

*La
virguería*

el **missi**onier

(el misionero)

videoclip

como misionero contemporáneo del capitalismo

_ Podemos entender el videoclip como una expresión artística donde se experimentan nuevas formas cinematográficas y una manera de explicar el mundo de forma artística a través de la música y las imágenes. También podemos ver en este género, sobre todo cuando hablamos de videoclips **mainstream**, una estrategia para trasladar valores a todos los rincones del planeta de una manera rápida y extremadamente efectiva.

Es decir, propaganda que nos indica cómo relacionarnos entre nosotros y con el planeta, como vivir la sexualidad, qué estructuras familiares son aceptables, el derecho que tenemos a la posesión o a la violencia.

_ Penetrar en el mundo de los videoclips como excusa para hablar

de la forma de vivir en los países occidentales y, desde el sarcasmo y la ironía, mostrar la **colonización cultural** que llevamos a cabo en todo el planeta. El videoclip como proselitista o, más bien, como misionero del capitalismo.

El videoclip como generador de estereotipos de género y también de clase, de raza, de consumo. Una forma de hablar, también, de los fenómenos del **Trap**, **el K-pop** o el **Reguetón**.

_ La idea de este proyecto teatral surge de la necesidad de reflexionar alrededor de los booms repentinos de artistas musicales. ¿Cómo puede ser que, de pronto, una persona hasta entonces desconocida para la mayoría de la población, pase a tener millones de reproducciones en plataformas como Spotify o

Youtube? ¿Por qué la imagen (más que la música) de alguien genera miles de millones de dólares de beneficio? ¿La desaparición de la vejez, de las particularidades, de la clase trabajadora o el culto a la riqueza en las reproducciones de Youtube tiene segundas intenciones? Esta incógnita genera debates paralelos muy interesantes y nos permite explorar estéticas muy diferentes que hacen posible generar un espectáculo multidisciplinar, ya que a partir de todos los lenguajes visuales que la industria de la música utiliza en sus videoclips, podremos jugar sobre el escenario de formas múltiples e investigar un lenguaje propio para esta pieza.

equipo

Autoría
Dirección
Dramaturgia escénica
Ayudantía de dirección
Intérpretes

Directora de movimiento y coreografía
Banda sonora
Proyecciones
Diseño de luces
Espacio escénico
Vestuario
Diseño gráfico
Fotografía
Vídeos promocionales
Producción ejecutiva
Comunicación
Producción

Isis Martín y Aleix Fauró
Aleix Fauró
Isis Martín
Júlia Valdivielso
Guillem Gefaell
Maria Garrido
Isis Martín

Patricia Bargalló
Clara Aguilar
Francesc Isern
Guillem Gelabert
Paula Font y Paula González
Berta Riera
Oscar Llobet
Anna Miralles
Àlex D Sala
Júlia Ribera
Nil Martín

La Virgueria, Festival Grec'22, amb l'ajuda de la Generalitat de Catalunya (ICEC).

¿por qué un misionero?

A través de meses de lecturas y visionados de documentales, llegamos a una hipótesis: el videoclip *mainstream* reparte de manera masiva las semillas del capitalismo más perjudicial: culto a la riqueza, al individualismo, a la desigualdad, al machismo, al racismo, a la exclusión de la diferencia... Estas semillas, como un virus en plena pandemia, entran dentro de las casas y las cabezas de las personas de forma inconsciente y arraigan en sitios de donde es muy difícil extraerlo para, como mínimo, reflexionar y decidir

conscientemente si són los valores con los cuales queremos vivir individualmente y como sociedad. De la misma manera que Disney ayudó a introducir ideas como el amor romántico o la imagen de la mujer como princesa que necesita ser salvada, los videoclips actúan de la misma forma en las generaciones que han nacido rodeadas de redes sociales.

EL ESPECTÁCULO SE PUEDE HACER ÍNTEGRAMENTE EN CASTELLANO

en escena

_ Cuatro serán los pilares que constituyen la puesta en escena de **El Missioner** (“El Misionero”). En primer lugar, un texto construido a través de narraciones, cargadas de humor negro, que se convierten en un pretexto para explotar los otros lenguajes de la pieza y que nos sirve de guía para exponer y abrir el debate alrededor de la industria musical y los videoclips.

_ La música es protagonista de este espectáculo y por este motivo también tiene un lugar destacado en la escena. No solo para la creación de una banda sonora original y el uso de canciones para todas conocidas, sino porque escénicamente generaremos una “estación de radio” desde donde, en directo y visible para todas las personas presentes en la sala pincharemos, tocaremos y cantaremos.

_ Esta música nos ayudará con otro de los pilares del espectáculo: el lenguaje corporal. Para todas es conocido el impacto y el uso que tienen los cuerpos, especialmente los de las mujeres, en los videoclips musicales. Así pues, buscamos una corporalidad que, no solo nos proporcione coreografías atractivas y rítmicas como en los videoclips que analizamos, sino que además comporte otra capa de significado en la forma de moverse y expresarse físicamente.

_ Por último, el uso de las videoproyecciones nos ayudará a generar la estética del espectáculo. Y no solo eso, queremos que el vídeo se convierta, como los otros lenguajes, en una parte imprescindible de la dramaturgia. Así pues, a través de la narrativa propia de las proyecciones (combinando diversas técnicas), construiremos otro plano de realidad.

_ La suma de estos cuatro lenguajes y su imprescindible interconectividad, nos proporcionan una pieza escénica que debe entenderse como un cuadro inmenso en movimiento, dónde las diferentes capas de pintura se superponen para conducirnos a través de historias que se entrecruzan y nos ayudan, desde la ironía, a hacernos un mapa de cómo el videoclip (y los diversos productos audiovisuales) influyen en nuestra manera de entender el mundo.



con la coop. NUS

Con este proyecto, **La Virgueria** empieza una colaboración con la cooperativa **NUS**, especializada en acciones y procesos transformadores a través de las artes escénicas (<https://nus.coop/>). Con ellas se ha realizado un taller para jóvenes con el objetivo de dar herramientas de análisis críticas a la hora de ver videoclips. De este primer taller extrajimos conclusiones que se ven reflejadas en el texto. El objetivo de esta colaboración es

seguir con estos talleres durante el período de ensayos y en la gira del espectáculo, siempre teniendo en cuenta las posibilidades de los distintos municipios que nos acompañen en la gira de “**El Missioner**”, con el objetivo siempre perseguido por **La Virgueria**, que el teatro ni empiece ni acabe en la sala de exhibición. Teatro que genere pensamiento crítico mientras nos hace pasar un buen rato.

contacto

Dirección

Aleix Fauró

aleix@lavirgueria.com

Distribución

Júlia Ribera

distribucio@lavirgueria.com

www.lavirgueria.com