



DEREK JARMAN Y EL DISEÑO VISUAL EN LOS CONCIERTOS DE MÚSICA POP. LA GIRA MCMLXXXIX DE PET SHOP BOYS

*DEREK JARMAN AND VISUAL DESIGN AT POP MUSIC SHOWS.
THE PET SHOP BOYS MCMLXXXIX TOUR*

Ricardo Roncero Palomar
Universidad Rey Juan Carlos

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7642476>

.....
Recibido: (mayo 2022)
Aceptado: (julio 2022)
Publicado (julio 2022)
.....

Cómo citar este artículo

Roncero Palomar, Ricardo. (2022). "Derek Jarman y el diseño visual en los conciertos de música pop: la gira MCMLXXXIX de Pet Shop Boys" en: Raquel Sardá & Vicente Alemany (Eds.). *La imagen entra en escena. Creaciones digitales en el ámbito escénico, el espacio urbano y el espacio natural*. ASRI. N.º 21. Págs. 58-71. URJC. Recuperado de <http://www.revistaasri.com>

Resumen

Los medios visuales para conciertos han acaparado gran protagonismo en los últimos años. A pesar de que es algo habitual para el espectador, existe muy poca literatura

académica al respecto. Esta investigación gira en torno al diseño que el cineasta Derek Jarman realizó para el primer tour del dúo Pet Shop Boys en 1989. Se estudiarán los elementos plásticos utilizados sobre el escenario, con

58



especial interés en sus proyecciones. El resultado de la unión fue un nuevo concepto de espectáculo que abrió las puertas a otra forma de concebir los conciertos de música pop.

Palabras clave

Concierto, visuales, Derek Jarman, Pet Shop Boys, proyección.

Abstract

Visual media in concerts have turned into a must in recent years. Even though the viewer is very used to this resource, there is very little academic literature

about it. This research focuses on the design that the filmmaker Derek Jarman made for the first tour of the Pet Shop Boys duo in 1989. The plastic elements used on the stage will be studied, with special interest in their projections. The result of this combination was a new show concept that opened the doors to another way of understanding pop music concerts.

Keywords

Concert, visuals, Derek Jarman, Pet Shop Boys, projection.

Introducción

En la última década los conciertos y festivales creados entorno a la música popular proliferan en volumen y número. Algunos medios anuncian la llegada de una burbuja derivada de estas actividades (Serrano, 2022), (Pellicer, 2017), (Alejabeita, 2017), lo que da prueba del elevado número de actuaciones musicales que se producen en nuestro país. Esta proliferación no es aleatoria, responde a las estrategias de los sellos discográficos, reconvertidos en promotoras, para salvarse de la crisis que produjo la implantación de la tecnología digital e Internet como método de distribución (Marcos, 2010), (El País, 2011).

El público respondió favorablemente a las numerosas propuestas de música en directo, y acudir a una actuación musical se ha convertido en una actividad habitual en nuestra vida social. Junto a la masiva oferta de conciertos y festivales, nace la necesidad de diferenciarse y ofrecer productos cada vez más espectaculares. Esta búsqueda de nuevas propuestas, junto con la implantación de la tecnología digital, ha dado como resultado un desarrollo de la industria audiovisual sin precedentes. Las pantallas de video, por pequeña que sea la sala, ya no son una novedad en cualquier concierto. Los grandes festivales compiten por tener la estructura de proyección audiovisual más grande y completa. La pieza sobre la que giraba el tour *Formation* de Beyoncé en 2016, diseñada por la artista visual Es Devlin, consistía en un monolito totalmente visual formado por leds de 20 metros de alto por 20 metros de ancho y 10 metros de profundidad (*Live Production*, 2016). Las cuatro pantallas que formaban un cubo del tamaño de un bloque de 7 pisos emitían tanto la realización del concierto en vivo, como obra audiovisual original diseñada para el espectáculo. Otros ejemplos de mastodónticas escenografías son los escenarios principales de festivales como *Coachella* en su edición del 2022 o MDLBEAST Soundstorm en el 2021. Este último, con una solución visual que cubría el escenario de 250 metros de ancho y 42 de alto (PRG, 2021). Estas pantallas están diseñadas para acompañar visualmente las actuaciones musicales que ya no se reducen a espectáculos únicamente sonoros. La necesidad de una propuesta visual hace que el desarrollo técnico vaya acompañado de un impulso creativo que utilice y cree contenidos para esta tecnología, haciendo necesaria la aparición de figuras como la del diseñador de contenidos visual para espacios escénicos y la del video *yóquey* o VJ.

A pesar de ser un producto audiovisual de notable riqueza cultural y con una gran audiencia potencial, resulta llamativo los pocos recursos académicos y de investigación que se encuentran entorno a la práctica del VJ. Con frecuencias las piezas visuales diseñadas para ser proyectadas durante los conciertos son consideradas como el hermano pequeño del video musical, una producción efímera que algunos sectores comunicacionales tratan como un mero recurso plástico decorativo. Resulta mucho más sencillo encontrar información sobre esta práctica en comunidades virtuales formadas en portales como, por ejemplo, VjSpain.com, donde aficionados, profesionales y académicos discuten y comparten sus estudios y experiencias entorno a esta práctica.

Esta investigación gira en torno a las piezas visuales creadas para ser proyectadas acompañando música en directo. Se remitirá a finales de la década de los 80, cuando esta práctica no estaba generalizada y cualquier iniciativa que incluyera medios audiovisuales resultaba novedosa. Para ello, se estudiará la colaboración que realizaron para el diseño de una gira, el cineasta y artista plástico Derek Jarman y el dúo de música tecno pop Pet Shop Boys. La elección obedece a la idea de espectáculo total que el dúo musical buscaba y que pretendía diferenciarse del concierto estándar de música rock de la época. En 1989, año en el que se materializó la colaboración, tanto Pet Shop Boys como Derek Jarman despertaban una gran expectación a nivel social y cultural. El dúo iniciaba su primera gira de conciertos después de la buena acogida de sus tres primeros álbumes *Please* (1986), *Actually* (1987) e *Intranspective* (1988). Mientras, Derek Jarman, acumulaba una filmografía llena de nuevas propuestas visuales y críticas contra el sistema en películas como *Sebastiane* (1976), *Jubilee* (1977), *Caravaggio* (1986) o *The last of England* (1987).

Metodología

A pesar de la gran cantidad de libros y artículos académicos publicados sobre Jarman, su colaboración en el diseño de este tour suele pasar desapercibido o con mínimas referencias en comparación con sus piezas más experimentales. Para realizar la investigación este trabajo se remitirá a dos fuentes fundamentales: las piezas visuales creadas para el concierto, publicadas como películas independientes bajo el título de *Projections* (1993), y a las grabaciones del espectáculo editado parcialmente bajo el nombre de *Highlights* (1990), accesible de manera completa en modo online en la actualidad. Estos dos recursos videográficos permiten tener una amplia concepción de cómo eran las piezas presentadas y en que circunstancia se exhibieron. Resulta una suerte documental tener acceso a la grabación completa del concierto editado por Derek Jarman, que utilizó el soporte en vídeo como una extensión de su obra. Se consultarán, también, documentos específicos como son los diarios de la gira, *Literalmente* (2021) en su versión en español, escritos por Chris Heath, y que aportan multitud de detalles sobre la producción de los conciertos, junto al *tour book* o programa del concierto publicado por el propio dúo, que aporta entrevistas y datos sobre el diseño de mucho interés. Estas fuentes se complementarán con artículos y críticas en prensa de la época junto con textos académicos que ayuden a contextualizar los avances técnicos y propuestas gráficas de estas proyecciones visuales.

Derek Jarman y su vinculación con la música popular

A pesar de que Derek Jarman es más conocido por sus producciones cinematográficas y trabajos experimentales en Super 8, siempre existió un lazo que lo unía con la escena musical británica. La primera

vez que trabajó con estrellas de la música pop fue en *Jubilee*, donde dirigió a ídolos juveniles como Adam Ant, Toyah Wilcox o Siouxsie Sioux. Llegó a planificar una película junto a David Bowie, Neutron, una producción de ciencia ficción que nunca llegaría a materializarse (Phoenix 1999).

Su vinculación con la música pop supera lo creado dirigiendo actores. Músicos británicos como Brian Eno, Genesis P-Orridge, Dave Ball o Coil, han trabajado activamente en la realización de bandas sonoras para sus piezas más experimentales, y grupos como Throbbing Gristles han sido el motivo principal de la realización de T.G.: *Psychic rally in heaven* (1981). Jarman llegó a dirigir hasta 22 vídeos musicales en 15 años (Charlesworth, 2011), no todos firmados. La gran mayoría fueron considerados como obra alimenticia, es decir, trabajos que le permitían pagar las facturas y subvencionar otros proyectos (Chamorro, 1984), y aunque llegó a admitir que el vídeo musical era “la única extensión del lenguaje cinematográfico contemporáneo” (Jarman, 2010) él mismo declaró que no era muy bueno haciéndolos (O’Prey 1984). Sus videoclips más celebrados son aquellos que se alejan del lenguaje propio del formato, se sienten una extensión de su obra personal y en los que no tiene presencia el cantante o grupo que interpreta la canción. Destacan las trilogías *The Queen is Dead* (1986) realizada para la banda The Smiths y *Broken English* (1979) para Marianne Faithfull. La dirección de la gira de los Pet Shop Boys sería el primer concierto que diseñaría en su totalidad. Tuvo experiencias previas diseñando un tour para Alice Cooper en 1973, pero no se llegó a realizar (Pet Shop Boys, 1989). Lo más parecido que había hecho con anterioridad fue el diseño de una ópera italiana titulada *L’ispirazione*, de Sylvano Bussotti, en 1988 (Heath, 2021) y la escenografía de películas como *The Devils* (1971) de Ken Russell.

La relación con los Pet Shop Boys comenzó con la dirección del vídeo musical para *It’s a sin* (1987). Neil Tennant decidió llamar al director después de ver el aspecto barroco y sombrío de su película *Caravaggio*, del que recuperaría su imagenería religiosa para el videoclip. Posteriormente dirigió el vídeo para *Rent* (1987), y al año siguiente comenzó con los preparativos del diseño integral de la gira MCMLXXXIX para los Pet Shop Boys.

Tour MCMLXXXIX

El primer tour de Pet Shop Boys fue MCMLXXXIX (1989) y nació como un experimento pequeño para probar una propuesta escénica que se adaptara a la identidad del dúo. Comenzaron con siete fechas entre Hong Kong y Japón, para volver a Inglaterra, una vez rodado el *show*, donde realizaron otros siete conciertos. Es importante contextualizar que, a pesar del gran éxito y popularidad del dúo, estos serían sus primeros conciertos después de tres álbumes editados, por lo que la expectación de los medios especializados por conocer cuál sería la propuesta escénica era grande.

El diseño del tour parte con el concepto de mezclar elementos teatrales con la música pop. La idea es crear un espectáculo que se aleje del habitual en la música rock. Jarman afrontó el diseño del concierto con total libertad, aunque como él mismo indica, no tenía muy claro cuál sería el resultado final

No ha habido nada igual... Si no funciona, pues no funciona, pero al menos lo habremos intentado. Así es como me lo planteo yo. Ellos han pedido un concierto espectacular — concluye—, y eso es lo estamos haciendo. Supongo que algunos pensarán que la música pop y el teatro no deberían mezclarse, pero yo creo que la música es teatro y no veo por qué

no podría hacerse. Mi opinión es que hay dos formas de hacerlo: o te sientas en un taburete y cantas y lo haces de forma sencilla o vas a por todas. (Heath, 2021)

La idea, que tanto Jarman como el grupo persiguieron, es que se tratara de un espectáculo único que no se identificara con los típicos conciertos de rock. Para ello, utilizaron propuestas propias del teatro y de musicales. Sobre el escenario destaca la enorme pantalla rectangular que preside su parte central y un juego de luces que también se escapa de lo convencional en este tipo de espectáculos. La iluminación se concentra en el perímetro de la zona donde se proyectarán las imágenes, rodeando la pantalla. La idea de no ceder a lo que los Pet Shop Boys consideran clichés del rock perseguía al dúo, como su vocalista Neil Tennant declaraba que

no será el típico concierto de rock que no cuesta mucho dinero. Hablan de los costes y el esfuerzo que conlleva en relación con los coristas, los seis bailarines estadounidenses, la iluminación especial, la programación que les permite lanzar toda la música pregrabada pulsando un botón desde un pequeño ordenador colocado en un lateral del escenario, de Courtney Pine (el joven músico de jazz que toca el saxofón, famoso en Gran Bretaña por derecho propio) y, sobre todo, de Derek Jarman y su papel tanto en la grabación de las filmaciones que se proyectarán de fondo como en la dirección de todo el espectáculo. (ibid.)

El espectáculo estaba dividido en dos secciones separadas por un pequeño interludio instrumental. Durante la ejecución de esta parte, el escenario se queda totalmente vacío, desaparecen los bailarines y músicos, y se reproduce un segmento musical pregrabado. Los juegos de luces se dirigen al público y todo el recinto se convierte en una gran discoteca. El espacio se convierte en una gran sala de fiesta dispuesta para el baile, lo que significaba otro gran gesto para diferenciarse de un concierto de rock. Del escenario sonaba una fuerte música *acid* que hacía vibrar el cuerpo de los asistentes, a lo que se sumaba humo que inundaba todo el escenario sobre el que se proyectaba un haz de luces circulares (Number one, 1989). El público no sabía muy bien cómo reaccionar, seguían mirando al escenario y pocos se atrevían a dar rienda suelta al baile. No alejaban la vista del escenario vacío con la idea de que algo nuevo sucedería en breve (Heath, 2021).

A pesar del interludio, no se puede hablar de dos bloques diferenciados temáticamente, cada canción funcionaba como un episodio narrativo independiente. En total se interpretaron 17 canciones, dos de ellas instrumentales, con una duración aproximada de hora y media. Las propuestas plásticas variaban entre baile, visuales y juegos lumínicos que podían aparecer de manera individual o conjugado con otros estímulos. El recurso más utilizado es el de las luces, presente en todas las canciones con mayor o menor intensidad. Su uso es constante, siendo el único elemento que llega a utilizarse de manera individual, sin películas ni coreografía de acompañamiento. Los videos y bailes aparecen en ocho canciones, pero en cuatro aparecen simultáneamente. Tanto la proyección de películas como las coreografías son propuestas con mucho potencial visual y, para evitar saturar al espectador, el director decide que coincidan solo en cuatro canciones. Jarman busca que en estos cuatro casos los vídeos y cuerpo de baile estén vinculados entre sí. Por ejemplo, durante la representación de *Paninaro* los bailarines llevan ropa con estampado de dalmata, como el animal que aparece en el vídeo. En *Nothing has been proved* el baile es lento y los personajes parecen representar a los protagonistas del caso *Profumo* en el que están basados los visuales. En *Domino Dancing* la bailarina repite los movimientos de la bailaora flamenca que el público ve en la pantalla. El caso de *It's a sin* es sutilmente diferente, se trata de uno de los momentos más álgidos del concierto. Es una de las piezas que más recuerdan al universo de Derek Jarman por su teatralidad y

donde se usa la pantalla como un complemento a lo que sucede en el escenario. Las imágenes esotéricas proyectadas encuentran su relación en los disfraces de los bailarines, que en este caso actúan como maniquís. Sin embargo, la gran cantidad de estímulos visuales, acompañada de una propuesta lumínica excesiva, no permite que el espectador vea la imagen de la pantalla con facilidad, por lo que pasa más desapercibida (Figura 1).

La crítica de la prensa a la propuesta escénica de la primera gira de los Pet Shop Boys fue receptiva. Evening Mail destacaba de manera positiva los elementos de producción, “El debut no se trató de un concierto convencional, sino una interpretación de alta tecnología perfectamente construida y bien escenificada de todos sus éxitos. Trajes exclusivos valorados en £ 50.000, música computarizada en vivo, fantásticos efectos de luz, una película de fondo, (...) le dieron al espectáculo un toque de clase.” (Hunerkoeh, 1989), aunque otro artículo del mismo periódico se centraba en aspectos menos plásticos, como el elevado precio del *merchandising* (Evening mail, 1989). Lucy O’ Brian destacaba en New Statesman & Society el potencial de los vídeos creados por Derek Jarman, que se alejaban del lenguaje habitual de los vídeos musicales (O’ Brian, 1989). The Guardian titulaba su crítica “Toda una buena diversión culpable”, indicando brevemente que cada canción tenía una puesta en escena independiente y recibiendo de manera más tibia el espectáculo (Sweeting, 1989). La prensa musical fue más entusiasta, especialmente el semanal Melody Maker que sacaría en portada al dúo bajo el titular “El mayor espectáculo del mundo” (Melody Maker, 1989). La revista Smash Hits trasladó a un redactor a la premier en Hong Kong, y definió el concierto como “uno de los *shows* más espectaculares que se ha hecho en la música popular” (Smash Hits, 1989).



Figura 1. Pet Shop Boys. Vista general escenario Tour MCMLXXXIX (1989). Fuente: Highlights (VHS).

Tour Projections

A pesar del excelente juego de luces, del equipo de baile y los numerosos cambios de vestuario, los elementos que más han trascendido del *tour MCMLXXXIX* fueron los vídeos que Derek Jarman filmó para ser utilizados sobre la gran pantalla que presidía el escenario. El director realizó 8 piezas que fueron proyectadas en 70 mm. El uso en un concierto de este formato supuso una novedad (O’ Brian, 1989), lo habitual era utilizar 16mm o 35mm, formatos más populares y manejables, aunque contaban con un área de imagen menor. El uso del formato en 70 mm aporta una imagen con más contraste, detalle y

definición, pero también es más aparatoso y caro que los formatos estándar. Las películas eran proyectadas mediante retroproyección, es decir, “el elemento sobre el que se sustenta la proyección está entre el espectador y el foco luminoso, desplegándose la imagen a través de la refracción” (Iglesias, 2008). Permitted que el haz de luz no fuera visible, y que los bailarines no se interpusieran entre el proyector y la pantalla causando sombras. Al ser una pantalla blanca es importante que la luz de ambiente sea mínima, situación que no se produjo debido al elevado número de luces en escena, y que dio como resultado una imagen con poco contraste.

La importancia de las piezas creadas por Jarman fue tal que, a los cuatro años de su realización, tanto los Pet Shop Boys como el director publicaron en formato VHS un vídeo que contaba con siete de las ocho proyecciones diseñadas titulado *Projection* (1993). El recopilatorio dejaba fuera el visual para *Nothing has been proved*, pero incluía dos piezas adicionales, *Studio Bankside* (1971) y *A Garden In Luxor* (1972), obras originales y sin modificar que fueron utilizadas por el dúo como fondo visual para su concierto en Manchester durante 1992.

Un breve análisis de las piezas sirve para entender la relación de estas películas con la producción habitual de Jarman y como adapta su lenguaje plástico a una nueva función, en este caso el acompañamiento visual para una pieza sonora que será ejecutada en directo.

Opportunities es la primera pieza que era proyectada daba la bienvenida al espectador con un plano medio de una mujer mirando fijamente a la pantalla mientras baja un abanico y lanza un beso al público. El esquema compositivo de este vídeo marcaría el estilo del resto de visuales. Se construyen utilizando un personaje principal que ocupa gran parte de la pantalla, mirando al público y que mediante la técnica del *chroma* es incrustado sobre un fondo que funciona como textura o elemento ambiental. En este caso, la pieza gira en torno al motivo principal de la canción: el dinero. Varios personajes vestidos con ropa lujosa aparecen de forma repentina en pantalla y son superpuestos mediante capas a un fondo creado por joyas y elementos dorados. Miran a cámara creando una conexión con el público, beben en zapatos de tacón, desojan rosas, lanzan billetes al aire y adoptan poses ostentosas. En la pieza no existe una actitud crítica más allá de las cómicas poses que adoptan los personajes y que sirven de toque humorístico al vídeo. (Figura 2).



Figura 2. Derek Jarman. *Opportunities* -proyección para concierto- (1989). Fuente: *Projections* (VHS).

Heart, el contenido del vídeo no guarda relación con la letra de la canción. En esta ocasión la cámara sigue en plano medio a una persona mientras baila y gira sobre su eje. El fondo real situado detrás del personaje aparece borroso, pero por momentos podemos adivinar que se trata de una discoteca. El

público adopta el punto de vista del otro bailarín, crea una vinculación visual con él y tiene la sensación de estar bailando en el centro de la pista rodeado de personas (Figura 3). El efecto es sencillo, se trata de crear la ilusión de conexión entre el personaje y el espectador. Rompe la cuarta pared cuando el actor mira directamente a la cámara. La pieza traslada al espectador a una discoteca y esto lo diferencia más del mundo del rock y sus clichés. Es una de las obras más sencillas y efectistas, y de las pocas que no ofrece superposiciones ni montaje ni en *chroma*. Un dato curioso es que Jarman aparece cruzando la pantalla y mirando a cámara hasta en dos ocasiones.



Figura 3. Derek Jarman. Heat -proyección para concierto- (1989). Fuente: Projections (VHS).

Paninaro, en el programa del concierto se incluye una extensa entrevista con Jarman, en ella afirma que posee más de 400 horas filmadas, y que de ese material sacará varios de los recursos que darán forma a estos vídeos (Pet shop Boys, 1998). Es el caso de esta pieza que utiliza las filmaciones en super 8 de sus vacaciones en 1985 por Italia. La película empieza y acaba con reflejos de agua, que simulan imágenes abstractas y que son proyectadas durante prolongaciones instrumentales de la canción. Estas imágenes dan paso a dos mujeres que pelean con navajas por un hombre. El esquema compositivo es similar a *Opportunities*, personajes recortados en *chroma key*, o simplemente *chroma*, mirando a cámara sobre un fondo de imágenes obtenido del stock del director. Se incrustan las imágenes de un perro dálmata que guarda relación con el vestuario que llevan los bailarines sobre el escenario, simulando la misma batalla que presentan las imágenes. El vídeo no es una representación de la canción, “Me limito a improvisar estas cosas... no tiene ningún sentido ilustrar las canciones” (Heath, 2021) afirmarían Jarman. El origen italiano del término *Paninaro* (movimiento juvenil de principios de los ochenta) sirve de inspiración para localizar geográficamente la historia fatal del triángulo amoroso que no guarda relación alguna con la letra.

Nothing has been Proved fue la única pieza que se quedó fuera de la publicación de *Projections* y que utiliza imágenes no filmadas por Jarman. La película se construye en base a material del caso *Profumo*, un polémico romance en los años sesenta entre el ministro de Defensa Británico John Profumo y Christine Keeler, una cabaretera vinculada con la URSS. En la pieza aparecen una multitud de fotografías de archivo en blanco y negro que juegan con la imagen de Keeler distorsionada y movida. Esta modificación y recreación de las imágenes será el motivo plástico principal sobre el que gira la pieza. Sobre ella aparecen textos como *Scandal*, *London Swings* y *Fuck*, elementos textuales de gran fuerza que condicionan la lectura que el espectador realiza de la pieza. En el escenario, dos bailarines representan el romance entre el político y la cabaretera mientras el resto leen periódicos con titulares sensacionalistas. En este caso, la vinculación entre el vídeo y la canción es directa. Se trata de la canción principal compuesta para la película *Scandal* (1989) dirigida por Michael Caton-Jones y que gira en torno al caso *Profumo*.

It's a Sin será el punto más álgido de todo el concierto. La película proyectada hace uso de imagenería esotérica, fuertes luces de estrobo y montaje en vertical -varios planos superpuestos-. El potente toque *camp*, el gusto por lo oculto y la imagenería homoerótica lo vincula con la obra de Kenneth Anger, del que Jarman era gran admirador (Halter, 2009). En concreto mantiene grandes paralelismos plásticos con *Inauguration of the Pleasure Dome* (1954), donde unos siniestros personajes realizan misteriosos ritos, al igual que sucede en *It's a Sin*. Otro de los referentes por su plasticidad y homoerotismo es *Pink Narcissus* (1971), dirigido por James Bidgood. Jarman estaba especialmente orgulloso de mostrar a las grandes audiencias imágenes positivas y desvergonzadas del amor homosexual, un tipo de relaciones del que el film de Bidgood hace gala (Wymer, 2005). Sin embargo, el beso entre dos hombres no pasó la aprobación del censor de Hong Kong y, junto a la palabra *Fuck* en *Nothing has been Proved*, debían ser eliminados para poder mostrar las películas durante el concierto. La solución fue que el técnico tapara con la mano el proyector en el momento en el que se veían las imágenes. Ni la técnica empleada ni la pericia del proyeccionista impidieron que las imágenes pudieran verse levemente (Halter, 2009). El vídeo vuelve a utilizar a actores rodados en *chroma* para componer cuadros en los que superpone varias figuras. Sobre el escenario los bailarines exhiben grotescos disfraces con máscaras que hacen referencias a los pecados capitales, los coristas visten hábitos de monje y el cantante, con una gran corona en la cabeza, capa roja y tridente, actúa como un sumo sacerdote orquestando una oscura ceremonia. De esta forma, se crea una vinculación entre los oscuros ritos mostrados en el vídeo y los personajes que pasean sobre el escenario que actúa como extensión de la película. (Figura 4).



Figura 4. Derek Jarman. *It's a sin* -proyección para concierto- (1989). Fuente: Projections (VHS).

Domino Dancing tiene el imaginario más reconocible por el público español. La pieza está protagonizada por una bailaora que representa un baile flamenco en plano medio y ocupando la parte principal de la pantalla. El personaje, una vez más, está recortado mediante un *chroma*. De fondo, e interrumpido por breves planos, elementos como flores, fuego, mar o paisajes, se reproducen imágenes de archivo de corridas de toros en los que el torero es atacado por el animal. El potencial de las imágenes traseras hace que por momentos la bailarina pase desapercibida. El hecho de seleccionar repetidas veces diferentes cogidas de toreros, puede presentar una potente lectura antitaurina, que no guarda relación alguna con la letra. La inspiración para el video puede surgir de los arreglos de guitarra española que posee la canción, que son fácilmente asociables al cliché del folclore español. Sobre el escenario, al igual que en la pantalla, una bailaora reproduce un baile flamenco cayendo en la reiteración del mensaje. (Figura 5). *King's Cross* se diferencia del resto en su lenguaje visual y está más cerca del cine que del vídeo. Rodado en blanco y negro presenta una sucesión de planos superpuestos tomados en la estación de *King's Cross* y alrededores, lugar a la que hace referencia la canción.



Figura 5. Derek Jarman. *Domino Dancing* -proyección para concierto- (1989). Fuente: Projections (VHS).

El impacto visual recae en el montaje vertical, planos superpuestos que juegan con el contraste y la arquitectura de la ciudad. El vídeo protagonizado por Chris Lowe, teclista del dúo, representa un pasajero que se baja del tren y se introduce en la ciudad. Recuerda a los segmentos de *Broken English* para Marianne Faithfull, en donde la cantante pasea por la ciudad. Fue una de las películas a la que se le interpusieron menos estímulos. No hubo cuerpo de baile y el juego de luces fue más intimista y estático, acorde con el ritmo de la canción.

Always on my mind está formada casi en su totalidad por imágenes distorsionadas que crean patrones abstractos de colores. Funciona como un plano detalle de una pintura impresionista en movimiento. El patrón solo es interrumpido en los últimos segundos, en los que se utiliza un *chroma* para superponer en blanco y negro a Pet Shop Boys mirando a cámara. Primero Tennant, luego Lowe y, por último, ambos dirigiéndose la mirada el uno al otro. Sobre el escenario el vídeo se comporta como un juego lumínico, como si los focos crearan formas que van evolucionando con el tiempo. Esta ilusión solo se rompe al final, con la presencia del dúo en la pantalla. La pieza podría funcionar como una obra de música visual, en el que el ritmo, el tempo de las formas y los colores de la pantalla quieren representar los elementos musicales reproducidos en la composición sonora. En esta ocasión, tampoco, existe cuerpo de baile que amplie o reitere el significado del vídeo.

Conclusiones

El *tour MCMLXXXIX* protagonizado por los Pet Shop Boys durante 14 fechas se planteó como una nueva forma de presentar un concierto de música pop. El estatismo del que hacía gala el dúo, con una actitud que rozaba lo aburrido, necesitaba de fuertes estímulos visuales que entretuvieran al espectador. Sin embargo, los elementos visuales seleccionados tenían más relación con prácticas artísticas vinculadas al teatro o al cine, que con el entorno de la música pop. Estos recursos fueron dirigidos, y en parte creados, por Derek Jarman para presentar una pieza que podía considerarse obra de arte total cercana a la concepción de la ópera, que incluía juegos luminosos visuales, cuerpo de baile y película cinematográfica a modo de escenografía. De todos estos recursos la enorme pantalla, que ocupaba el escenario, fue la que más expectación causó, no solo por su gran tamaño, sino por la cantidad de recursos técnicos dirigidos a ella. Solo ocho canciones tenían acompañamiento cinematográfico, lo que significa que durante nueve no se proyectaba ninguna película. Esos periodos de falta de actividad cinematográfica en la pantalla

eran cubiertos con la proyección del dibujo de una ciudad y con juegos lumínicos, algunos de ellos con patrones dinámicos.

La propuesta escénica, aunque ampliamente aceptada por crítica y público, presentaba algunas circunstancias que fueron revisadas en futuros tours. Una de las situaciones más llamativas está vinculada con las imágenes cinematográficas. A pesar del gran tamaño de la pantalla y los 70 mm utilizados para su retroproyección, los vídeos no se veían con todo el contraste deseable. La razón fue la cantidad de luz utilizada sobre el escenario, en especial por aquellos juegos visuales que recorrían el perímetro de la pantalla, que aumentaba la contaminación lumínica y restaba intensidad a la proyección. Otra circunstancia que no acompañó a la buena visualización fue la tecnología utilizada. La retroproyección resta intensidad a la imagen formada en la pantalla, ya que proyecta desde el lado contrario al que el espectador la ve. Estos elementos hicieron que las imágenes no tuvieran la fuerza deseada y pasaran a un segundo plano. En varias canciones el nivel de estímulos sobre el escenario era alto. En cuatro de ellas se solapan baile y película y, aunque el diseño podía haber funcionado de manera complementaria, no es el caso de tres de ellas: *Paninaro*, *It's a sin* y *Domino Dancing*, que muestran reiteración entre la escena y lo que se ve en pantalla.

De toda la producción visual producida para el espectáculo, las proyecciones cinematográficas son las que más ha trascendido. Son las únicas que han tenido vida más allá del breve periodo de tiempo que duró el tour. Su edición en VHS, como piezas de creación visual, y su proyección en retrospectivas de dedicadas a Derek Jarman, como la que celebró el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofia en 2020, demuestran que son películas con entidad propia. Han sobrepasado su utilidad inicial como acompañamiento visual a la música en directo y no necesitan un concierto para ser reproducidas. Funcionan como obras independientes. Lejos del espíritu combativo de muchas de las obras de Jarman, y a pesar de algunas referencias a temas queer, las proyecciones se prestan más a construir ambientes y crear vinculación con el público que a despertar actitudes críticas o a presentar arriesgadas propuestas experimentales.

La propuesta visual de las proyecciones creadas por Jarman compartían varios puntos en común: la presencia humana en primer plano y plano medio, el uso del *chroma* y los collages de imágenes. Los dos últimos elementos están más vinculados con la tecnología del vídeo que de la cinematográfica, lo que separa más estas piezas de su obra experimental realizados en super 8, que abordaban temas como el tiempo fílmico y la luz.

Derek Jarman declaró que algunos de sus videos musicales podían ser obra alimenticia, un trabajo rápido que le permitía ganar dinero y con el que no tenía por qué tener una estrecha vinculación. Los videoclips también le permitían trabajar y experimentar con otras tecnologías a las que no tenía alcance. El *tour MCMLXXXIX* funcionó para él de la misma manera. Se trata de un lienzo en blanco en el que pudo desarrollar sus inquietudes artísticas en diferentes planos, pero vinculadas entre sí. Él mismo admitió que no tenía experiencia previa en el campo y que se dejaba llevar un poco por la improvisación. Fue una

gran oportunidad, también, para trabajar con el formato cinematográfico de 70mm al que hasta entonces no había tenido acceso, y desarrollar sus experimentos visuales con el *chroma*, técnica que no muy recurrente en su producción. No solo fue la oportunidad de Jarman para testear un nuevo material cinematográfico, Pet Shop Boys también lo utilizaría como campo de prueba para un nuevo formato de concierto. Es notable el gran número de recursos materiales y económicos que gastaron para levantar un tour que se desarrolló tan solo en tres países y durante 14 fechas. Los riesgos que se corrían a nivel económico eran grandes y resultaba más inteligente probar este formato experimental de manera controlada y reducida. Dos años después vería la luz *Performace Tour*, una serie de conciertos que potenciaba aún más la faceta vanguardista y teatral desarrollada durante sus conciertos de 1989, y que se desarrolló durante 56 conciertos a través de Japón, Estados Unidos, Canadá y Europa.

Referencias bibliográficas

- Alejabeita, G. (7 de agosto de 2017). Festivales, una burbuja a punto de explotar. *El Correo*.
<https://www.elcorreo.com/culturas/musica/durara-burbuja-festivales-20170807173828-nt.html>
- Charlesworth, M. (2011). *Derek Jarman*. Reaktion Books Ltd.
- El País (26 de junio de 2011). Los festivales salvan el negocio musical. *El País*.
https://elpais.com/diario/2011/06/26/negocio/1309093403_850215.html
- Evening mail (14 de julio de 1989) £60 Shock at Pet Shop Boys gig. *Evening mail*.
- Halter, E. (2009) Home Movies. *Artforum*, 47 (8).
- Heath, Ch. (2021). *Literalmente*. Contra.
- Hunerkoch, S. (14 de julio de 1989) Boys come out to play. *Evening mail*.
- Iglesias Simón, P. (2008). Tentativas para una sistematización del uso del audiovisual en la puesta en escena. *Acotaciones Revista de Investigación Teatral*, N.20.
- Jarman, D. (2010). *Kicking the pricks*. Minnesota Press edition.
- Jarman, D. (Director). (1990). *Highlights* [Film]. Basilisk Productions.
- Jarman, D. (Director). (1993). *Projections* [Film]. Basilisk Productions.
- Live Production. (11 de octubre de 2016) WI Moves the Monolith for Beyoncé. *Live Production*.
<https://www.live-production.tv/news/shows/wi-moves-monolith-beyonc%C3%A9.html>



- Marcos, J.M. (24 de octubre de 2010). Los conciertos salvan la industria musical. *Público*.
<https://www.publico.es/culturas/conciertos-salvan-industria-musical.html>
- Melody Maker, (22 de julio de 1989). Pet shop boys, the greatest show on earth. *Melody Maker*.
- Number One, (5 julio de 1989). Pet Shop Boys Live! *Number One*.
- O'Brian, L. (14 de julio de 1989) Mind over Mindless. *New Statesman & Society*.
- O'Pray, Michael. 1984. Super 8, videos and home movies: Derek Jarman Discusses 'real' film-making with Michael O'Pray. *Monthly Film Bulletin*; 600 (51).
- Paloma, Ch. (16 de octubre de 1984). Entrevista a Derek Jarman. *La edad de oro*. RTVE.
https://archive.org/details/1.Intro_201905
- Pellicer, Ll. (17 de junio de 2017). La burbuja se cierne sobre el 'boom' de los festivales de música. *El País*. https://elpais.com/economia/2017/06/16/actualidad/1497635002_362926.html
- Phoenix, R. (5 de octubre de 1999). In Bowie's Head A conversation with the consummate dreamer. *Gettingit.com*. <http://gettingit.com/article/142>
- PRG. (26 de enero de 2022) The big beast: PRG delivers a 360° service for Mdlbeast Soundstorm. PRG.
https://www.prg.com/ae/en/news/news%20blog/MDL_Beast_46D6C334BE6944DBB53AB45B4E1251F4
- Serrano, N. (21 de noviembre de 2021). La música en directo en 2022: burbuja de conciertos, entradas más caras y pocas bandas emergentes. ABC. <https://www.abc.es/cultura/musica/abci-musica-directo-2022-burbuja-conciertos-entradas-mas-caras-y-pocas-bandas-emergentes->
- Smash Hits, (25 de julio de 1989). Pet Shop Boys on the Highway to hell. Well live in Hong Kong actually. *Smash Hits*.
- Sweeting, A. (17 de julio de 1989). All guilty fun. *The Guardian*.
- Wimer, R. (2005). *Derek Jarman*. Manchester University Press.

BIO



Ricardo Roncero Palomar es doctor en Ciencias de la Comunicación y profesor en el departamento de Comunicación y Publicidad, dentro de la Facultad de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Rey Juan Carlos. Imparte docencia en varios másteres y en los grados de Comunicación Audiovisual y Diseño y Desarrollo de Videojuegos.

Su investigación se centra en la fotografía y el cine no narrativo sobre el que ha escrito numerosos artículos de investigación y capítulos de libros que han sido publicados en diversas editoriales indexadas. También tiene experiencia internacional, habiendo impartido cursos cortos en universidades de Bélgica, Finlandia y México.

Su trabajo como artista incluye varias colecciones fotográficas que han sido autoeditados en varias publicaciones. Ha realizado numerosas piezas audiovisuales vinculadas con la música popular lo que incluye videoclips y diseño de visuales para conciertos. Ha complementado su labor docente colaborando durante dos décadas con La Casa Encendida, centro de referencia cultural de Madrid, donde ha realiza labores de tutoría y asesoramiento en laboratorios fotográficos.