



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:
INGENIERO EN PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN Y MULTIMEDIA**

TEMA:

**EL VIDEOCLIP COMO HERRAMIENTA DE DIVULGACIÓN DE LA BANDA
“SUMO SEMBLANTE” (SS) EN LA PLATAFORMA YOUTUBE.**

AUTOR:

JORGE RICARDO SÁNCHEZ LLERENA.

TUTOR METODOLÓGICO: Ph.D. PAMELA VALERIA YARAD JEADA

TUTOR TÉCNICO: MG. ESTEBAN CELI PAREDES

AÑO: 2018

Mi vida, charquito de agua turbia...

~ Manu Chao

AGRADECIMIENTOS

Deseo agradecer a mis padres y en general a mi familia,
por la educación y la calidez que un hogar puede ofrecer,
por darme la oportunidad y libertad
en cuanto a mi formación académica se refiere.

Mención especial a Margarita
“Que Dios te dio ojos para verme graduar”

Quiero agradecer a las instituciones
que me formaron en el ámbito profesional,
Homo Demens, gracias por la oportunidad,
Sumo Semblante,
por permitirme usar su canción.

A todos quienes conformaron mi primer rodaje,
la primera campaña, el primer cortometraje,
la primera película,
por sus lecciones y firmeza para
continuar cuando las fuerzas palidecían.

RESUMEN

El presente trabajo de titulación se desarrolló con la intención de abarcar al videoclip y convertirlo en un objeto de estudio desde diferentes perspectivas, para posteriormente crear un producto audiovisual con contenido narrativo y como medio de expresión de la banda emergente quiteña “Sumo Semblante” considerando al videoclip “Insania” como un medio artístico de divulgación.

El proyecto está fundamentado bajo la metodología de investigación de tipo cualitativa, que enmarca un análisis audiovisual de videoclips así como también sus elementos; considerando que esta técnica fue la base de conocimiento para crear un estilo propio en las fases de pre-producción, producción y post producción. La propuesta busca generar material musical, visual y narrativo para plataformas de divulgación libre como lo es YouTube reuniendo a un equipo apto en cada área de una producción audiovisual, generando y visibilizando a los videoclips como un creciente campo audiovisual en el Ecuador.

Palabras clave:

Video musical, producción, divulgación, narración audiovisual, YouTube.

ABSTRACT

This work has been developed with the unique intention to present music's videoclip as investigation subject approached by many perspectives later for to create an audiovisual product with narrative content based on the essentials and expressions of Sumo Semblante's assemble native from Quito, Insania's music video clip is considered as a mass media artistic way to music divulgation.

Qualitative research was framed on the analysis of audiovisuals pieces considering the read of their each elements, this investigation technic leads to create a unique style and aesthetic pushed since the preproduction fase and follow to the next instances such production and postproduction. This project expresses a proposal that create to give to people; emotions, sounds, visuals experiences gathering the necessary conditions for a professional team and put another step on this emergent audiovisual reasearching field.

Key words:

Music video, production, divulgation, audiovisual narration, YouTube.

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	1
Problema:	2
Objetivo General:.....	2
Objetivos Específicos:	2
Justificación:	3
CAPÍTULO I:	4
Marco Teórico	4
1.1. Contextualización espacio temporal del problema	4
1.2. El videoclip como objeto de estudio	5
1.3. Historia del videoclip.....	6
1.4. Actualidad del videoclip	7
1.5. Narrativa audiovisual	9
1.5.1. Narrativa audiovisual en el videoclip.....	10
1.5.1.1. Continuidad.....	10
1.5.1.2. Cámara	11
1.5.1.3. Color	11
1.5.1.4. Iluminación	11
1.5.1.5. Letra de la canción	11
1.5.1.6. Danza y coreografía	12
1.5.1.7. Edición en el videoclip	12
1.6. YouTube como plataforma de visibilización.....	13
CAPÍTULO II	16
Marco Metodológico	16
1.1. Enfoque metodológico	16
1.2. Población, unidades de estudio y muestra	16
2.3. Indicadores o categorías a medir	17
2.4. Métodos empíricos y técnicas empleadas	18
Análisis audiovisual	18
2.5. Procesamiento de la información.....	19
2.6. Regularidades del diagnóstico del videoclip.....	23

CAPÍTULO III	24
Propuesta.....	24
3.1. Presentación de la propuesta.....	24
Ficha Técnica:	24
3.2. Fundamentos de la propuesta.....	25
3.2.1. Etapa de pre – investigación:.....	25
3.2.2. Construcción narrativa audiovisual en base a escenarios.....	25
3.2.3. Idea matriz:	28
3.2.4. Argumento:.....	28
3.2.5. Sinopsis:	29
3.3. Producción	30
3.3.1. Elaboración y entrega del guion	32
Guión literario	32
3.4. Presentación de la propuesta.....	39
3.4.1. Equipo humano.....	39
3.4.2. Equipo técnico	41
3.4.3. Presupuesto.....	41
3.5. Post Producción	44
3.5.1. Montaje y edición	45
3.5.2. Efectos y colorización	45
3.5.3. Sincronización audio-video	47
3.6. Valoración de la propuesta.....	47
Conclusiones.....	49
Recomendaciones.....	50
Bibliografía.....	51

Tabla de gráficos

Tabla 1:

Secuencia de la letra de la canción Insania	30
---	----

Tabla 2:

Equipo técnico del rodaje “Insania”	41
---	----

Tabla 3:

Presupuesto del rodaje “Insania”	42
--	----

Tabla 4:

Plan de rodaje día 1	43
----------------------------	----

Tabla 5:

Plan de rodaje día 2	43
----------------------------	----

Tabla 6:

Plan de rodaje día 3	44
----------------------------	----

Tabla de figuras

Figura 1:

Intro “Insania” Sumo Semblante 24

Figura 2:

Referente “Solara” The Smashing Pumpkins..... 26

Figura 3:

Habitación Clara “Insania” Sumo Semblante 26

Figura 4:

Referente “Letting you go” Bullet for my Valentine..... 27

Figura 5:

Habitación Oscura “Insania” Sumo Semblante 27

Figura 6:

Montaje “Insania” Sumo Semblante 45

Figura 7-8:

Colorización “Insania” Sumo Semblante 46

Figura 9:

Sincronización “Insania” Sumo Semblante 47

Figura 10:

Sincronización “Insania” Sumo Semblante 47

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto busca visibilizar una banda ecuatoriana gracias a la ayuda de un videoclip musical que el público pueda tener acceso cuando desee con los beneficios que se ofrecen gracias a las nuevas plataformas digitales de video como lo es YouTube.

Diario El Mundo (2011) corrobora que los videoclips han ido perdiendo difusión en la televisión con el paso de los años, los canales dedicados a visibilizar estos trabajos audiovisuales ahora se dedican a la realización de reality shows en la búsqueda del público más joven de la sociedad; abriendo un mercado ya conocido desde el año 2005 al más grande contenedor de videos y más utilizado YouTube, relacionando directamente el video musical con el internet.

El lograr contar una historia por medio de un producto visual que tenga ritmo de edición y un rodaje con equipo técnico y humano es un reto que requiere de muchas capacidades, varias personas trabajando para lograr definir una idea desde las reuniones creativas hasta la postproducción logran que el trabajo pueda plantear nuevas formas de realización en el Ecuador que va más allá de presentar los acordes de una canción.

La banda Sumo Semblante se creó hace dos años, en sus inicios se dedicaban a tocar jazz instrumental, al continuar con su crecimiento grupal decidieron incluir al hip hop como parte de su recital. Está compuesta por cinco integrantes estudiantes de música que también tocan en distintos grupos locales.

El hip hop es un género que está enfocado principalmente a los jóvenes, quienes utilizan redes sociales constantemente, crean comunidades en la web siendo un medio de difusión rápido y gratuito para quienes quieran acceder a los videoclips.

En la actualidad el país está creciendo cultural y artísticamente lo cual representa un reto para la creación de un video musical de alta calidad que logre cautivar nuevos oyentes y llegar al público en general, mostrando un potencial creativo y productivo en el ámbito audiovisual.

Vernallis (2013) argumenta que los vídeos musicales de YouTube reflejan ahora una estética diferente a los primeros emitidos en televisión y que sólo pueden ser comprendidos si se entiende la plataforma YouTube.

Problema:

Los videoclips de bandas emergentes ecuatorianas no poseen cierta calidad de producción por lo tanto no logran atraer al público objetivo; en su mayoría, los videos que se están rodando en el medio musical alternativo quiteño se trata de grabaciones en vivo, video lyric, o efectos de animación, que no terminan de convencer a la audiencia, por la falta de material o historia visual que encontramos en un video musical internacional.

La falta de material con contenido visual narrativo ha sido uno de los problemas de la banda para poder emerger en el ámbito local, la motivación por parte de sus integrantes ha logrado llevarlos a tocar en varios conciertos en las ciudades de Quito, Cuenca, Ibarra entre otros, también en varias discotecas de música alternativa como “La Roots” “Serenio Moreno” en Quito y “Macarena Concert & Club” ubicado en Riobamba.

La banda Sumo Semblante a pesar de tener dos años en el medio musical no cuenta con un apoyo audiovisual que lo permita posicionarse dentro del ámbito local como otras bandas por ejemplo “Guardarraya” o “Swing Original Monks”

Objetivo General:

Producir un videoclip para la canción “Insania” de la banda emergente “Sumo Semblante” (SS).

Objetivos Específicos:

- § Levantar información de tipo documental acerca del videoclip.
- § Realizar un análisis audiovisual de videoclips para definir un estilo de narrativa propio.

- § Desarrollar un guion con contenido audiovisual que se adapte a la narrativa de la canción.
- § Mostrar al videoclip como un medio de expresión del estilo y la estética de la banda musical.
- § Validar el videoclip con expertos en producción audiovisual.

Justificación:

La finalidad de esta investigación es la visibilización de un campo audiovisual como lo son los videoclips, dentro del cual el Ecuador ha ido ganando espacio en los últimos años pero aún no se encuentra correctamente definido, en la televisión nacional se puede observar a diario videos con imágenes que acompañan la canción pero no logran desarrollar una historia, para lo que se desea dar un nuevo estilo de narración y estética con la canción Insania.

Este proyecto busca dar a conocer una banda ecuatoriana con un estilo de música que atraiga cada vez más a sus jóvenes oyentes, combinando distintas áreas artísticas que genere un producto audiovisual de alta calidad para su libre reproducción en redes sociales.

Las tendencias visuales con las que contamos en su mayoría son extranjeras, el equipo de producción que realiza este videoclip busca formar pensamientos propios, generando un producto audiovisual relacionado con los intereses convenientes y entorno social en el cual nos desarrollamos.

Las principales plataformas digitales que ofrece internet para el consumo de música y videos de libre divulgación son YouTube (2005) y Vimeo (2004), con su creación y el creciente consumo por parte de los espectadores llegaron a convertir a los videoclips como la mejor herramienta promocional y de visibilización para bandas o solistas que se volvieron afamados gracias a sus reproducciones en la web.

CAPÍTULO I:

Marco Teórico

1.1. Contextualización espacio temporal del problema

Internacionalmente los videos más vistos en YouTube ahora cuentan con un festival propio de la plataforma, el YouFest Awards (desde el 2013) es el festival de la generación YouTube, en donde los artistas y sus seguidores comparten cara a cara con sus youtubers y artistas favoritos, el YouFest Awards está formado para premiar al contenido más visto y compartido a lo largo del año, los usuarios de esta red son quienes eligen a los ganadores al compartir su contenido y volverlo viral.

En Ecuador, la industria cinematográfica se encuentra en crecimiento, según lo planteado por el Ministerio de Turismo del Ecuador (2017), el mayor alcance que se ha generado actualmente, es con la compañía estadounidense Sony Music quienes con tres ejecutivos concordaron en que “el país tiene atractivos naturales impresionantes, que serían excelentes locaciones desde las cuales se podrán generar contenidos y videoclips”

Con la ayuda de Diario El Telégrafo (2017) y el lanzamiento del videoclip “Si tú la ves” del cantante Nicky Jam varias administraciones zonales comentaron como se deben realizar los trámites para grabar en espacios públicos como el Centro Histórico de la capital o La Mariscal aclarando que son sitios aptos no solo para videos, sino también para películas.

Actualmente en el país se están rodando videoclips paisajistas, sectores en donde grabar el arte escénico, el canto y el baile no tiene costo, pero sí un trámite.

Según los datos de Diario El Telégrafo (2017) los lugares que han tenido mayor influencia al momento de elegir locaciones para los videoclips han sido las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca.

La canción ‘Guayaquil City’ (2013), de la banda capitalina Rocola Bacalao, se filmó mayormente en Guayaquil, en lugares tradicionales y con personajes anónimos y conocidos.

El Río Tomebamba, de Cuenca, es una de las locaciones naturales más apetecidas por los artistas del Azuay.

La melodía “La Verdad” (2017) de la cantante Carolina Chamorro se grabó en una fábrica de textiles en Atuntaqui, Imbabura. Y su anterior sencillo “Ya no tiene caso”, en las playas de Montañita (Santa Elena), y Puerto López (Manabí).

El cantante Ricardo Williams filmó su reciente video, “Tiempo de volver”, en la parroquia Tumbaco, en Pichincha.

En Quito, con la investigación planteada por Molina (2015) se observó que el videoclip es un campo lleno de experimentación, donde lo único clave es que es un género audiovisual pero se lo puede llevar por distintos rumbos: comerciales, sociales, publicitarios.

La tesis de Molina (2015) reveló que el video musical posee libertad de construcción, se adapta a cualquier estilo de música y fomenta una tendencia social para quienes se sienten identificados con el videoclip, también es un medio artístico que cubre un requerimiento social en cuanto a una banda emergente

1.2. El videoclip como objeto de estudio

Con el nacimiento del cine, la música y la imagen comenzaron a verse más ligadas, aunque la primera siempre era sometida a los intereses de la segunda, hasta que en 1920 con el nacimiento del llamado cine de vanguardia aparecería Oskar Fischinger, director que cambiaría este sometimiento, ya que comenzaría a filmar lo que él llamaba una música visual (Pérez, 2006).

Una de las industrias de mayor crecimiento en el campo de la producción audiovisual es la del videoclip musical, la cual, por su naturaleza promocional y su origen como un arte no formal ha logrado incorporar en su lenguaje toda clase de recursos, con la finalidad principal de promocionar a un artista en la industria de la música (Fierro, 2009).

1.3. Historia del videoclip

La historia del videoclip del presente proyecto se encuentra basada en el “Seminario historia del videoclip” dictada por el profesor Arnau Gifreu en los años de 2009 – 2010, pero también esta corroborada por varios autores.

En la década de los 50's con el surgimiento de la televisión y los programas como The Ed Sullivan Show la industria musical se da cuenta de la importancia que tiene este medio para poder publicitar a los artistas, ligando performances en los programas de TV con la naturaleza de los videoclips (promocionar sus discos) (Gifreu, 2010).

Artistas como Elvis Presley o Bill Halley son llevados al cine para promover el protagonismo del cantante lo cuál será cumplirá su función en los grupos musicales en el videoclip (Sedeño, 2003).

En el año 1964 aparece la primera relación directa con la videomúsica, gracias a la película *Hardday's night* dirigida por Richar Lester donde se pueden observar puestas en escena musical de los Beatles como la canción “Can not buy me love” (Gifreu, 2010).

La contribución de la película a los videoclips es tan importante que Leguizamón (1998) afirma:

Se utilizan en este filme muchos recursos que lo transforman en un firme antecedente del videoclip, entre ellos: Efecto cortina, cuadro dentro de cuadro, filmación fotograma por fotograma, foto collage, inversión de valores tonales, mezcla de materia ficcional y documental, imprevisibilidad, fragmentación y dinamismo (p.25).

En la misma década surge el video arte con Nam June Paik quien graba en las calles de New York, combinando las técnicas del cine documental, la ficción, el pop art y la edición rítmica, logrando componer en un solo producto el campo tecnológico con el artístico, dando paso a los 70's”. En esta década aparece la canción “Captain beefheart and his magic band” de The Beatles el cuál será el primer single siendo promocionado en la televisión (Fierro, 2009).

Pero el primer videoclip creado y pensado para ser transmitido es “Bohemian Rhapsody” del grupo Queen, en el año de 1975 dirigido por Bruce Gower, con el fin de promocionar el álbum *A night at the opera*. Logrando su cometido elevando las ventas del disco y manteniendo al single durante 9 semanas como número uno, llegándose a constituir en un himno de la época especialmente de la música rock (Gifreu, 2010).

La industria televisiva junto a la discográfica notan el incremento de ventas gracias al video musical, lo que les lleva a crear el programa “The Kenny Everett video show” que duró 4 años aproximadamente al aire en la TV británica.

En la época de 1980, es cuando la video-música logra un cambio profundo en sus formas de difusión y promoción. Con la aparición de un canal televisivo dedicado a exponer 24 horas al día videos musicales, llamado Music Television conocida mundialmente como MTV emitió su primer video el día 1 de agosto de 1981 con el éxito de The Bangles “Video kill the radio stars” (Fierro, 2009).

El mismo año (1981) integran en los premios *Grammy (1959)* la categoría al mejor videoclip, empezando el auge y una nueva oleada de alternativas audiovisuales en el mundo.

La década de los 80’s es considerada como la primera edad de oro de los videoclips; se llenaron de colorido, con efectos electrónicos y pop art, implantaron un estilo propio de vestir y de peinarse según el género de su música preferida o como lo llevaba el artista del momento, sus locaciones eran psicodélicas y en varios videos podemos ver sus visiones acerca del futuro (Gifreu, 2010).

1.4. Actualidad del videoclip

Las cadenas discográficas de música actual reconocen el interés de los espectadores hacia los videoclips, lo que los ha llevado a adaptarse a los cambios socioculturales como pueden ser la vida en comunidad, el desarrollo de las religiones, la creación de nuevos sistemas educativos y estructuras de pensamiento, etc., que provocan se cree mejores videoclips, mejores canciones y mejores artistas para recibir los premios (Illescas, 2014).

El video musical parece insertarse en una determinada etapa del desarrollo industrial capitalista conocida en términos sociológicos y culturales como postmodernidad o postmodernismo, definido como una condición o tipo de discurso filosófico y análisis cultural interrelacionado con un marco completo de factores socioeconómicos, que surgió en los años sesenta, setenta y ochenta (Sedeño, 2008).

La palabra postmoderno nos lleva a abarcar la cultura, economía e industrias a partir de los años sesenta, nueva actitud social frente al arte, nuevos tipos de consumo y el cambio rápido en tendencias han logrado cambios en la narrativa del videoclip: cambios semióticos, normas estilísticas y desaparición de las formas de relato tradicional y del sentido (Illescas, 2014).

En la actualidad con la evolución tecnológica la televisión ha sido desplazada por el internet.

El contenido musical en la red fue un cambio representativo, debido a que en la televisión y la radio se decide que contenido mostrar, en cambio con la llegada del Internet el usuario es quien decide que contenido ver y permite ingresar contenidos propios en la web (Illescas, 2014).

En febrero de 2005, la historia del videoclip dará otro giro gracias al surgimiento de YouTube, contenidos visuales, sonoros y gratuitos que estaban al alcance de un computador con acceso a la red. Internet transformó la forma de consumo de música y video transmitidos hasta el momento, ya no se debía esperar escuchar un tema por la radio o ver un video por televisión, ahora podemos ver el material deseado en sitios de alojamiento como YouTube o Vimeo (Gifreu, 2010).

Los videos musicales se han expandido en el mundo que ahora los podemos ver en lugares públicos, como Viñuela Suárez (2009), resalta: “En la actualidad los videoclips están ocupando nuevos espacios en tiendas, bares, estaciones de autobús, gimnasios y hasta en pantallas de televisión colocadas en las calles y plazas en las grandes ciudades” (p.16)., llegando a todas las personas de cualquier estrato social, ideología política o social, lo que ha llevado a convertir al videoclip musical en un medio publicitario.

1.5 Narrativa audiovisual

Antes de explicar la narrativa audiovisual se debe partir por la definición del videoclip, analizando su estructura y los elementos que lo componen: música e imágenes en movimiento que se complementan para tratar de acercar al receptor una idea, una canción o un mensaje.

Según la RAE (2018) se entiende por videoclip a: “Cortometraje en que se registra, generalmente con fines promocionales, una única canción o pieza musical”.

La definición de la RAE nos acerca a una definición técnica, sin embargo Ana María Sedeño, profesora de la Universidad de Málaga y una de las principales escritoras acerca este formato audiovisual con su libro “El lenguaje del videoclip” (Sedeño, 2002) afirma que: “...no hay narración, pero los parámetros espaciotemporales de la representación (sometidos a una fragmentación constante) determinan la sucesión de imágenes que forman el mensaje” (p.93).

Viñuela Suárez (2009) expresa:

El video musical es un fenómeno audiovisual que no cuenta con una definición válida y consensuada que lo delimite y lo sitúe dentro de los fenómenos que conforman la industria musical. Esto responde a una suma de factores que han ido configurando y transformando el videoclip, convirtiéndolo en un género audiovisual en constante evolución (p.53).

La definición de videoclip no se encuentra delimitada debido a que puede ser analizado desde varios puntos, el plano musical, la imagen, sociología, publicidad, interacción entre otros.

La narrativa audiovisual nos ayuda a generar un discurso, enviar un mensaje al receptor mediante el lenguaje en este caso audiovisual, que contiene imágenes, sonidos, efectos, planos, composiciones.

Según Jesús García Jiménez (1993) en narrativa audiovisual, define la misma como:

La facultad o capacidad que disponen las imágenes visuales y acústicas para contar historias, es decir, para articularse con otras imágenes y elementos portadores de significación hasta el punto de configurar discursos constructivos de textos, cuyo significado son las historias (p.13).

Esta narrativa la encontramos en el cine, la televisión y el video. Se utiliza imágenes, voz en off, sonidos, para acercar al destinatario la historia a transmitir, no siempre serán historias, también se encuentra en los programas informativos, documentales o noticias.

1.5.1. Narrativa audiovisual en el videoclip

Los videos musicales generalmente se encuentran en el rango entre los 3 a 5 minutos, en donde se presentan imágenes que acompañan al tema cumpliendo una finalidad o transmitiendo un mensaje (Villanueva, 2011). Se analizará los recursos audiovisuales para ver su utilización dentro del campo del videoclip

La narrativa en el videoclip estudia la estructura del relato con el fin de atraer la mirada del espectador, debido a la variabilidad de ritmos y tempos de las canciones ha ido cambiando la narración clásica a saltos en el tiempo o videos musicales no narrativos que solo contempla a los artistas cantando su canción.

Para crear una narrativa audiovisual propia se puede apoyar de varios elementos como se los presenta a continuación:

1.5.1.1. Continuidad

La continuidad es una parte importante al momento de la narrativa visual dentro de los films o películas, a diferencia de un videoclip que al tener una corta duración puede terminar con caminos inconclusos o indefinidos lo que lleva al receptor a imaginar y rellenar espacios entre las historias que se le presentan (Villanueva, 2011).

1.5.1.2. Cámara

Su importancia en la narrativa del videoclip es debido a las sensaciones que causan los movimientos de cámara, la rapidez de enfoque y en ocasiones los movimientos de acuerdo al tempo de la canción. Dependiendo la historia narrativa suele prevalecer los primeros planos, que muestran al artista, el manejo de los instrumentos o énfasis en algún detalle (Villanueva, 2011).

1.5.1.3. Color

Este elemento es aprovechado al máximo en la actualidad, combinando colores y logrando contrastes que generen impacto sobre la persona que está observando. Por ejemplo, en el video *Me llaman* de Nach se puede observar el color gris que prevalece en el video para generar cierta emoción sobre el espectador, y el rojo para contrastar su información o como efecto estético que genera la correcta utilización del color (Villanueva, 2011).

1.5.1.4. Iluminación

La luz aporta significado narrativo de acuerdo a su utilización, con la variación de iluminación podemos destacar o le restar importancia a los objetos que se presenta. Crear ambientes tenebrosos como el video de *Thriller* de Michael Jackson en donde la iluminación es tenue, las locaciones son oscuras destacando a los bailarines en especial al cantante (Villanueva, 2011).

1.5.1.5. Letra de la canción

La letra de la canción puede ayudar a que el mensaje narrativo sea más comprensible en la mayoría de ocasiones, en otros solo vemos al cantante repitiendo su canción que no genera una narrativa audiovisual (Villanueva, 2011).

1.5.1.6. Danza y coreografía

Artistas como Michael Jackson, Madonna, Shakira entre otros han logrado sacar provecho de este elemento, ya que la danza predomina en el videoclip en donde el movimiento corporal acompaña el ritmo de la canción.

Se puede nombrar varios ejemplos donde la danza es el componente principal del video como *Thriller* de Michael Jackson, *Déjala que baile* de Melendi con Alejandro Sanz, *El baile del gorila* de Melody o *Love is the name* de Sofía Carson (Villanueva, 2011).

1.5.1.7. Edición en el videoclip

La edición es un punto fundamental porque genera un flujo de imágenes que esté acorde a los sonidos o el tiempo de la canción, generando una relación entre música e imagen.

A partir de la edición se puede hacer énfasis en la imagen o en la letra de la canción como encontramos en el video lyric con narrativa audiovisual por ejemplo *Postdata* de Joaquín Sabina, en este video encontramos la letra de la canción que cuando desean dar mayor énfasis se la encuentra en la mitad de la pantalla con un tamaño de letra grande pero cuando desean dar mayor énfasis al dibujo disminuyen su puntaje y la ponen en otro sitio (Villanueva, 2011).

El corto tiempo de duración de una canción lleva a los montajistas a utilizar cambios bruscos con los planos, ángulos de cámara o saltar momentos dentro de la historia que se desea contar para producir un efecto de discontinuidad que lleva al espectador a generar su propia historia (Villanueva, 2011).

Vernallis (2004) habla acerca del tempo y la edición “los videos musicales tienden a subrayar las características de la canción, si la canción es enérgica, apática, las imágenes se desplegaran rápido o despacio en base a esto último” (p.49).

Uno de los videoclips con mayor cantidad de planos es el de las Spice Girls, el cual, cuenta con 244 cambios de plano en 3 minutos 30 segundos de duración.

1.6. YouTube como plataforma de visibilización

El internet se ha convertido en un medio de comunicación mundial por su interactividad y el contenido multimedia que se encuentra en él. Youtube fue fundado en el 2005 y actualmente es una de las webs más populares del mundo, siendo comprada por Google al siguiente año y considerada actualmente como opina Reventós (2006), en “la videoteca universal” (p. 37).

YouTube siempre ha tenido problemas de demandas por derechos de autor debido a que cualquier persona puede subir contenido y difundirlo por la web sin generar ningún tipo de prestación económica para el autor o los artistas creadores del material; lo que conlleva a firmar un acuerdo en el año de 2006 entre los propietarios del website con los majors (las principales compañías productoras del mundo) en el que YouTube reparte los ingresos de publicidad a cambio de que las compañías suban sus videoclips a la plataforma (Berton, 2007, p. 314)

Existen artistas que han logrado ser reconocidos mundialmente gracias a esta plataforma así como gran difusión de sus videoclips de forma casual, pero son muchos más los cuáles han pasado invisibles por la red, es considerado especialmente útil para los nuevos artistas que dejan de estar en el anonimato para poder ser vistos mundialmente en la web.

El videoclip de bajo presupuesto; en el campo nacional no se considera al videoclip como una inversión a mediano o largo plazo, sino un gasto que se puede usar para la masterización de un tema o la creación de un CD sin tomar en cuenta la importancia de la publicidad. Las compañías independientes se encuentran en gran desventaja con las majors en calidad de producción o equipos para el rodaje, lo que conlleva a productores independientes a ser recursivos y creativos para lograr atraer al espectador.

La web es tan relevante para el videoclip como lo fue en su momento la televisión, así es como YouTube está cumpliendo el papel de MTV (Selva, 2012, p. 8). El medio ha tenido influencia sobre el producto en aspectos como el tamaño y la resolución, o las características del videoclip para lograr adaptarse a todas las pantallas que encontramos en el mercado

1.7. Trabajos previos relacionados

Un antecedente de relevancia es el trabajo de Carrera (2016) titulado Sesiones al parque: propuesta audiovisual y multiplataforma para la escena musical independiente de la Universidad San Francisco de Quito. Trabajo realizado para la obtención del título de Producción de Televisión y Medios Digitales. En donde busca la creación de una plataforma digital que permita visibilizar la escena musical independiente ecuatoriana, convirtiéndose en un medio de difusión referente en la música de este tipo.

El resultado de esta investigación y proyecto de Carrera (2016) dieron como fin

“Explorar los aspectos particulares de cada banda y de los miembros del proyecto y así buscan un acercamiento más humano entre público y artistas para aportar a una nueva comprensión del fenómeno independiente y también a una mayor valoración del esfuerzo y el trabajo autogestivo para que pueda tornarse sustentable (p. 102).”

Otro antecedente es, el proyecto de titulación de Calderón (2012) con la tesis Sonido Visual elaborado en la Universidad de las Américas de Quito – Ecuador. Para la obtención del título Licenciado en producción audiovisual y multimedia.

En la cual elabora un videoclip de género electrónico que transmite los sonidos de la música en una forma visual narrativa, a partir del mensaje que el autor desea transmitir.

Calderon (2012) afirma que:

Muchas veces no se toman en cuenta algunos procesos que son indispensables en la realización de productos audiovisuales, muchas veces se piensa primero en el tipo de herramientas o tecnología que se quiere usar y no en la base del concepto que se quiere generar. Esos son los errores principales que ocurren en el Ecuador (p. 98).”

Con esto afirma que se debe cumplir con las etapas de un producto audiovisual; preproducción, producción y post producción, tomando considerable a la preproducción como el paso más importante para cualquier producto cinematográfico, ya que con la

ayuda de un concepto claro y definido tenemos un buen punto de partida para pasar a las siguientes etapas de una producción audiovisual.

El artículo de Toribio (2017) acerca del libro “La dictadura del videoclip. Industria musical y sueños prefabricados” – Jon E. Illescas realizado para la Universidad Autónoma de Madrid nos da otro punto de vista para los videoclips en donde plantea a los espectadores como marionetas que consolidan su fe en “manos invisibles”, que equivocan la competencia con violencia y coloca a la música en un papel de mediador con los desmanes del sistema.

Toribio, (2017) señala que:

La ingenuidad del espectador del videoclip, se convertido ahora en consumidor de un determinado producto que no controla: Como ni usted ni yo elegimos la música que suena en las radios, las discotecas, los hilos musicales de los centros comerciales o las oficinas de trabajo, o sea, la música que conoce todo el mundo lo quiera o no, alguien la elige por nosotros. El impacto de la canción ilustrada o videoclip es un producto prefabricado que aspira a erigirse como un modelo a imitar por los jóvenes, y el cómo son estos mismos jóvenes un grupo que no posee una economía propia (p.5).

Un trabajo de fin de grado para la obtención del grado en Comunicación Audiovisual que no posee una investigación tradicional, si no la realización de un producto audiovisual es el trabajo de Pastor (2017) de la Universidad de Sevilla.

En su proyecto plantea la realización de un videoclip con estética propia y efectos visuales con cierta escases de recursos técnicos y económicos, para la banda de rock Carroña, y su canción “Suenan disparos”.

Celia Pastor emplea al videoclip como un medio para visibilizar los colectivos que aún se encuentran bajo “la cuerda de la opresión”, y realiza un homenaje a la fotografía histórica con la frase “queda mucho por luchar”.

Este trabajo concluye en que la creatividad y la preproducción son claves para la realización de un videoclip, planos no convencionales y romper la estética de todo lo convencional para marcar un punto de diferenciación con el resto de grupos demuestra que el videoclip es una pieza libre desde cualquier punto de vista.

CAPÍTULO II

Marco Metodológico

1.1. Enfoque metodológico

El presente trabajo tomará un enfoque de tipo cualitativo debido a que se busca analizar e interpretar el discurso audiovisual de videoclips hitos en la historia que nos permita descifrar las técnicas de producción, así como su narrativa y características sociales que se dan de acuerdo a la época en la cual fue grabado el videoclip.

Analizar videoclips previos y su efecto en la comunidad será la base de conocimiento para producir un videoclip con narrativa y estilo propio que este considerado también por los miembros de la banda.

Según Hernández R. (2014) manifiesta que la metodología cualitativa

...se basa más en una lógica y proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general. Por ejemplo, en un estudio cualitativo típico, el investigador entrevista a una persona, analiza los datos que obtuvo y saca conclusiones; posteriormente, entrevista a otra persona, analiza esta nueva información y revisa sus resultados y conclusiones, es decir, procede caso por caso, dato por dato, hasta llegar a una perspectiva más general.

1.2. Población, unidades de estudio y muestra

Para el análisis audiovisual de videoclips se han seleccionado cuatro videos, de la plataforma YouTube, los cuales han sido escogidos intencionalmente y con las siguientes características: un video internacional con fines publicitarios, un videoclip de autor (director de películas de culto), un video musical con referencia al videoclip y un video musical nacional.

Banda: The Beatles
Canción: I want you
Director: Julie Taymor

Banda: Radiohead
Canción: Daydreaming
Director: Paul Thomas Anderson

Banda: Bullet for my Valentine
Canción: Letting you go
Director: Stuart T Birchall

Banda: Mateo Kingman
Canción: Sendero del Monte
Director: Camilo Coba Riofrio

2.3. Indicadores o categorías a medir

Las categorías a medir serán definidas por el autor Cillero Martín gracias a su obra “Un ejemplo de análisis cinematográfico”

Según Cillero (2014) menciona y compara al análisis cinematográfico como.

“El lenguaje literario se nos recomienda leer los "grandes" autores, para mejor disfrutar o comprender las grandes obras, en el lenguaje cinematográfico, puede ser algo semejante y enseñarnos a usar y disfrutar del lenguaje del séptimo arte, tan utilizado por los medios en los tiempos en que nos ha tocado vivir (p.61).”

§ Género del film

§ Análisis cinematográfico

- Movimientos de cámara
- Iluminación

- El montaje audiovisual
- La banda sonora

§ Significado del film.

2.4. Métodos empíricos y técnicas empleadas

Análisis audiovisual

La realidad social según Hugo Achugar (2002) indica que las audiencias ven televisión un promedio de más de tres horas diarias (p.71). Esta cantidad de contenido que se ve a diario demuestra que el mensaje audiovisual es eficaz y cada vez está formando mayor parte de nuestro modus vivendi

Cadavieco (1999) expone en su artículo que:

No sabemos leer imágenes porque no estamos escolarizados audiovisualmente y nuestros profesores se forman al margen de las, ya hoy viejas, tecnologías del audiovisual. No existen videotecas, ni sabemos valorar la calidad de un vídeo didáctico, ni sabemos utilizarlo. El que los niños sean especiales consumidores de televisión ha de modular de alguna manera los contenidos y formas didácticas docentes. La escuela no sitúa los medios audiovisuales como materia ni recurso clave en su estudio intrínseco, ni tampoco lo usan adecuadamente como ayuda en el resto de aprendizajes. Somos en buena medida analfabetos audiovisuales y esta sociedad debe estar preparada para la nueva era de la comunicación y los flujos de datos (p. 228).

El análisis audiovisual en este caso será de ayuda para definir una línea estética y una narrativa visual propia para el videoclip “Insania”, así como descubrir los usos de determinados movimientos de cámara, las formas de iluminar o la ayuda del diseño de producción para lograr una familiarización con los colores que se presentan.

2.5. Procesamiento de la información

Los videoclips escogidos a continuación cuentan con un alto estándar de producción y poseen un contenido narrativo visual característico, el análisis busca identificar los elementos que construyen y dan armonía al videoclip tales como el cine, la estética, o el contexto social como el caso de “I want you” de *The Beatles* que a pesar de haber sido creada en el año 2007 su tratamiento es post guerra.

La observación y descripción de los audiovisuales contempla: movimientos de cámara, iluminación, diseño de producción, maquillaje, visión del director y tipo de montaje realizado.

Banda: The Beatles
Canción: I want you
Director: Julie Taymor

El videoclip “I want you” es parte de la película *Across the Universe*, un musical del año 2007 que gira en torno a los temas de The Beatles.

Dentro de los movimientos de cámara vemos tilt up y down, para ubicarnos en el lugar y la vestimenta del personaje, los movimientos también son llevados por el tempo de la canción y los paneos realizados sirven de ayuda al momento de una edición rítmica. La forma de composición es variada, tenemos el punto de interés en el centro así como en los tercios de la imagen.

La iluminación es verosímil con el escenario, y los primeros segundos utiliza luces contrapicadas para dar mayor realce a los soldados que reclutan a los nuevos jóvenes. Con el transcurso de la canción la luz principal cambia de sentido, lo cual indica que no es el mismo día donde transcurre la historia.

En el videoclip, los colores de la bandera de Estados Unidos están representados a través del “Tio Sam”. El cual al cobrar vida y cantar I Want You – 1969 denota la

imposición del gobierno al obligar a los jóvenes a ir a la guerra de Vietnam. Su figura también simboliza al líder de los luchadores por la libertad, una libertad que estaba a costa de la vida de millones de personas, que murieron por un conflicto bélico que no les correspondía.

La representación del ejército, al tenerlos como todos iguales, con el mismo vestuario y color de piel expresan que al entrar al ejército los dejan sin capacidades para ser ellos mismos, si no los convierten en máquinas que realizan movimientos automáticos. La secuencia de las personas al realizarse los exámenes, manifiesta que están encasillando a los nuevos reclutas, quitándoles su libertad y enviándolos a la guerra con su danza de preparación. "Te quiero 'a ti' en el ejército de Estados Unidos.

Banda: Radiohead
Canción: Daydreaming
Director: Paul Thomas Anderson

Daydreaming fue publicado en mayo del 2016, como parte del álbum "A Moon Shaped Pool", su traducción en español se refiere a soñar despierto, dentro de la dirección de fotografía es una obra magnífica, las imágenes parecen sub o sobreexpuestas, pero cuando el personaje llega a su destino está correctamente expuesto. La cámara en mano es usada para sentirnos parte de cada locación a la que visita. El tipo de iluminación es de acuerdo al escenario, las luces softbox están presentes para cuidar los tonos de piel del personaje, esta luz difusa trata de dar verosimilitud en cada escenario.

El tipo de montaje va acorde a la canción, no posee cortos bruscos y rompe las barreras de un sitio a otro, el personaje va abriendo puertas y pasando en medio de la gente sin que se inmute, los cortes son directos y no utilizan efectos de disolución o tramado, las acciones de enmascarar a negro para el corte, están realizadas desde el rodaje.

El videoclip al ser un estilo que puede desarrollarse libremente, compone a este producto en forma de cortometraje, en donde se esconde varias referencias con el número seis, y la presencia de mujeres en todo el videoclip. La escena inicial y la final están relacionadas con el nacimiento, los primeros segundos del videoclip vemos al protagonista ingresando al mundo, luego recorre su camino de pasillos y habitaciones terminando en un agujero en donde se coloca en posición fetal lo que refiere al origen de la vida.

Pablo Plotkin (2016) escritor de la revista Rolling Stone se refiere al videoclip como “una nave fantasma empujada por un grupo de artistas con plena conciencia de su lugar en la historia. Y es la contemplación poética de algo -un corazón, un paisaje- que se desarma en soledad.”

Banda: Bullet for my Valentine

Canción: Letting you go

Director: Stuart T Birchall

Bullet for my Valentine es una banda de metalcore, originaria del Reino Unido creada en el año de 1998, la canción *Letting you go* es parte del álbum *Gravity* (2018) y el vocalista de la agrupación Matt Tuck, opina que este tema es el más experimental en cuanto a la música y la letra de toda su carrera.

Los movimientos de cámara no son fuertes, vemos una cámara fija que realiza paneos y tilt's, la decisión del videoclip en blanco y negro nos lleva a un mundo irreal como si se tratara de un recuerdo, la iluminación no es directa sobre los actores, iluminan el escenario y perfilan a la persona logrando contrastes entre los diferentes tonos de grises.

El ritmo de montaje es rápido, nos cuenta dos historias y la banda en un tercer plano tocando la canción. Vemos como pasa de planos generales a primeros planos y rostros que ayudan con la narrativa del audiovisual, la añoranza de la juventud y un amor que los vuelve locos mientras una chica danza en medio de una habitación.

El ambiente en el cual se desarrolla el videoclip es oscuro, el baile de la chica es danza contemporánea, y su edición paralela con la anciana intentando repetir los movimientos nos lleva al éxtasis del videoclip donde la frustración y la locura abordan a todos los personajes.

Banda: Mateo Kingman
Canción: Sendero del Monte
Director: Camilo Coba Riofrio

El videoclip de Sendero del Monte fue publicado en marzo 2017 está inmerso en la cultura ecuatoriana y el video arte. El trabajo de Camilo Coba conduce al videoclip por la misma narrativa visual al dirigir y ser director de fotografía del producto.

Un regalo de texturas, el videoclip presenta a Mateo Kingman en medio de una cueva herido, en donde las partículas de polvo en el viento son parte de la historia. Luego se coloca una máscara de papagayo saturada de rojo y con la textura de madera, lo que lo lleva a encontrarse con una nueva visión del mundo, una mujer pájaro que se encuentra en desenfoque realizando suaves movimientos de baile.

La cámara es fija pero realiza zoom out y zoom in rítmicamente, la iluminación en exteriores se la ve natural y en lugares como la cueva vemos una luz difusa que no se distingue elementos de luz artificiales. El video se presenta a través de enfoques, desenfoques y zoom's, la técnica de los bokeh está presente a lo largo del videoclip para definir una estética propia. El videoclip cuenta con transiciones y disolvencias que inmergen a un viaje entre los personajes.

Vamo a que la cordillera nos desintoxique! – Mateo Kingman

2.6. Regularidades del diagnóstico del videoclip

El videoclip es un producto audiovisual con distintas características que no pueden ser delimitadas. Sin embargo, están dentro de la industria musical evolucionando constantemente para poder adaptarse al desarrollo de la tecnología de la imagen (cámaras, lentes, filtros) como también a las innovaciones que se producen en la estructuración musical (sesiones remix, scratching, efectos sonoros).

La canción Letting you go de la banda británica Bullet for my Valentina será tomado como referencia al contar con personajes con ciertas semejanzas a los planteados por el guión para la canción “Insania”, por ejemplo la danza contemporánea y la pérdida de la calma progresiva con el personaje.

El videoclip será planteado en forma de cortometraje basado en la composición musical previa, en la que se encuentre inicio, trama, desenlace; no en ese orden específicamente, expresar imágenes que tengan coherencia, añadiéndoles música y ritmo que dé lugar a un nuevo discurso estético.

Desde el punto de vista audiovisual el videoclip representa combinar técnicas de encuadres, angulaciones de cámara, movimientos, coreografía que permita plantear nuevos métodos de producción en el medio.

CAPÍTULO III

Propuesta

Videoclip de 3 a 5 min de duración de la canción Insania de la banda Sumo Semblante.



Figura 1.

Fuente: Sánchez, J. (2018). Insania 0:00:14 [Videoclip]. Ecuador: Homo Demens

Elaboración propia

3.1. Presentación de la propuesta

Ficha Técnica:

Datos generales

Formato de grabación de video:	1920 x 1080
Formato de audio:	Masterizado en estudio
Pixeles horizontales y verticales:	1920 x 1080(Full HD, FHD, HD)
FPS:	24
Formato de video:	.mp4

3.2. Fundamentos de la propuesta

3.2.1. Etapa de pre – investigación:

Se parte con la búsqueda de una banda que suene en bares o discotecas de música alternativa, con sonidos que logren captar la energía de los oyentes y cuente con estilo propio. La banda Sumo Semblante y su tema Insania logra captar el sonido del jazz con solos de saxofón alto que llevan a los oyentes a cerrar los ojos y disfrutar del momento, acompañado de letras que incitan a imaginar a una mujer caminando entre las sombras.

En agosto de 2016 cinco amigos decidieron formar una banda con la ambición de presentar un nuevo estilo de jazz fusión en el mercado ecuatoriano, cada uno tenía distintas características y habilidades dentro del ámbito musical, estos chicos estudiantes de música lograron con ensayos y reuniones hacer surgir la banda Sumo Semblante.

F. Mora, integrante de Sumo Semblante (entrevista grupal, 13 de junio de 2018) cuenta que, “nuestra música tiene como objetivo transmitir emociones y energías que conecten con la personalidad individual de quien lo escucha”.

3.2.2. Construcción narrativa audiovisual en base a escenarios.

El videoclip consta de cuatro escenarios, 2 de los cuáles son los principales y en estos se desarrolla la historia en su mayoría. La habitación clara y oscura están basados en referencias de videoclips del género rock-metal que se encuentra dentro de la plataforma YouTube, los otros dos escenarios fueron organizados por el departamento de dirección y el diseño de arte.

El referente de la habitación clara es del video “Solara” (2018) de la banda The Smashing Pumpkins, el fotograma marca el desgaste sobre la pared y los eventos no comunes que se desarrollan en la misma, sin embargo la iluminación para “Insania” fue creada en base a la psicología del personaje.



Figura 2.

Fuente: Koenig, N. (2018). Solara 0:00:16 [Videoclip]. Estados Unidos: Shangri LA
Referente habitación clara



Figura 3.

Fuente: Sánchez, J. (2018). Insania 0:02:28 [Videoclip]. Ecuador: Homo Demens
Elaboración propia

Para la habitación oscura se apoyó en el concepto de la canción “Letting you go” de la banda británica Bullet For My Valentine, el entorno del videoclip es oscuro, pero sus contrastes son manejados correctamente. El referente cuenta con una pareja discutiendo lo cual ayudó en los momentos de coreografía de “Insania”.



Figura 4.

Fuente: Birchall, T. (2018). Letting You Go 0:00:19 [Videoclip]. Reino Unido: Numinous Pictures
Referente habitación oscura

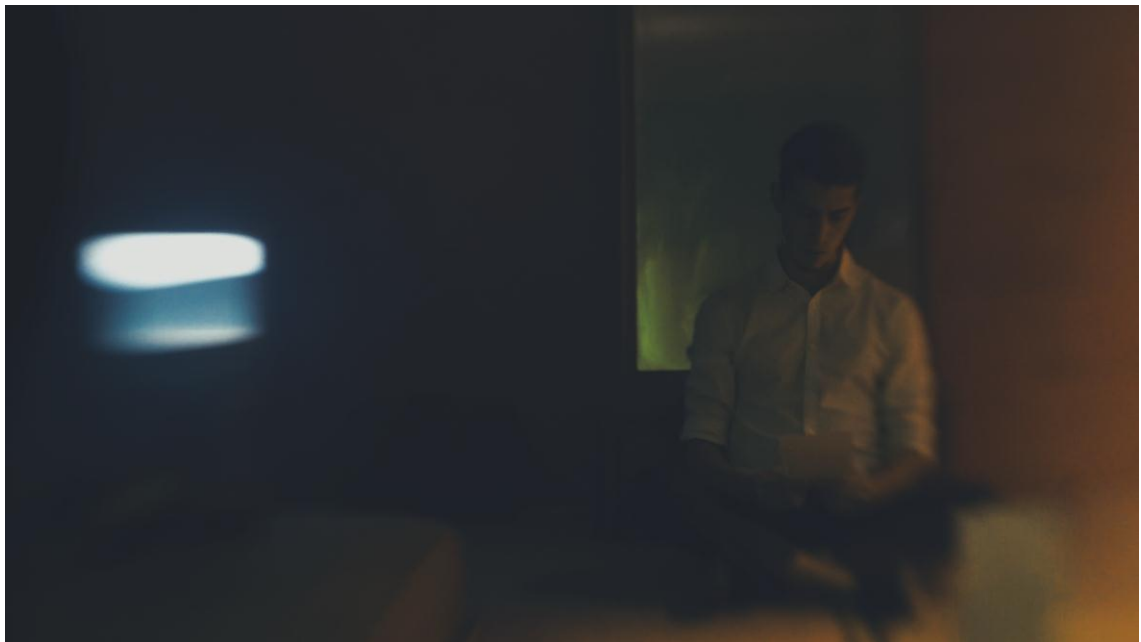


Figura 5.

Fuente: Sánchez, J. (2018). Insania 0:01:13 [Videoclip]. Ecuador: Homo Demens
Elaboración propia

3.2.3. Idea matriz:

Insania, un adolescente entra en un trance que lo conducen a encontrarse con una mujer hermosa, y una anciana que repite los mismos movimientos lo cual llevará al chico a perder la cordura.

El videoclip se presenta a través de dos habitaciones, la blanca en la cual perderá la cordura y la negra en donde transcurre su vida cotidiana, con el transcurso de la canción en la habitación blanca irán apareciendo mensajes escritos de color negro y rojo por las paredes, al final en la habitación negra podemos ver la figura de un bebé en su cuna lo que nos incitará recordar el inicio.

3.2.4. Argumento:

Una madre revisa una fotografía en su habitación mientras en otra se encuentra un bebé en cuna a quien no presta mucha atención, introduce objetos en su cartera como labial, papeles, encuentra una cadena, no sabe si colocársela, se decide por guardarla. Camina hacia la cuna de su hijo, lo levanta y se despide.

La mujer va caminando y mientras lo hace se va avejentando, realiza movimientos con sus manos entrañando la figura de su bebe, levanta las manos hacia su rostro y al bajarlas solo descende cenizas.

Su hijo con 19 años de edad, se encuentra en una habitación oscura solo con un colchón pegado a la pared fumando un cigarrillo, empieza a sentir una presencia que ya es cotidiana para él, pero esta vez es más abrumadora, trata de no pensar en esto y camina hacia el baño para lavarse la cara, levanta su mirada y ve en el espejo una sombra observándolo, no le presta atención y regresa a su cuarto.

Entra y el ambiente de la habitación es distinto, la sombra lo invita a pasar, el joven se siente frustrado, enciende otro tabaco y apega su cabeza a la pared, la sombra quiere acercarse para acariciarlo, el chico lanza el tabaco al suelo y trata de salir de la habitación de nuevo, se queda en el limbo de dos cuartos, en uno la sombra invitándolo a pasar y en otro una anciana que está en busca de comprensión y un abrazo.

El chico avanza hacia la habitación donde está la anciana, le resulta familiar se acerca cautelosamente, tiene recelo de toparla o mirarla a la cara, la mujer se levanta y trata de buscar compasión, junta sus manos como si fuera a recitar una plegaria para el chico, pero este no le presta atención, coge su mano en un intento desesperado de buscar sentimientos, el joven se enoja la suelta de inmediato y se aparta. Regresa a ver a la otra habitación, la sombra está imitando los movimientos de la vieja; se agarra su cabeza y desea gritar pero no lo consigue. Pierde la cordura.

3.2.5. Sinopsis:

Un bebé olvidado por su madre, llega a su juventud escribiendo poesía entre papeles y sombras que deambulan en su cuarto. Con el tiempo y el transcurso de la canción la cordura del chico se va perdiendo al encontrarse con la sombra en una habitación y una anciana que ansía cariño en otra.

La historia se desarrolla entre dos ambientes, el blanco en el cual pierde la cordura, con una anciana donde aparecen mensajes escritos en las paredes y el oscuro libre de todos los elementos pero acompañado de hojas escritas, y una sombra.

Tema:

Insania: Del lat. Insania. Locura (privación del juicio).

3.3. Producción

Análisis de textos

SEG	LETRA
0:00 / 0:07	Un día te das cuenta que no puedes vivir sin ella
0:00 / 0:08	cuando estás con ella piensas que dentro de un rato ella se irá
0:07 / 0:30	intro musical
0:30/0:46	segundo intro
0:46 / 0:50	Quien se va, quien se queda, quien está de regreso,
0:50 / 0:54	Quien se ató o quien se desato por un beso
0:54 / 0:57	Convirtiendo la vida en espera en receso
0:57 / 1:01	Y la misma vida, tan perdida, no te olvida ileso.
1:01 / 1:06	Tomando el teléfono y soltándolo a la vez
1:06 / 1:09	Eras la reina que despeina en el ajedrez
1:09 / 1:12	¿Quién quieres que de lo nuestro sea juez?
1:12 / 1:18	Si te desvistes y te enciendes. Cuando llegan las diez
1:18 / 1:21	Me miras, suspiras, respiras, dices ¿qué te pasa?
1:21 / 1:24	Y yo fumando, empeñado, desde la terraza
1:24 / 1:28	El silencio que nos venció nos abraza
1:28 / 1:32	Donde sea, odisea, no me siento en casa
1:32 / 1:37	Me miras, suspiras, respiras, dices ¿qué te pasa?

1:37 / 1:40	Y yo fumando, empeñado, desde la terraza
1:40 / 1:45	El silencio que nos venció nos abraza
1:45/1:48	Donde sea, odisea, no me siento en casa
1:48 / 1:51	Y permito escucharme, permito escucharte
1:51 / 1:55	Si te recito no me complico cuando callo al llamarte
1:55 / 1:59	No compito, no quisiera incomodarte
1:59 / 2:03	Ni le explico a nadie al ver tu baile, verdadero arte.
2:04 / 2:07	Esperaré, esperaré fue lo que dije
2:07 / 2:11	Me puse en traje en el viaje y a ti quien te corrige
2:11 / 2:15	El sufijo no es hijo de nadie y quien se exige
2:15 / 2:19	Si al hablarte soy solo soy yo quien se aflige
2:19 / 3:06	Trance
3:06 / 3:25	Outro

Tabla 1.

Fuente: Sumo Semblante

Elaboración propia: Secuencia de la letra canción Insania de Sumo Semblante

3.3.1. Elaboración y entrega del guion

**HOMO DEMENS FILMS
DEPARTAMENTO DE DIRECCIÓN
INSANIA – SUMO SEMBLANTE**

Guión literario

ESC 1

INT/ TARDE – NOCHE

CASA

7 seg.

Una mujer se sienta en un sofá, coge una fotografía enmarcada

ESC 2

INT/ TARDE – NOCHE

CASA

1 seg.

La madre deja la fotografía virada hacia abajo, se levanta
Tratamiento post producción, pestañea con la canción.

ESC 3

INT/ TARDE – NOCHE

CASA

13 seg.

Una señora camina por la casa en dirección a su bebé, le toca las mejillas, él esta serio,
lo levanta, lo vuelve a dejar en su cuna.

ESC 4

INT/ TARDE – NOCHE

CASA

10 seg.

La madre deambula por la casa arregla su cartera sobre la cama, en esta mete maquillaje, un labial, se coloca una pulsera en la mano derecha, se pone su bolso, regresa a ver la habitación del bebé por ultima vez y cierra la puerta despacio.

ESC 5

INT/ TARDE – NOCHE

CASA

16 seg.

Empieza a caminar por la mitad de un campo con naturaleza muerta, sus manos se van avejentando, trata de repetir los movimientos de levantar a su bebé, lleva sus manos hacia su cara y empiezan a caer cenizas

ESC 6

INT/ HABITACIÓN OSCURA

4 seg.

Vemos detalles de cenizas, y descubrimos a un Lucho fumando un cigarrillo sentado sobre una alfombra en su habitación con un colchón arrimado a la pared, tiene un papel en su mano.

Zoom out – empieza en las cenizas con el plano anterior y se abre hasta descubrir al personaje.

ESC 7

INT/ HABITACIÓN OSCURA

4 seg.

Lucho continua fumando y lee la hoja

ESC 8

INT/ HABITACIÓN OSCURA

3 seg.

Van apareciendo papeles en el suelo, 4 - 10 - 13, mira una sombra pero no le presta atención.

Disolución de papeles, grabar la habitación con y sin papeles para enmascarar

ESC 9

INT/ HABITACIÓN OSCURA

4 seg.

Lucho llega a un espejo, se lava la cara tiene ojeras en su rostro, la sombra se ve con más intensidad

1. Plano medio
2. PP Lateral

ESC 10

INT/ HABITACIÓN OSCURA

5 seg.

Regresa a su cuarto y lo ve con una iluminación distinta, mira a la silueta de una chica, que baila sobre papeles quemados

OS de Lucho

ESC 11

INT/ HABITACIÓN OSCURA

3 seg.

La silueta empieza a bailar despacio en la habitación

1. P. G sombra
2. P.M silueta

ESC 12

INT/ HABITACIÓN OSCURA

3 seg.

Lucho apoya su frente contra la pared y enciende otro cigarrillo

P.M a P. P. (Detalle frente contra la pared)

ESC 13

INT/ HABITACIÓN OSCURA

3 seg.

Lucho gira y recita las palabras hacia la sombra

1. Primer plano joven cantando
2. O.S del chico

ESC 14

INT/ HABITACIÓN OSCURA

16 seg.

La sombra trata de acercarse hacia él buscando acariciar su cabeza

1. PP rostro Lucho sombra muerde una esquina del plano

ESC 15

INT/ HABITACIÓN OSCURA

3 seg.

Bocanada de humo, bota el tabaco al suelo, camina

1. PML
2. PP Lucho

ESC 16

INT/ HABITACIÓN OSCURA – INT / HABITACIÓN BLANCA

4 seg.

Esta desorientado en busca de la salida, entra en una habitación blanca se asusta

1. PG habitación oscura
2. PP entra en habitación blanca

ESC 17

INT/ HABITACIÓN BLANCA

4 seg.

En la habitación blanca encontramos una vieja que en sus ojos busca cariño y un abrazo, está sentada sobre un taburete y no hay nada a su alrededor

1. OS Lucho. Empieza en plano general, Lucho entra a cuadro se convierte en OS
2. OS anciana
3. PP anciana

ESC 18

INT/ HABITACIÓN BLANCA

5 seg.

La anciana repite las palabras

Me miras, suspiras, respiras, dices ¿qué te pasa?

1. PM anciana
2. PP anciana

ESC 19

INT/ HABITACIÓN BLANCA

3 seg.

Lucho con cara desorientada no sabe que sucede regresa a ver a la otra habitación

1. PM Lucho
2. PP Lucho

ESC 20

INT/ HABITACIÓN BLANCA

15 seg.

Lucho ve que la sombra realiza movimientos suaves con las manos, se encuentra en la misma posición de la anciana.

1. OS Lucho
2. P.M sombra
3. P.P Lucho

ESC 21

INT/ HABITACIÓN BLANCA

3 seg.

Lucho se acerca a la anciana lentamente

1. OS anciana
2. PG.

ESC 22

INT/ HABITACIÓN BLANCA

3 seg.

La vieja se levanta

1. OS Lucho
2. PD UP pierna anciana

ESC 23

INT/ HABITACIÓN BLANCA

4 seg.

Lucho recita las palabras

Si te recito no me complico cuando callo al llamarte

1. Contrapicado PP Lucho
2. OS anciana

ESC 24

INT/ HABITACIÓN BLANCA

4 seg.

Lucho desorientado se toma de la cabeza con sus manos, la anciana lo mira esperando cariño

1. Tow shot PM
2. PD ojos de Lucho rack focus

ESC 25

INT/ HABITACIÓN BLANCA

4 seg.

Se acercan el uno al otro, se observan se reconocen como una danza, él se asusta ella busca amor

1. Two Shot PML
2. PM de cada personaje frontal
3. PP de cada personaje lateral

ESC 26

INT/ HABITACIÓN BLANCA

3 seg.

Él lo ve con miedo, ella lo mira con arrepentimiento

1. PD ojos Lucho
2. PD ojos anciana

La mirada de la anciana contrapicada

La mirada de Lucho frontal

ESC 27

INT/ HABITACIÓN BLANCA

4 seg

Lucho canta

Me puse en traje en el viaje y a ti quien te corrige

PML cámara gira a su alrededor

ESC 28

INT/ HABITACIÓN BLANCA

4 seg

Se quedan frente a frente como si se tratara de una danza

PM Los dos entran a cuadro

ESC 29

INT/ HABITACIÓN BLANCA

4 seg

Lucho afligido canta con su rostro asemeja un no y baja la mirada

1. Plano perspectiva anciana
2. PG Lateral

ESC 30

INT/ HABITACIÓN BLANCA

17 seg

Vemos a los dos desde distintos puntos de vista, la anciana trata de tocar su mano o un gesto que implique tocarlo y sentir su calor, lo hace, el joven se enfurece, no deja que lo toquen intenta salir de la habitacion pero pierde la cordura, está en medio del vacío

1. PG o PPL Lateral two shot
2. PM
3. PP
4. PG Lateral disolvencia anciana
5. Burshot

ESC 31

INT/ HABITACIÓN OSCURA

19 seg

La misma cuna de la primera habitación con el mismo bebé, iluminada cenitalmente se encuentra en la habitación negra

1. PG Picado

3.4. Presentación de la propuesta

3.4.1. Equipo humano

“INSANIA” SUMO SEMBLANTE

CANCIÓN

Letra: Sumo Semblante – Erick Alarcón

Música: Sumo Semblante

Erick Alarcón:

Voz

Jorge Miranda:

Guitarra Eléctrica

Francisco Mora :

Saxo Alto y Tenor

Francisco Jaramillo :

Batería

Matheo Quevedo:

Bajo Eléctrico

Mezcla y Master: Sumo Semblante

VIDEOCLIP

Idea original: Creative sessions

Escrito por: Jorge Sánchez

HOMO DEMENS FILMS 2018

Producción Ejecutiva:	Eduardo Sánchez – Patricia Llerena
Productor:	Jorge Sánchez
Producción de Campo:	Erika Ramos
Dirección:	Jorge Sánchez
Asistente de Dirección:	Henry Jácome
Cinematógrafo:	Stalin Rodríguez
Asistente de cámara:	Marco López
Gaffer:	Estefanía Montenegro
Diseño de producción:	Octavio Silva – Carolina Álvarez
Maquillaje:	Doménica Mena
Coreografía:	Mallory Herring - Nicole Auz
Cattering:	Margarita Puratambi
Casting:	“Lucho” Martín Noboa
	Bebé Nicolás SanPedro
	Manos Domenique Arellano
	Silueta Clau Nevado
	Anciana Ximena Vaca
Sonido:	Sumo Semblante
Edición:	Jorge Sánchez – Henry Jácome
Colorización:	Stalin Rodríguez

3.4.2. Equipo técnico

EQUIPO TÉCNICO
Cámara Sony AS7ii
Cámara Canon 7D Making of
Lentes Rokinon 35mm/50mm/ 85mm/135mm
Lente Canon 24mm-105mm / 50mm / 18mm-55mm
Lensbaby 50mm
Trípode Andoer
Máquina de Humo
Grip Arri
3 Ceferinos
4 C - Stand
3 Galletas
Luces led Ikan
Pack 4 Chimeras
Slider Manfrotto

Tabla 2.

Fuente: Departamento de producción

Elaboración propia: Equipo técnico del rodaje “Insania”

3.4.3. Presupuesto

PRESUPUESTO		
	DIARIO	TOTAL
Pre-producción		
Sesiones creativas	50,00	150,00
Dirección - Investigación		500,00
Guión		500,00

Producción		
Crew	1000,00	3000,00
Actores	150,00	450,00
Sony AS7 ii		2000,00
Kit Lentes "Rokinon"	200,00	600,00

Lensbaby 50mm	50,00	150,00
Trípode		400,00
Slider		300,00
Maquillaje		100,00
Vestuario		200,00
Dirección de arte	75,00	225,00
Grip	100,00	300,00
Máquina de humo	50,00	150,00
Transporte	50,00	150,00
Alimentación	100,00	300,00

Post producción		
Montaje		150,00
Edición		100,00
Canción masterizada		0,00
Pack de efectos humo		8,00
Efectos		50,00
Colorización		200,00

TOTAL		9983,00
--------------	--	----------------

Tabla 3.

Fuente: Departamento de producción

Elaboración propia: Presupuesto del rodaje “Insania”

El rodaje se realizó en los días 29, 30 y 31 de julio.

Se definió un día para cada locación, el primer día se rodó en exteriores y luego se movilizó a todo el equipo hacia una casa situada en el norte de Quito.

El segundo y tercer día (unilocacional) se grabó en un set elaborado para la propuesta.

PLAN DE RODAJE DÍA 1								
HORA	PLAN	Secuencia	Escena	LOCACIÓN	CASTING	CREW	ATREZO	OBSERVACIONES
05:45-6:00	Llamado a locación			URBANIZACIÓN LDU	Manos de mamá de unos 35 años	Foto-Arte-Producción-Dirección		
06:00-6:30	DESAYUNO							
06:30-7:00	Seteo	B	5	Calle				
07:00-7:15	Bloqueo	B	5					
07:15-09:30	RODAJE	B	5	Calle	Manos mamá envejecen		Avenjetado de manos	
09:30-10:14	Movilización a Locación			Evelyn				
10:14-10:45	Seteo Locación	H	31	Habitación Oscura	Bebé		Cuna-Manta	Luz cenital
10:15-10:30	BREAK							
10:30	Llamado Bebé	H	31		Bebé			
10:45-11:45	RODAJE			Habitación Oscura			Cuna-Manta	Luz cenital
11:45-12:15	Deseteo							
12:15-12:45	Movilización Locación 2			CASA SAMBO				
12:45-13:30	ALMUERZO			CASA SAMBO				
13:30-14:15	Seteo							
14:15-15:30	RODAJE		3	Habitación	Casa clase media	Manos de mamá de unos 35 años Bebé	Cuna-Manta-Pulsera	
15:30-16:30	Seteo		4	Sala	Casa clase media	Manos de mamá de unos 35 años	Papeles-Cartera-Maquillaje-Pulsera	
16:30-17:30	RODAJE		4	Sala	Casa clase media	Manos de mamá de unos 35 años	Papeles-Cartera-Maquillaje-Pulsera	
17:30-17:45	BREAK							
17:45-18:00	Seteo	A	1	Sala	Casa clase media	Manos de mamá de unos 35 años	Marco-Fotografía-Pulsera	
18:00-19:00	RODAJE	A	1	Sala	Casa clase media	Manos de mamá de unos 35 años	Marco-Fotografía-Pulsera	
			2			Manos de mamá de unos 35 años	Marco-Fotografía-Pulsera	
19:00-20:00	CENA							
20:00-21:00	TRANSPORTE RETORNO							

Tabla 4.

Fuente: Departamento de Dirección
Elaboración propia: Plan de rodaje día 1

PLAN DE RODAJE DÍA 2								
HORA	PLAN	Secuencia	Escena	LOCACIÓN	CASTING	CREW	ATREZO	OBSERVACIONES
9:30	LLAMADO					DIRECCIÓN-ARTE-FOTO-PRODUCCIÓN		
09:30-10:00	DESAYUNO							
09:30-10:30	Seteo	C	6	Habitación Oscura			Cenizas-Alfombra-Colchón-Cigarrillo	
10:00	LLAMADO ACTOR				LUCHO			
10:30-11:00	RODAJE	C	6	Habitación Oscura	Lucho		Cenizas-Alfombra-Colchón-Cigarrillo	
11:00-11:15	Seteo							
11:15-11:45	RODAJE		7		Lucho		Hojas escritas a mano-Alfombra-Colchón	
11:30	LLAMADO SOMBRA							
11:45-12:00	BREAK							
12:00-13:00	RODAJE		8		Lucho		Papeles más abundantes-Cigarrillo-Alfombra-Colchón	
					Siluetas			
13:00-14:00	ALMUERZO							
14:00-14:15	Seteo							
14:15-14:45	RODAJE	D	9	Habitación Oscura	Lucho		q	
14:45-15:30	Seteo	E	10	Habitación Oscura	Lucho		Hojas quemadas en el Piso	Cambio de iluminación
					Siluetas			
15:30-16:00	RODAJE	E	10	Habitación Oscura	Lucho		Hojas quemadas en el Piso	Cambio de iluminación
					Siluetas			
16:00-16:20	RODAJE		11		Siluetas		Hojas quemadas en el Piso-Alfombra-Colchón	
16:20-16:40	RODAJE		12		Lucho		Cigarrillo-Fósforos de madera	
16:40-17:00	RODAJE		13		Lucho		Cigarrillos	
17:00-17:20	RODAJE		14		Lucho			Cigarrillo en los dedos
					Siluetas			
17:20-17:40	BREAK							
17:40-18:00	RODAJE		15		Lucho		Cigarrillo	
18:00-20:00		F	16	Habitación Oscura	Lucho			
18:00-20:00			20	Habitación Oscura	Siluetas		Hojas quemadas en el Piso-Alfombra-Colchón	

Tabla 5.

Fuente: Departamento de Dirección
Elaboración propia: Plan de rodaje día 2.

PLAN DE RODAJE DÍA 3									
HORA	PLAN	Secuencia	Escena		LOCACIÓN	CASTING	CREW	ATREZO	OBSERVACIONES
9:30	LLAMADO				Set Oficina				
09:30-10:00	DESAYUNO						DIRECCIÓN-ARTE-FOTO-PRODUCCIÓN		
10:30-11:00	Seteo	C	16,2		Habitación Blanca			Taburete-Camisón	
11:00-11:15	RODAJE		17		Habitación E	Lucho		Camisón	
11:15-11:45	RODAJE		18			Lucho			
11:45-12:00	BREAK								
12:00-13:00	RODAJE		19			Lucho			
					Habitación E	Anciana		Taburete-Camisón anciana-Vestuario Lucho	
13:00-14:00	ALMUERZO								
14:00-14:15	Seteo							Camisón-Descalza	
14:15-14:45	RODAJE	A	20		Habitación E	Lucho		Vestuario Lucho	
14:45-15:30	Seteo	B	21		Habitación E	Lucho		Vestuarios Lucho-Anciana	
						Anciana			
15:30-16:00	RODAJE	B	21		Habitación E	Lucho		Vestuarios Lucho-Anciana	
						Anciana			
16:00-16:20	RODAJE		22		Habitación E	Anciana		Vestuarios Lucho-Anciana	
16:20-16:40	RODAJE		23		Habitación E	Lucho			
16:40-17:00	RODAJE		24-25		Habitación E	Lucho		Vestuario Lucho	
17:00-17:20	RODAJE		26		Habitación E	Lucho		Vestuarios Lucho-Anciana	
						Anciana			
17:20-17:40	BREAK								
17:40-18:00	RODAJE		27-28		Habitación E	Lucho		Vestuario Lucho	
18:00-20:00		A	29-31		Habitación E	Lucho		Vestuario Lucho	

Tabla 6.

Fuente: Departamento de Dirección
Elaboración propia: Plan de rodaje día 3

3.5. Post Producción

El video musical se viene preparando intencionalmente desde la preproducción, en donde se le da un diseño y estilo propio a través de una narrativa no lineal.

Para la realización de “Insania” se tomó de referencia dos videoclip en cuanto a la construcción de escenarios e iluminación. “Solara” de la banda estadounidense The Smashing Pumpkins (habitación clara), del video se consideró la iluminación soft y el derrame de líquido en las paredes añadiendo luces led en las esquinas que se las puede apreciar dentro del set. La segunda referencia (habitación oscura) es de la banda galesa Bullet for my Valentine con su producto audiovisual “Letting you go”, en la cual se distingue a una mujer bailando con el fondo iluminado, sin embargo el videoclip es presentado en blanco y negro lo que no será de ayuda para “Insania”.

El producto fue elaborado con las mismas bases de un cortometraje, equipo especializado para cada área, orden y horarios previstos con anterioridad, guión narrativo en donde señala la secuencia de las imágenes grabadas y el tiempo de duración de cada una, por lo que proporciono información para que el tiempo de edición sea menor.

3.5.1. Montaje y edición

Para el montaje y la edición del videoclip se utilizó el programa Adobe Premiere CC 2017, no hubo novedades o la necesidad de reusar tomas.

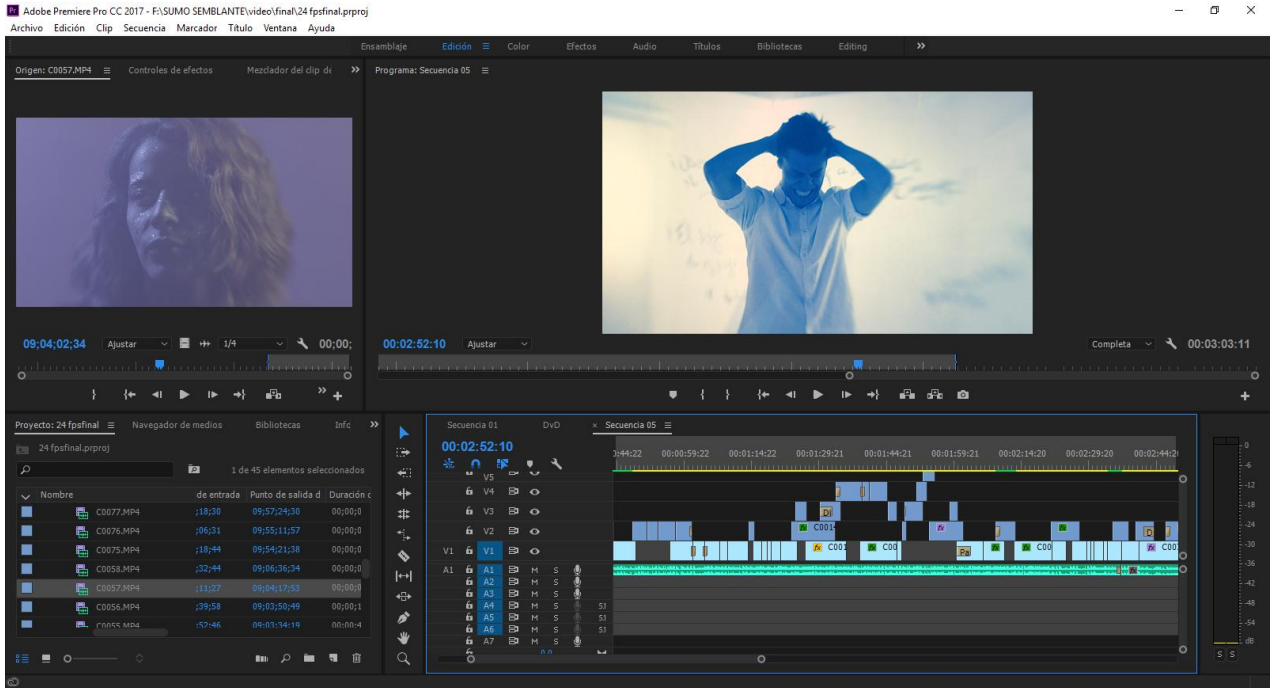


Figura 6.

Fuente: Sánchez, J. (2018). Insania 0:01:13 [Videoclip]. Ecuador: Homo Demens
Montaje y edición

3.5.2. Efectos y colorización

La máquina de humo y efectos de transición como opacidad o disolvencias son usados intencionalmente con el fin de narrar la historia de “Lucho” y llevarlo a la locura, durante el rodaje se grabó con modo de color logarítmico lo que incrementa un mayor rango dinámico capturado en las imágenes, para posteriormente en la etapa de colorización crear una armonía visual que produzca a los espectadores emociones de soledad y sentirse parte de un espacio irreal.

S-Log by Sony As7II



Color grading by DaVinci



Figura 7-8

Fuente: Sánchez, J. (2018). Insania [Videoclip]. Ecuador: Homo Demens
Colorización

3.5.3. Sincronización audio-video

Dentro del videoclip “Insania” se rodó tres escenas en las cuáles se debía sincronizar audio y video. Para grabar estas tomas se puso de fondo la canción y en el proceso de edición se borró intencionalmente el audio de la grabación sin problemas.



Figura 9.

Fuente: Sánchez, J. (2018). Insania 0:02:14 [Videoclip]. Ecuador: Homo Demens
Sincronización audio-video



Figura 10.

Fuente: Sánchez, J. (2018). Insania 0:01:55 [Videoclip]. Ecuador: Homo Demens
Sincronización audio-video

3.6. Valoración de la propuesta

Para recibir la valoración de la propuesta se realizó un Video Screening con especialistas que se encuentran dentro del medio audiovisual ecuatoriano. Luego de presentar el videoclip por dos ocasiones se emitió comentarios positivos acerca del mismo, siendo las valoraciones personales y comentarios del producto, parte de la metodología cualitativa utilizada en el proyecto.

Las acotaciones presentadas a continuación son parte de las opiniones realizadas por los participantes:

- § Los especialistas valoraron a la propuesta como un producto positivo que puede llegar a incentivar a las bandas emergentes a realizar un producto audiovisual con contenido, mas no videos lyric.
- § “El desarrollo de la historia te engancha, la madre representada en la chica es usada correctamente dentro de la escena final”
- § “El diseño de producción debió haber partido de un buen guion para lograr esos resultados”
- § “Me gusta la fotografía del videoclip, sabe cuándo utilizar cámara fija y cuando realizar movimientos, además la coreografía está muy bien lograda”

Conclusiones

- § Luego de la investigación realizada, se evidenció que en el Ecuador no existe bibliografía especializada en producción de videoclips.

- § En el análisis audiovisual de los videoclips se pudo comprobar que este género es un medio de difusión masiva y gratuita con enfoque artístico o de autor. A lo largo de los años, se han generado millones de videoclips de distintas temáticas, cada uno con un enfoque diferente y con un giro técnico y discursivo que refleja tanto la canción como la identidad del artista o del grupo.

- § Para la realización del videoclip se tomó en cuenta el ritmo de la canción, el análisis de su letra, la estética de la banda logrando complementar con diferentes técnicas de iluminación, máquina de humo, movimientos de cámara y diseño de producción para otorgar al producto un estilo propio que lo identifique y destaque de los demás piezas audiovisuales producidas cotidianamente.

- § El videoclip producido cuenta con una valoración favorable por parte de los especialistas audiovisuales que lo vieron previamente, valorando especialmente aspectos como la iluminación, el color y la psicología de los actores, definiéndolo como un aporte creativo para la comunidad de grupos “underground” en la ciudad de Quito.

Recomendaciones

- § Sería aconsejable que el mercado de los videoclips en el Ecuador deje de ser considerado como un gasto, para poder llegar a ser una inversión y según sus fines; tener contar con simpatizantes y brindar su estilo musical y visual por las plataformas de divulgación gratuitas.
- § Sería positivo realizar alianzas con las gobernaciones de las distintas partes del Ecuador para mostrar la arquitectura y belleza de sus lugares.
- § Se recomienda promover los videoclips realizados dentro del país en los medios de comunicación masiva (televisión pública), ampliando los estilos artísticos.
- § Crear una unión entre el concepto de la banda con el concepto visual para que el producto llegue al público objetivo con un mensaje claro o al subconsciente si así se desea.
- § El videoclip permite a los artistas trasladarse de un escenario nacional a uno internacional a través del uso de las plataformas de libre divulgación

Bibliografía

- § De la Torre, A (2003). *La tecnocumbia: aproximación a la música popular contemporánea en la sierra ecuatoriana*. Quito, Cuadernos Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión”.
- § Efe, (04/08/2011) MTV cumple 30 años: del ‘videoclip’ al ‘reality’. *El Mundo*. Recuperado de <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/08/02/television/1312307363.html>
- § Fierro, D. (2009). *Conociendo el videoclip. (Trabajo de pre-grado)*. Universidad de Palermo, Argentina.
- § García Jiménez, J. (1993). *Narrativa Audiovisual*. Madrid. Cátedra.
- § Gifreu, A. (2009 - 2010). *Seminario historia del videoclip*. La casa del cine. Recuperado de http://www.agifreu.com/docencia/seminario_videoclip.pdf
- § Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. (6). México D.F.: McGraw-Hill / Interamericana.
- § Illescas, M. (2014). *Industrias culturales y juventud en el sistema-mundo. El videoclip mainstream como mercancía y como reproductor de ideología (Tesis de doctorado)*. Universidad de Alicante, España.
- § Leguizamón, J. (1998). *El lenguaje del video clip*. La Plata: Universidad de la Plata.
- § Ministerio de Turismo Ecuador, (10 de marzo de 2017). *Sony Music explora locaciones para producir en Ecuador*. Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/sony-music-explora-locaciones-para-producir-en-ecuador/>
- § Molina, S. (2015) *Realización de videoclip para el tema Distorsiones de la agrupación musical Circo a Marte* (Tesis de licenciatura). Universidad Internacional SEK, Ecuador.
- § Pastor, C. (2017). *Suenan disparos. (Trabajo de fin de grado)*. Universidad de Sevilla, Sevilla.
- § Pérez, J. (2006). *El arte del video: Introducción a la historia del video experimental*. España: El Serbal.
- § Plotkin, P. (25 de julio, 2016). Lo nuevo de Radiohead: un viaje de placer al fin de los tiempos. *Rolling Stone*. Recuperado de:

<http://www.rollingstone.com.ar/1921675-lo-nuevo-de-radiohead-un-viaje-de-placer-al-fin-de-los-tiempos#top>

- § Reventós, L. (2006, 23 de julio). El videoclub del universo se llama YouTube. *El País*, 37.
- § Sedeño, A. (2002). *Lenguaje del videoclip*. Málaga: Servicio de Publicaciones e intercambio científico de la Universidad de Málaga.
- § Sedeño, A. (2003). *Realización audiovisual y creación de sentido en la música*. Universidad de Málaga, Málaga.
- § Sedeño, A. (2007). Narración y Descripción en el Videoclip Musical. *Razón y Palabra*, 12 (56).
- § Sedeño, A. (2008). El videoclip musical como formato audiovisual publicitario. *SOPCOM Comunicação e Cidadania*, Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação 6 - 8 Setembro 2007, 3.
- § Selva, D. (2012). La difusión del videoclip a través de Internet. Revista *TELOS*, 2-11. Recuperado de: <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2012020211040001&idoma=es>
- § Telemix, (20 de agosto de 2017). Ecuador es una locación gigante para videos. *Eltelégrafo*. Recuperado de: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/espectaculos/1/ecuador-es-una-locacion-gigante-para-videos>
- § Toribio, A. (2017) La dictadura del videoclip. Industria musical y sueños prefabricados, de Jon E. Illescas. *Kamchatka, revista de análisis cultura*, 10, 2-6.
- § Vernallis, C. (2004). *Experiencing Music Video*. New York: Columbia University Press.
- § Vernallis, C. (2013). *Unruly Media. YouTube, Music Video, and the New Digital* Oxford University Press: Reino Unido
- § Villanueva, E. 2011. *La narrativa audiovisual y los efectos especiales en los videoclips (Proyecto de graduación)*. Universidad de Palermo, Argentina.
- § Viñuela Suárez, E. (2009). *El videoclip en España (1980-1995): Gesto audiovisual, discurso y mercado*. Madrid: Instituto Complutense de Ciencias Musicales (ICCMU).