha sido históricamente criticado por su aparente superficialidad, “Bisexual” utiliza este estilo para subvertir clichés y abordar de manera humorística y crítica los estereotipos y normas asociadas a las orientaciones sexuales no normativas.

Por su parte, el videoclip “Merichane” de Zahara y Shego explora temas profundamente personales, alineándose con las reivindicaciones feministas que cobraron fuerza a partir de 2018. La letra revela experiencias de abuso y discriminación que enfrentan las mujeres representadas en el video. A través de una estética retro que incluye formato VHS, cámaras analógicas, superposiciones de imágenes y ruido textural, el video recorre el dolor y la catarsis de las artistas. Este tipo de videoclips abre un espacio para visibilizar experiencias de mujeres históricamente marginadas, constituyendo una declaración de resistencia y transformación. Además, estos espacios generan redes de apoyo para las espectadoras que interactúan y comentan en YouTube.

Por otro lado, el videoclip “Chico pum” de Ginebras redefine el rol de las mujeres como protagonistas activas y agentes de deseo, en lugar de limitarse al papel pasivo que, tradicionalmente, se ha atribuido a las figuras femeninas. La inversión de roles en el videoclip, con mujeres jugando baloncesto y hombres como animadores, junto a la fascinación por Pumpito, una figura que trasciende el binarismo de género, subvierte las expectativas convencionales de género y sexualidad. Al final, el enfrentamiento con Pumpito simboliza un rechazo hacia ciertos modelos de masculinidad hegemónica. Por último, y en sintonía con este rechazo hacia las masculinidades canónicas, Aiko el Grupo emplean como símbolo la guitarra Fender para deconstruir y parodiar el arquetipo del *cock-rock*. Además, a través de un ambiente festivo y de camaradería, la banda presenta diversas orientaciones sexuales de manera fluida sin necesidad de reivindicaciones explícitas.

Así, todos estos videoclips funcionan como espacios donde convergen la nostalgia, la parodia y la ironía como estrategias narrativas y estéticas que permiten reinterpretar y subvertir los códigos tradicionales de género y sexualidad. Lejos de ofrecer una mirada melancólica o conservadora del pasado, la nostalgia en el videoclip de Zahara y Shego evidenciada a través del VHS, el blanco y negro, el ruido o *glitch* o la elección de espacios íntimos como locales de ensayo, construye entornos simbólicos de refugio, memoria y cuidado. La nostalgia se convierte en una estrategia de reapropiación, donde lo imperfecto, lo deteriorado y lo aparentemente obsoleto adquieren una potencia expresiva que desafía las narrativas dominantes sobre el cuerpo, la amistad y el dolor. Esta operación de subversión a través de la nostalgia se ve reforzada en el resto de los videos por el uso de la parodia, que desestabiliza figuras e iconografías tradicionales como la del rockero arrogante o la masculinidad hegemónica representada por Pumpito, ridiculizando sus atributos y desactivando su autoridad. Por su parte, la ironía y el uso de personajes caricaturescos y de tramas llevadas al absurdo en Cariño y “Bisexual” son clave para desmontar la heterosexualidad y la homosexualidad normativas.

En definitiva, la nostalgia, la parodia y la ironía, lejos de ser estrategias superficiales, se revelan como potentes herramientas para imaginar otras formas de habitar el cuerpo, la memoria y el deseo. Así, estos videoclips se convierten en terrenos de experimentación y negociación que disponen a los géneros musicales en terrenos volátiles capaces de subvertir los cánones tradicionales.

8. Bibliografía

- Bonnett, A. (2010). *Left in The Past: Radicalism and the Politics of Nostalgia*. Continuum.
- Bannister, M. (2006). *White Boys, White Noise: Masculinities and 1980s Indie Guitar Rock*. Ashgate.
- Bayton, M. (2005). "Women and The Electric Guitar". En S. Whiteley (Ed.), *Sexing the Groove: Popular Music and Gender* (pp. 37-49). Londres, Nueva York: Routledge.
- Bourdage, M. (2010). "A Young Girl's Dream: Examining the Barriers Facing Female Electric Guitarists". *Journal of the International Association for the Study of Popular Music* 1(1), 1-16.
- Boym, S. (2015). *El futuro de la nostalgia*. Antonio Machado Libros.
- Braidotti, R. (2009). *Transposiciones: sobre la ética nómada*. Gedisa.
- Braidotti, R. (2015a). *Lo posthumano*. Gedisa.
- Braidotti, R. (2015b). "Punk Women and Riot Grrls". *Performance Philosophy* 1(1), 239-254.
- Clawson, M. A. (1999a). "Masculinity and Skill Acquisition in the Adolescent Rock". *Popular Music* 18(1), 99-114.
- Clawson, M. A. (1999b). "When Women Play the Bass: Instrument Specialization and Gender Interpretation in Alternative Rock Music". *Gender and Society* 13(2), 193-210.
- Cohen, S. (2005). "Men Making a Scene: Rock Music and the Production of Gender". En Sheila Whiteley (Ed.), *Sexing the Groove: Popular Music and Gender* (pp. 17-36). Londres: Nueva York: Routledge.
- Cruz, N. (2017). *Pequeño circo: Historia oral del indie en España*. Contra.
- Fellone, U. (2018). "Los difusos límites conceptuales del indie español de la segunda mitad de los 90: post-rock vs. tonti-pop". *Cuadernos de Etnomusicología* 12.
- Hutcheon, L., & Valdés, M.J. (2000). "Irony, Nostalgia, and the Postmodern: A Dialogue". *Nuevas Poligrafías. Revista de Teoría Literaria y Literatura Comparada*.
- de Lauretis, T. (1987). *Technologies of Gender: Essays on Theory, Film, and Fiction*. Indiana University Press.
- Rusell, L. (2021). *Feminismo glitch*. Traducido por Valeria Mussio. Pixel2pixel.
- Strachan, R. (2019). "Post-Digital Music Video and Genre: Indie Rock, Nostalgia, Digitization, and Technological Materiality". En L. Burns y S. Hawkins (Eds.), *The Bloomsbury Handbook of Popular Music Video Analysis*. Bloomsbury Academic.
- Thompson, Marie. 2017. *Beyond Unwanted Sound: Noise, Affect and Aesthetic Moralism*. Bloomsbury.
- Tanner, G. 2022. *Un cadáver balbuceante: el Vaporwave y los fantasmas electrónicos*. Salamanca: Holobionte.
- Vernallis, C. (2019). "How to Analyze Music Videos: Beyoncé's and Melina Matsoukas's "Pretty Hurts"". En L. Burns y S. Hawkins (Eds.), *The Bloomsbury Handbook of Popular Music Video Analysis*. Bloomsbury Academic.

Prensa

- Nopca, J. (2007). "La Isla de Lesbos". *Mundo Sonoro* 140, 13.
- Prieto, D. (2021). "Noni, de Lori Meyers: "No me mojo en política porque respeto mucho la inteligencia de mis fans"". *El Mundo*. 2021/04/21
- Queipo Bonet, A. (2016). "En este disco queríamos matar la guitarra". *Mundo Sonoro: Online* <https://www.mondosonoro.com/entrevistas/mucho-entrevista/>
- "No Confidencial". (2016). *Mundo Sonoro* 245, 46.

Audiovisuales

- "Casa Cavestany #43: "Trío de damas" con Amparo Llanos, Alondra Bentley y Gema Martín". YouTube vídeo, subido por Subterfuge Radio, 23 de marzo de 2023. https://www.youtube.com/watch?v=_xRqIVdiv_Q [Consultado: 13/12/2023].