

1.4. La imagen de Andalucía como escenario en los videoclips *on-line*

Alberto Hermida

En el contexto de intercambio y libre acceso que es Internet, el videoclip parece uno de los grandes beneficiados, pues encuentra la oportunidad de oro para alcanzar una difusión masiva y afianzarse en su popularidad como formato promocional de la industria musical. Estos espacios virtuales están abiertos para todos los usuarios. Por medio de ellos, tanto sellos discográficos de prestigio como artistas completamente anónimos publican sus trabajos más recientes. Los primeros, a través de medios profesionales, con el fin de ampliar y optimizar sus canales de difusión. Los segundos, mediante recursos bastante más modestos, con la firme intención de darse a conocer en la esfera global, en busca de un golpe de suerte. Y en el centro de esta ecuación, millones de cibernautas, que se establecen como destinatarios ideales para el consumo directo de dichos vídeos musicales. El estudio sobre la imagen de Andalucía en la web, por tanto, halla en los videoclips disponibles en la red de redes una parada necesaria. Se han considerado para su análisis los videoclips más recientes, de la última década, y dentro de ellos, tanto los de más alto número de visionados, como los que sirven de soporte visual para productos de cantantes de fama internacional, independientemente de los estilos musicales a los que pertenezcan los temas, que, como se observará, son múltiples y heterogéneos. Aun así, en estas páginas se recoge una selección limitada, representativa, de la inabarcable lista de vídeos musicales que guardan relación con la visión de Andalucía como escenario. Se trata, pues, de vídeos que transcurren en lugares característicos de la geografía andaluza, principalmente espacios exteriores, decorados naturales. En las búsquedas, realizadas a través de combinaciones de palabras clave como “Andalucía”, “videoclip” y demás nombres de provincias, ciudades y pueblos, se ha atendido tanto a las etiquetas de los propios videoclips, como a los títulos de las canciones, los nombres de los grupos o los resultados asociados a los vídeos seleccionados.

1.4.1. Andalucía clásica, histórica y monumental

Uno de los retratos característicos del escenario andaluz en el videoclip es aquél que se centra en sus valores más tradicionales. Rescatando principalmente la belleza histórica de la arquitectura de sus monumentos, la cámara suele reconstruir para el espectador las postales típicas de las provincias andaluzas, en una combinación de ciudades con clara identidad y pueblos con encanto. Todo ello, sumado a las constantes referencias al flamenco y a las influencias árabes (y con independencia del tono del vídeo), configura una visión clásica de Andalucía, asentada ya desde hace tiempo en el imaginario colectivo de los espectadores.

En esta línea de vídeos musicales pueden reseñarse ejemplos muy variados, que transitan entre los ampliamente consultados por miles de usuarios y aquellos que pasan más desapercibidos entre la multitud que visita los portales arriba mencionados. Videoclips como los de Simply Red: *Something got me started*, Pastora Soler: *Por si volvieras*, Siempre Así: *El aire de Sevilla*, David Bisbal: *Bulería*, Marta Quintero:

Mujer, Pokito a poco: *Mi primer amor* o French Latino: *Guarda la esperanza* muestran en la pantalla espacios esenciales de Sevilla, como su catedral, la Plaza de toros de La Maestranza, la Giralda, la Plaza de España o el Parque de María Luisa. Por su parte, las calles y la arquitectura monumental de Córdoba quedan reflejadas en los vídeos de Vicente Amigo: *Paseo de gracia* (Paseo de los Naranjos), Medina Azahara: *Córdoba* o Sergio Contreras: *Me recuerda a ella*, mientras que los de Diana Navarro: *Ea y Brindo por ti* y Darius Campbell: *Live twice* centran su mirada en el casco antiguo, la catedral y las bodegas de Málaga, junto a otros enclaves malagueños con fuerte personalidad andaluza.

Siguiendo esta misma dirección, también surgen en las búsquedas los videoclips de Enrique Morente: *Generalife*, Antonio Forcione Quartet: *Alhambra* y Javi Cantero: *Mi casita*, que transcurren en Granada, o los de Niña Pastori: *Cai*, Amanda: *De colores*, Andy y Lucas: *Tanto la quería* e India Martínez: *Anna*, filmados en Cádiz. En los primeros, la cámara se detiene en la Alhambra y sus detalles o en las Cuevas del Sacromonte y se asoma a los miradores de San Nicolás y San Cristóbal. En los segundos, se entretiene en paisajes de pueblos como Tarifa y Chiclana, en las vistas de Cádiz o en las laberínticas callejuelas enclavadas de Vejer y Arcos de la Frontera.

Como colofón a esta primera categoría, a modo de imagen unificadora del concepto clásico y monumental de Andalucía, parece fundamental dirigir la atención hacia el vídeo de la partitura de Manolo Carrasco titulada *Al-Andalus*. A modo de compendio, se acumulan varios símbolos identitarios de Andalucía. Al ritmo de acordes de piano y sinfonías ecuestres, el espectador presencia las estampas por excelencia de una tierra de cálidas playas, bailaoras flamencas, caballos, patios colmados de macetas y monumentos representativos, como la Alhambra de Granada o la Plaza de España de Sevilla.



Ilustración 1. Antonio Forcione Quartet: *Alhambra*

1.4.2. Andalucía urbana

Este es, sin duda, otro de los ejes centrales de la representación de Andalucía como escenario en los videoclips alojados en la red de redes. Los entornos urbanos se imponen como espacios fundamentales. Por un lado, por ser el reflejo de la idiosincrasia de barrios y ciudades. Por otro, por tratarse de una ventana hacia la vida de un sector importante de los andaluces y algunas de sus costumbres, eso sí, generalmente las más joviales y desenfadadas.

- En el corazón de la ciudad. Aunque la gran mayoría de las ciudades andaluzas están presentes en esta categoría con mayor o menor timidez, son especialmente Sevilla y Málaga sus principales protagonistas. Algunos vídeos musicales transcurren en dichas ciudades con cierta visión moderna y urbana, mostrando al espectador lugares reconocibles de su geografía, como plazas, parques o el entramado de sus calles. Desde grupos locales, hasta artistas de otras procedencias, desde bandas consagradas, hasta intérpretes anónimos acuden a ellas para rodar las imágenes con las que dar vida a sus composiciones en la pantalla. Entre los videoclips filmados en Málaga, destacan los de Chicane & Natasha Bedingfield: *Bruised water*, The Thrills: *The Irish keep gate-crashing*, Sunrise Inc.: *Forever in my soul*, OléFunk: *Tengo celos*, Efecto Mariposa: *Diez minutos* o Danza Invisible: *No quiero bailar*. En cuanto a aquellos grabados en Sevilla cabe citar, por ejemplo, los vídeos de O'Funk'illo: *Rulando*, SFDK: *S.E.V.I.L.L.A.*, Manu & Julio Sinlache: *Sinlache*, Underwater Tea Party: *Better than the movies* o Siempre Así: *Completamente tieso*. En esta selección se muestran recorridos en monopatín o en triciclo por las calles de Sevilla y Málaga respectivamente, vistas del paisaje urbano desde las alturas, paseos por el Guadalquivir o el puerto malacitano, la Plaza Nueva, el Castillo de Gibralfaro y un largo etcétera. Otras de las ciudades andaluzas, con menor impacto en la red en este sentido, pueden contemplarse en los vídeos de Maki: *Mi sueño*, en Huelva; El Lunático: *Calle Valdivia*, en el barrio Pescadería de Almería; Marquess: *Arriba*, en Cádiz o Los Aslánticos: *Mi primer día*, en Córdoba. No obstante, además de la ciudad como escenario, sus gentes y los ambientes flamencos de celebración y festejo son otras de las notas dominantes en esta categoría. Buena prueba de ello serían los videoclips de Ketama: *Agustito*, Los Cucas: *Vivir es un carnaval*, Nolasco: *Recuerdos de mi río*, junto a otros antes citados, o gran parte de los vídeos de Los Delinquentes. En concreto estos últimos, se detienen en dichas costumbres al tiempo que recorren las calles y los paisajes de Jerez de la Frontera, como puede comprobarse en *A la luz del lorenzo* o *Somos*. Desde esta perspectiva, la imagen del andaluz es siempre la de una persona altamente sociable, divertida y siempre dispuesta a vivir la vida rodeada de los suyos con alegría y mucha “guasa”.
- Culturas de barrio. Bien podría hablarse de “fenómeno alternativo” cuando se analiza el elevado número de artistas o grupos musicales pertenecientes a las culturas urbanas de barrio, que siendo *amateurs* casi por norma, suben sus contenidos a Internet. La relativa sencillez con la que en la actualidad se adquieren los conocimientos y recursos suficientes para grabar un vídeo y alojarlo en la red, permite a estos grupos realizar sus videoclips con medios precarios, obteniendo resultados de evidente factura casera. Sin embargo, aunque estas facilidades se encuentran al alcance de cualquier artista (y de hecho, también se manifiesta la misma tendencia en otros estilos musicales), resulta interesante resaltar la gran cantidad de raperos y “hip-hoperos” andaluces

que graban los vídeos en sus “territorios” y los distribuyen por la web. Ahora bien, al margen de lo expuesto, no debe olvidarse la existencia de tantos otros grupos que, a diferencia de los anteriores, optan por recurrir a productoras más o menos establecidas en el sector audiovisual, consiguiendo con ello resultados más estéticos y profesionales. Siguiendo la estela musical de artistas ya consagrados como SFDK, Junior, Haze o Gordo Master, principiantes y bandas con cierta trayectoria hacen públicos en la red los videoclips de sus temas principales. Como escenario, utilizan las calles de los barrios de su vida diaria, sin más adornos visuales. Éstas, con sus paredes de *graffitis* y bloques de pisos, cobran el mayor protagonismo, junto a las letras y el lenguaje empleado. Así, el andaluz de la calle se convierte en marca de identidad, pues los artistas, lejos de ocultar o disimular sus acentos, dejan plena constancia de sus orígenes, utilizándolo como sello distintivo. Entre ellos, como ejemplos representativos de vídeos musicales que transcurren en barrios de las provincias andaluzas, pueden reseñarse los de Junior: *Saoke*, SFDK: *El niño Guey*, Haze: *Mi flamenquito*, Gordo Master: *Respeto*, Andalucía Vandals: *En mi banda*, G.BABE: *Andalucía y Victorias y derrotas*, El Chaval MC y Zero: *Córdoba & yo*, Abocajarro: *De día y de noche*, RPS con Ninhato, Pinte y el Largo: *11408*, El Tito MC: *La raza v.3* y *Respeto*, Jesuly: *Cachos de maldad* o Defé Fuentes: *Todo lo que hago*, entre otros.



Ilustración 2. RPS con Ninhato, Pinte y el Largo: *11408*

1.4.3. Naturalezas de Andalucía

Además de por las estampas clásicas y monumentales, los escenarios urbanos o el espíritu de sus ciudadanos, Andalucía adquiere gran relevancia para el sector audiovisual por la diversidad de sus parajes naturales. En esta categoría, ciudades como la capital andaluza ceden el testigo de su protagonismo a provincias de la riqueza paisajística de Cádiz o Almería, que se lucen en la pantalla a través de sus costas y otras localizaciones recurrentes. Por tanto, la imagen de la Andalucía de videoclip queda

también estrechamente vinculada a la naturaleza, a playas, sierras y desiertos como platós de rodaje más que habituales.



Ilustración 3. Chambao: *Te la creó tú*

- Playas y puertos pesqueros. Tal vez sea Chambao uno de los grupos que mayor constancia ha dejado de las playas del sur en sus videoclips. No en balde, el nombre del grupo equivale a un término muy andaluz utilizado para referirse a las “tiendas de campaña” construidas en la playa, de forma más o menos improvisada, como medida de protección para la brisa y los rayos del sol. Como puede comprobarse en *Te la creó tú*, *Pokito a pokito*, *Sueño y muero*, *Instinto humano* y *Dibujo en el aire*, las playas de Andalucía aparecen como escenarios ideales para compartir momentos de amistad, diversión y música en plena naturaleza. Otros ejemplos, en cambio, nos muestran la costa desde una perspectiva más contemplativa y solitaria, más propia de amores y desamores o, al contrario, como zona de ocio a la sombra de un chiringuito. Un sinnúmero de videoclips rodados entre calas, dunas, pueblos de costa y puertos pesqueros sirven para documentar esa imagen tan característica de Andalucía, aquélla que se desprende de lugares como La Caleta, Tarifa, Conil, Vejer de la Frontera, Cabo de Gata, Níjar, La Malagueta, Pedregalejo, Mazagón o Punta Umbría. Es, pues, la imagen de videoclips como los de Niña Pastori: *Amor de San Juan*, Manolo Carrasco: *Andaluza*, Andy y Lucas: *Mírame a la cara* y *Yo lo que quiero*, Los Caños: *Niña piensa en ti*, Amanda: *Alguien más*, José Mercé: *Mammy blue*, Maita Vende Cá: *Si yo te digo ven*, David Demaría: *Barcos de papel* y *Cada vez que estoy sin ti*, El Puchero del Hortelano: *Asuntos serios*, Manu & Julio Sinlache: *Amor por tangos*, Capullo de Jerez: *Flor de canela*, Miguel Sáez: *Saber de ti*, Andru Donalds: *All out of love*, David Bisbal: *Ave María*, Marta Sánchez: *Arena y sol*, La Húngara: *Pasó tu tiempo*, Son de Sol: *Y gritaré*, Sweet: *No tienes corazón* o Los Rebutitos: *Recordándote*. En otras ocasiones, como en los videoclips de Chambao: *Duende del sur*, Malú: *Diles*, Er Caña: *Pensando en ti*, Valderrama: *Despierta*, Manolo Carrasco: *Gloria*, Fran Alcázar: *Ya no queda nada*, Lauricia: *Almería* o La Húngara: *Me mata*, se le

ofrece al espectador una interesante combinación de localizaciones, donde playas o puertos comparten escena con calles de pueblos y ciudades, tomas rodadas en interiores o retratos costumbristas en plazas, parques o patios de vecinos. En concreto, mediante vídeos como el de Andy y Lucas: *Hasta los huesos*, se le presenta al espectador una cara diferente, excepcional, de Andalucía: la imagen del duro trabajo diario de los pescadores, viviendo entre la mar y las lonjas.

- Paisajes de cine en la provincia de Almería. Con independencia de los videoclips filmados en Almería ya citados, la provincia merece mención propia en esta categoría de parajes naturales de Andalucía, debido al gran número de vídeos musicales que tienen lugar en sus paisajes. Como sostiene la guía *Paisajes de cine (vol. I)*, perteneciente a la colección “Cine y Turismo en la Provincia de Almería” (http://www.paisajesdecine.com/vol1/guia_esp): Almería, “referente cinematográfico mundial”, “cuenta con infinidad de paisajes, rincones y escenarios naturales de enorme interés, no sólo estético, sino histórico. Lugares que se han convertido en referencias de culto para los amantes del séptimo arte” (VV.AA., 2008: 7). Pues bien, del mismo modo que ocurre en el ámbito cinematográfico, el interés suscitado por Almería como decorado tiene también su correlato en la industria del videoclip, que se aprovecha de los inagotables recursos visuales que le ofrecen la costa, la sierra, el desierto, los pueblos con encanto o los escenarios del oeste almerienses. Almería destaca pues, ante todo, por las posibilidades escenográficas que brindan lugares como el Parque Natural de Cabo de Gata, el Desierto de Tabernas o la Sierra Alhamilla. Se trata de una tierra de contrastes, donde playas y parajes áridos y montañosos se dan la mano, o donde poblados del oeste y carreteras al más puro estilo *road-movie* conviven en poco espacio. Por ello, la variedad de videoclips disponibles en portales como *YouTube* es asombrosa, a pesar de que en muchos de ellos no sea fácilmente identificable la imagen de Andalucía y sí la del simulacro del lejano oeste. A los videoclips que transcurren en las soleadas playas de Almería, como los ejemplos citados de David Bisbal, Marta Sánchez, Andru Donalds o Valderrama, se suman los “ásperos” y desérticos paisajes de vídeos como los de Antonio Flores: *Cuerpo de mujer*, Amaral: *Días de Verano*, David Bisbal: *Bulería*, Athlete: *Half Light*, Geri Halliwell: *Scream if you wanna go faster*, Babylon Zoo: *Spaceman*, Fernando Castro: *África*, Cutting Crew: *I’ve been in love before* o Tam Tam Go!: *Espaldas mojadas*. En las búsquedas realizadas en la red aparecen desde vídeos clásicos, de décadas pasadas, hasta éxitos recientes y tanto artistas nacionales como internacionales. De hecho, es Almería la provincia que parece registrar una mayor afluencia de grupos de distintas procedencias, que acuden a ella para grabar los videoclips de sus canciones. Por ejemplo y siguiendo con las demás líneas temáticas mencionadas, entre los vídeos musicales centrados en antiguos poblados se encuentran los de Depeche Mode: *Personal Jesus*, Enigma: *Return to innocence* y Camela: *Cuando zarpa el amor* o Joaquín Sabina: *Por el boulevard de los sueños rotos*. Por su parte, las “interminables” carreteras se dan cita en los videoclips de Jamiroquai: *Cosmic girl*, Kylie Minogue: *Some kind of bliss* o Revólver: *Ese viejo rock and roll*.



Ilustración 4. Fernando Castro: *África*

1.4.4. Identidades peculiares, “ratones coloraos”

Un rasgo característico de los andaluces, y habitual en la representación que de ellos se hace en cine y televisión, consiste en su constante predisposición al “cachondeo” y el “buen rollo”. Ello, sumado en ocasiones al afán de protagonismo, al deseo de llamar la atención a cualquier precio, hace que ciertos individuos acaben convirtiéndose en auténticos referentes dentro de ese universo peculiar de “frikis” y personajes inigualables. Desde reconocidos artistas y humoristas hasta verdaderos espontáneos y aprovechados con nulo sentido del ridículo, se asientan en la cultura popular a través de los medios de comunicación. Muchos de ellos han encontrado su espacio (o consolidado su puesto) dentro del universo de los “ratones coloraos” por las puertas del programa de Jesús Quintero que lleva este nombre; otros, lo han conseguido por vías como el mundo artístico o el mundo rosa, tras las cámaras televisivas o portales de Internet.

De este modo, una de las caras de Andalucía queda claramente determinada por la llamativa personalidad de algunos de sus habitantes: cómicos, entrañables, estrafalarios, surrealistas, grotescos, divertidos... así hasta completar un catálogo de páginas innumerables. Por supuesto, esta imagen de Andalucía, la de los andaluces con sello distintivo, no se corresponde con la de ningún escenario concreto, pero resulta interesante mencionarla porque también tiene amplia cabida en los videoclips consultados. En algunos, porque son los propios artistas los que pertenecen a este sector de identidades peculiares, en otros, porque simplemente se recurre a ellos con el fin de imprimir sus valores al vídeo musical y, por tanto, a la canción publicitada. Como buena muestra de ello, podría hablarse de personajes como “El Sevilla”, líder y cantante del grupo Mojinos Escocíos; El Koala y su gran éxito *Opá, yo viazé un corrá*; Raket Winchester, con canciones como *El marío de la cannisera*; Mocito Feliz, famoso por aparecer siempre como espontáneo ante las cámaras y que finalmente ha grabado su propio tema, titulado *Ole Mocito*; El Tito MC y su reciente éxito musical en la red de redes; César Cadaval, humorista de Los Morancos, con su aparición en el videoclip de

Siempre Así: *Completamente tieso*, y tantos otros casos a los que podría dedicarse incontables líneas.

También en este apartado resulta obligatorio hacer mención a la importancia del andaluz como lenguaje y marca personal. En todos y cada uno de los ejemplos citados, la forma de hablar deja clara constancia de la procedencia de los personajes, que llevan a la exageración los modismos y las expresiones más típicas de las provincias del sur de España. Se trata de esas maneras que tanta gracia suelen hacer fuera de Andalucía, esos dejes que van acompañados habitualmente, para bien y para mal, de tópicos como el chiste, la “guasa” y el bajo nivel cultural.

1.4.5. Usuarios 2.0

Finalmente y a pesar de que el capítulo se centre en los videoclips originales que pueden consultarse a través de Internet, éste no debería cerrarse dejando al margen las creaciones propias que los usuarios elaboran a partir de canciones preexistentes, como se ha hecho en el capítulo de la Andalucía *non fiction* o en el de la Andalucía de ficción. En ambos capítulos ya se deduce que uno de los aspectos de la web que más se ha visto modificado en su versión 2.0 es el grado de implicación y participación de los internautas como generadores de contenido, esto es, las facilidades ofrecidas al usuario para que éste pueda intervenir y se sienta libre de hacerlo en cualquier momento. Actualmente, con las posibilidades que ofrecen los *softwares* informáticos de edición digital, no resulta complicado ensamblar imágenes (propias o ajenas) con música de fondo. De hecho, se ha convertido en una práctica bastante habitual, mediante la cual los usuarios son capaces de crear vídeos musicales con material “prestado” y así hacer versiones caseras y personales de sus canciones favoritas y compartirlas con el resto de la Comunidad.

En cuanto al tema que nos ocupa, no es de extrañar que existan multitud de vídeos de estas características que, como homenaje a Andalucía o a alguno de sus rincones, han sido elaborados a nivel particular. En ellos, por norma general, se acumulan fotos de paisajes y/o de experiencias personales ligadas a la tierra, imágenes de escudos y banderas o mensajes sobreimpresos, en compañía de alguna canción representativa: en ocasiones, el himno, en otras, algún tema significativo por su estilo musical, el artista que lo interpreta o la letra. Son vídeos realizados por andaluces en su inmensa mayoría, creados con el fin de transmitir alguna idea concreta o resaltar aquellos valores positivos con los que más se identifican. Hay vídeos sobre ciudades y pueblos, tradiciones, personalidades andaluzas, equipos de fútbol y sobre tantas otras variables imaginables. Los hay movidos por el orgullo de ser andaluz, o por la nostalgia de estar lejos de la tierra. En cualquier caso, es especialmente interesante atender al elevado número de visitas que estos registran y a las opiniones que suscitan. En cuanto al primer punto, llegan a ser decenas o cientos de miles las reproducciones que almacenan este tipo de vídeos musicales. Con respecto al segundo, sin duda lo más llamativo son los comentarios personales e incluso las conversaciones entre usuarios que se generan al hilo de cada vídeo: “Viva nuestra tierra que es la más bonita que existe” / “buen vidio compadreee, viva andalucia y sus andaluces...” / “Que bonita nuestra tierra cojone!!” (sic). Ahora bien, esto no significa que no surjan también conflictos, disputas y malentendidos entre los participantes.

Entre algunos de los ejemplos de mayor trascendencia se encuentra el vídeo del usuario *tanorubiales* sobre la canción *Andalucía*, de El Barrio, con 330.185 visitas hasta la fecha (08/04/2010), o el de *Yessy02*, titulado *Día de Andalucía 28-f*, que utiliza como banda sonora el himno de Andalucía cantado por Rocío Jurado y que alcanza las 146.996 visitas. En ambos, a través de una colección de fotografías encadenadas, se hace un recorrido visual por lugares representativos de la geografía andaluza: unos escenarios que bien podrían clasificarse atendiendo a las categorías desarrolladas en estas páginas y que proyectan una imagen de Andalucía igualmente acorde con los análisis realizados.



Ilustración 5. El Barrio: *Andalucía* (por *tanorubiales*)

1.4.6. Conclusiones

Como unidad, con independencia de las representaciones particulares de sus pueblos y ciudades, Andalucía aparece fiel a los tópicos que la persiguen. Por ello, en esta dispar colección de heterogéneos vídeos musicales, predomina una Andalucía soleada, de playas vírgenes y arquitectura hispanomusulmana; tierra de caballos, flamenco y hermosas mujeres de cabello oscuro coronado por rosas o claveles. Una Andalucía de estrechas callejuelas y paredes encaladas, de patios con fuentes, arcadas y macetas salpicadas de geranios. La Andalucía del compadreo y el salero, con un sentido del humor envidiable y un eterno espíritu festivo de “cañas” y copas de fino en las tascas, del ambiente por las calles, de palmas, de baile.

Como sostiene Carmen Lasso de la Vega, el relato que preconiza la publicidad sobre Andalucía y los andaluces es el de “un paraíso natural que se extiende a sus moradores, naturales también. Es la tierra de la primavera eterna, donde el tiempo se ha parado. Por ello sus sujetos se dedican a su disfrute mediante la pandereta, el vino y el flamenco” (Lasso de la Vega, 2006: 117). Al igual que en los anuncios publicitarios, en la mayoría de los videoclips siguen también perpetuándose ciertos tópicos que parecen ya

inevitables, siendo los propios artistas andaluces los que más fomentan esta imagen de su tierra. No obstante, la Andalucía de videoclip presenta una gran riqueza como escenario cuando se atiende a la diversidad de sus paisajes. El internauta descubre un sinfín de posibilidades en los contrastes de localizaciones urbanas y parajes naturales: ciudades y culturas de barrio, recovecos históricos y monumentales, pueblos con encanto, playas, puertos pesqueros, sierras o espacios desiertos. Al margen de las etiquetas ya mencionadas, las alternativas de Andalucía como “plató” para el rodaje de vídeos musicales son numerosas, como las visitas y comentarios de los millones de usuarios que los visionan por Internet.

Especialmente, grupos y artistas como Chambao, David Bisbal, Los Delinquentes, Siempre Así, Diana Navarro, Niña Pastori, SFDK, Andy y Lucas o David Demaría, entre tantos otros, recurren de forma habitual a su tierra y plasman en los vídeos los escenarios que, en gran parte de las ocasiones, han servido de fuente de inspiración para sus canciones. Por su parte, grupos extranjeros como Simply Red, Jamiroquai, Darius Campbell, Chicane, The Thrills o Depeche Mode recurren también a Andalucía para aprovechar los recursos temáticos y visuales que ésta les proporciona, con independencia de una conexión directa o no con la letra, la música o el espíritu de sus creaciones. Cada uno en su estilo, por unas u otras motivaciones, imprimen la imagen de Andalucía en sus videoclips, bien con el fin de recrearse, sin más, en los tópicos más asentados, de utilizar localizaciones estratégicas o con la firme intención de mostrar la naturaleza y las esencias de esta tierra. En este sentido, una mayor coherencia reside en las piezas que ilustran canciones típicamente andaluzas, donde, por norma general, los sonidos y ritmos flamencos se fusionan con los dejes que le son propios, acompañados de imágenes que refuerzan una misma idea que subyace de fondo.