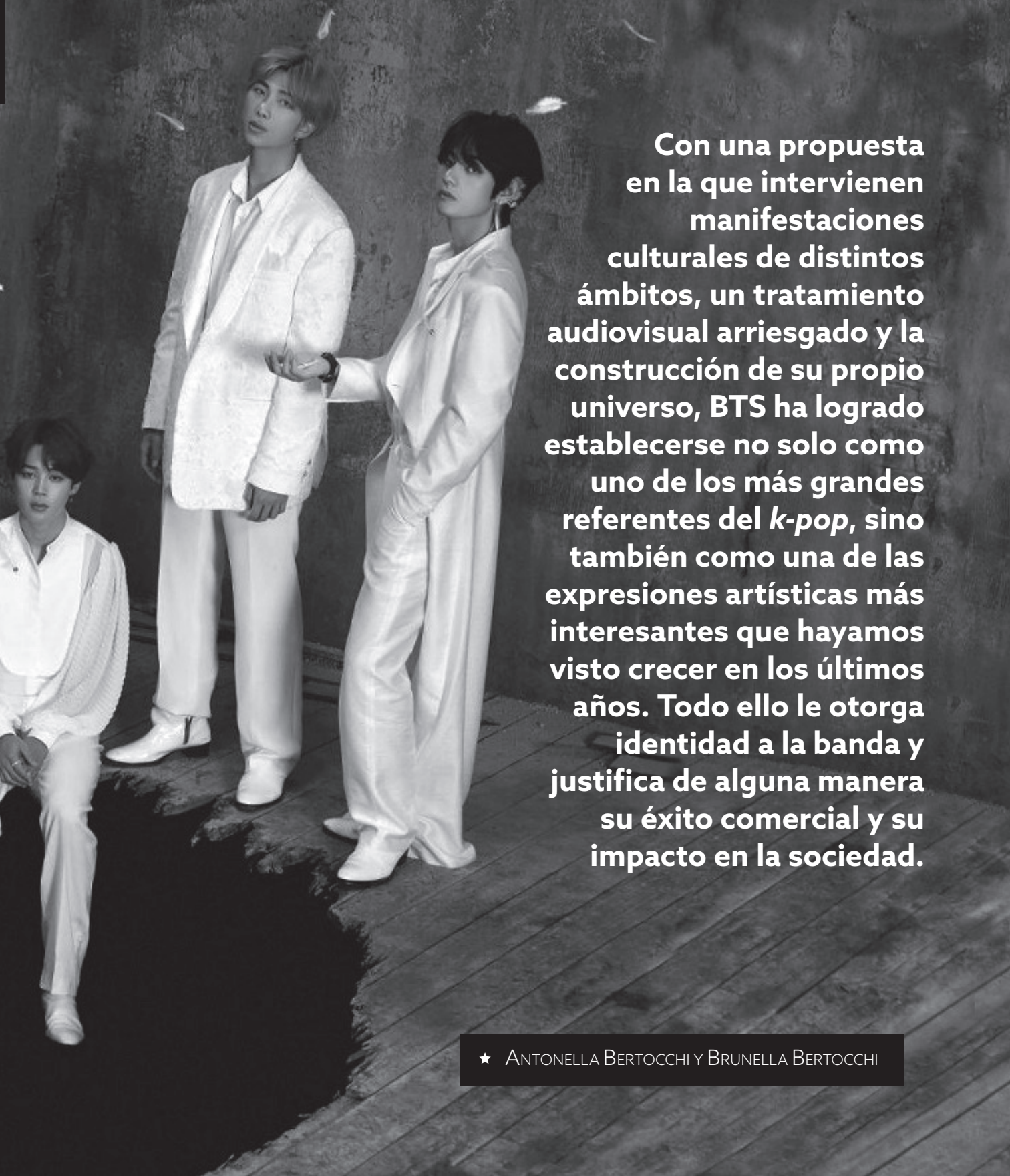


# VIDEOGRAFÍA DE BTS: universos narrativos de género

VIDEOCLIP ★



# contenido integrado, y agnosticismo



Con una propuesta en la que intervienen manifestaciones culturales de distintos ámbitos, un tratamiento audiovisual arriesgado y la construcción de su propio universo, BTS ha logrado establecerse no solo como uno de los más grandes referentes del *k-pop*, sino también como una de las expresiones artísticas más interesantes que hayamos visto crecer en los últimos años. Todo ello le otorga identidad a la banda y justifica de alguna manera su éxito comercial y su impacto en la sociedad.

n la alfombra roja de la 77.<sup>a</sup> edición de los Globos de Oro le preguntaron al cineasta Bong Joon-ho cómo se sentía respecto del actual reconocimiento del arte surcoreano, usándolo a él y a la banda de *k-pop* BTS como representantes del país. El director del filme ganador del Óscar, *Parásitos* (*Gisaengchung*, 2019), contestó lo siguiente: “Aunque yo estoy aquí, en los Globos de Oro, el poder e influencia que tiene BTS es tres mil veces más fuerte que el mío. Creo que Corea produce muchos grandes artistas porque somos gente emocionalmente dinámica e intensa” (2020). El grupo del cual habla Bong Joon-ho es BTS (방탄소년단), un grupo *k-pop* formado en el 2013 y conformado por siete miembros: RM, Suga, J-Hope, quienes se encargan del rap; Jin, Jimin, V y Jung Kook, quienes son los vocalistas. Los siete miembros están involucrados en la producción musical de la banda y en escribir las letras. Además, su música y videografía hacen referencia a conceptos de literatura y psicología, e incluyen un *storyline* narrativo transmediático. En Corea del Sur BTS pasó de ser un pequeño grupo de una disquera desconocida —Big Hit Entertainment— a generar cuatro billones de dólares del PBI del país, a la par de marcas como Samsung y Hyundai. En el 2020, el Reporte Musical Global de IFPI nombró a BTS el acto musical más exitoso del mundo.

Una forma de comprobar el crecimiento de BTS es observando la recepción de sus videos musicales en YouTube. En el 2014, su primer video musical, *No More Dream*, alcanzó veinticinco mil vistas en un día. Sin embargo, en el 2016, *Blood Sweat & Tears* rompió el récord del video de

un grupo *k-pop* más visto en su primer día con 6,34 millones de vistas. Su popularidad se siguió incrementando tanto que, en el 2019, con *Boy with Luv*, rompieron el récord de video musical más visto en un primer día con 74,6 millones de vistas. Recientemente, rompieron el récord una vez más cuando *Dynamite* (2020) superó los 100 millones de vistas en un día, volviéndose el primer video musical en lograr esto. Este crecimiento configura a su contenido audiovisual como una de las maneras centrales para entender al fenómeno musical y cultural que es BTS.

Antes de adentrarnos en el contenido audiovisual del grupo, habría que entender qué es el *k-pop*. Las siglas hacen referencia a Korean Popular Music; sin embargo, no toda la música popular coreana es *k-pop*. Para el sociólogo John Lie, el *k-pop* es obra de una industria cultural que valoriza la música pop a través de lo visual, sus estrellas —los *idols*— y sus videos musicales (2013, p. 41). Su definición coloca lo visual como base de la industria *k-pop*. Sin embargo, Eana Kim, compositora responsable de una serie de éxitos *k-pop*, describe esta industria desde un punto de vista musical: canciones con formas no convencionales,

**Foto:**  
Representantes  
del *k-pop*



Fuente: HDQ



yuxtaposición de géneros musicales con flexibilidad, armonías imaginativas y un espectro expansivo de influencias musicales internacionales (2019). Para ella, la música siempre ha sido el centro del *k-pop*. Ambas definiciones pueden contrastarse con la que propone Suga, miembro de BTS, quien considera que el *k-pop* no es un género musical, sino contenido integrado. Con esto, él se refiere a un paquete audiovisual que combina la música, moda, maquillaje, coreografías y otros elementos (2018). La videografía de BTS no solo trabaja con los cuatro géneros del video musical<sup>1</sup> (pseudodocumental, videoarte, narrativo y el videoperformance), sino que, apoyando la idea de contenido integrado, presenta un exitoso formato híbrido que integra a los cuatro.

En su base, la videografía de BTS se conforma por videos de coreografía y *performance*, principalmente producidos por la casa productora coreana GDW; y por una serie de videos narrativos, producidos

**Foto:** En la producción de su álbum BE

en su mayoría por la casa productora coreana Lumpens. Los videos musicales narrativos forman parte de lo que la disquera de BTS llama el Bangtan Universe (BU). El BU empezó en el 2015 y es la historia de siete personajes ficticios vagamente inspirados en los miembros de BTS e interpretados por ellos mismos. En este universo narrativo, siete adolescentes utilizan su amistad para refugiarse de sus problemas personales. No obstante, al separarse deben enfrentarse a eventos terribles. Por ello, el protagonista del BU, interpretado por el miembro Jin, retrocede el tiempo para intentar salvarlos. De esta manera, todos los cambios en el tiempo crean líneas narrativas nuevas con consecuencias negativas y así se forma un efecto mariposa. El universo ficcional se construye a partir de los videos musicales, algunas canciones, fotos promocionales, tráileres y cortometrajes, coreografías, libros, cómics, blogs; y en el futuro se plantea un programa de televisión. Por lo que el contenido audiovisual de BTS existe en un plano transmediático.

El *storyline* se puede dividir en tres segmentos concluidos hasta el momento. El primero se titula "The Most Beautiful Moment in Life"; el segundo, "Wings"; y el tercero, "Love Yourself". Los primeros videos musicales del BU son *I NEED U* y *RUN*. A diferencia de la mayoría de videos *k-pop*, ninguno incluye coreografía. En contraste, son videos totalmente narrativos que sirven como introducción al *storyline* del BU. Otro elemento que se aleja de las convenciones del video musical *k-pop* es la duración de estos. Por

<sup>1</sup> Clasificación de géneros presentada por Railton y Watson en *Music Video and the Politics of Representation* (2011).



**Foto:**  
Foto  
promocional  
de su sencillo  
"Butter"

ejemplo, *RUN* cuenta con una duración relativamente larga de siete minutos debido a que incluye un epílogo totalmente narrativo. Aunque estas decisiones pueden considerarse arriesgadas, fueron cruciales en el establecimiento de la videografía del grupo. Aun en la actualidad, los videos musicales con duración larga continúan siendo recurrentes en la videografía de BTS. Este es el caso de *Spring Day*, que tiene un tempo meditativo de introspección; y *Epiphany*, canción del miembro Jin que lo muestra en un plano continuo de un minuto y cuarenta que hace referencia al cortometraje *Rabbits* (2002) de David Lynch.

Sin embargo, no todos los videos musicales de BTS pertenecen al *storyline* del BU. Los videoperformances también son claves en el éxito del grupo, como es el caso de *DOPE* (2015). Este comienza con un diálogo del miembro RM, quien se dirige directamente a la cámara en una forma de bienvenida y le pregunta al espectador si es la primera vez que está viendo a BTS. Luego, lleva al espectador a un almacén, donde uno por uno aparece cada miembro —representando cada uno una profesión distinta— para que finalmente aparezcan todos como colectivo para participar en el acto central del video musical, una dinámica coreográfica que simula suceder en un plano secuencia. *DOPE* tuvo gran

popularidad y se convirtió en el primer video de BTS en alcanzar 100 millones de vistas. Es interesante mencionar que, aparte de la intensa coreografía, *DOPE* utiliza elementos pseudodocumentales que representan la vida laboral de la banda y simulan cercanía entre el espectador y los miembros (Doré y Pugsley, 2019). La convivencia entre la *performance* —coreografía— con elementos de otros géneros de videos musicales lleva a formular el modelo híbrido que terminará siendo el formato más efectivo para los videos musicales de BTS.

Este modelo será ampliamente utilizado en "Wings", el segundo segmento del BU que comparte el nombre con el segundo LP del grupo, el cual está basado en la novela *Demian* de Hermann Hesse. La era se inició con siete cortometrajes titulados *WINGS Short Films*, siendo cada miembro protagonista de un cortometraje. Estos son una representación del concepto del álbum, en donde cada miembro tiene una canción como solista; y continúan con el *storyline* del BU a través de simbología e imaginarios de *Demian*. Después de la campaña promocional de los cortometrajes, se lanzó el álbum acompañado del video musical de la canción principal, *Blood Sweat & Tears*. Gracias al impulso que generó *DOPE* y la anticipación causada por los cortometrajes, *Blood Sweat & Tears* rompió en su momento el récord del video de un grupo *k-pop* más visto en su primer día. Eng (2019) describe el video como una cacofonía de caprichosa grandeza, compuesto por tomas generales de cuartos espaciosos llenos de candelabros, pinturas renacentistas e imágenes religiosas. La larga duración del video se debe a una introducción y a un interludio de un minuto y medio. En el interludio, se detiene la música a favor de una narración de una cita del libro *Demian* y una dramatización que

se centra en los miembros Jin y V, quienes interpretan los roles de Sinclair y Demian —del libro *Demian*—, además de los suyos dentro del BU. A pesar de presentar elementos ajenos al consumo veloz de un video musical, *Blood Sweat & Tears* cuenta con más de 700 millones de vistas actualmente.

*Blood Sweat & Tears* también tiene una versión japonesa titulada *Chi, Ase, Namida*. Por lo tanto, se presentan dos videos musicales para una sola canción, pero con una nueva interpretación visual debido a que se dirige a mercados distintos. Pueden verse individualmente; sin embargo, el video japonés recrea tomas de la versión coreana con arquitectura y moda más moderna, en contraste al renacimiento anacrónico de la primera versión. Además, en el montaje se reúsan y recrean planos de la versión original y de videos más antiguos de BTS para plantear los saltos de tiempo que hace el protagonista interpretado por Jin. Debido a esto, los seguidores de BTS que están interesados en el *storyline* tienen que consumir productos dirigidos a distintos mercados.

Este nivel de referencialidad y múltiple interpretación será común en la discografía y videografía de BTS. Un ejemplo interesante es la canción *MAMA*: el solo del miembro J-hope. La letra —escrita por él mismo— es un agradecimiento a su madre por su apoyo. Por otro lado, el cortometraje que acompaña a *MAMA* se presta como una interpretación de uno de los hilos narrativos importantes del libro *Demian* de Hermann Hesse: la fijación del protagonista con la figura materna. El cortometraje

EN EL CASO DE BTS,  
LA CONVIVENCIA ENTRE  
ROLES MUSICALES,  
DE PERFORMANCE Y  
AUDIOVISUALES DEMUESTRA  
EL DINAMISMO Y LA  
INTENSIDAD EMOCIONAL QUE  
EXPLICA EL ÉXITO DEL ARTE  
SURCOREANO.

también explora los temas de abandono materno en el BU. Por lo tanto, tenemos un caso donde una canción tiene una lectura inicial personal del artista, la cual es luego interpretada visualmente a partir de una obra literaria y, además, funciona como pieza narrativa del *storyline* de BTS. Entonces, es una sola canción entendida de tres maneras distintas.

**Foto:**  
BTS  
presente en  
premiaciones

Por último, el tercer segmento del *storyline* del BU empezó en el 2017 con un corto-



Fuente: Marca

metraje titulado *LOVE YOURSELF Highlight Reel*. Además, durante esta era se publicaron varios de los videos musicales más exitosos del grupo. Entre ellos están *DNA* (2017) e *IDOL* (2018), dos coloridos videos de *performance* que al momento tienen un billón de vistas y 900 millones de vistas en YouTube respectivamente. También está *FAKE LOVE* (2018), un video musical híbrido que funciona como una secuela espiritual a *Blood Sweat & Tears*; presenta un interludio, y entrecorta escenas narrativas con coreografía. Al momento tiene más de 900 millones de vistas en YouTube.

Otro caso interesante en el segmento *LOVE YOURSELF* es *Euphoria*. Este es un cortometraje narrativo acompañado musicalmente por fracciones de la canción del mismo nombre, el solo del miembro Jung Kook en el álbum *Answer*. En el corto se revelaron partes de la canción *Euphoria* meses antes de su lanzamiento oficial, generando anticipación entre los admiradores. Por lo tanto, la videografía se retroalimenta con la música, creando una experiencia audiovisual que incluye la participación activa de los seguidores en una especie de búsqueda del tesoro, ya sea al crear teorías para entender las conexiones narrativas entre los videos musicales del BU o al tratar de averiguar la estructura de la canción a partir de los fragmentos escuchados en el cortometraje.

Esta flexibilidad en cómo se presenta el contenido audiovisual también se encuentra en el género musical del grupo. Muchos críticos consideran que la cualidad musical de BTS es su agnosticismo de género (Kim y Chang, 2019). En palabras de los miembros del grupo, "El género es BTS. Ese es el género que queremos realizar y la música que queremos" (2018). Consecuentemente, esta actitud hacia el género musical afecta la interpretación visual de sus canciones y, por lo tanto, sus videos musicales. Esta yuxtaposición de elementos narrativos con *performance*, y de elementos visuales con musicales en la videografía de BTS contesta a la identidad del grupo.

La identidad de BTS es representada en videos musicales como *IDOL* y *Boy with Luv*. *IDOL* es una canción que integra al género *dance* sudamericano con ritmos tradicionales coreanos. En su video, BTS canta sobre su identidad dual como artistas e ídolos *k-pop*; mientras bailan usando *hanboks*, trajes tradicionales coreanos. Sobre *IDOL*, el miembro V dijo: "Es, sin importar lo que nadie diga, quiénes somos y vamos a continuar haciendo nuestra música a nuestra manera" (2018). Por otro lado, *Boy with Luv* toma una ruta distinta en su representación de identidad. El video musical recrea escenas de la icónica película *Cantando bajo la lluvia* (*Singin' in the Rain*, 1952), incluyendo los números musicales



Fuente: wattpad

con los postes de luz, el sofá y el piano. Además, el clímax del video es una recreación de la secuencia "Broadway Melody", en donde vemos carteles con luces iluminando los títulos de todos los álbumes del grupo desde su debut en el 2013; y el miembro RM toma el lugar de Gene Kelly. *Boy with Luv* se configura como una celebración de todo lo que el grupo es, proponiendo que el *idol* coreano y el musical clásico compartan la intensa experiencia de artistas que cantan, bailan y entretienen.

La identidad artística de BTS se manifiesta en el aspecto musical y de *performance*, así como la participación en la creación de su contenido audiovisual. Esto se debe a que la propuesta audiovisual que acompaña a los videos musicales no se limita solo a este formato, sino que se traslada a otros medios, como pueden ser las presentaciones en vivo. En el caso de *IDOL*, el grupo ha presentado la canción usando como escenario al Palacio Gyeongbokgung, una construcción coreana del siglo XIV, y agregando una introducción musical en donde J-hope, Jimin y Jungkook presentaron tres danzas coreanas tradicionales: Samgomu, Buchaechum y Talchum, respectivamente. En el caso del Buchaechum, que es una danza de abanicos, la sociedad Kim Baek Bong<sup>2</sup> reconoció a Jimin por haber contribuido con su *performance* a alzar el estatus y valor estético global

<sup>2</sup> Kim Baek Bong Korean Fan Dance Conservation Society.



**Foto:**  
La banda está integrada por V, Suga, Jin, Jung Kook, RM, Jimin y J-Hope

habla Bong Joon-ho al explicar el éxito del arte surcoreano. Es evidente, entonces, la importancia del alcance de lo audiovisual para expandir la cultura, y cómo esta expansión puede ocurrir gracias al cine, pero también a través de un acto musical como BTS. ○

de esta danza tradicional. Por otro lado, desde el 2017, el miembro Jung Kook sube una serie de vlogs a YouTube —grabados y editados por él— bajo el nombre Golden Closet. En ellos se observa su vida como miembro de BTS centrándose en coreografías, viajes personales y crónicas de conciertos. La producción de sus vlogs ha permitido que Jung Kook desarrolle un estilo de dirección propio y que para el 2020 sea el director de *Life Goes On*, el video musical central del más reciente álbum de BTS. En él, Jung Kook muestra a los miembros durante los días de pandemia con una mirada más introspectiva y calmada sin recurrir a coreografía o efectos especiales. Sin embargo, como es característico de la flexible videografía de BTS, también es un video musical híbrido, al integrar elementos pseudodocumentales y de *performance*. En este sentido, todos los miembros de BTS toman diversos roles creativos, ya sean musicales, de *performance* o de creación audiovisual.

En la actualidad nueve de cada diez coreanos consideran que el estatus de sus contenidos domésticos culturales se ha incrementado gracias a la popularidad global de BTS y a películas como *Parásitos* y *Minari* (2020) (*Newsis*, 2021). En el caso de BTS, la convivencia entre roles musicales, de *performance* y audiovisuales demuestra el dinamismo y la intensidad emocional de la cual

### Referencias

- Doré, P., y Pugsley, P. C. (2019). Genre Conventions in K-pop: BTS's "Dope" Music Video. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 33(5), 580.
- Eng, M. (5 de noviembre del 2019). Music Video Break down: "Blood, Sweat & Tears" by BTS. *The Harvard Crimson*. <https://www.thecrimson.com/article/2019/11/5/bts-mvb-blog/>
- International Federation of the Phonographic Industry. (2021). *Global Music Report*. <https://www.ifpi.org/bts-announced-as-the-winners-of-2020s-ifpi-global-recording-artist-of-the-year-award/>
- Kim, E. (2019). *K-Factor: An Orchestral Exploration of K-pop*. <http://kfactor.org/>
- Kim, N., Kim, S., Min, Y. Jung, H., Park, J., Kim, T., y Jeon, J. (30 de octubre del 2018). *Entrevista con BTS en el Grammy Museum*. <https://www.grammy.com/grammys/news/bts-talk-new-album-map-soul-7-genre-bts>
- Kim, C., y Chang, J. (Junio del 2019). K-Factor: An Orchestral Exploration of K-pop. Concierto llevado a cabo en el Lincoln Center, Broadway, New York.
- Lie, J. (2013). The Globalization of K-pop: Local and Transnational Articulations of South Korean Popular Music. *Cross Currents: East Asian History and Culture Review*, 3(1), 1-5.
- Newsis. (9 de abril del 2021). *El estatus de los contenidos culturales coreanos*. [https://newsis.com/view?id=NISX20210409\\_0001401181&cID=10601&pID=10600](https://newsis.com/view?id=NISX20210409_0001401181&cID=10601&pID=10600)