

TRABAJO FIN DE GRADO



Universidad de Sevilla

**ANALISIS DE LOS UNIVERSOS TRANSMEDIA EN VÍDEOS MUSICALES: EL CASO DE
EXO**

(2019-2020)

Alumno: Eva Pinto Lora

Tutor: Juan José Vargas Iglesias

Curso Académico 2019-2020

Facultad de Comunicación

Grado en Comunicación Audiovisual

Índice

1. Introducción.....	3
1.1 Justificación.....	3
1.2 Objetivos.....	4
1.3 Metodología.....	4
2. El Videoclip y su componente narrativo.....	5
3. K-Pop	10
3.1 Lo visual dentro de la industria del K-Pop.....	13
3.2 Videoclips de K-pop y su importancia para la globalización.....	14
3.3 El fenómeno <i>fandom</i> y sus teorías.....	16
3.4 La expansión del universo más allá del videoclip. El caso de BTS y Ateez.....	18
4. EXO Planet: El Universo narrativo de EXO.....	23
4.1 El grupo y sus integrantes.....	23
4.2 El universo narrativo de EXO. EXO PLANET.....	31
4.3 Tabla orientativa de EXO PLANET.....	48
5. Conclusiones.....	52

Introducción

1.1 Justificación

Desde su creación el videoclip ha sido considerado como una mera pieza de acompañamiento a un tema musical, que según algunos expertos ni si quiera debía tomarse como algo serio. Otros lo han tomado como un escaparate promocional para el artista o grupo. Si bien es verdad, que desde su invención ha sido una pieza audiovisual con una puesta en escena y producción bien cuidadas, no podía compararse de ninguna forma con el nivel que tienen, por ejemplo, las obras cinematográficas. Esto ha ido cambiando en los últimos años, gracias a los avances tecnológicos. Hemos podido observar cómo han surgido videoclips con una trama narrativa, o con un proceso de preproducción de muy alto nivel. Sin embargo, muchos no considerarían estas a la altura de obras cinematográficas o televisivas.

No obstante, esto ha cambiado en las últimas décadas gracias a directores como David Fincher y Michel Gondry, que han conseguido que el videoclip adquiriera un prestigio que antes no se le atribuía. A esto hay que sumarle el auge que la industria del K-pop ha experimentado en los últimos años. En esta última década los grupos de *idols* manejados por las grandes empresas coreanas han visto crecer su popularidad hasta niveles insospechados. Uno de los aspectos más llamativos de los grupos dentro de esta industria son los videoclips. Estos son destacables por su producción de altísimo nivel, una puesta en escena minuciosa y, en ocasiones, tramas narrativas elaboradas, lo que supone un muy alto presupuesto. Aunque esto no sería muy diferente de algunos videoclips lanzados recientemente por la industria americana. Sin embargo, habría que estudiar casos de algunos grupos de K-pop que han ido un paso más allá con sus videos musicales y han creado todo un universo narrativo equiparable al de una saga cinematográfica.

Uno de estos grupos es Exo, uno de los más famosos y relevantes tanto dentro como fuera de Corea del Sur. Los videoclips de Exo no son solo destacables por su alta producción, digna de estudio. Sino también por haber creado un universo que va más allá de ellos y engloba *teasers*, videos exclusivos para conciertos e incluso a los propios miembros del grupo, creando una trama narrativa contada de forma no implícita. Esto último, invita al propio *fandom* del grupo a realizar sus propias teorías sobre lo que se muestra en los videoclips y diferentes piezas audiovisuales.

Por esta razón, habría que preguntarse si gracias a este fenómeno y al avance en producción, el videoclip ha dado un nuevo paso hacia delante, dando lugar a universos enteros que van siendo creados a partir de sí mismos y del *fandom*.

1.2 Objetivos

El objetivo de este proyecto es mostrar si, en efecto, los videoclips han ido un paso más allá y han pasado a ser más que un simple acompañamiento de la pieza musical. Convirtiéndose en un elemento con valor en sí mismo, capaz de crear un universo narrativo, y pasar a ser un elemento transmedia.

Para demostrarlo, se estudiará el caso concreto del grupo surcoreano EXO, uno de los máximos exponentes en la industria del K-Pop.

Como objetivo secundario se intentará identificar algunos aspectos que definen la industria del K-pop, concretamente los relativos a SM Entertainment, y exponer los grandes avances que han ido incorporando los videoclips de la industria coreana estos últimos años.

1.3 Metodología

Para realizar ese trabajo se han consultado diversas fuentes de internet, libros y revistas. Además, se ha realizado una investigación y análisis exhaustivo de numerosos videoclips con el fin de formular una teoría coherente.

Para la primera parte del trabajo el libro al que más se ha recurrido es a los libros *El videoclip. Comunicación comercial en la industria musical* de David Selva (2014) y a *La Música y la evolución de la narración audiovisual. La narración audiovisual en los vídeos musicales* de Gonzalo Martín Sánchez (2010), para exponer una idea general sobre el videoclip. Centrándose en la parte visual del mismo y en las posibilidades que ofrece para crear una historia narrativa a partir de uno o varios videoclips. Para estudiar la introducción de elementos transmedia en el videoclip se ha recurrido a dos artículos de Ana María Sedeño Valdellós, de la Universidad de Málaga, “*El videoclip musical y su integración en narrativas transmedia: estrategias de valor para la música popular y otros empleos del formato*” y “*El álbum visual como proyecto transmedia: Videoclip y experiencia transmedia en la música popular*”.

En lo que se refiere a la definición del K-Pop se han consultado los trabajos de diversos autores. Para la recopilación de información sobre los orígenes del K-Pop y sus diferentes

generaciones se ha recurrido a la revista publicada por el KOCIS, *Korean Culture N°2, K-Pop: A New Force in Pop Music*. Para poder mencionar de forma breve el peso de los elementos visuales dentro del K-Pop se ha consultado las tesis de Sara Leung (2012), de la Universidad de Vassar, *Catching the K-Pop Wave: Globality in the Production, Distribution and Consumption of South Korean Popular Music*. También se ha consultado la tesis de William Tuk de la Universidad de Leiden, *The Korean Wave: Who are behind the success of Korean popular culture?* En el apartado sobre la globalización de los videoclips de K-Pop y sobre el fenómeno *fandom* se ha vuelto a recurrir a la tesis de Leung y la revista del KOCIS.

Además, se ha consultado también el artículo de Ingyu Oh (2013), profesor de la Universidad de Corea, titulado “The Globalization of K-Pop: Korea’s Place in Global Music Industry”. Las páginas web de los distintos programas han sido útiles para la realización de estos puntos.

Al igual que en el anterior apartado, el que hace referencia a la información sobre el grupo EXO y los datos sobre los integrantes, el conocimiento previo de la autora de este trabajo sobre la industria coreana y el grupo en cuestión ha sido un elemento clave. Se ha recurrido también a páginas y foros con información sobre el grupo y sus miembros y webs con datos sobre los diferentes álbumes y sencillos. Para la creación de la teoría que desarrolla más adelante, se ha recurrido a diferentes foros de fans y al análisis, por parte de la autora, de diferentes piezas audiovisuales del grupo.

2. El videoclip y su componente narrativo

El videoclip desde su creación ha sido definido de diferentes formas, aunque siempre va ligado a un tema musical. Autores como Barroso García (1996, p.475) consideran al video musical como un formato televisivo. Otros lo consideran como una pieza audiovisual o como herramienta de comunicación comercial (Selva, 2014, pp. 103-104). Según la RAE, el videoclip es:

“un cortometraje en que se registra, generalmente con fines promocionales, una única canción o pieza musical”.

Aunque esta definición es concisa, no refleja los muchos aspectos que se pueden estudiar del videoclip además de su fin comercial. Por otro lado, Selva (2014, p. 101) da una definición del término algo más extendida:

“El videoclip puede definirse, pues, como un formato audiovisual empleado por el sector fonográfico como herramienta de comunicación comercial, que se basa en la adición de imágenes a una canción preexistente.”

Esta definición da la posibilidad de examinar el videoclip desde diferentes puntos de vista, como un formato o como herramienta de comunicación audiovisual. Dos visiones interesantes. Una de ellas es el concepto de videoclip como pieza audiovisual, que toma el vídeo musical como un elemento en el que existe una conexión inherente entre la imagen y la música y que necesita de un medio, ya sea la televisión o algún otro, para transmitirse (Selva, 2014, p. 103). Otro punto de vista es el del videoclip como una adición de imágenes a una canción preexistente.

Sin embargo, estas dos visiones tienden a olvidar que la música es elemento indispensable del videoclip. Actualmente, hay una gran cantidad de autores que critican el peso que se le da a la imagen con respecto a la música desde la aparición del videoclip. Esto se debe a que muchos aseguran que el videoclip provoca que la cualidad sonora de la música quede diluida frente al peso visual que aporta el vídeo. Sin embargo, en contraste con estas opiniones, hay otros autores que concluyen que el videoclip es un producto que surge en un tiempo posterior al de la propia música, por lo que lo visual no puede tener más importancia que lo sonoro. También se expone que el vídeo musical puede modificar el significado que la canción tenía en un principio o puede añadir matices al mismo, así como crear otros nuevos.

Es complejo afirmar completamente estas críticas hacia el vídeo musical porque este parece, más bien, acercar la música a lo visual sin afectar a la importancia que tiene esta, ya que décadas atrás la música no sólo se escuchaba, sino que se veía en directo (Selva, 2014, pp.114-115).

La imagen, como se ha mencionado antes, es un elemento con gran peso dentro del videoclip, pero no más que la música, sin la cual la imagen carece de coherencia. Esta enfatiza la música y la refuerza, por lo que ambas suelen tener la misma duración. Sin embargo, este no siempre es el caso, ya que pueden encontrarse videoclips con prólogos o epílogos no acompañados de música (Selva, 2014, pp.344-345).

La imagen está compuesta a su vez por distintos elementos. Uno de ellos se trata del texto escrito. Este puede ser introducido dentro del videoclip de diferentes maneras. Puede ser, simplemente, la letra de la canción en forma escrita. Puede narrar una historia relacionada

con el videoclip. También puede tratarse de palabras sueltas que hagan alusión a otros hechos. O pueden ser palabras sueltas de la letra de la propia canción. Los videoclips en los que aparece la letra de la canción como texto escrito se los conoce como *lyric video*. Estos pueden tener como fin dar a conocer la canción antes de que salga el videoclip oficial. Sin embargo, hay ejemplos donde el *lyric video* tiene su propio concepto y estética. (Selva, 2014, pp. 346-348). Este es el caso del *lyric video* de *Lu* del cantante Lu Han, un videoclip animado que hace referencias al ciervo, animal que se relaciona frecuentemente con el cantante.

En otras ocasiones el texto escrito aparece de forma breve en un video y puede ofrecer pistas sobre la historia que se desarrolla en él. Un ejemplo de ello se aprecia en algunos videoclips del grupo EXO, que se analizarán más adelante.

Otro elemento que encontramos dentro de la imagen es el texto hablado, que no es muy frecuente en los videoclips. Puede aparecer en forma de diálogo o como una voz en off. Un caso en el que se puede apreciar esto es el videoclip de *Blood, Sweat and Tears* de BTS, en el que hay una pequeña pausa a mitad de la canción y uno de los miembros narra un pequeño fragmento de texto relacionado con su universo narrativo. Otros elementos importantes son el texto cantado, el ruido y la música (Selva, 2014, pp. 349-354).

Muchos autores hacen una distinción entre videoclips narrativos y antinarrativos. Los primeros se corresponderían con aquellos que cuentan una historia, mientras que los segundos serían aquellos que se componen de imágenes sin relación mutua. Además, hay quien afirma que los videoclips narrativos no siguen las normas de la narrativa tradicional, sino que presentan los hechos de forma fragmentada y el espectador juega un papel clave a la hora de interpretarlos. Esto se debe al hecho de que la imagen y, por tanto, la narración, están supeditadas a la música. La gran variedad de videoclips ha provocado que se establezcan innumerables clasificaciones (Selva, 2014, pp. 355-361).

Los videoclips antinarrativos han sido bastante populares en las últimas décadas. En ellos se incluyen imágenes aparentemente inconexas y sin un sentido inmediato. No obstante, las imágenes de este tipo de videoclips suelen tener algún tipo de vínculo con la música o pueden intentar transmitir una sensación o mensaje (Selva, 2014, p. 373). Este es el caso de *Brainwashed* de la banda de metalcore While She Sleeps, en cuyo videoclip se muestran imágenes que en un principio pueden parecer incoherentes, pero están relacionadas con la letra y las críticas al sistema que esta hace.

Como se ha dicho anteriormente, los videoclips dependen directamente de la música, por lo que es bastante frecuente encontrar videoclips narrativos con relatos ambiguos o crípticos, o historias relacionadas directamente con la letra de la canción. Sin embargo, esto no es siempre así, se pueden ver ejemplos como *One Shot* de B.A.P. donde se narra una historia de principio a fin. Además, con el auge de plataformas como YouTube este tipo de videoclips ha vuelto a resurgir (Selva, 2014, pp.370-372).

No obstante, aunque existan fragmentaciones o el relato se exponga de manera convencional, hay que hacer hincapié en la importancia del espectador, y así lo afirma Gonzalo Martín Sánchez (2010, p. 64), profesor de la Universidad Nebrija:

“Todo lo que no se muestra se presupone que el espectador lo entenderá y lo organizará sin ningún problema... todo el material que ha visionado a lo largo de su vida le proporciona la capacidad inconsciente de reconstruir en su mente la información que no se le muestra...”

En los últimos años, debido al auge de Internet, se ha abierto un sinfín de posibilidades que ha provocado un cambio en el concepto de videoclip establecido años atrás. Al exponer los videoclips en plataformas como YouTube, estos se encuentran al alcance de todo el mundo. Además, se da la posibilidad de acceder a los vídeos en cualquier momento y las veces que se quiera. De esta manera, el *fandom* puede ver e interpretar los vídeos de sus artistas favoritos e incluso tiene la capacidad de crear nuevos vídeos si la visión que ofrece el vídeo musical oficial no es de su agrado. Así, surgen los AMV (Anime Music Video) y los UMV (User's Music Video), que son vídeos realizados por fans de diversas temáticas. Como respuesta a este tipo de contenido creado por fans han surgido los vídeos interactivos. Muchos de estos videoclips están enlazados con una página web donde se puede interactuar con ellos y, por ejemplo, elegir el final que se prefiera. Otros tienen mecánicas relacionadas con los videojuegos o incorporan archivos de redes sociales (Sedeño, 2013, pp. 4-7).

Además, en los últimos años, la implicación del *fandom* ha favorecido la aparición y creación de elementos transmedia, relacionados con los videoclips y con contenido asociado con el artista. El videoclip puede introducirse en un universo transmedia de diferentes formas. Por un lado, está el modo más tradicional, en el que el videoclip forma parte de un universo audiovisual mayor que se encuentra en diversos formatos. En estos casos, lo más frecuente es que el videoclip constituya contenido secundario de una serie o película. Por otro lado, también pueden ser parte de proyectos para crear o fortalecer la imagen de marca del artista (Sedeño, 2013, p. 9).

Este trabajo se entrará principalmente en ese caso, ya que en los últimos años ha experimentado un auge y numerosos artistas han llevado a cabo proyectos de diversa índole. En primer lugar tenemos los álbumes conceptuales, que suelen tener un tema central o una narrativa común a todas las canciones. Desde sus inicios en la década de los 40 se han lanzado numerosos álbumes de estas características.

Un ejemplo de ello es *Mono*, álbum de RM, uno de los integrantes de BTS, centrado en los pensamientos y conflictos internos que el artista ha sufrido en los últimos años.

Hay otros casos en que la narrativa del álbum conceptual no se limita a un solo álbum, sino a varios. Un ejemplo de este caso podría ser el del dúo Twenty One Pilots, los cuales comenzaron una narrativa en su álbum *Blurryface* (2015) centrada en las dificultades por las que ha pasado el vocalista, reflejadas a través del personaje de Blurryface. La narrativa continúa en *Trench* (2018), su álbum más reciente. Además, los videoclips de los singles de ambos álbumes están conectados entre sí. Otro ejemplo es el de la banda de metalcore Alesana. Dicha banda creó una narrativa que abarcaba tres de sus discos, *The Emptiness*, (2010) *A Place Where the Sun is Silent* (2011) y *Confessions* (2015). Estos tres álbumes son conocidos como la *Trilogía de Annabel*, y narran una historia basada en obras como *Annabel Lee* de Edgar Allan Poe y *Divina Comedia* de Dante Alighieri.

También se pueden encontrar los álbumes visuales, que van un paso más allá que el álbum conceptual. Estos no solo crean una narrativa o concepto que conecta todas sus canciones, sino que cada una de ellas cuenta con un videoclip que refuerza esta cohesión. Estos videoclips no tienen que narrar la historia de manera lineal, pueden ser crear un ambiente determinado (Sedeño, 2016, p. 108). Los ejemplos más recientes que tenemos de este tipo de álbumes son *Beyoncé* (2013) y *Lemonade* (2016), este último el más narrativo de los dos. Otro ejemplo podría ser *Mirrors* (2019) de Jackson Wang. En este álbum no todas las canciones tienen videoclip por el momento, aunque el artista ha ido lanzándolos poco a poco desde la publicación del álbum, por lo que cabe la posibilidad que en un futuro próximo se revelen los vídeos musicales de las canciones restantes.

Otro caso de la introducción del transmedia en el videoclip tiene que ver con lo que se ha visto sobre la creación de un proyecto para reforzar la imagen de marca del artista. Sin embargo va mucho más allá de la creación de un álbum visual o conceptual. Se crea todo un universo que envuelve a la discografía de la artista, ya sea parcial o totalmente. Esto se refleja en los videoclips, vídeos exclusivos para conciertos, cortometrajes, álbumes y, en ocasiones,

libros y cómics. Los ejemplos más claros de estos proyectos los podemos encontrar en diversos grupos de K-Pop.

Grupos como EXO, BTS, Shinee o Vixx han creado en menor o mayor medida algún universo narrativo a través de su música. Se pueden encontrar diferentes tipos de universos según su creación como *storytelling* a través de series consecutivas, *storytelling* a través de una trama grupal y creación de personajes y *storytelling* a través de una conexión orgánica entre álbumes (Lee, 2019, p. 47).

Este último caso de transmedia es el que se va a analizar en este trabajo a través del grupo EXO y mencionando los universos de grupos como BTS o Ateez. Sin embargo, es necesario hacer, previamente, una introducción breve del K-Pop

3. K-Pop

El K-Pop es una parte del *hallyu* o *Korean wave*, que se corresponde con la industria musical coreana. Cabe destacar que la palabra K-Pop no se refiere a pop coreano como género musical, sino a la música popular coreana, que engloba numerosos géneros musicales. Se podría decir que el nacimiento de lo que hoy conocemos como K-Pop, tuvo que ver con la creación y el surgimiento del grupo Seo Taiji & Boys a principios de la década de los 90. Conformada por Seo Taiji, Yang Hyung Suk, fundador y ex CEO de YG Entertainment, y Lee Juno. Durante sus comienzos su música, que aportaba una mezcla de estilos nunca vista antes en el panorama musical coreano, no fue bien recibida.



Figura 1. Seo Taiji and Boys

Sin embargo, pronto las canciones escritas por Seo Taiji, sumadas a las coreografías de los otros dos miembros, los catapultarían hacia el éxito. Años más tarde surgirían grupos tanto

femeninos y masculinos que conformarían la primera generación del K-Pop, como H.O.T., g.o.d., Sechskies, S.E.S o Shinhwa. La mayoría de estos grupos fueron creados por los que se conocen como “The big 3”, las 3 empresas más importantes de la industria del K-Pop, SM Entertainment, JYP Entertainment y YG Entertainment.

Gracias al auge de estos grupos, en Corea comenzaron a florecer artistas de diferentes géneros como el *indie*. Según el KOCIS (KOCIS, 2011, p. 65), el club Drug, situado en el barrio de Hongdae, fue clave para el éxito creciente del *indie*, ya que muchas bandas actuaban allí. También, bandas de Punk como Crying Nut ganaron reconocimiento en la mitad de la década de los 90.

A principios de la década de los 2000, algunos de los grupos de la primera generación fueron desapareciendo o descomponiéndose debido a lo difícil que resultaba mantenerse en el mercado por la falta de competitividad. El hecho de haber desarrollado la mayoría de sus habilidades en empresas de entretenimiento impidió que tuvieran estilo propio. A pesar de que algunos habían ganado bastante popularidad en Corea y en otros países como China, esta no duró demasiado, y las empresas decidieron seguir otro tipo de estrategias (KOCIS, 2011, pp. 66-67).

A partir del 2000 surgieron nuevos artistas cuyas carreras no solo estaban centradas en conseguir popularidad en Corea del Sur, sino en otros países. BoA lanzó su single de debut con tan solo 13 años, y con él alcanzó un éxito considerable en su país natal; poco después alcanzaría el número 1 en las listas de Japón, convirtiéndose en la primera artista coreana que tenía tal popularidad en el país nipón.

La razón de esto podría ser que su compañía, SM Entertainment, le dio un entrenamiento especializado antes de su debut con el fin de tener un hueco en el mercado musical japonés (KOCIS, 2011, p. 68).

Otro artista que consiguió tener gran éxito fuera de su país, en este caso en China, fue el solista Rain que debutó en 2002 como parte de JYP Entertainment. Un año más tarde comenzó su carrera como actor.

Pocos años después, gracias a las nuevas estrategias por parte de las compañías, surgió lo que se conoce como la segunda generación del K-Pop. Dentro de esta generación se encuentran grupos que actualmente siguen teniendo gran relevancia, cuya influencia no se limita a la industria musical coreana, sino a la propia sociedad del país.

Grupos como Bigbang, TVXQ, Super Junior, Shinee debutaron durante estos años. También lo hicieron grupos femeninos como Girls Generation, Wonder Girls o 2NE1. A diferencia de los *idols* de la primera generación, los de la segunda sí tuvieron un entrenamiento cuyo objetivo era que desarrollaran y pulieran sus habilidades individuales y que fueran capaces de resaltar sus diferentes personalidades. Otro aspecto importante que hizo que el K-Pop creciera en popularidad e importancia, no solo en Corea sino globalmente, fue la diversidad de algunos grupos en cuanto a las nacionalidades de sus integrantes. Ya no solo había *idols* coreanos en la industria, sino que podíamos encontrar grupos con miembros chinos, tailandeses o coreanos-americanos (KOCIS, 2011, p. 70).

La tercera generación del K-Pop engloba a algunos de los grupos más populares tanto en Corea como a nivel global. En esta generación podemos encontrar a EXO que consiguieron ser los primeros en vender un millón de copias de un álbum tras varios años, lo que se ha ido repitiendo prácticamente con la totalidad de su discografía. Pertenece también a esta generación BTS, el que, probablemente, sea el grupo de K-Pop más popular a nivel global. Ha conseguido varios premios Billboard y hasta la fecha es el número uno del Top social 50 de Billboard desde hace 177 semanas. También pertenecen a la tercera generación grupos como VIXX, EXID, Sistar o AOA.



Figura 2. BTS en la gala de los Billboard 2017

Asimismo, podríamos decir que existe una cuarta generación, la actual, que abarca grupos que debutaron del 2014 en adelante. En esta generación podemos encontrar grupos que también son bastante populares globalmente debido, en parte, al éxito que tuvieron los grupos de la generación anterior que permitió dar a conocer el K-Pop al resto del mundo. En esta generación encontramos a grupos como GOT7, Monsta X, Seventeen, NCT, Red Velvet,

Twice y BlackPink entre muchos otros. La mayoría ha conseguido realizar tours mundiales bastante exitosos, muchos consiguiendo el cartel de *sold out* en algunas ciudades.

3.1 Lo visual del K-pop

Dentro de la industria del K-Pop, y para la música coreana en general, el aspecto visual es muy importante. Anteriormente al auge del K-Pop, la música coreana dependía totalmente de la televisión. Antes de la década de noventa, los cantantes solo ganaban reconocimiento si aparecían en televisión, por este motivo bandas de ciertos géneros como el *heavy metal* tenían prohibido aparecer en cualquier programa. Sin embargo, debido al crecimiento de la industria musical coreana y el auge del K-pop, las compañías, sobre todo SM, JYP y YG, aprovecharon los diversos programas para dar a conocer sus grupos (Tuk, pp. 11-12). Actualmente, los grupos de *idols* aparecen casi constantemente en televisión y hay programas dedicados a ellos exclusivamente. Ejemplo de ello son Inkigayo, emitido por SBS, Music Bank, emitido por KBS2, y o Show Music Core, emitido por MBC Music. Estos son programas que se dedican a premiar la canción más popular de la semana. Este es uno de los motivos por lo que lo visual es tan importante.

En Corea del Sur, cantar bien no es suficiente, hay que ser entretenido y atractivo para el público, por esta razón los artistas reciben los rigurosos entrenamientos mencionados. A veces, para atraer al público, parte de este entrenamiento se hace “visible” en forma de programa televisivo (Leung, 2012, p. 29). Dichos programas son competiciones de supervivencia donde jóvenes que aspiran a ser *idols* muestran parte de su entrenamiento y, mediante *performances*, se decide quién sigue para formar parte del grupo final o es eliminado. Normalmente, uno de los jueces que elige a los futuros *idols* es el propio CEO de la empresa, como en el caso de YG. Además, en ocasiones, el voto del espectador es muy importante: ellos serán los que consuman la música y los productos del grupo, por lo que pueden votar sus participantes favoritos para que continúen.

Además de esto, no es extraño ver *idols* que, además de sus carreras musicales, tienen contratos publicitarios con marcas importantes o carreras exitosas como actores. Ejemplos claros de ello son Kai de EXO, que recientemente se ha convertido en embajador global de Gucci, o Cha Eunwoo de Astro o Do Kyungsoo de EXO, que se han convertido en prestigiosos actores además de *idols*. Asimismo, ponen especial esfuerzo en conciertos y

presentaciones en directo. Dichas presentaciones en directo ocurren con bastante frecuencia, en los programas mencionados anteriormente como *Music Bank* y en las actuaciones de debut que se emiten en televisión. Aunque probablemente el elemento visual más importante y más atractivo para el público surcoreano y global es el videoclip.

3.2 Los videoclips y la clave para su globalización

Los vídeos musicales de la industria del K-Pop destacan en muchas ocasiones por sus llamativos elementos visuales y el alto nivel de producción. No es extraño ver a *idols* con conjuntos extravagantes, elaboradas coreografías, contenido sugerente y tramas narrativas elaboradas. La gran carga visual de estos vídeos puede ser el intento de contrarrestar la imagen intachable que los *idols* deben mostrar en cuanto a vida personal. Los contratos a los que estos están sujetos, criticados a veces, son bastantes restrictivos para los jóvenes, llegando al extremo de prohibirles tener móviles propios, usar redes sociales, o tener relaciones sentimentales. Además, en 1997, la cadena KBS, anunció una serie de restricciones para los artistas que aparecieran en sus programas, que en caso de ser incumplidas tendrían como consecuencia el veto. Aunque ahora estas restricciones no son tan estrictas, siguen existiendo algunas, sobre todo con respecto al comportamiento de los *idols*. Por este motivo, los videoclips intentan mostrar al público un lado contrario al que muestran en televisión (Leung, 2012, pp. 32-33).

Como se ha dicho anteriormente, el K-Pop ha experimentado una expansión global en los últimos años y, probablemente, sus videoclips han sido un elemento clave para esta expansión. Obviamente, su exposición en plataformas como YouTube también ha tenido mucho que ver. Pero, habría que preguntarse por qué han tenido tanta repercusión en el resto del mundo a diferencia de la música de otros países asiáticos. Anteriormente, se ha atribuido esta expansión a la existencia de una coreografía elaborada que complementa a la canción al estilo de Michael Jackson, otros al gran número de integrantes por grupo. Sin embargo, “la estrategia Michael Jackson” no ha surtido efecto en las industrias musicales de otros países, ni el elevado número de integrantes ha servido a grupos como AKB48 a ser conocidos mundialmente. La explicación que contrasta con las anteriores es que, a diferencia de los integrantes de grupos japoneses o taiwaneses, los *idols* coreanos tienen una constitución diferente. Se ha observado que los integrantes de TVXQ, grupo de la segunda generación, son una media de 20 centímetros más altos que miembros de grupos japoneses como Arashi. Lo mismo ocurre con las integrantes de Girls Generation y las de AKB48. Además, tienen

una apariencia más sofisticada y esbelta. Esto hace que los conciertos y, por supuesto, los videoclips sean mucho más interesantes y llamativos visualmente (Oh, 2013, pp. 400-402).

Además, como se ha mencionado antes, muchos de los videoclips tienen un componente narrativo importante. Normalmente, los vídeos musicales se basan en conceptos que se expresan mediante los elementos visuales del vídeo como la escenografía, la iluminación e, incluso, el vestuario de los integrantes del grupo. Estos conceptos pueden tener intenciones narrativas inclinadas a lo cinematográfico, como es el caso del videoclip de *Skydive* del grupo B.A.P, un vídeo de diez minutos donde los integrantes interpretan a una banda de gánsteres. Por otro lado, hay conceptos que pueden tener mensajes referentes a temas sociales con lo que los jóvenes se pueden identificar, reflejados también visualmente (KOCIS: KPOP, 2018). Este es el caso de videoclips como el de *Noir* de la cantante Sunmi, en el cual se critica el uso imprudente de las redes sociales para llamar la atención. Otros intentan inspirar mensajes positivos, como es el caso de *My Pace* del grupo Stray Kids, en el cual se anima a los jóvenes a seguir su propio camino sin compararse con los demás.

Hay grupos que van un paso más allá en cuanto a los elementos narrativos de sus vídeos musicales. Esto se debe a que crean un universo a partir de ellos, y aunque cambien el concepto de sus vídeos cada vez que lanzan un nuevo álbum, la historia que han creado se puede apreciar en ellos de forma más o menos explícita. Además, dentro de este universo que crean algunos grupos no solo se incluyen vídeos sino *teasers*, cortometrajes, vídeos de conciertos. A veces esto da, incluso, un paso más y se incluyen otros elementos como cómics o libros o los propios álbumes físicos. Este es el caso de grupos como BTS o EXO. El primero ha creado toda una historia a partir de sus videoclips, cortos de cinco de sus álbumes. Al no tratarse de una historia implícita en sus vídeos musicales como en el caso de B.A.P, el *fandom* del grupo tenía vía libre para crear teorías a partir de ellos. Hasta que, en 2019, la compañía de BTS, BigHit Labels, publicó un *webcomic* con la historia explicada. En el caso de EXO, la historia comienza a desarrollarse desde el debut en 2012, por lo que se considera como el concepto narrativo que el grupo va a seguir durante su carrera o parte esta. La historia se ha ido desarrollando a partir de algunos de sus videoclips, vídeos para conciertos, *teasers*, actuaciones en directo y un cómic. Al contrario que en el caso de BTS, la historia no se refleja de manera tan explícita y parece no estar concluida. Por este motivo, los fans siguen desarrollando numerosas teorías.

Estos elementos narrativos, acompañados de elementos visuales llamativos y de la óptima producción de los vídeos, ayudan a la expansión del K-POP y al crecimiento de los *fandom* de los diferentes grupos.

3.3. El fenómeno *fandom* y sus teorías

Los factores que se han mencionado anteriormente (lo visual de los videoclips, la diversidad de nacionalidades entre *idols*, la sensación de perfección y, a la vez, cercanía que estos transmiten al público, y su presencia en redes sociales y plataformas como Youtube), no solo han conseguido que el K-Pop sea conocido mundialmente, sino que también ha atraído a miles de personas al *fandom* de uno o varios grupos. La particularidad de este fenómeno dentro del K-Pop es que no es unitario: existe un *fandom* para cada grupo y la pertenencia a uno de ellos no tiene por qué implicar que se escuchen otros grupos. Cada uno tiene su propio nombre, que normalmente es dado por la empresa y suele tener un significado para el grupo. Algunos ejemplos son V.I.P., *fandom* del grupo Bigbang, Army del grupo BTS, EXO-L de EXO o ReVeluv del grupo Red Velvet.

Estos *fandom*, no solo consumen videoclips o los concursos que hemos mencionado anteriormente. Los fans, debido a esta sensación, aparente, de cercanía que los *idols* transmiten, desean ver más sobre su día a día, por ello se producen programas de variedades donde los *idols* realizan diferentes juegos o, simplemente, conviven a modo de *reality*. Ejemplo de estos programas son Happy Together o We Got Married (Leung, 2012, p. 71).

Sin embargo, los fans no solo consumen el contenido que los grupos y compañías proporcionan. Cada *fandom* ha ido iniciando proyectos de distinta índole, muchos a través de redes sociales. Creándose así un *feedback* en el que los fans responden al contenido que el grupo produce o crean su propio contenido con respecto a este o con respecto al grupo. Claro ejemplo de ello es el fenómeno del *reaction video* que ha surgido en estos últimos años y se ha extendido al mundo del K-Pop, en el que los fans documentan su reacción al ver por primera vez cierto contenido. Otro ejemplo es la tendencia a subtítular las canciones de los diferentes grupos en otros idiomas para que su significado llegue a otros fans de todo el mundo.

También podemos encontrar en redes sociales proyectos que los fans realizan para el cumpleaños de sus *idols* favoritos. Para estos proyectos cuales preparan *hagstags*, *fanarts* y

diferentes mensajes. En ocasiones, los fans de alto nivel adquisitivo pagan para que se coloquen diferentes banners y carteles por el cumpleaños de su *idol* favorito.

En 2019, la *fanbase* Oh Sehun Bar, pagó para poner la imagen de este integrante de EXO en aviones, y en 2020 alquiló un parque de atracciones entero en su honor.

Por otra parte, están los *selca days*, una práctica bastante extendida entre los fans del K-Pop. Cada *fandom* tiene un día del mes establecido para realizar su *selca day*, que consiste en subir a redes sociales, normalmente a Twitter, una foto propia imitando una foto de un integrante de un grupo.

Otra práctica que los fans han empezado a llevar a cabo estos últimos años es el *streaming* de videoclips en YouTube. Conseguir un número alto de visitas en los vídeos musicales, puede hacer que el grupo sea recompensado posteriormente con premios o records, por lo que los fans se centran de conseguir millones de visitas en los vídeos de sus grupos favoritos. Lo mismo ocurre con las votaciones del público para programas como *Music Bank* y *Show Champion*. Una gran parte de los *fandom* se movilizan para votar masivamente y conseguir así que sus favoritos ganen el número 1 semanal.

Según Leung, los fans realizan este tipo de proyectos porque

“rellenan los vacíos. Negocian sus propias necesidades y deseos y han estado expresándolos y promulgándolos. También hacen esto al servicio de otros fans. Lo que Matt Hills llama *solidaridad semiótica* o la sensación de conexión con otras personas del mundo que comparten los mismos intereses y gustos”.

Por otro lado, los fans pueden pasar de ser una fuente de beneficio para las compañías, a ser también participantes, de forma indirecta, en el proceso de producción referente a un grupo (Leung, 2012, p. 75). Los fans exigen ver a cierto contenido de sus *idols*, y las compañías, anticipando el beneficio que podrían obtener, ofrecen el contenido que se pide.

Además, desde un ámbito más creativo, algunos fans también idean teorías sobre los universos narrativos que crean los grupos, que, posteriormente, pueden pasar a añadirse a la narrativa original. O bien la empresa, puede ayudarse de esas teorías para dar, más tarde, un giro diferente a la historia. No es extraño encontrar cuentas en redes sociales o blogs dedicados a teorías sobre las historias que puede haber detrás de los videoclips de grupos de K-Pop, sobre todo de aquellos que han creado un universo narrativo a partir de ellos. Este es

el caso del *fandom* de BTS, que ideó innumerables teorías sobre la historia que el grupo inició con su álbum *The Most Beautiful Moment in Life Pt.1*, y siguió haciéndolo en sus siguientes álbumes, hasta que el pasado año 2019, BigHit Labels lanzó el *webcomic Save Me*, como respuesta a las teorías y que desarrollaba toda la historia con todos los detalles que en los videoclips parecían difusos.

3.4 El universo más allá del videoclip. El caso de BTS y Ateez

Algunos grupos de K-Pop de la tercera y cuarta generación han optado por crear un universo que englobe toda o parte de su trayectoria.

Uno de estos grupos es Ateez. Este grupo de ocho integrantes hizo su debut en 2018, por lo que pertenece a la cuarta generación. Desde el lanzamiento de su primer álbum, Ateez ha ido forjando toda una narrativa a través de sus videoclips. Sin embargo, todavía no se sabe con seguridad qué es lo que ocurre exactamente en su universo a pesar de las teorías que su *fandom*, Atiny, ha realizado hasta la fecha. Con su álbum de debut *Treasure EP.1: All to Zero* lanzaron dos singles *Treasure* y *Pirate King*, con los que establecieron un concepto de piratas.

Con su segundo álbum, *Treasure EP.2: Zero to One* y los singles *Hala Hala* y *Say my Name* añadieron una variable más a su historia, donde se podía ver a los miembros de Ateez enmascarados. Algunos fans han especulado que esto podría representar las inseguridades y los pensamientos más negativos de los integrantes, mientras que otros afirman que podría tratarse de enemigos.

Para anunciar el lanzamiento de su tercer álbum *Treasure EP.3: One to All* se publicaron varios mensajes en código que apuntaban al regreso del concepto de piratas, lo que se confirmó cuando se revelaron los videoclips de *Illusion* y *Wave*, que estaban basados en dicho concepto. Con su siguiente trabajo, *Treasure EP.Fin: All to Action* y su single *Wonderland*, inspirado en *Alicia en el País de las Maravillas*, se dan pistas sobre la posible traición de uno de los integrantes.

Treasure Epilogue: Action to Answer, su siguiente álbum, pone fin a la era de *Treasure*, pero con su single *Answer* se vuelve a mostrar a Ateez enmascarado. Además, en el *outro* del vídeo se puede observar a un figura de blanco también con el rostro cubierto, que el propio grupo ha asegurado que es un elemento clave en la historia.



Figura 3. Ateez con su versión enmascarada en *Say My Name* y *Answer*

A mitad de 2020, se lanzó el álbum *Zero: Fever Pt.1*, que cuenta con dos singles *Inception* y *THANXX*, del cual no hay videoclip hasta la fecha. Aunque este es el comienzo de una nueva era, es muy probable que continúen con la narrativa que se inició desde el debut del grupo.

Por otro lado, tenemos el caso de BTS y su universo, que es bastante extenso y complejo. La narrativa de este grupo comienza con su álbum *The Most Beautiful Moment in Life Pt.1* su single *I NEED U*. Para esta canción se lanzaron dos videoclips diferentes. El primero de ellos, calificado para más de 15, contaba parte de la historia pero se omitían detalles clave. En la versión original del vídeo, calificada para más de 19, se puede ver el comienzo de la historia al completo. En él podemos ver como los integrantes pasan por momentos bastante difíciles de su vida, que en ocasiones los llevan a la muerte de una forma u otra. Uno de los integrantes, Hoseok, aparece tomando pastillas y, posteriormente, se desmaya mientras caminaba por la calle. Otro de ellos, Jungkook parece morir atropellado. Yoongi, muere consumido por el fuego que él mismo ha provocado. Jimin se encuentra en mitad de una crisis dentro de una bañera. Namjoon ha perdido el rumbo de su vida y se encuentra solo trabajando en una gasolinera. La situación de Taehyung es algo más compleja, ya que acaba terminando con la vida de su padre que agredía físicamente a su familia. Al único al que no le ocurre nada trágico, aparentemente, es a Jin, el mayor de todos los integrantes. Todos estos sucesos van intercalándose con escenas en que los integrantes todavía estaban juntos y felices, por lo que habría que preguntarse cómo llegaron a ese punto, ya que eso no se explica en el videoclip.

El siguiente fragmento de la historia lo podemos encontrar en *On Stage: Prologue*, un pequeño corto cuyo fin es profundizar más en la historia e introducir canciones de su siguiente álbum. En el inicio de este vídeo se puede ver como Taehyung, tras llevar a cabo el crimen contra su padre, intenta contactar con alguien por teléfono sin éxito.

Tras esto, todas las escenas son *flashbacks* de antes de que ocurrieran los sucesos. Sin embargo, hay una escena post-créditos que ofrece más preguntas que respuestas. En ella se puede ver a Jin observando una foto que se hizo junto a Yoongi en una de las escenas del *flashback*, pero al examinarla se percata de que solo Yoongi aparece en ella. Por algún motivo, esta escena fue eliminada del vídeo original.

Con su siguiente álbum, *The Most Beautiful Moment in Life Pt. 2*, se revela la continuación de la historia. En el videoclip de su single *RUN* se pueden observar lo que parecen ser *flashbacks* de lo que ocurrió antes de *I NEED U*. Sin embargo, también se pueden apreciar ciertos detalles que pueden revelar la razón por la cual los integrantes acabaron así. Se puede ver como Taehyung y Namjoon huyen de la policía para ser finalmente atrapados. Yoongi parece estar pasando por momentos difíciles que le causan conflictos con Jungkook. Este último, en una de las escenas, se encuentra en una fiesta, pero momentos después solo queda él en la estancia, lo que podría representar lo solo que este se siente. Además, también se presentan algunas consecuencias de lo ocurrido, ya que se hay escenas donde Jimin y Hoseok están juntos en el hospital. Jin es el único que, nuevamente, actúa extraño. Aunque está junto a los demás en todas las escenas, hay momentos en los que parece abstraerse de todo lo que hay a su alrededor con gesto pensativo. En este vídeo también hay una escena post-créditos donde Jimin, dentro de una bañera, quema una de las fotos tomadas en *Prologue*. En el momento de tomar dicha foto todos se encontraban juntos pero, al observarla, se puede ver que, de nuevo, Jin no aparece en ella.

La parte siguiente de la historia se encuentra en el álbum *Epilogue: Young Forever*, con su single homónimo. El videoclip de esta canción es breve, y se muestran todos los sucesos que han ocurrido en los tres vídeos anteriores mediante polaroids. A los todos integrantes se les ve atrapados en un laberinto del que intentan escapar. Al conseguirlo, se ve un avión despegar, lo que puede simbolizar que, en efecto, la mayoría de ellos ha fallecido o les ha ocurrido algo trágico.

La siguiente etapa de la historia continúa con el álbum *WINGS*. Antes del lanzamiento de este álbum, se publicaron siete cortos breves, uno por integrante, donde se revelaban pequeños detalles sobre la situación de cada uno de ellos, y su vez, daban a conocer las canciones en solitario de todos, que reflejaban aspectos de los personajes de la historia del grupo y de ellos mismos en la vida real. Este álbum y los cortometrajes están basados en la novela *Demian* de Herman Hesse, por lo que su lectura facilita la comprensión de la historia.

El single *Blood Sweat & Tears* y la versión japonesa del mismo están relacionados con la historia, aunque no revela muchos detalles claros sobre ella.

En la era *Love Yourself*, se revelan datos que descubren muchos más detalles de la historia y se le pone fin por el momento. Antes del lanzamiento de *Love Yourself: Her* se publicaron una serie de cortos, llamados *Highlight Reel*, que mostraban nuevos aspectos sobre este universo. Se trata de tres cortos y uno recopilatorio con una escena final totalmente nueva. En ellos se ve a cada uno de los integrantes con una chica; esta podría representar al integrante que era más cercano con cada uno. En ellos se pueden observar más detalles sobre cómo llegaron a separarse y acabar como en *I NEED U*. Además, al final del último vídeo se ven diferentes momentos de videoclips anteriores pero temporalmente invertidos, mientras Jin narra que tal vez todo podría haberse evitado si se diera marcha atrás en el tiempo.

Hasta este momento, las teorías del *fandom* sobre qué miembros seguían con vida y cuales no eran cuantiosas. Sin embargo, con el lanzamiento de los *Highlight Reel* empezó a ganar fuerza la teoría de los viajes en el tiempo.

El siguiente vídeo del universo es otro pequeño corto llamado *Euphoria: Theme of Love Yourself Wonder*. Este parece una continuación del vídeo *On Stage: Prologue*, ya que comienza igual que este acaba. Sin embargo, en este video hay sucesos de *I NEED U*, *Prologue* y *RUN* que parecen cambiar. Se puede ver como Jungkook consigue salvar a Yoongi de las llamas, todos consiguen sacar a Jimin del hospital y Jin visita a Namjoon en la gasolinera donde trabaja. Además, también se vuelve a repetir la última escena de *Prologue* pero en lugar de Taehyung es Jin el que salta al mar. De esta manera, se van dando pistas sobre lo que ocurre y el papel clave que tiene Jin en toda la historia.

El videoclip de *Fake Love* del álbum *Love Yourself: Tear*, al igual que su versión extendida, forman parte de este universo pero no avanzan demasiado en la historia, se limitan a mostrar elementos clave de lo sucedido con cada uno de los integrantes.

El último video que, aparentemente, está relacionado con esta historia es *Love Yourself Answer: Epiphany Comeback Trailer*, que muestra a diferentes Jin haciendo cosas diferentes, algo relacionado con el importante papel que este juega y tiene que ver con la teoría de los saltos en el tiempo.

Durante la era *Love Yourself* también publicaron un libro titulado *HYYH: The Notes*, que incluía notas de los integrantes del grupo como los personajes de la historia, por lo que revelaban más pistas sobre esta. Además, por Twitter, a través de la cuenta @SmeraldoBooks se publicaron algunas de estas notas.

Sin embargo, los sucesos de la historia no eran claros hasta la publicación del *webtoon*. En el año 2019, BighHit Labels hizo una colaboración con el ilustrador LICO para publicar un *webtoon* sobre narrativa de BTS titulado *Save Me*.

En este se nos cuenta que los integrantes eran amigos en el instituto y compartieron muchos momentos juntos, pero con el paso del tiempo se separaron y cada uno siguió su camino. Seokjin (Jin), al volver a Corea después de varios años, se cruza con Jungkook y Namjoon, pero no les dirige la palabra. Tras tener una pesadilla relacionada con los demás integrantes, Seokjin decide visitar a Namjoon en la gasolinera donde trabaja, pero al llegar allí se entera de que este está en prisión por haber iniciado una pelea la noche que Seokjin lo vio. Cuando este va a visitar a Namjoon a prisión recibe la noticia de que Yoongi y Jungkook han fallecido, que Hoseok está en el hospital y que no sabe nada de Jimin y Taehyung.

Poco después, Seokjin se cruza con Taehyung, el cual está siendo detenido por el crimen de su padre. Por las noches, Jin tiene pesadillas recurrentes sobre los integrantes mientras una voz le dice que tiene la oportunidad de volver en el tiempo y solucionar lo que ha ocurrido. De esta forma, se encuentra en un círculo vicioso en el que se despierta siempre el día 11 de abril para poder salvar a los demás integrantes. Sin embargo, Seokjin no consigue salvarlos a todos, hay días en los que puede salvar a Namjoon y a Jungkook, otros también a Yoongi, pero no es suficiente, ya que estos tienen que ser salvados de una manera específica para que todo pueda salir bien.

Mientras, Jimin se encuentra ingresado en el hospital, obligado por sus padres. Allí se encuentra a Hoseok, que sufrió un accidente debido a la narcolepsia que padece. Uno de los días que Seokjin consigue salvar a Yoongi, se encuentra a Hoseok y Jimin en el hospital, y este último le confiesa que quiere salir de allí. Por este motivo, Seokjin intenta salvarle pero no tiene éxito. Al pasar los días, Seokjin planea una estrategia e intenta evitar primero que Taehyung acabe con su padre, pero pocas veces lo consigue. Uno de los días, intentando salvar a Taehyung, este acaba hiriéndole y Seokjin muere. Al despertar, de nuevo el 11 de abril, este está convencido de que no puede realizar esta ardua tarea solo.

El cómic finaliza de esta manera, por lo que no se le da un final abierto a esta historia. El grupo anunció que con el fin de la era *Love Yourself* el universo narrativo también concluiría pero al tener un final abierto cabe la posibilidad de que lo retomen en un futuro.

Otro caso similar de universo transmedia es del EXO, cuya narrativa se empezó a desarrollar desde el debut del grupo hasta ahora. El *fandom* ha ido creando numerosas teorías a medida que iban lanzándose nuevos álbumes y sus respectivos videoclips. Sin embargo, ni SM Entertainment ni el propio grupo han dado un desarrollo claro de la historia por el momento. Es este caso el que va a estudiar en profundidad en este trabajo.

4. EXO Planet: El universo narrativo de EXO

4.1 El grupo y sus integrantes

EXO es un grupo surcoreano masculino, bajo la empresa SM Entertainment. Debutó en abril de 2012. Su nombre es un juego de palabras con la palabra exoplaneta, ya que, según la narrativa, ellos provendrían de un planeta llamado EXO Planet. SM tenía como objetivo hacer de EXO un grupo que pudiera promocionar en China y en Corea del Sur simultáneamente. Por esta razón, se dividió a los doce integrantes iniciales del grupo en dos subunidades, que, en principio, no tendrían mucho contacto entre sí. Dichas subunidades eran EXO-K, destinada a promocionar en Corea del Sur y formada por seis integrantes coreanos, y EXO-M destinada a promocionar en China cantando exclusivamente en mandarín y formada por cuatro integrantes chinos y dos coreanos. Antes del debut del grupo y pocos meses después del mismo promocionarían su música de esta manera, pero no tardarían en empezar a promocionar los doce miembros juntos.

Desde el comienzo, SM invirtió bastante esfuerzo y dinero en el debut de EXO, ya que se produjeron veintitrés *teasers* para presentar a los miembros y videoclips antes del debut. Este hecho provocó que muchos dudaran sobre el éxito del grupo, llegando a llamarlo “el mayor error de SM”. Sin embargo, tras su debut con el single titulado *MAMA*, lanzado en dos idiomas, y su mini-álbum homónimo alcanzaron puestos altos en varias listas musicales chinas, coreanas y mundiales, y sus seguidores comenzaron a crecer de forma moderada.

Un año más tarde, lanzaron su primer álbum completo *XOXO (Kiss&Hug)* y su single *Wolf*, que alcanzó el número uno en las listas musicales. Este sería el primer álbum en el que promocionarían los doce integrantes juntos. Meses más tarde revelarían una nueva versión del videoclip de *Wolf* en forma de episodio serial.

En ese mismo año, se lanzaría un *repackage* del álbum *XOXO*, que incluía un nuevo single titulado *Growl*, tanto en coreano como en mandarín. Con este single el grupo alcanzó un éxito sin precedentes. *Growl* se hizo con catorce premios al quedar en primer lugar en programas como Show Champion. Alcanzó, también, el número 1 en listas musicales tanto dentro como fuera de Corea y el álbum se convirtió en el más vendido en doce años de un artista K-Pop. Además, ganó el premio al mejor álbum en los Mnet Music Awards.

A finales del año 2013, revelaron su nuevo álbum *Miracles in December* que sería un especial navideño. A diferencia de los anteriores álbumes, en este especial no colaboraron los doce integrantes juntos en ninguna canción. De hecho, el single, también llamado *Miracles in December*, fue interpretado por tres integrantes. Con él consiguieron nuevamente ser número uno en diferentes listas y batieron el récord de ventas que habían establecido con *XOXO*.

En mayo de 2014, EXO volvió a publicar un nuevo álbum llamado *Overdose* y un single del mismo nombre. Esta vez los doce miembros promocionarían juntos durante un periodo corto de tiempo y después las subunidades se dividirían para promocionar en China y Corea. Con este álbum lograron alcanzar uno de los puestos más altos que un artista coreano había conseguido en la lista de Billboard Chart. Además, vendieron más de 600.000 copias antes de que el álbum saliera en venta físicamente por lo que fue el álbum con más *pre-orders* vendidas hasta entonces.

Tras el lanzamiento de *Overdose*, la compañía anunció el primer concierto del grupo, llamado *EXO From EXOPLANET #1- The lost planet*. Las entradas se agotaron en menos de dos segundos (1,47). Sin embargo, se presentaron con solo once integrantes, ya que habían comenzado a surgir problemas que repercutirían en el grupo.

En mayo de 2014, el líder de la subunidad EXO-M, Kris, anunció su salida del grupo y presentó una demanda contra la compañía por tratos injustos por parte de la empresa contra él y los miembros de EXO-M. Por este motivo, no participó en el concierto. A finales de ese año, se presentó otro problema cuando otro miembro de EXO-M, Luhan, demandó también a la empresa para poder finalizar su contrato por motivos de salud y el maltrato que los miembros de la subunidad china sufrían con respecto a los de la coreana. Poco después SM anunciaría que el grupo continuaría como un grupo de diez miembros.

Un mes más tarde revelarían otro sencillo navideño, *December 2014* y su primer álbum en directo, *EXOLOGY Chapter 1: The lost planet*.

A principios del año 2015, EXO dio su segunda gira llamada *The EXO'luXion*. Consistió en cinco conciertos en Seúl a los que asistieron más de un millón de fans. Ese mismo año, anunciaron su segundo álbum completo, *EXODUS*, a través de una serie de *teasers* de todos los integrantes. En marzo, lanzarían el single de este álbum, llamado *Call me Baby*, que logró nuevamente llegar a puestos altos en las listas. Asimismo, logró dieciocho premios número uno en diferentes programas, rompiendo el récord *Growl*. En 2015, también estrenaron el primer *web drama* protagonizado por los integrantes.

Sin embargo, los contratiempos volvieron a surgir, ya que las lesiones de otro miembro de EXO-M, Tao, no mostraban ninguna mejoría, por lo que empezó a especularse su marcha de EXO. Ni el *idol* ni la empresa dieron ningún tipo de explicación durante meses, hasta que, en agosto de 2015, se hizo público que Tao habría demandado a SM Entertainment para rescindir su contrato, por lo que oficialmente se encontraba fuera de EXO. A partir de este momento, el grupo seguiría con nueve integrantes y las dos subunidades se disolverían para promocionar simplemente como EXO.

En junio de 2015, se reveló el *repackage* de *EXODUS*, llamado *Love me Right*, que incluía este nuevo single y tres canciones completamente nuevas. Este single consiguió el número uno en las listas el día de su publicación, y las otras tres canciones alcanzaron el Top 10. Además, con este álbum alcanzaron el millón de ventas.

En octubre de este mismo año, anunciarían el debut del grupo en Japón con la versión japonesa de *Love me Right*, *Love me Right (Romantic Universe)*, y el single *Drop That*.

En noviembre, se anunció la colaboración del grupo con Disney para promocionar *Star Wars: El Despertar de la Fuerza*, en Corea del Sur. Por lo que sacaron el single promocional *Lightsaber*. Este single sería incluido en el álbum navideño *Sing For You*, publicado en diciembre, con un single bajo el mismo nombre con el que ganarían tres victorias en Music Bank.

A principios de 2016, EXO tendría su primer tour por Estados Unidos y Canadá. En junio lanzaron su tercer álbum completo, titulado *EX'ACT*, que contaría con dos singles, *Monster* y *Lucky One*. A la hora de su lanzamiento, ocuparon el número uno y el número dos en las listas respectivamente. El álbum entró en el Top 10 en diecisiete países diferentes.

Su tercera gira, *The EXO'rDIUM* comenzaría un mes después. En agosto, publicaron el *repackage* del álbum, llamado *LOTTO*, con el single homónimo y tres canciones nuevas.

En septiembre, el grupo realizó una colaboración con uno de los presentadores más relevantes del país, Yoo Jae Suk, como parte de un reto para su programa *Infinity Challenge*. El sencillo se llamaría *Dancing King*.

En octubre de 2016, se anunció que Lay lanzaría su primer álbum en solitario, compuesto y producido por él mismo. Primero se reveló el single *What U Need?* y, más tarde, *Lose Control*, que compartiría el nombre con el álbum. Un mes más tarde, se anunciaría también el debut de una nueva subunidad, EXO-CBX, que estaría conformada por los integrantes Chen, Baekhyun y Xiumin. Su primer álbum se titularía *Hey Mama*, con single de mismo nombre. Asimismo, el grupo también publicaría su segundo sencillo en japonés, titulado *Coming Over*. En diciembre de ese mismo año, se publicaría su tercer álbum navideño titulado *For Life*, con un single homónimo.

A principios de 2017, continuarían con su gira *EXO Planet #3 The EXO'rDIUM* en diferentes países de Asia y América del norte. En Julio de 2017, se reveló que se lanzaría el cuarto álbum completo del grupo, titulado *The War*, con el single *Ko Ko Bop*. En este proyecto solo participarían 8 integrantes, ya que Lay, el único integrante chino, tendría complicaciones para participar en las actividades del grupo, debido a las prohibiciones del *hallyu* en China y su importancia como figura pública en su país natal. *The War* superó en ventas a *EX'ACT*, volviendo a batir su propio récord.

Más tarde, en septiembre, publicarían el *repackage* del álbum titulado *The War: The Power of Music* con el single *Power* y dos canciones nuevas. Este álbum se situó el número uno en las listas de treinta y tres países. En noviembre, daría comienzo la nueva gira del grupo, llamada *ElyXiOn*. Un mes después publicarían su álbum navideño *UNIVERSE*, con single homónimo, que obtuvo los primeros puestos en las listas musicales.

En enero de 2018 publicaron su primer álbum completo en japonés con el single *Electric Kiss*. Este disco incluía canciones nuevas y algunos trabajos anteriores. Ese mismo mes siguieron con su gira *EXO Planet #4: ElyXiOn.dot*. No fue hasta noviembre de 2018, que lanzaron su quinto álbum completo, llamado *Don't Mess Up My Tempo* con el single *Tempo*. Después de casi dos años sin promocionar con el grupo, Lay participó brevemente en el single, tanto en la versión china como la coreana.

Tan solo un mes después se lanzó el *repackage* del álbum anterior, llamado *Love Shot*, que incluía este single, la versión china del mismo, y dos canciones más.

En abril de 2019, el integrante Chen hizo su debut en solitario con el álbum *April, and a Flower* y su single *Beautiful Goodbye*. Ocupó el segundo lugar en las listas de Gaon y el tercero en *Billboard World Album Charts*. Chen realizó una serie de eventos de música callejera para promocionar el disco. En julio de ese mismo año, otro integrante, Baekhyun, realizaría su debut en solitario con *City Lights*, y *UN Village* como single.

También en julio comenzaría la quinta gira del grupo, titulada *EXO Planet #5: EXploratiOn.dot*, por distintas ciudades de Asia. En esta gira solo participaron seis integrantes, ya que Lay no podría participar en las actividades del grupo, y dos integrantes, Xiumin y D.O., se habían enlistado en el servicio militar obligatorio. Ese mismo mes, debutó la segunda subunidad del grupo, EXO-SC, con los integrantes Sehun y Chanyeol. Su álbum se titula *What a Life* con su single homónimo y dos más, *Just us 2* y *Closer to You*.

En septiembre, se lanzó un sencillo japonés llamado *Bird*, en el que participaban seis miembros. En octubre, Chen publicaría su segundo álbum en solitario, *Dear my Dear*, con el single *Shall We*, que logró ser número uno en las listas de treinta y seis países. Un mes después, en noviembre se reveló el sexto álbum completo del grupo, *Obsession*, con single de mismo nombre. Es el primer álbum en el que participan solo seis miembros del grupo.

En marzo de 2020, el líder del grupo, Suho, realizaría su debut en solitario con el álbum *Self-Portrait* y el single *Let's Love*. Más tarde, en mayo de este año, Suho ingresaría en el servicio militar obligatorio, por lo que el grupo se encuentra con cinco integrantes activos por el momento. Una vez explicada la trayectoria del grupo, habría que hablar brevemente de cada uno de los integrantes para situarlos posteriormente en el universo narrativo.



Figura 4. EXO en 2014 con los 12 miembros originales y la formación actual de EXO con 9 integrantes en 2016.

Integrantes del grupo

Suho (29), cuyo nombre real es Kim Junmyeon, es líder, *lead vocal* y bailarín de EXO. Fue reclutado por SM en las calles de Seúl a los 16 años. Desde ese momento, comenzaría a entrenar en la compañía para debutar como *idol*. En un principio, estaba destinado a debutar en como integrante de Shinee, otro grupo de la compañía, pero, finalmente, pasaría a ser un integrante de EXO y líder de la subunidad coreana. En 2009, asistió a la Universidad Nacional de Artes de Corea. Sin embargo, dos años más tardes siguió con sus estudios en la Kyung Hee Cyber University con otros dos futuros integrantes de EXO. En 2012, fue presentado como oficialmente como integrante y líder del grupo. En 2015, hizo su debut como actor en la película *One Way Trip*. A partir de 2017, dio el salto a la pequeña pantalla, como actor principal en *The Universe's Star*. En 2018, comenzó su carrera como actor de musical con la obra *The Man Who Laughs*. Este año 2020, realizó su debut como solista con *Self-Portrait* antes de marcharse al servicio militar obligatorio. Dentro del universo narrativo su poder es el del agua.

Xiumin (30) o Kim Minseok es el integrante más mayor de EXO, vocal, rapero y bailarín. Comenzó a entrenar en SM en 2008, con dieciocho años, y fue presentado oficialmente como parte de EXO en 2012. Asistió la Universidad Católica de Kwandong. En 2015, debutó como actor en el *web drama* *Falling for Challenge*, y saltó a la gran pantalla un año después en la película *Seondal: The Man Who Sells the River*. También en 2016, comenzó a formar parte de la subunidad EXO-CBX. En mayo de 2019, ingresó en el servicio militar obligatorio. Ese mismo mes formó parte de un musical del ejército junto con otros *idols*. En el universo narrativo su poder es del hielo.

Lay (28), cuyo nombre real es Zhang Yixing es bailarín, vocalista y rapero de EXO. Hizo su debut como actor con tan solo seis años en el drama chino *We the People*. En 2005, quedó entre los primeros puestos en la competición *Star Academy*, por lo que se convirtió en una estrella local en China. En 2008, se unió a SM Entertainment a través de una audición en China y se mudó a Corea del Sur. En 2012, se reveló que sería integrante de EXO y parte de EXO-M. En 2015, actuó en la película china *Ex-Files 2* con la que ganó un premio en el China Britain Film Festival. También debutó en solitario en 2016 con el álbum *Lose Control*. Ese año también participó en varios proyectos como actor. En 2017, fue su última aparición con EXO debido a las prohibiciones del *hallyu* en China y a su apretada agenda. Además, lanzó su segundo disco en solitario, titulado *Lay 02 Sheep*. En 2018, hizo su debut en

Estados Unidos con el álbum *Namanana* y actuó en el festival de Lollapalooza. En 2019, aumentó su éxito internacional y se convirtió en imagen de numerosas marcas. Fue invitado de la MET Gala. En el universo narrativo de EXO su poder es el de la sanación.

Baekhyun (28) o Byun Baekhyun es *main vocal* y bailarín de EXO. Comenzó sus lecciones como cantante a los 11 años, y durante el instituto fue el vocalista de la banda Honsusangtae. Dio clases de piano con Kim Hyunwoo, miembro de la banda de rock DickPunks. En 2011, fue descubierto por SM mientras estudiaba, poco después se unió a la compañía para entrenar como *idol*, y tan solo un año después fue anunciado como miembro oficial de EXO. En 2016, hizo su debut en la pequeña pantalla en el drama *Moon Lovers: Scarlet Heart Ryeo*, y recibió un premio por su actuación en los SBS Drama Awards. También ese año se reveló que formaría parte de la subunidad EXO-CBX. Ha colaborado con numerosos artistas en sencillos. En 2018, se anunció que colaboraría con Privé para crear su propia marca de moda, *Privé by BBH*. En julio de 2019, lanzó su primer álbum en solitario *City Lights*, con el cual se convirtió en el solista con más álbumes vendidos en la historia de *Gaon Charts*. Un mes más tarde, se confirmó que formaría parte del grupo global Super M, el cual incluía a miembros de diferentes grupos masculinos de SM. En 2020, se anunció el lanzamiento de su segundo álbum en solitario titulado *Delight* con el que ha batido récords en Corea y se ha convertido en el primer solista en vender más de un millón de álbumes en 19 años. En el universo narrativo su poder es el de la luz.

Chen (27) o Kim Jongdae es vocalista y bailarín de EXO. Entró en SM en 2011, con diecinueve años, y un año después se anunció que formaría parte de EXO y de la subunidad EXO-M. En 2014, se unió al grupo SM the Ballad, y un año después haría su debut en teatro musical en la obra *SM C&C In the Heights*. En 2016, debutó junto con sus compañeros Xiumin y Baekhyun en la subunidad EXO-CBX. Ha realizado numerosas colaboraciones con otros artistas, así como OST para dramas. En abril de 2019, realizaría su debut como solista con *April, and a Flower*, que arrasó en las listas musicales. En septiembre del mismo año, lanzó su segundo álbum en solitario titulado *Dear my Dear*, con el que también consiguió llegar al número uno en las listas de varios países. A principios de 2020 se casó y tuvo su primera hija. En el universo narrativo tiene el poder del rayo.

Chanyeol (27) o Park Chanyeol es rapero, vocalista y bailarín de EXO. Su hermana mayor es locutora de radio en MBC. Con dieciséis años entró en una escuela privada de actuación. En 2008, se unió a SM para entrenar como *idol*. En 2015, dio el salto a la gran pantalla con su

actuación en *Salut d'Amour*. En 2016, actuó en la película *So I Married an Anti-fan*, para la cual también grabó una canción. En octubre de ese mismo año, colaboró con el grupo Far East Movement y los artistas Marshmello y Tinashe. En 2017, se unió al reparto del drama *Missing 9*. También en 2017, se registró como productor musical con el pseudónimo de LOEY. En 2018 tuvo un papel en el drama *Memories of the Alhambra*, rodado, parcialmente, en España. En 2019, se anunció que formaría parte de la subunidad EXO-SC junto con su compañero Sehun. Ha colaborado con varias marcas prestigiosas como Tommy Hilfiger o Prada. En el universo narrativo tiene el poder del fuego.

D.O (27), cuyo nombre real es Do Kyungsoo, es vocalista y bailarín de EXO. Mostraba un interés por cantar desde primaria. Entró a SM en 2010 para entrenar, y en 2012 se anunció que sería un miembro de EXO. En 2014, comenzó su carrera como actor en la película *Cart*, la cual fue estrenada en el Toronto International Film Festival. Participó en los dramas *It's Okay That's Love* y *Hello Monster*, por los que fue nominado a varios premios. En 2016, tuvo un papel protagonista en la película *Pure Love*. Más tarde protagonizaría la película *My Annoying Brother*, por la cual fue galardonado con el premio a *Best New Actor* en los Blue Dragon Film Award. En 2017, actuó en la película *Room No.7* y en el *web drama* *Along With the Gods: The Two Worlds*. Al año siguiente, actuó en la película *Swing Kids* y en el drama *100 Days My Prince*. Ese mismo año ganó el premio de *Most Popular Actor* en los Baeksang Art Awards. En julio de 2019, comenzó su servicio militar obligatorio hasta 2021.

Kai (26) o Kim Jongin es bailarín, vocalista, rapero y centro de EXO. Comenzó a bailar a la edad de ocho años, pronto se especializó en jazz y ballet. En 2007, entró a SM para entrenar. Una vez en la empresa se especializó también en hip-hop. En 2012, se graduó de la Escuela de Artes de Seúl. Ese mismo año se reveló que sería un miembro de EXO. También en 2012, se unió a los grupos proyecto Yunique Unit y SM The Performance, conformadas por diferentes *idols* de la compañía. En 2016, saltó a la pequeña pantalla en el drama *Choko Bank*, y al año siguiente protagonizó el drama *Andante*. También en 2017, protagonizó el drama japonés *Spring Has Come*. En 2018, participó en el drama *Miracle That We Met*. Un año después, se convirtió en embajador global oficial de Gucci. Este mismo año, la compañía anunció que formaría parte del grupo global Super M junto con su compañero Baekhyun. A principios de 2020, SM anunció que pronto lanzaría su primer álbum en solitario.

Sehun (26), cuyo nombre completo es Oh Sehun, es bailarín, rapero e integrante más joven de EXO. Fue reclutado por la empresa en las calles de Seúl, con tan solo 12 años y entraría a la compañía en 2008. En 2012, se reveló como miembro de EXO. En 2016, tenía previsto actuar en el drama chino *Dear Arquimedes*, así como en la película china *Catman*, pero debido a las prohibiciones del *hallyu* en China, el estreno de ambos se ha retrasado. En 2017, se anunció su participación en el programa de Netflix *Busted*. Al año siguiente, protagonizó el drama *Dogko Rewind*, por la que fue galardonado al premio *Best idol Actor*, y el *web drama Secret Queen Makers*. En 2019, se anunció que formaría parte de la subunidad EXO-SC con su compañero Chanyeol. Ha ganado numerosos premios de popularidad e icono global, y ha colaborado con numerosas marcas de moda como Louis Vuitton y Ermenegildo Zegna. En el universo narrativo tiene el poder del viento.

4.2 El universo narrativo de EXO: EXO PLANET.

EXO comenzó a crear su universo narrativo desde el lanzamiento de su single de debut, *MAMA* (2012). Tanto la versión coreana como la versión comienzan de la misma manera. En el vídeo musical, un narrador comienza a contar, a modo de profecía, el principio de la historia y lo que parece ser el origen de los diferentes integrantes del grupo. Se cuenta que doce leyendas, correspondientes con los doce miembros originales de EXO, nutrían el Árbol de la Vida con sus diferentes fuerzas. Sin embargo, una fuerza negativa, la Red Force, invadió el corazón del Árbol y lo secó. Con intención de salvarlo, las doce leyendas lo dividieron en dos mitades y las escondieron. Esto provocó una distorsión del tiempo y el espacio. Posteriormente, las leyendas se dividieron en dos y crearon dos soles similares. Van vagando por dos mundos parecidos. Verán el mismo cielo, pero estarán en una tierra diferente. Estarán en la misma tierra, pero verán un cielo distinto. El día en el que un acontecimiento se presente ante el cielo en los dos mundos, las leyendas se reunirán. El día en la Red Force sea purificada, las fuerzas se unirán y un nuevo mundo surgirá. La *intro* del videoclip es idéntica tanto en la versión coreana como en la versión china, de esta manera se establece en la historia la separación entre EXO-K y EXO- M. A continuación, en la versión coreana se puede ver a los miembros de EXO-K en su mundo, probando sus poderes e intentando contactar con los demás. Tanto los que están en el mismo planeta como los que están en uno diferente, EXO-M, intentan encontrarse.



Figura 5. El Árbol de la Vida destruido por la Red Force mencionado en MAMA

En la versión coreana del vídeo, se observa cómo Kai es el que tiene más éxito para dar con el paradero de aquellos que parecen estar en el mismo mundo. Mientras, los demás perciben atisbos de la ubicación de los que están en otro planeta, pero sin llegar a encontrarse. El único que parece encontrarse brevemente con uno de ellos, Luhan, es Kai, quizás por su poder de teletransportación. En la versión en mandarín de *MAMA* se ve a la otra mitad de integrantes, al igual que los primeros, probar sus poderes y buscarse entre sí. Se puede ver otro punto de vista del encuentro entre Kai y Luhan, pero no parece haber más avances en la historia.



Figura 6. Diferentes integrantes probando sus poderes

El siguiente fragmento de la historia se muestra en las dos versiones de los vídeos musicales de *What is Love* (2012). Ambos vídeos exponen situaciones muy parecidas, en las que los diferentes integrantes siguen buscándose unos a otros y parecen recabar información sobre sus poderes y la Red Force. Se descubre también cuál es el acontecimiento del cielo que provocará que los miembros de diferentes mundos se encuentren que se mencionaba en la profecía de *MAMA*.

Dicho suceso es un eclipse total. Esto coincide con uno de los primeros planos que se mostraba en *MAMA* mientras se narraba el principio de la historia, donde aparece un eclipse. Tanto en la versión coreana como en la versión china de *What is Love* se puede ver que en ambos mundos hay un eclipse, en uno de los planetas es solar y en el otro lunar.



Figura 7. *Eclipses de MAMA y What is Love que coinciden con la profecía.*

Asimismo, se puede contemplar que, a raíz de este fenómeno, algunos integrantes de diferentes mundos han conseguido encontrarse, como es el caso de Kai y Xiumin, y Sehun y Luhan. Estos últimos parecen tener información sobre el eclipse y comienzan un viaje en busca de los demás.

Si todos los integrantes se llegaron a encontrar es algo de lo que no se tiene conocimiento. Pero, según la siguiente parte de la historia, podríamos pensar que no fueron capaces de reunirse todos. El videoclip de *Overdose* (2014) no parece tener mucha conexión con la historia principal. Sin embargo, al principio de la versión coreana vemos a todos los miembros por separado en diferentes partes de un laberinto del que no parecen poder salir. Igualmente, en el comienzo de la versión en mandarín podemos ver diferentes planos de los integrantes perdidos en el laberinto. Esto lleva a pensar que existe la posibilidad de que hayan sido atrapados por la Red Force y encerrados allí. El resto del vídeo parece no tener relación con el relato principal, aunque cabe destacar que EXO-K y EXO-M se encuentran la gran mayoría del tiempo en estancias separadas, por lo que se puede deducir que se encuentran en diferentes partes del laberinto. Al final de la versión coreana del vídeo, se observa como Kai parece llegar a la salida del laberinto, lo que cobra sentido si se tiene en cuenta que posee el poder de la teletransportación. Sin embargo, el último plano deja ver que no ha encontrado la salida, sino una sección del laberinto aún mayor.

En la versión china, el videoclip finaliza de manera similar, a excepción de que se trata de Luhan el que llega a la falsa salida. Este hecho también es coherente, ya que Luhan era uno de los que tenía más información acerca de la historia del origen y el eclipse.

A partir de este momento, la historia da una vuelta de tuerca y se torna algo más compleja, ya que habría que encajar dentro de ella la salida del grupo de dos miembros de EXO-M, Luhan y Kris. De nuevo, no se conoce como los integrantes consiguieron escapar del laberinto de *Overdose*, pero el siguiente fragmento de la historia da a entender que lo lograron. Al menos, parte de ellos, ya que con la marcha de Luhan y Kris, podríamos concluir que no alcanzaron la salida del laberinto, quedando atrapados allí para siempre.

Con los *teasers* de su álbum, *Call Me Baby*, llamados *Pathcodes* (2015), se puede ver cuáles fueron los siguientes pasos de cada uno de los integrantes. Parece ser que estos, de alguna manera, llegaron a la Tierra. Por un lado, tenemos el *Pathcode* de Kai, que ha llegado a Londres. Este parece estar siendo perseguido mientras avanza por las calles sin un destino concreto. Además, se pueden vislumbrar recuerdos del laberinto, por lo que se puede entender que esto ocurrió tras escapar. Momentos después, se teletransporta a lugar desconocido.

El siguiente integrante del que se sabe es Tao, que se encuentra en un café de Barcelona. Se observa como en el periódico que está leyendo hay una noticia que cuenta que un extraño cometa ha aparecido en diez ciudades diferentes del mundo. Esto puede referirse a las diez ubicaciones de los diferentes integrantes. A continuación, el tiempo parece pararse por un instante y Tao huye.

El siguiente *Pathcode* es el de Chanyeol, el cual ha llegado Arizona. Pero al contrario que otros integrantes, no tiene muy claro cuál puede ser su siguiente destino. Posteriormente, el bosque donde él se encontraba aparece en llamas.

El *Pathcode* de Xiumin es el siguiente. Este se encuentra en la ciudad de Berlín. En el piso donde vive recibe una pista, que indica cuál puede ser su siguiente destino, Edimburgo 15:25. Tras verla, Xiumin se pone en marcha.

La pista de Xiumin nos lleva al siguiente *Pathcode*. Es el de Sehun, que se encuentra en Edimburgo, a la hora indicada anteriormente. Este integrante llega a una casa donde algunos objetos parecen estar flotando. Lo que podría relacionarse con el poder que tenía el

ex-integrante Luhan. Seguidamente, por la ventana observa un eclipse solar. Lo que puede que esté relacionado con un nuevo encuentro entre todos los integrantes del grupo.

Según el siguiente *Pathcode*, Suho, como Chanyeol, se encuentra en un bosque, aunque esta vez en Marsella. Al igual que su compañero, Suho no parece tener muy claro cuál debería ser su siguiente movimiento. No se ofrece ninguna pista más, salvo el momento en el que usa sus poderes.

El *Pathcode* de Chen se sitúa en la ciudad de Almaty. Este parece estar en un edificio abandonado, probablemente una iglesia. En la azotea de la misma, encuentra un libro titulado *Overdose*, que quizá contenga información de los sucesos ocurridos anteriormente. Sin embargo, no llega a leerlo cuando comienza un eclipse que Chen logra ver en su fase total.



Figura 8. *Eclipses en los Pathcodes de Sehun y Chen*

Baekhyun es el protagonista del siguiente *Pathcode*. Este integrante se encuentra en Lyon. Al igual que Kai, parece estar siendo perseguido por algo o alguien. Tras recibir un mensaje, las luces de las calles comienzan a apagarse a su paso, hasta que Baekhyun se ve sin ninguna escapatoria. Cabe destacar que la luz es el poder de este integrante.

En el *Pathcode* de Lay se ve que se encuentra en la ciudad de Yunnan. Allí se encuentra en un restaurante. De repente en su teléfono aparecen unas interferencias y las luces comienzan a fallar. Esto podría estar relacionado con Baekhyun, ya que, en *MAMA*, cuando se encontraban en planetas diferentes, ambos podían verse a través de un espejo. Momentos después, Lay sale del restaurante y, a su paso, una flor que parecía estar muerta vuelve a la vida, lo que está relacionado con su poder de sanación.

El último *Pathcode* es el D.O., que se encuentra viajando por diferentes lugares de Colorado. Se pueden observar pequeños fragmentos de los *Pathcodes* de los demás integrantes, por lo que se podría pensar que D.O. tiene algo de conocimiento sobre el paradero de todos ellos.

Un poco más adelante, en el VCR *Story of the Past* del concierto *The EXO'rDIUM* (2016), se descubre que no es la primera vez que los integrantes se encuentran en la Tierra, sino que desde tiempos remotos han estado presentes allí para proteger a la humanidad, posiblemente, de la Red Force y de los propios humanos. Este hecho da lugar a que exista la posibilidad que el grupo haya intentado derrotar a la Red Force, en diferentes ocasiones, en el pasado sin éxito.



Figura 9. Pruebas de la existencia de EXO a lo largo de la historia en *Story of the Past*.

Esta vez, aunque hayan sido atrapados, consiguieron escapar y quizás estén más cerca de derrotar a estos villanos. Aunque hasta este momento no se conocía que ocurrió durante su encierro ni como lograron escapar de allí. Sin embargo, poco a poco se descubren diferentes aspectos sobre ello. El caso de Tao hace que la historia se complique de nuevo tras su marcha del grupo tras el lanzamiento de *EXODUS*. Si consideramos que los *Pathcodes* se sitúan en un momento posterior de la historia a otros vídeos lanzados más tarde, se podría decir que Tao consiguió escapar de la Red Force por sí solo, por lo que no aparece en los vídeos situados en sus instalaciones. Tras eso, conseguiría llegar a la Tierra, de ahí la existencia de su *Pathcode*. A partir de ese momento, seguiría su camino en solitario, no tendría éxito en encontrar a los demás ni la Red Force lo atraparía de nuevo y por ello no se sabe de él.

Durante su cautiverio, parece ser que fueron manipulados de alguna manera para que no intentaran escapar de las instalaciones de la Red Force. Esto se da a entender en la actuación del grupo en los premios MAMA 2016, *Intro: The Sacrifice*. Al principio de ella, se ve a numerosas personas con un dispositivo rojo en el cuello, lo que coincide con lo mencionado

anteriormente sobre la amenaza que supone la Red Force para la humanidad. Uno a uno, los integrantes del grupo se colocan también los dispositivos. Sin embargo, puede que estos solo funcionaran con total eficiencia en humanos, ya que el de Kai, en un principio era de color verde. Por este motivo, tiene sentido que fuera él el que llegara más lejos en su intento de huida del laberinto. En cambio, más tarde, en la actuación su dispositivo se vuelve de color rojo, por lo que la Red Force podría haber hallado la manera de controlar al grupo.

En el videoclip de *Love me Right* (2015) se puede observar que, una vez controlados, los integrantes del grupo son encerrados en distintas habitaciones dentro de las instalaciones de la Red Force. Esto se puede apreciar en la iluminación roja que ha de fondo en cada una de las estancias donde se encuentran cada uno. Sin embargo, para no perder el control de ninguno de ellos utilizarían diferentes métodos como el gas que se puede ver en diferentes planos del vídeo. Un detalle a tener en cuenta es que D.O. es el único que parece no estar en una habitación, sino vagando por un pasillo, por lo que podría ser que él ya hubiera escapado de la estancia donde se encontraba y esté buscando la salida.



Figura 10. EXO encerrado en las instalaciones de la Red Force en *Love Me Right*

Lo siguiente que se conoce sobre los integrantes es a través de *Lucky One* (2016). En este vídeo se observa la razón por la cual la Red Force secuestró al grupo. Para experimentar con ellos. Se puede ver a cada uno de los integrantes en un hospital mientras distintas mujeres con una pantalla roja les hacen diferentes pruebas y estudios. Al principio, no parecen mostrar mucha resistencia, pero, finalmente, parecen despertar de su trance y tratan de huir por los pasillos del hospital, enfrentándose al personal de la Red Force. Además, al final del vídeo se descubre que se encuentran todavía en el laberinto que se vio en *Overdose*.

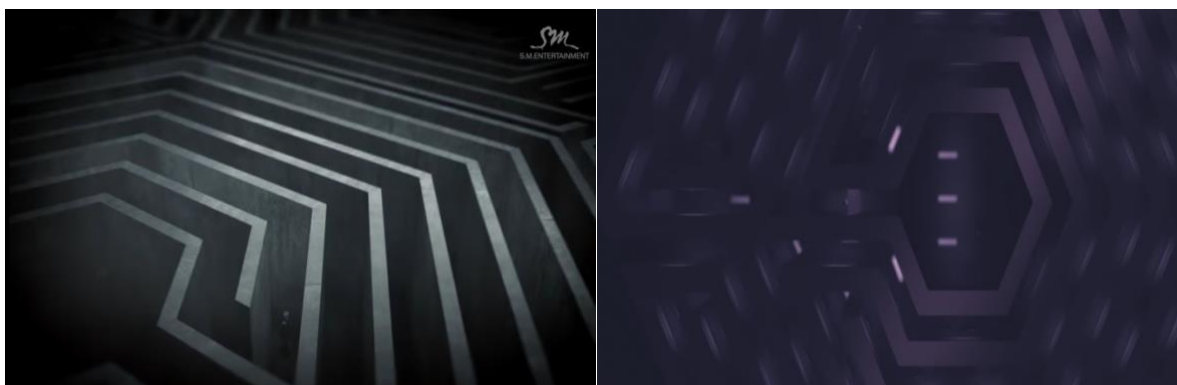


Figura 11. Laberintos de Overdose y Lucky One correspondientes a la base de la Red Force

En un VCR de su concierto *ElyXiOn.dot* se desvelan más detalles de cómo consiguieron escapar cada uno de sus habitaciones y de las instalaciones de la Red Force. El vídeo en cuestión parece estar dividido en tres actos diferentes. El que muestra su huida es el segundo acto, en el que se ve a cada uno de los miembros saliendo de diferentes habitaciones, que podrían corresponderse con las habitaciones de *Love me Right*, y corriendo por los pasillos para encontrar la salida, lo que se relaciona con *Lucky One*. Además, es Kai el que ayuda a los demás a salir de donde están encerrados, lo que tiene sentido si se tiene en cuenta que fue él el que estaba más cerca de encontrar la salida en *Overdose*. También, D.O. parece salir de nuevo de un pasillo, lo que coincidiría con lo ocurrido en *Love Me Right*.

El siguiente vídeo que conecta con la historia es *Monster* (2016). Una vez fuera de las instalaciones de la Red Force, el grupo tiene que avanzar con cautela para no ser capturados de nuevo. En varios planos del vídeo se les ve a todos reunidos en una mesa, por lo que podrían estar ideando un plan. Sin embargo, poco después, se topan con una unidad de fuerzas de seguridad, que podría estar del lado de la Red Force, e intentan atraparlos nuevamente. El grupo se ve obligado a luchar contra los antidisturbios, pero casi todos son atrapados y llevados a un furgón, probablemente, con el fin de devolverlos a las instalaciones. Más adelante en el videoclip se observa como parece ser que algunos integrantes tienen roles más definidos. A D.O. se le ve en algunos planos sentado sobre un sistema de cámaras de seguridad, observando. Esto puede dar a entender que tiene más información sobre la situación que los demás. Por otro lado, hay pequeños detalles sobre Chen que pueden llevar a pensar que es un traidor, como el mensaje de su camiseta que dice “mislead” o “engaño” en español. Por otro lado, Baekhyun se revela como un infiltrado dentro de las fuerzas de seguridad que, al final del vídeo, ayuda a escapar a todos los demás del furgón.

Un dato que podría tener importancia es que no solo ayuda a los integrantes a huir, sino que también apaga las cámaras que D.O está observando, lo que lleva a la pregunta si este podría estar filtrando información al bando enemigo.

La historia continúa con el cómic que publicaron junto con el álbum *The War: The Power of Music*. Lay es el único que no se encuentra con ellos y su paradero es desconocido. Su ausencia en los trabajos de EXO y, por tanto, en la historia, desde finales de 2016 hasta la fecha, se debió a la relevancia que tiene en su país natal, y las prohibiciones que impuso China que afectaban a la ola *hallyu*. En el cómic casi todos los integrantes, después de escapar en *Monster*, idean un plan para atacar a lo que parece ser el mismo cuerpo de seguridad. Para ello, cada uno tiene una función diferente, divididas entre recopilar información, supervisar al objetivo y atacar al enemigo. Una vez ponen en marcha su plan y han acabado con parte de los enemigos descubren otro furgón, que, según sus cálculos, no debería estar ahí. Antes de que pudieran averiguar su origen el vehículo explota.

Esto lleva al *teaser* del videoclip de *Power*, titulado *RF05*, y al principio del propio videoclip de *Power*. En el principio del videoclip de *Power*, al igual que en *MAMA*, hay una narración en la que se cuenta que el universo se ha transformado, el espacio se ha reensamblado y el tiempo se ha reseteado. La Red Force, no purificada, cubrió dos soles de oscuridad. Esto podría hacer referencia a los eclipses. Además, el enemigo tendría la capacidad de restablecer el tiempo si se tiene en cuenta que el grupo ya habría intentado acabar con la Red Force con anterioridad. Tras esta narración, se observan diferentes planetas y una explosión, que puede ser la misma que la del final del cómic. Del hueco ocasionado por la explosión aparece un robot. Es en este momento donde hay que volver al *teaser* de *Power*, *RF05*. El título del clip no es otra cosa que el nombre del robot. El RF05, es un dispositivo creado por la Red Force, cuyo objetivo es arrebatarle los poderes a EXO, obtener información sobre ellos y acabar con los integrantes. El robot ha conseguido obtener todos los poderes excepto el de la luz, que pertenece a Baekhyun. Esto que adquiere sentido si se tiene en cuenta que, en el cómic, es él el que narra su plan fallido desde otro lugar. Una vez el robot ha obtenido los poderes se dispone a luchar contra EXO. Esto lleva de nuevo al videoclip de *Power*, en el que el grupo intenta luchar contra el dispositivo con armas mientras que el enemigo hace uso de sus poderes. En un principio, no parecen tener muchas posibilidades de ganar, pero gracias al plan de Chen, consiguen que el ataque del robot rebote y este se debilite, por lo que vuelven a recuperar sus poderes y consiguen derrotarlo.

Por otro lado, al final del vídeo, Baekhyun parece caer a otro planeta, se desconoce si se trata de la Tierra o no, lo que coincide con varias ilustraciones del cómic que muestran a Baekhyun tras aterrizar en este nuevo planeta. Un dato interesante y a tener en cuenta de este vídeo es que Chanyeol, de repente parece tener uno de los ojos color rojo.



Figura 12. Baekhyun cayendo al mar tras la explosión en el comic y videoclip de *Power*.

La historia se torna más compleja en el videoclip de *Tempo* (2018). En este no se muestra tanta acción, pero sí se puede observar la situación en la que el grupo se encuentra y pequeños cambios en las actitudes de algunos de ellos.

Una vez lejos de las instalaciones de la Red Force, y después de haber sido rescatados por Baekhyun. El grupo parece encontrarse en un escondite provisional. Un elemento muy destacable son los cubos que aparecen en todo el vídeo. Se ven cubos grandes en los que parece haber personas atrapadas, lo que podría coincidir con las personas que en *Intro: The Sacrifice* fueron controladas por la Red Force. Por otro lado, los integrantes tienen cubos más pequeños que aparecen en otros vídeos como en *Lucky One*. Estos podrían ser información, tanto aquella que el grupo ha obtenido de la Red Force, como los posibles planes que pueden organizar para seguir avanzando. Sin embargo, no parecen tener muy claro como continuar, por ello se ve a Suho sin poder resolver el reto que supone el cubo. Por otro lado, D.O. y Xiumin parecen resolver el rompecabezas, por lo que, probablemente, ellos si tengan un plan efectivo, lo que coincide con el cómic, en el que D.O. controla el plan y Xiumin lo supervisa desde fuera. Además, por lo que se muestra en los videoclips, D.O. parece ir siempre un paso por delante con respecto a la información. El grupo, por otra parte, no parece tan unido, quizás por su cautiverio y los enfrentamientos con el enemigo. Pareciera que han comenzado a sospechar unos de otros. Desde el comienzo del vídeo se ve una figura con un casco observar a los demás. Esta figura no es solo un integrante, ya que a lo largo del vídeo se desvela que se trata de más de uno,

Por un lado, es Baekhyun que observa a todos desde arriba y por otro, es Kai que va mirando en todas las habitaciones. Además, no se ve casi ningún tipo de interacción entre ellos, aunque se encuentren en la misma estancia están alejados unos de otros.



Figura 13. Planos de D.O. y Baekhyun en *Tempo* que los ponen bajo sospecha

El único momento en el que se ve a dos integrantes interactuar, es en el que Chen deja de observar a Chanyeol y procede a interrogarlo. Durante el interrogatorio, se ve un reflejo de los ojos de Chanyeol, lo que puede hacer referencia al repentino cambio de color de uno de sus ojos en *Power*.

En un plano del vídeo, aparecen todos los miembros con un *glitch* excepto D.O., lo que puede llevar a pensar que algo ha ocurrido con todos menos con él, quizás porque es el que posee más información. Esto podría ser también un indicativo de que están siendo manipulados, lo que tendría sentido si se tiene en cuenta que puede haber un traidor entre ellos, lo que ha provocado que sospechen unos de otros. Al final de vídeo, una vez que todos se han marchado del lugar donde se encontraban, la estancia se vuelve roja y uno de ellos vuelve con un pequeño cubo en la mano. No se muestra su cara, aunque la vestimenta coincide con la de Baekhyun, lo que podría significar que está entregándole información a alguien. Tras esta escena, aparece un contador de velocidad con el logo del álbum que forma una señal, S.O.S. Lay, por su parte solo aparece de forma muy breve en dos planos del vídeo, por lo que puede ser que no se encuentre con los demás.

El siguiente fragmento de la historia se encuentra en el videoclip de *Love Shot* (2018). Este sigue la misma línea que *Tempo*. El grupo parece estar cambiando de escondite frecuentemente para evitar volver a ser capturados. El líder, Suho, continúa sin saber cómo descifrar la información que poseen. Por lo que se le ve en algunos planos del vídeo observando un cubo lleno de líquido rojo. Por su parte, D.O. también tiene a su lado un cubo similar, aunque no muestra tanto interés en él. En un momento del MV, se le puede ver derramando el líquido del cubo, por lo que se podría pensar que, o bien está desechando

información a propósito, o ha conseguido desvelar datos valiosos, descifrando los planes y engaños de la Red Force. Por otro lado, la tensión y sospechas que habían surgido en *Tempo* van en aumento. Vuelven a tener un encuentro con los enemigos que aparecieron en *Monster* y en el cómic de *Power*. El grupo los enfrenta con armas, pero, en determinados momentos, se apuntan os unos a los otros como es el caso de Chanyeol y Sehun, y Xiumin y Baekhyun. El caso de estos dos últimos es llamativo, ya que Xiumin en algunos fragmentos del vídeo aparece con la cara cubierta. En uno se le ve tumbado en el suelo y a Suho apuntándole con el arma y en otro se le ve con Baekhyun, y en el momento de quitarse el pasamontaña, este le apunta con el arma. Además, en otro momento, aparece hablando con un teléfono rojo rodeado de cartas. Esto se relaciona con su *teaser* del álbum *Countdown*, donde se puede leer en repetidas ocasiones las palabras “*Pixelface*” y “*carta*”. Asimismo, al final de este vídeo, su propia cara se pixela. Este hecho, hace que Xiumin, pase a ser otro integrante sospechoso, junto con D.O., Chanyeol, Baekhyun y Chen.



Figura 14. Planos de Love Shot que muestran la creciente actitud sospechosa de Xiumin

El siguiente fragmento de la historia comienza con el *concept trailer* del álbum *Obsession, EXODEUX*. En este breve vídeo se pueden observar muchos detalles sobre la continuación de esta historia y se revelan otros aspectos que ocurrieron anteriormente. En primer lugar, se ven las fases de la luna y otro eclipse. En este caso, podría estar relacionado con lo que se mencionó al principio de *Power* sobre la Red Force cubriendo dos soles de oscuridad. Se observa también el Árbol de la vida mencionado en *MAMA*, que continúa deteriorándose. Además, ocurren varios fenómenos meteorológicos relacionados con los poderes de algunos de estos integrantes, y poco después se muestra como los símbolos que se corresponden con cada de los integrantes se activan casi todos menos los de D.O, Xiumin y Lay, y, seguidamente, quedan cubiertos de rojo. Se muestra a seis integrantes, pero con un aspecto diferente que no se ha visto hasta ahora. Al final del vídeo, el nombre del grupo aparece escrito de dos formas diferentes, opuestas la una de la otra. Seguidamente, Sehun, con un

aspecto distinto al de antes, apunta a alguien, que no es visible, con un arco. A continuación, se revela el mensaje final, “Let the fight begin”. Esto sumado lo anterior, nos revela que los integrantes que han aparecido no pertenecen a EXO, son personas diferentes. Una clave importante del vídeo son los planos de glóbulos rojos y ADN corrupto que aparecen en él. De esta manera, cobran sentido las acciones que la Red Force ha llevado a cabo en otros videoclips como *Lucky One* o *RF05*. El fin de los análisis y experimentos llevados a cabo con EXO, así como la creación de RF05 para arrebatarse sus poderes, era para crear sujetos semejantes al grupo, con sus mismos poderes, bajo su mando, para enfrentarse al EXO original. Así surge el grupo de clones al que EXO se tiene que enfrentar, X-EXO.



Figura 15. El grupo de clones, X-EXO, creado por la Red Force, en EXODEUX.

El videoclip de *Love Right: Romantic Universe* (2015) ofrece nuevas pistas sobre este nuevo grupo de clones contra el que EXO tiene que luchar. En este vídeo se ve, al principio, el exterior de una nave industrial, lo que podría ser la entrada a una de las instalaciones de la Red Force. Seguidamente, se observa a los que parecen ser los integrantes de EXO en distintas situaciones como sacando dinero o comiendo en un restaurante. Cada vez que cometen algún error se anuncia que han fallado la misión, mientras que, si llevan a cabo ciertas acciones sin ningún tipo de problema, la completan con éxito. A simple vista, esto no tiene sentido, ya que se trata de acciones cotidianas que no tendrían ningún valor para el estudio que la Red Force está haciendo sobre el grupo. Sin embargo, si se tratara de los clones de X-EXO estas misiones serían coherentes. En un momento del vídeo, se aprecia como cada uno de los integrantes está siendo observado mientras llevan a las cabo.

Esto lleva a pensar que, probablemente, la Red Force está probando a los clones para que realicen exitosamente las acciones más simples, como condimentar una comida o leer un periódico, con el fin de poder pasar desapercibido. Además, hay que tener en cuenta que los clones de D.O. y Xiumin no consiguen superar ninguna misión. Esto significaría que, al no tener suficiente información sobre ellos, sus clones resultaron defectuosos y tuvieron que ser desechados. Este hecho explicaría por qué no existen clones de ellos en *Obsession*

Xiumin y D.O. no aparecen ni colaboran en este último álbum se debido a su ingreso en el servicio militar obligatorio impuesto en Corea del Sur. Su ausencia es fácil de encajar en la historia, ya que al ser, probablemente, los integrantes con más información y los que mejor la manejaban, habrían evitado que el enemigo tuviera suficientes datos para poder crear clones de ellos y estén elaborando un plan entre las sombras. O tal vez, al ser integrantes bajo sospecha, estén trabajando para los dos bandos o, simplemente, han decidido no participar en el enfrentamiento. Por su parte, Lay, al encontrarse en paradero desconocido dentro de la historia, no tendría conocimientos de este enfrentamiento, ni habría datos suficientes para la creación de su clon.

La explicación a la falta de datos de Xiumin, D.O y Lay se puede encontrar en el videoclip de *Coming Over* (2016). En este MV, al igual que en *Love Me Right*, se puede observar a los integrantes de EXO en las instalaciones de la Red Force, donde son observados en todo momento mediante cámaras. Entretenidos con los objetos que hay en las distintas estancias. Sin embargo, D.O., Lay y Xiumin parecen más centrados en observar el lugar donde se encuentran. El primero en descubrir las cámaras y destruirlas es Xiumin. Poco a poco, cada uno de los integrantes, van destruyendo las cámaras e intentando escapar del lugar. A continuación, se les puede ver andando por los pasillos en busca de la salida. No obstante, al final del vídeo, los únicos que consiguen llevar al ascensor que lleva a las plantas superiores para salir son D.O y Xiumin, junto con Lay que ya se encontraba dentro. En ningún momento, se indica cuando estos escaparon ni cuando los demás deambulaban por los pasillos, por lo que cabe la posibilidad que ellos tres escaparan antes de sus habitaciones, y se encontraran con los demás más tarde para huir definitivamente.

Con los *teasers* se muestra a los integrantes de EXO. Además, se da a conocer un poco más de los miembros de X-EXO. Por un lado, los *teasers* de los integrantes de EXO no muestran casi nada fuera de lo común a excepción de Chanyeol.

Sin embargo, los *teasers* de los integrantes de X-EXO revelan las particulares apariencias de cada uno y pequeños detalles relevantes.

Ninguno de los clones utiliza sus poderes en los *teasers* a excepción de X-Kai. A este se le puede ver en un lugar abandonado teletransportarse a pocos metros de distancia. Con esto se puede deducir que no puede usar sus poderes de manera tan eficiente como el Kai original. Por otra parte, todos los integrantes de X-EXO parecen tener los ojos de tonos entre azul grisáceo hasta el blanco, diferente a los de EXO. Sin embargo, hay dos casos particulares. Por una parte, está X-Chen que tiene un ojo azul y otro oscuro, lo que resulta curioso ya que es uno de los integrantes sospechosos. Por otra parte, está el caso de X-Chanyeol, el cual es bastante llamativo. Este tiene los ojos de distinto color, pero, en su caso, parece que van cambiando. En uno de los *teasers* aparece con uno de los ojos grisáceo casi blanco, y el otro de color oscuro. Sin embargo, en el segundo *teaser* aparece con uno de los ojos color azul y el otro blanco. Sería clave si pudiera cambiar el color de uno de sus ojos ya que en *Power*, Chanyeol aparecía, también, con ojos heterocromáticos, por lo que podría ser que al que se estuviera viendo entonces no fuera el Chanyeol original, sino a X-Chanyeol infiltrado. Además, el único *teaser* de EXO fuera de lo común es el suyo, en el que al final del vídeo aparece la imagen de Chanyeol en negativo por un instante. Esto podría llevar a pensar que algo extraño ocurre tanto con el clon como con el original.

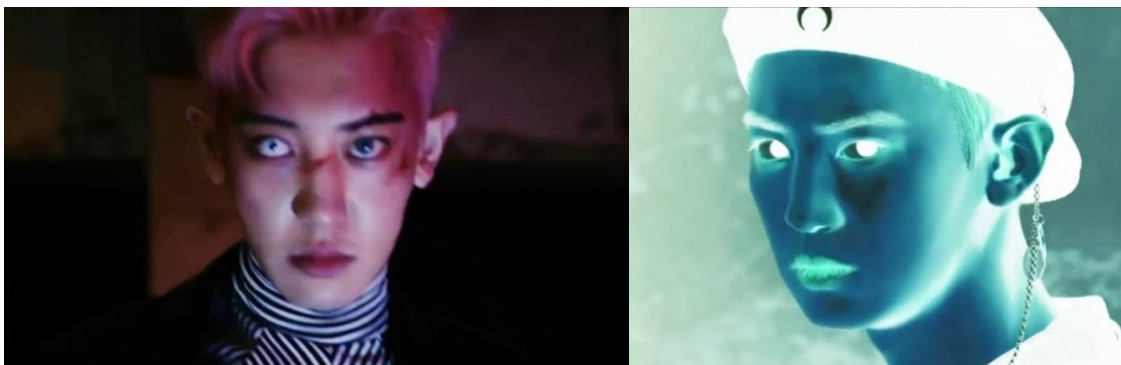


Figura 16. X-Chanyeol y Chanyeol en los teasers de Obsession

Esto lleva al enfrentamiento de EXO y X-EXO en el videoclip de *Obsession* (2019). Aquí se puede observar los distintos enfrentamientos que tienen los integrantes de EXO contra sus clones y la naturaleza de cada uno de los mismos. Tras mostrarse de forma breve a los dos grupos, el primer escenario de batalla que vemos es el Baekhyun. Este y su clon se enfrentan en un duelo de esgrima. Lo que resulta llamativo es que parecen estar en territorio de la Red Force, ya que como público hay numerosas figuras que parecen pertenecer a este bando por

sus ojos rojos. Es destacable que en los momentos donde aparece el Baekhyun original las luces están encendidas y cuando aparece el clon permanecen apagadas, lo que podría indicar una diferencia de poder. Hay una escena donde Baekhyun se encuentra solo, puede ser que sea tras la batalla, pero se ve a X-Baekhyun llegar. Esto podría significar que tal vez Baekhyun creyó haber ganado pero su clon no había sido totalmente derrotado. En cualquier caso, es difícil determinar un ganador. Por otro lado, Kai y su clon están al aire libre. Sin embargo, su enfrentamiento resulta algo extraño, ya que X-Kai parece estar persiguiendo al Kai original que está subido en una moto, pero hay escenas con diferente *color grading* que muestran a ambos, enfrentándose, por lo que realmente habría cuatro versiones de Kai. Aunque puede ser que el etalonaje diferente indique que están haciendo uso de su poder de teletransportación. En esta batalla no se ve un claro ganador. En el caso de Suho, ambos, el original y el clon se enfrentan en una habitación. X-Suho parece haber reducido al Suho original y haberlo dejado suspendido en medio de la estancia. Sin embargo, poco después, se puede ver como este no está en una habitación, sino suspendido en un lugar lleno de escombros y cubierto de agua. Esto llevaría a pensar que el clon ha ganado, pero, posteriormente, se ve a X-Suho y varias manos emergiendo del agua, por lo que puede ser que Suho lo hubiera arrastrado a las profundidades. Más tarde, el clon parece haberse convertido en piedra, pero posiblemente, no sea eso lo que ha ocurrido, sino que el Suho original podría haber extraído toda el agua de su cuerpo, dejándolo así completamente marchito y ganando la batalla.

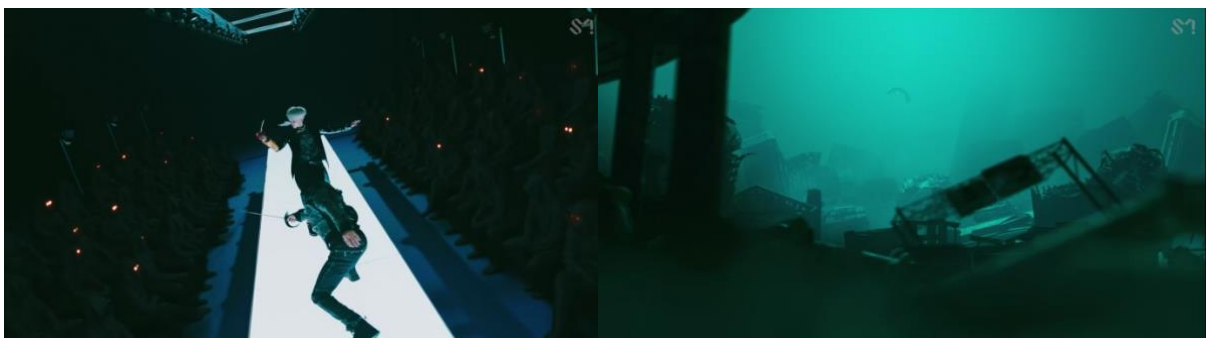


Figura 17. Baekhyun luchando con su clon en presencia de la Red Force y Suho sumergido bajo el agua.

La siguiente batalla que se muestra es la de Chen, la cual llama bastante la atención. Él y su clon se enfrentan en una partida de ajedrez en una habitación con numerosas pantallas que muestran a X-Chen. Esto podría significar que el Chen original está siguiendo detenidamente los movimientos de su clon, pero parece estar observándolo antes y después de la partida, lo

que resulta interesante si se tiene en cuenta que Chen era uno de los miembros sospechosos. Finalmente, se puede ver a Chen solo con todas las piezas derribadas, por lo que puede ser que haya ganado la partida y el enfrentamiento con su clon.

Por otro lado, tenemos el enfrentamiento de Sehun con su clon. En su caso, están luchando con arco y flechas. Sin embargo, los movimientos de Sehun parecen estar en su contra, ya que cada vez que intenta disparar una flecha contra su clon acaba hiriéndose a sí mismo. Esto puede ser por dos motivos diferentes. El primero es que cada uno parece tener detrás una espiral, que puede servir para potenciar sus poderes del viento, en el caso de que X-Sehun haya conseguido aumentar sus poderes, este podría volver en su contra los ataques que le lanzara en el Sehun original. El segundo motivo es algo más complejo, y es que, realmente, los clones no sean exactamente clones independientes de los originales, sino versiones corruptas de ellos mismos conectadas de alguna manera. Esto podría relacionarse con el *EXODEUX* donde se ve ADN corrompiéndose y con *RF05*, el cual tenía una función para distorsionar los poderes de los integrantes de EXO. En cualquier caso, el ganador de este enfrentamiento es difícil de determinar, aunque hay que destacar que del único del que no aparece un plano con líneas en el rostro y ojos rojos es del clon de Sehun.

El caso de Chanyeol es de nuevo el más llamativo, ya que es el integrante que estaba en la mira por ser, probablemente, el más sospechoso. Su enfrentamiento con su clon es el más desconcertante. Los vemos a ambos al aire libre, de noche, utilizando sus poderes del fuego para atacar al otro. Hay un momento donde podemos ver el terreno dividido en dos, una parte roja y una parte oscura. Sin embargo, es X-Chanyeol quien se encuentra en la parte oscura y el Chanyeol original en la parte roja. El Chanyeol original parece asestar más golpes a su clon y poco después se puede ver a X-Chanyeol consumido por las llamas. Lo más llamativo es que es el Chanyeol original el que aparece con marcas en la cara y ojos rojos, como todos los demás integrantes de X-EXO. Además, en otro momento, se le ve cubierto de fuego con los ojos cerrados. Esto, podría tener dos significados. El primero es que en el caso de Chanyeol, este ha sido vencido por su clon y ha caído de nuevo en las manos de la Red Force, lo que explicaría lo de los ojos rojos. También podría significar que X-Chanyeol se ha hecho pasar por el Chanyeol original y que el que se supone que es el clon es el original. Esto tiene sentido si se tiene en cuenta los ojos diferentes de Chanyeol en *Power*, su interrogatorio en *Tempo*, o sus *teasers* de *Obsession*.



Figura 18. Chanyeol y su clon en lados opuestos, y Chanyeol con las marcas de X-EXO en el rostro.

Al final de vídeo aparece un planeta consumido por el fuego, lo que podría mostrar los estragos de las diferentes batallas o que gran parte de X-EXO ha ganado. Sin embargo, ninguno de los miembros derrotados parece haber sido totalmente destruido, por lo que la guerra con la Red Force no ha terminado.

Un dato destacable es que podría existir una convergencia entre la historia creada por y para EXO y la del grupo SuperM. Esto se debe a que dos integrantes de EXO, Baekhyun y Kai, también forman parte de este grupo global. Además, en los *teasers* de estos dos miembros del debut de SuperM se les puede ver haciendo uso de sus poderes. Por lo que cabe la posibilidad de que un futuro haya teorías sobre la existencia de un universo aún mayor que una a los grupos que forman SuperM, EXO, NCT, WAYV y SHINee.

4.3 Tabla orientativa de EXO PLANET

Contenido	Sucesos Relevantes				
	<i>MAMA</i> (07/04/12)	Inicio de la historia	El árbol de la vida es destruido por la Red Force	Los integrantes tienen que encontrarse	Kai se encuentra con algunos de ellos
<i>What is Love</i> (30/01/12)	El suceso nombrado en <i>MAMA</i> es un eclipse	Algunos miembros ya están reunidos	Sehun y Luhan tienen información sobre el eclipse		

<i>Overdose</i> (06/05/14)	El grupo es atrapado y encerrado por la Red Force	Ninguno logra escapar del laberinto	No se especifica que ocurre con ellos durante su encierro	Última aparición de Kris y Luhan	
<i>Pathcodes</i> (Marzo 2015)	Tiempo después de <i>Overdose</i>	No se especifica cuanto tiempo ha pasado	Los integrantes se encuentran en la Tierra y tienen que buscarse	Algunos de ellos vuelven a ver un eclipse	Última aparición de Tao
<i>Story of the Past</i> (2016)	Se revela que el grupo ha estado en la Tierra varias veces desde tiempos remotos	Tienen como objetivo proteger a la humanidad de la Red Force			
<i>Intro: The Sacrifice</i> (02/12/16)	Muestra lo que ocurrió durante el cautiverio del grupo	La Red Force intentó controlarlos	Kai no estaba bajo su control al principio	El enemigo tenía a varios humanos bajo control	
<i>Love Me Right</i> (02/06/15)	Muestra lo que ocurrió durante el cautiverio del grupo	Los mantenían en estancias separadas	Los controlaban mediante gas y les hacían creer que estaban juntos	D.O parecía haber escapado de su habitación	
<i>Lucky One</i> (08/06/16)	Muestra lo que ocurrió durante el cautiverio del	La Red Force secuestró al grupo para analizarlos y	Se encuentran todavía en el laberinto	Los integrantes intentan escapar	

	grupo	experimentar	de <i>Overdose</i>		
<i>VCR: Highlight</i> (2017-2018)	Muestra lo que ocurrió durante el cautiverio del grupo	Se muestra como intentan escapar	Kai ayuda a escapar a los demás	D.O. parece salir de un pasillo como en <i>Love me Right</i>	
<i>Monster</i> (08/06/16)	El grupo ha conseguido escapar pero tienen que luchar contra aliados de la RF	Pelean pero son atrapados	D.O los observa a todos y Chen es sospechoso	Baekhyun se infiltra en el bando enemigo y rescata a los demás	
<i>Cómic Power</i> (05/09/17)	El grupo traza un plan para atacar al enemigo	El plan falla y uno de los vehículos del enemigo explota	Baekyun se separa de los demás	Lay no está presente	
<i>RF05</i> (30/08/17)	El RF05 es un robot de la RF	Tiene como objetivo robarle los poderes a EXO para examinarlos y acabar con ellos	Consigue todos los poderes menos el de Baekhyun, y Lay		
<i>Power</i> (05/09/17)	El grupo tiene que enfrentarse a RF05	Luchan con armas para recuperar sus poderes	Consiguen vencer gracias a Chen	El color de los ojos de Chanyeol ha cambiado	Lay no está presente
<i>Tempo</i> (02/11/18)	El grupo intenta idear un plan	Nadie sabe cómo descifrar la información salvo D.O y	Comienzan a sospechar unos de otros	Baekhyun podría estar filtrando información	Lay aparece pero no con el grupo

		Xiumin			
<i>Love Shot</i> (13/12/18)	El grupo sigue sin saber cómo manejar la información	Se vuelven a enfrentar con el grupo de <i>Monster</i>	Sospechan unos de otros y eso interfiere en la trifulca	D.O y Xiumin podrían estar filtrando información a la RF	Lay no está presente
<i>EXODEUX</i> (07/11/19)	Se activan los símbolos de los poderes del grupo, salvo tres	Aparecen los integrantes con un aspecto muy diferente	La RF quería corromper el ADN del grupo y necesitaba sus poderes	El enemigo ha creado clones del grupo, X-EXO	Lay, D.O y Xiumin no se están presentes
<i>LMR: Romantic Universe</i> (18/10/15)	Los integrantes de X-EXO están siendo probados	Tienen que realizar tareas cotidianas para pasar desapercibido	No existe clon de D.O ya que parece no haber superado ninguna prueba		
<i>Coming Over</i> (18/11/16)	Muestra lo que ocurrió durante el cautiverio del grupo	El grupo es vigilado en sus habitaciones	Xiumin, D.O. y Lay descubren las cámaras y las destruyen	Ellos tres escapan primero por lo que no hay información suficiente para crear sus clones	
<i>Obsesion Teasers</i> (Noviembre 2019)	Los clones no pueden usar sus poderes tan eficientemente como el grupo	X-EXO tienen los ojos diferentes a los originales	Algo extraño ocurre con X-Chanyeol y el Chanyeol		

	original		original		
Obsession (27/11/19)	EXO y X-EXO se enfrentan	Algunos miembros originales parecen perder sus batallas	X-EXO podrían ser versiones corruptas de EXO	Chanyeol podría ser un traidor o el clon podría haberse infiltrado en EXO	D.O, Xiumin y Lay no aparecen

5. Conclusiones

Con la realización de este trabajo se ha dejado ver el importante papel que tiene el videoclip en el panorama musical actual, no solo como elemento estético sino como herramienta para crear historias. La industria del K-Pop que, desde su surgimiento hasta ahora, ha sido regida por diferentes empresas que han impuesto estrictas reglas sobre su funcionamiento y sus artistas, donde lo visual prima, han hecho del videoclip uno de sus instrumentos más atractivos de cara al mundo. No solo han invertido tiempo y cantidades ingentes de dinero para la producción y puesta en escena de videoclips, creando piezas muy atractivas visualmente, sino que han incluido elementos narrativos a estos vídeos musicales creando historias. En estos últimos años, algunos grupos han dado un paso más allá y no sólo han elaborado historias en sus videoclips, sino que han creado todo un universo narrativo transmedia, que se puede vislumbrar en vídeos, libros y cómics, entre otros formatos. Además, el fenómeno *fandom* y su creciente importancia han ayudado a la creación de estos universos, ya que los fans de un grupo consumen estos formatos y también elaboran teorías sobre los posibles sucesos que pueden estar ocurriendo en la historia.

Uno de estos casos es el que se ha expuesto en este trabajo sobre el grupo EXO, donde los elementos expuestos en los diferentes formatos sientan las bases de una historia en la que los integrantes del grupo son alienígenas que tienen que salvar la humanidad y el universo entero de la Red Force, un enemigo al que se tienen que enfrentar.

A partir de los diferentes vídeos y cómics se puede extraer esta idea principal, pero está a la elección de los propios fans decidir qué es lo que ha ocurrido más detalladamente a través de teorías y análisis, que pueden luego pasar a formar parte la historia original si la empresa las tiene en cuenta. La teoría formulada en este trabajo no es más que una de las muchas teorías

que existen sobre los diferentes cauces que puede tomar esta historia. También existen otras teorías que mencionan diferentes cosas como, por ejemplo, un multiverso, o siguen un orden diferente. Además, el hecho de que no exista un final conocido da la posibilidad de alargar la historia o que converja con otras, en diversos formatos, hasta que la empresa y el *fandom* lo deseen.

Bibliografía

Adoringdo. (2019). EXO theory pt. 13 – Obsession. Disponible en: [https://adoringdo.tumblr.com/post/189359439263/exo-theory-pt-13-obsession#:~:text=to%20be%20better..-.Exo%20Theory,13%20%2D%20Obsession&text=Obsession%20is%20an%20MV%20that,benefit%20of%20the%20Red%20Forces\).&text=And%20the%20same%20sort%20of%20concept%20seems%20to%20resonate%20in%20Obsession.](https://adoringdo.tumblr.com/post/189359439263/exo-theory-pt-13-obsession#:~:text=to%20be%20better..-.Exo%20Theory,13%20%2D%20Obsession&text=Obsession%20is%20an%20MV%20that,benefit%20of%20the%20Red%20Forces).&text=And%20the%20same%20sort%20of%20concept%20seems%20to%20resonate%20in%20Obsession.)

Adoringdo (2017). Who’s the Spy in Monster. Disponible en: <https://adoringdo.tumblr.com/post/165332560843/have-you-seen-the-little-translations-from-the>

Araujo Dueñas, A. (2018). El Videoclip y los Nuevos Formatos Audiovisuales de Promoción Musical” [Trabajo de Fin de Grado Inédito]. Universidad de Sevilla. Disponible en: <https://idus.us.es/handle/11441/78512>

Bakehyun (s.f.) En Wikidrama. Disponible en: https://drama.fandom.com/es/wiki/Byun_Baek_Hyun

Benjamin, J. (2020). ATEEZ Explain 'Treasure Epilogue' Album Messages, Feelings on Growing Fanbase & Preview 2020 World Tour. Billboard. Disponible en: <https://www.billboard.com/articles/news/international/8550164/ateez-interview-treasure-epilogue-album-domestic-overseas-fans-world-tour-2020>

Benjamin, J. (2019). EXO’s Obsession’ Leads K-Pop Group to Fourth Billboard Entry, No.1 on World Digital Song Sales Charts. *Billboard*. Disponible en: <https://www.billboard.com/articles/business/chart-beat/8545531/exo-obsession-billboard-200-world-digital-song-sales-charts>

BigHit Labels & Lico (2019). “Save Me”. South Korea. Naver. Disponible en: https://www.webtoons.com/en/drama/bts-save-me/list?title_no=1514&page=1

Chanyeol (s.f.) En Wikidrama. Disponible en: https://drama.fandom.com/es/wiki/Chan_Yeol

Chen (s.f.) En Wikidrama. Disponible en: <https://drama.fandom.com/es/wiki/Chen>

D.O. (s.f.) En Wikidrama. Disponible en: <https://drama.fandom.com/es/wiki/D.O>

EXO (2017). En Twitter. Disponible en: <https://twitter.com/weareoneEXO>

EXO (s.f.) En Wikidrama. Disponible en: <https://drama.fandom.com/es/wiki/EXO>

EXOonearewe (2019). En Twitter. Disponible en: <https://twitter.com/exoonearewe>

Fernández Carmona, M.I. (2018). “Análisis de la Identidad Visual del Grupo Coreano MAMAMOO (2014-2018)”. [Trabajo de Fin de Grado Inédito]. Universidad de Sevilla. Sevilla. Disponible en: <https://hdl.handle.net/11441/79820>

Herman, T. (2020). EXO’s Baekhyun Makes South Korean History With Over 1 Million Copies Sold. *Forbes*. Disponible en: <https://www.forbes.com/sites/tamarherman/2020/06/30/exos-baekhyuns-delight-makes-history-with-over-1-million-copies-sold/>

Herman, T. (2018). Lay Zhang Becomes Highest-Ranked Mandopop Star on Billboard 200 with ‘Namanana’. *Forbes*. Disponible en: <https://www.forbes.com/sites/tamarherman/2018/10/30/lay-zhang-becomes-highest-ranked-mandopop-star-on-billboard-200-with-namanana/>

Idris, H. (2016). Former EXO Members Kris and Luhan to Stay with SM Entertainment until 22. *CLEO*. Disponible en: <https://www.cleo.com.sg/play/celebrity/kris-and-luhan-stay-sm-entertainment-until-2022/>

Kai (s.f.) En Wikidrama. Disponible en: <https://drama.fandom.com/es/wiki/Kai>

Kang, E. (2018). EXO’s Sehun is Officially Announced as a New Face of Luxury Fashion House Zegna. *Soompi*. Disponible en: <https://www.soompi.com/article/1233135wpp/exos-sehun-officially-announced-new-face-luxury-fashion-house-zegna>

Kim, D. (2018). Tao Loses Final Appeal in Lawsuit Against SM Entertainment. *Soompi*. Disponible en: <https://www.soompi.com/article/1142629wpp/tao-loses-final-appeal-lawsuit-sm-entertainment>

Korean Culture and Information Service. (2011). “*K-Pop: A New Force in Pop Music*”. Disponible en: <http://www.korea.net/Resources/Publications/About-Korea/view?articleId=2217&pageIndex=1>

KProfiles. (s.f.). EXO Members Profiles and Facts. Disponible en: <https://kprofiles.com/exo-members-profile/>

Kris Wu. (s.f.) En Wikidrama. Disponible en: https://drama.fandom.com/es/wiki/Kris_Wu

Lay (s.f.) En Wikidrama. Disponible en: <https://drama.fandom.com/es/wiki/Lay>

Lee, D. (2019). “Intertextuality and Transmedia Storytelling in Kpop: Focusing in the content analysis of BTS”. [Master Thesis] Waseda University. Disponible en: http://www.f.waseda.jp/glaw/CLASSES/5616A301_Dongkyung_Lee_TH.pdf

Leung, S. (2012). “*Catching the K-Pop Wave: Globality in the Production, Distribution, and Consumption of South Korean Popular Music*”. [Senior Thesis]. Vassar University. Disponible en: http://digitalwindow.vassar.edu/senior_capstone/149

Lim, J. (2018). EXO Officially Becomes Quintuple Million Sellers + Makes History With 10 Million Albums in Total Sales. *Soompi*. Disponible en: <https://www.soompi.com/article/1261479wpp/exo-officially-becomes-quintuple-million-sellers-makes-history-10-million-albums-total-sales>

Lu Han (s.f.) En Wikidrama. Disponible en: https://drama.fandom.com/es/wiki/Lu_Han

Martín Sánchez, G. (2010). “*La Música y la Evolución de la Narración Audiovisual. La Narración Audiovisual en los Vídeos Musicales*.” Badajoz. Becedario.

Martina RL (2019). Korean Superstar Kai of EXO is Gucci’s New Global Ambassador. *Blastingnews*. Disponible en: <https://uk.blastingnews.com/entertainment/2019/09/korean-superstar-kai-of-exo-is-guccis-new-global-ambassador-002982863.html>

Music Bank (s.f.) En Wikidrama. Disponible en: https://drama.fandom.com/es/wiki/Music_Bank

Oh, I. (2013). “The Globalization of K-Pop: Korea’s Place in the Global Music Industry”. *Korea Observer* 44.3, pp. 389-409. Disponible en: https://www.academia.edu/4732546/The_Globalization_of_K_pop_Koreas_Place_in_the_Global_Music_Industry

Okwodu, J. (2017) No One Wore the Tommy Look Better than EXO’s Chanyeol. *Vogue*. Disponible en: <https://www.vogue.com/article/chanyeol-exo-tommy-hilfiger-london-fashion-week-spring-2018>

Sedeño Valdellós, A. (2019). “El álbum visual como proyecto transmedia: Videoclip y experiencia transmedia en la música popular.” *Journal of Sound, Silence, Image and Technology* pp. 104-115. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/338124135_El_album_visual_como_proyecto_transmedia_Videoclip_y_experiencia_transmedia_en_la_musica_popular

Sedeño Valdellós, A. (2013). “El videoclip musical y su integración en narrativas transmedia: estrategias de valor para la música popular y otros empleos del formato” en *La Sociedad del Ruido: Entre el Dato y el Grito* (Francisco Javier Herrero Gutiérrez, Fernando Sánchez Pita, Alberto Isaac Ardèvol Abreu, Samuel Toledano Buendía), pp. 49-50. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5227203>

Sehun (s.f.) En Wikidrama. Disponible en: https://drama.fandom.com/es/wiki/Se_Hun

Selva Ruiz, D. (2014). “*El Videoclip. Comunicación Comercial en la Industria Musical*”. Sevilla. Alfar

Show Champion (s.f.) En Wikidrama. Disponible en: https://drama.fandom.com/es/wiki/Show_Champion

SM Entertainment. (2020). Musical “The Man Who Laughs” Suho, D-Day! “Gwynplaine is Coming”. SM Entertainment. Disponible en: <https://smentertainment.com/PressCenter/Details/4005#:~:text=SUHO%20will%20be%20playing%20the,with%20a%20strangely%20torn%20mouth.>

Suho (s.f.) En Wikidrama. Recuperado de https://drama.fandom.com/es/wiki/Su_Ho

Tuk, W. (2012). “*The Korean Wave: Who are behind the success of Korean popular culture?*” [Master Thesis]. Leiden University. Disponible en:

<https://openaccess.leidenuniv.nl/bitstream/handle/1887/20142/hallyu%20version%207.pdf?sequence=1>

Xiumin (s.f.) En Wikidrama. Disponible en: https://drama.fandom.com/es/wiki/Xiu_Min

Z.Tao (s.f.) En Wikidrama. Disponible en: <https://drama.fandom.com/es/wiki/Z.Tao>

Videografía.

Ateez (2020). *Answer*. [Videoclip]. KQ Entertainment. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=dTT3MRODUsA>

Ateez (2019). *Hala Hala*. [Videoclip]. KQ Entertainment. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=e6O84iYhtlg>

Ateez (2019). *Illusion*. [Videoclip]. KQ Entertainment. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=LMrZu1Sx0RM>

Ateez (2020). *Inception*. [Videoclip]. KQ Entertainment. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=2NArH91kHoQ>

Ateez (2018). *Pirate King*. [Videoclip]. KQ Entertainment. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=RqJ1rH9M5G0>

Ateez (2019). *Say My Name*. [Videoclip]. KQ Entertainment. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=nKU4OVH18mE>

Ateez (2018). *Treasure*. [Videoclip]. KQ Entertainment. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=tLV83ndOwz4>

Ateez (2019). *Wonderland*. [Videoclip]. KQ Entertainment. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=eLfpeg3Fof0>

B.A.P (2013). *One Shot*. [Videoclip]. TS Entertainment. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=1zRz11d5vNU>

B.A.P (2016). *Skydive*. [Videoclip]. TS Entertainment. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=7VEZuvy0-cc>

BTS (2016). *Blood Sweat & Tears*. [Videoclip]. BighHit Labels. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=hmE9f-TEutc>

BTS (2016). *Epilogue: Young Forever*. [Videoclip]. BighHit Labels. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=HBj4y9Zibao>

BTS (2018). *Euphoria : Theme of Love Yourself Wonder*. [Short Film]. BighHit Labels. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=kX0vO4v1JuU>

BTS (2018). *Fake Love*. [Videoclip]. BighHit Labels. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=7C2z4GqqS5E>

BTS (2015). *I NEED U (Original Ver.)*. [Videoclip]. BighHit Labels. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=jjskoRh8GTE>

BTS (2018). *Love Yourself: Answer. Epiphany Comeback Trailer*. [Trailer]. BigHit Labels. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=fIkZOLsnoqY>

BTS (2017). *Love Yourself: Highlight Reel*. [Short Film]. BighHit Labels. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=EHdK5U2hf4o>

BTS (2015). *On Stage: Prologue*. [Short Film]. BighHit Labels. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=Bt8648TNX1M>

BTS (2015). *Run*. [Videoclip]. BigHit Labels. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=5Wn85Ge22FQ>

BTS (2016). *WINGS Short Film #1 BEGIN*. [Short Film]. BigHit Labels. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=yR73I0z5ms0>

BTS (2016). *WINGS Short Film #2 LIE*. [Short Film]. BigHit Labels. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=y8-HD5O69g>

BTS (2016). *WINGS Short Film #3 STIGMA*. [Short Film]. BigHit Labels. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=3i34dFsJRY4>

BTS (2016). *WINGS Short Film #4 FIRST LOVE*. [Short Film]. BigHit Labels. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=7VPcnJ9oJ-k>

BTS (2016). *WINGS Short Film #5 REFLECTION*. [Short Film]. BigHit Labels. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=wzxjM-82RW8>

BTS (2016). *WINGS Short Film #6 MAMA*. [Short Film]. BigHit Labels. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=wu82g0vyyTY>

BTS (2016). *WINGS Short Film #7 AWAKE*. [Short Film]. BigHit Labels. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=WYbrLlVeiYk>

EXO (2016). *Coming Over*. [Videoclip]. SM Entertainment. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=Y2gM1vO6MQw>

EXO (2019). Concept Teaser #Baekhyun. [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en: <https://twitter.com/weareoneEXO/status/1196080618825633792?s=20>

EXO (2019). Concept Teaser #Chanyeol. [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en: <https://twitter.com/weareoneEXO/status/1194268825975308289?s=20>

EXO (2019). Concept Teaser #Chen. [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en: <https://twitter.com/weareoneEXO/status/1196805378584875015?s=20>

EXO (2019). Concept Teaser #Kai. [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en: <https://twitter.com/weareoneEXO/status/1193543996787679232?s=20>

EXO (2019). Concept Teaser #Sehun. [Teaser]. Disponible en: <https://twitter.com/weareoneEXO/status/1194993489794088960?s=20>

EXO (2019). Concept Teaser #Suho. [Teaser]. Disponible en: <https://twitter.com/weareoneEXO/status/1197530174134407169?s=20>

EXO (2019). Concept Trailer #EXODEUX. [Trailer]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=tAbyVk1wCtw>

EXO (2017). COUNTDOWN' Teaser Clip #XIUMIN. [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=ggd38v7oHYA>

EXO (2016). *Intro: The Sacrifice*. [Live stage]. SM Entertainment. CJ E&M. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=6CAaBo4nqjw>

EXO (2015). *Love Me Right*. [Videoclip]. SM Entertainment. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=RuqaVryDRd0>

EXO (2015). *Love Me Right – Romantic Universe*. [Videoclip]. SM Entertainment. Avex.
Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=4Ueo4r-ZnX8>

EXO (2018). *Love Shot*. [Videoclip]. SM Entertainment. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=pSudEWBAYRE>

EXO (2016). *Lucky One*. [Videoclip]. SM Entertainment. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=73QzQYN8FtE>

EXO (2016). *Monster*. [Videoclip]. SM Entertainment. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=KSH-FVVtTf0>

EXO (2019). *Obsession*. [Videoclip]. SM Entertainment. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=uxmP4b2a0uY>

EXO (2015). *Pathcode #Baekhyun*. [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=J-h0kAl1cbc>

EXO (2015). *Pathcode #Chanyeol*. [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=pEL1Mzn6WrY>

EXO (2015). *Pathcode #Chen*. [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=6WzhT-ZtUw0>

EXO (2015). *Pathcode #D.O.* [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=B7BCRvtfdHk>

EXO (2015). *Pathcode #Kai*. [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=tCraTquoTMU>

EXO (2015). *Pathcode #Lay*. [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=Jkw2OSqbKDI>

EXO (2015). *Pathcode #Sehun*. [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=u0TRvVd-9_E

EXO (2015). *Pathcode #Suho*. [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=ORaTPEAWs5I>

EXO (2015). *Pathcode* #Tao. [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=xqIX3HShW9o>

EXO (2015). *Pathcode* #Xiumin. [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=E1zFcutC4vc>

EXO (2017). *Power*. [Videoclip]. SM Entertainment. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=sGRv8ZBLuW0>

EXO (2017). *Power* #RF_05. [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=pNbnnACjHUU>

EXO (2018). *Tempo*. [Videoclip]. SM Entertainment. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=iwd8N6K-sLk>

EXO (2017-2018). *Highlight*. [VCR]. SM Entertainment. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=m-k3TL8dqGg>

EXO (2016). *Story of the Past*. [VCR]. SM Entertainment. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=E6CCVDxd3as>

EXO-K (2012). *MAMA*. [Videoclip]. SM Entertainment. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=KH6ZwnqZ7Wo>

EXO- K (2014). *Overdose*. [Videoclip]. SM Entertainment. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=TI0DGvqKZTI>

EXO- K (2012). *What is Love*. [Videoclip]. SM Entertainment. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=t6fPzVNIEB0>

EXO-M (2012). *MAMA*. [Videoclip]. SM Entertainment. Disponible en : <https://www.youtube.com/watch?v=eQ9sTtXSDwo>

EXO-M (2014). *Overdose*. [Videoclip]. SM Entertainment. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=MjXHE2foamc>

EXO- M (2012). *What is Love*. [Videoclip]. SM Entertainment. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=7PMRe4k3OSw>

Lu Han (2015). *Lu..* [Videoclip]. Lu Han Studio. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=V-u2MZ3DHNM>

Sunmi (2019). *Noir.* . [Videoclip]. MakeUS Entertainment. Disponible en : https://www.youtube.com/watch?v=CNeNwplE_aw

SuperM (2019). Trailer: Baekhyun. [Trailer]. SM Entertainment. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=XCUFETTNmxc>

SuperM (2019). Trailer: Kai. [Videoclip]. SM Entertainment. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=BhdQr3azl_g

Stray Kids (2018). *My Pace.* [Videoclip]. JYP Entertainment. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=pok5yDw77uM>

While She Sleeps (2015). *Brainwashed.* [Videoclip]. Search and Destroy, The End, Small Town Records, Good Fight, Shock, Doom Patrol, Razor & Tie, UNFD, SharpTone. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=Cuo9FUZTZvI>

X-EXO (2019). Concept Teaser #Baekhyun. [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en: <https://twitter.com/exoonearewe/status/1196080803316256769?s=20>

X-EXO (2019). Concept Teaser #Chanyeol. [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en: <https://twitter.com/exoonearewe/status/1194268864076337153?s=20>

X-EXO (2019). Concept Teaser #Chen. [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en: <https://twitter.com/exoonearewe/status/1196805579051679744?s=20>

X-EXO (2019). Concept Teaser #Kai. [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en: <https://twitter.com/exoonearewe/status/1193544410018902017?s=20>

X-EXO (2019). Concept Teaser #Sehun. [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en: <https://twitter.com/exoonearewe/status/1194993639887233026?s=20>

X-EXO (2019). Concept Teaser #Suho. [Teaser]. SM Entertainment. Disponible en: <https://twitter.com/exoonearewe/status/1197530355206635520?s=20>