CREACIÓN COMPARTIDA Y AUTORÍA RELACIONAL: IDENTIDAD ARTÍSTICA EN LOS VIDEOCLIPS DE AIDAN ZAMIRI

José Patricio Pérez-Rufí (Universidad de Málaga, España)
Sevie Pastrana-Crespillo (Universidad de Málaga, España)
María Isabel Pérez-Rufí (Investigadora independiente, España)



Fotograma de Guess (Charli XCX feat. Billie Eilish, 2024). Fuente: YouTube.

mei
studies

Introducción: videoclip postelevisivo y trayectoria de Zamiri



Fuente: Wikimedia Commons / Wikipedia (2026).

– El videoclip contemporáneo conserva su unidad audiovisual, aunque algunos planos, gestos o escenas pueden desprenderse del montaje y adquirir vida propia en redes y plataformas (Vernallis, 2013; Sedeño-Valdellós et al., 2016; Korsgaard, 2017).
– Las plataformas intervienen en la producción y distribución de contenidos culturales; favorecen materiales modificables, reempaquetables y sensibles a contextos de circulación cambiantes (Nieborg & Poell, 2018).
– Aidan Zamiri llega al videoclip desde el diseño gráfico, la fotografía editorial y la moda. Su imaginario combina cultura visual británica, humor de Internet, referencias de los noventa y texturas defectuosas asociadas al VHS (Pennant, 2020).
– El caso resulta pertinente por sus colaboraciones prolongadas con FKA twigs y Charli XCX, junto con trabajos para Billie Eilish, Yung Lean, PinkPantheress o Jockstrap.

Marco teórico: autoría, videoclip y producción colectiva

– La teoría del autor permitió reconocer continuidades expresivas dentro de sistemas industriales colectivos, aunque sus revisiones desplazaron la atención hacia procesos de atribución, instituciones y culturas profesionales (Barthes, 1977; Caughie, 1981; Caldwell, 2008).
– En el videoclip, la centralidad comercial del intérprete ha tendido a absorber la responsabilidad simbólica del conjunto. La distribución online ha hecho más visibles los créditos de dirección y otras tareas creativas (Pérez-Rufí, 2020).
– Sellors (2010) propone atender a la responsabilidad intencional efectiva, que puede distribuirse entre varios agentes. Esta perspectiva resulta adecuada para un formato donde canción, star image, dirección, fotografía, montaje y producción se articulan de forma conjunta.
– La autoría se entiende aquí como una continuidad documentable dentro de una práctica compartida, no como una marca visual aislada.

Marco teórico: identidad estilística y autoría relacional

– La identidad de la estrella se construye de forma intertextual mediante actuaciones previas, publicidad y discursos promocionales; cada videoclip dialoga con ese repertorio y puede modificarlo (Dyer, 1998; Railton & Watson, 2011).
– Los estudios del videoclip han mostrado que el estilo surge de la relación entre música, actuación, montaje y puesta en escena, antes que de un inventario de motivos recurrentes (Goodwin, 1992; Cook, 1998; Vernallis, 2004, 2008).
– Rodríguez López (2017) propone reconocer estilemas cuando cumplen funciones expresivas persistentes. Caston (2020) sitúa esa continuidad dentro de una tradición británica de encargos donde la innovación convive con la promoción.
– La autoría relacional describe una firma reconocible en la forma de colaborar: Zamiri plantea problemas visuales semejantes a artistas distintos y adapta la solución a cada personalidad musical.

Objetivos e hipótesis

– El objetivo principal es explicar cómo Aidan Zamiri mantiene una identidad creativa reconocible cuando trabaja con personalidades musicales diferentes y valorar la capacidad explicativa del concepto de autoría relacional.
– La investigación examina decisiones recurrentes en la dirección del intérprete, el uso del espacio, la función del humor, la materialidad de la imagen y el montaje. También atiende a la planificación y al margen concedido al accidente.
– La hipótesis sostiene que su continuidad autoral reside en un método de relación. Zamiri parte de la imagen pública del artista y crea una situación capaz de revelar zonas menos visibles de esa personalidad.
– La firma aparece cuando el intérprete entra en contacto con una localización reconocible cuyas condiciones se han alterado mediante una regla visual precisa.

Metodología: diseño, muestra y categorías de análisis

– Se plantea un estudio cualitativo de caso basado en análisis textual audiovisual y documentación de producción. La delimitación temporal comprende 2020-junio de 2026, desde la consolidación profesional asociada a Sum Bout U y Slime hasta Wink Wink.
– La muestra intensiva reúne 21 videoclips. Incluye ocho piezas de Caprisongs dirigidas para FKA twigs y trabajos posteriores con Yung Lean, Obongjayar, Jockstrap, PinkPantheress, Charli XCX, Billie Eilish y A. G. Cook.
– Para cada obra se registraron actuación, relación con la canción, localización, montaje, textura visual y modificación de la imagen previa del intérprete. Las categorías adaptan a Goodwin (1992), Vernallis (2004), Railton y Watson (2011), Rodríguez López (2017) y Sedeño-Valdellós et al. (2016).
– Entrevistas y fuentes profesionales documentaron procesos y atribuciones (Pennant, 2020; Knight, 2022; Turley, 2024).

Muestra analizada: 21 videoclips del corpus (2020-junio de 2026)

La tabla sintetiza la muestra intensiva descrita en el texto completo y mantiene la delimitación temporal 2020-junio de 2026.

Año	Artista	Videoclip
2020	645AR feat. FKA twigs	Sum Bout U
2021	Shygirl	Slime
2022	FKA twigs	Ride the Dragon
2022	FKA twigs	Meta Angel
2022	FKA twigs	Jealousy
2022	FKA twigs	Darjeeling
2022	FKA twigs	Papi Bones
2022	FKA twigs	Honda
2022	FKA twigs	Which Way
2022	FKA twigs	Thank You Song
2022	Yung Lean feat. FKA twigs	Bliss
2023	Obongjayar	Sugar
2023	Jockstrap	Greatest Hits
2023	PinkPantheress	Capable of Love
2024	Charli XCX	360
2024	Charli XCX feat. Billie Eilish	Guess
2024	Billie Eilish	Birds of a Feather
2025	Yung Lean	Forever Yung
2026	A. G. Cook	Residue
2026	Charli XCX	Rock Music
2026	Charli XCX	Wink Wink

Actualización contextual fuera del corpus: Camera (Charli XCX, 2026).

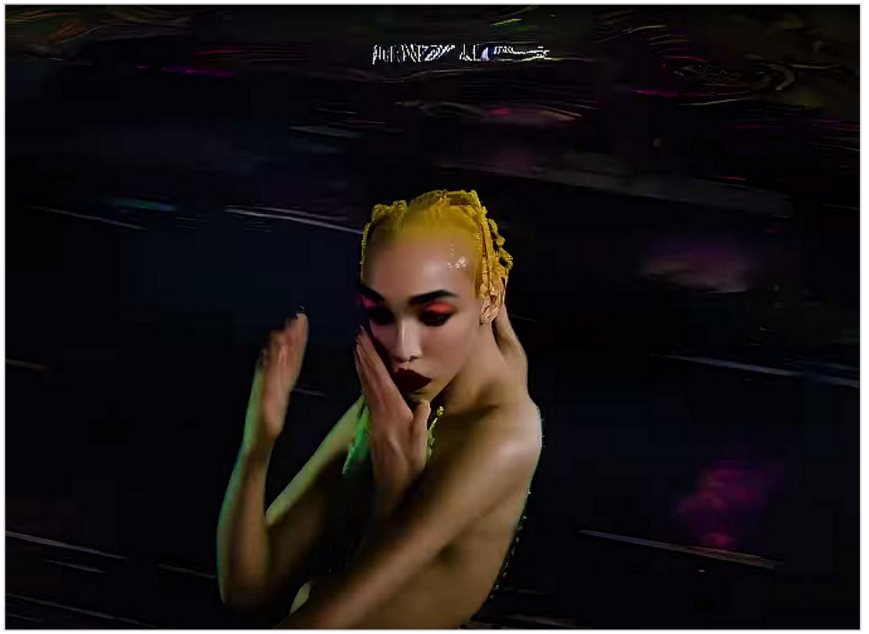
Resultados: de la formación gráfica a una dirección basada en la relación

– La formación en diseño gráfico explica una atención constante a la superficie, al texto y a las condiciones de circulación; la fotografía de moda añade sensibilidad hacia el cuerpo vestido y la pose (Pennant, 2020).

– Sum Bout U anticipa el método: FKA twigs conserva su control corporal, pero la escena introduce juego, proximidad y una tecnología doméstica que vuelve visible la mediación.

– Caprisongs consolida una economía conceptual. Diez vídeos se rodaron en una ventana de apenas cuatro días, con ideas dominantes y una producción situada entre videoclip, visualizador y pieza breve de campaña (Knight, 2022).

– Meta Angel, Honda o Ride the Dragon muestran una continuidad funcional: una regla sencilla modifica la imagen previa del intérprete y exige una respuesta física. La apariencia cambia; permanece la forma de plantear el problema visual.



Fotograma de Pamplemousse (FKA twigs, 2022). Fuente: YouTube.

Resultados: cotidianidad alterada y localización

– Los espacios de Zamiri llegan a la imagen con una historia social reconocible: calles, pubs, autobuses, oficinas, granjas o salones comerciales. La puesta en escena conserva esa materialidad y altera una de sus condiciones habituales.

– Darjeeling ocupa un pub mediante una actuación vinculada al vogue; Thank You Song convierte un autobús casi vacío en espacio de intimidad; Capable of Love sitúa el duelo junto a una tumba abierta en una granja.

– Birds of a Feather concentra esta lógica en una oficina despersonalizada. Billie Eilish permanece serena mientras una fuerza invisible desplaza la silla, arrastra el cuerpo y termina suspendiéndolo en el aire (Pastrana-Crespillo & Pérez-Rufí, 2025).

– La localización funciona como interlocutora: impone resistencia, modifica el movimiento y evita que la estrella quede reducida a una pose intercambiable.



Fotograma de Birds of a Feather (Billie Eilish, 2024). Fuente: YouTube.

Resultados: humor, celebridad y cultura de Internet

– El humor reduce la distancia entre la estrella y el público y hace visible el artificio de la celebridad. Zamiri recurre a situaciones absurdas o irónicas que desestabilizan la imagen pública sin destruir su coherencia.

– Greatest Hits convierte una disputa entre pop stars en un juicio televisado construido con precisión jurídica y gramática de cobertura mediática. La idea surgió del propio grupo y fue desarrollada junto al director (Promonews, 2023).

– 360 traslada el procedimiento a la cultura de Internet: Chloë Sevigny, Julia Fox y otras figuras participan en una conversación sobre la “próxima chica de Internet”. El tono camp y la conciencia de la fama organizan el prólogo (Turley, 2024).

– La colaboración permite que una idea del artista se incorpore a una continuidad autoral basada en el tratamiento audiovisual, no en la apropiación individual de la propuesta.



Fotograma de Guess (Charli XCX feat. Billie Eilish, 2024). Fuente: YouTube.

Resultados: cuerpo y montaje como integración de la idea visual

– La dirección del cuerpo ocupa una posición central. FKA twigs trabaja desde la precisión coreográfica; Billie Eilish concentra la intensidad en gestos contenidos; Yung Lean aporta una presencia distante que intensifica la extrañeza de cada situación.

– El montaje suele intervenir desde la concepción. Meta Angel depende del desdoblamiento; Papi Bones incorpora interrupciones semejantes a fallos de reproducción; Greatest Hits alterna testimonios y paparazzi mediante una gramática televisiva reconocible.

– La música regula estas decisiones. Vernallis (2004) explica que el montaje del videoclip puede anticipar un acento, retrasarlo o organizar una narración abierta sometida a la temporalidad musical.

– En 360, la conversación inicial fija el tono antes de la canción; Guess conduce la acumulación de ropa interior hacia una escala creciente. El montaje convierte una regla visual en progresión y administra la sorpresa.



Fotograma de Jealousy (FKA twigs feat. Rema, 2022). Fuente: YouTube.

Resultados: materialidad, textura y accidente controlado

– La textura visual combina película fotoquímica, cámaras digitales y materiales de apariencia doméstica. Los contrastes entre registros introducen una temporalidad incierta y acercan algunas escenas a la memoria o al archivo personal (Pennant, 2020).
– Forever Yung utiliza 16 mm para dar densidad a una procesión urbana donde Yung Lean recorre Budapest sobre un camión con altavoces y un ataúd. La incorporación de personas encontradas en la calle refuerza una textura documental (Ulitski, 2025).
– La pose editorial convive con desenfoques, movimientos incompletos y pequeños accidentes. Esta irregularidad calculada impide que el refinamiento de moda cierre la imagen sobre sí misma.
– El método responde también a condiciones industriales. Zamiri ha señalado el descenso de los presupuestos del videoclip y la función económica de la publicidad; concentrarse en una premisa clara y una localización dominante ofrece una solución creativa a ese contexto (Turley, 2024).

Resultados: autoría relacional como principio de continuidad

– La comparación intercaso confirma que la identidad de Zamiri se reconoce en operaciones recurrentes que adoptan apariencias distintas según el intérprete.
– Con FKA twigs, el humor amplía una iconografía asociada al control corporal; con Charli XCX, la fabricación de la fama y la cultura de Internet se convierten en argumento visual. Los trabajos con Billie Eilish concentran el sentido en la respuesta física, mientras Yung Lean aparece en ceremonias donde la melancolía adquiere un tono absurdo.
– Los espacios cotidianos introducen fricción; el montaje regula la sorpresa; la textura mezcla prestigio editorial e imperfección; el humor vuelve visible la construcción de la celebridad.
– La autoría relacional vincula estas decisiones: la firma surge de transformar una identidad musical compartida en una situación audiovisual reconocible y de hacerlo mediante una red estable de colaboradores (Caldwell, 2008; Sellors, 2010).

Conclusiones

– El análisis confirma una identidad creativa coherente en la obra de Aidan Zamiri. Su continuidad se explica mejor como método de colaboración que como repetición de una apariencia fija.
– La aportación del director se reconoce en el diseño de situaciones que ponen en contacto canción, star image, cuerpo y espacio. Cada proyecto concede al intérprete margen de decisión, mientras la planificación organiza el accidente y el montaje integra la anomalía en la estructura musical.
– La autoría relacional ofrece una vía útil para estudiar el videoclip como obra colectiva: conserva la atribución creativa sin borrar la intervención del artista y de otros profesionales (Caldwell, 2008; Sellors, 2010).
– El corpus muestra una firma flexible pero consistente. La trayectoria de Zamiri evidencia que la creatividad autoral puede residir en crear con otros y convertir ese intercambio en una forma reconocible.

Referencias bibliográficas

Barthes, R. (1977). The death of the author. En *Image, music, text* (pp. 142–148). Fontana Press. (Trabajo original publicado en 1967).

Caldwell, J. T. (2008). *Production culture: Industrial reflexivity and critical practice in film and television*. Duke University Press.

Caston, E. (2020). *British music videos 1966–2016: Genre, authenticity and art*. Edinburgh University Press.

Caughie, J. (Ed.). (1981). *Theories of authorship: A reader*. Routledge & Kegan Paul.

Cook, N. (1998). *Analysing musical multimedia*. Oxford University Press.

Dyer, R. (1998). *Stars* (2.ª ed.). British Film Institute.

FilmAffinity. (s. f.). *Aidan Zamiri: Filmografía*. FilmAffinity.

Goodwin, A. (1992). *Dancing in the distraction factory: Music television and popular culture*. University of Minnesota Press.

IMVDb. (s. f.). *Aidan Zamiri*. IMVDb.

Keogan, N. (2026, 10 de febrero). "A calculated exercise in squeezing blood from a stone": Director Aidan Zamiri and composer A. G. Cook on Charli XCX's The Moment. *Filmmaker*.

Knight, D. (2022, 1 de julio). Aidan Zamiri on the FKA twigs' Caprisongs project: "She's not an alien war goddess, she's a really funny person." *Promonews*.

Korsgaard, M. B. (2017). *Music video after MTV: Audiovisual studies, new media, and popular music*. Routledge.

Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, 20(11), 4275–4292.

Pastrana-Crespillo, S., & Pérez-Rufí, J. P. (2025). El lenguaje del videoclip contemporáneo: Narrativas y estéticas de los videoclips nominados a los premios MTV VMA 2025. En A. P. Goulart de Andrade et al. (Coords.), *Do 4:3 ao widescreen* (pp. 231–259). Ria Editorial.

Pennant, F. (2020, 28 de abril). *Aidan Zamiri*. *Dazed 100*.

Promonews. (2023, 21 de marzo). "The band approached me about doing an absurd TV trial": Aidan Zamiri on making Jockstrap's Greatest Hits video. Promonews.

Promonews. (s. f.). *Aidan Zamiri*. Promonews.

Pérez-Rufí, J. P. (2020). La visibilidad de la autoría en el videoclip postelevisivo: La dignificación del vídeo musical a través de la reivindicación de los creadores en los créditos. *Kepes*, *17*(21), 145–170.

Railton, D., & Watson, P. (2011). *Music video and the politics of representation*. Edinburgh University Press.

Rodríguez López, J. (2017). Videoclip de autor. El concepto de cine de autor y su aplicación al estilo del vídeo musical. *Área Abierta*, 17(2), 229–240.

Sedeño-Valdellós, A., Rodríguez-López, J., & Roger Acuña, S. (2016). El videoclip postelevisivo actual. Propuesta metodológica y análisis estético. *Revista Latina de Comunicación Social*, *71*, 332–348.

Sellors, C. P. (2010). *Film authorship: Auteurs and other myths*. Wallflower Press.

Turley, R. (2024, 30 de diciembre). How Aidan Zamiri made the music video essential again. *Interview*.

Ulitski, R. (2025, 27 de febrero). Yung Lean "Forever Yung" by Aidan Zamiri. *Promonews*.

Vernallis, C. (2004). *Experiencing music video: Aesthetics and cultural context*. Columbia University Press.

Vernallis, C. (2008). "The most terrific sandbox": Music video directors, style, and the question of the auteur. *Quarterly Review of Film and Video*, *25*(5), 404–425.

Vernallis, C. (2013). *Unruly media: YouTube, music video, and the new digital cinema*. Oxford University Press.

Viñuela Suárez, E. (2008). La autoría en el vídeo musical: Signo de identidad y estrategia comercial. *Garoza*, 8, 235–247.