

“4:30 am” VIDOCLIP REVIVAL

MARIA JULIANA DAZA CABAL
WILLIAM MAURICIO CALDERÓN GÓMEZ
JAVIER IVÁN NAVAS CARDONA

Trabajo de Grado

Director, Sergio Roncallo Dow
Postdoctorado

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIOS
CHÍA
MARZO 2018

RESUMEN

El proyecto que se presenta a continuación es un videoclip musical que simboliza nuestra tesis de grado. Con dicho videoclip, pretendemos obtener un producto audiovisual de alta calidad, donde podamos demostrar todos los conocimientos que obtuvimos a lo largo de nuestras carreras. Para poder llevar a cabo el producto, realizaremos una investigación que permitirá analizar nuestro trabajo dentro del contexto de producciones audiovisuales.

Al construir este proyecto, tuvimos la oportunidad de desarrollar e inventar, pero también supimos trabajar a plenitud con los parámetros teóricos, técnicos y estéticos que deben seguirse para la realización de un producto audiovisual.

De esta manera, vimos la oportunidad de llevar a cabo la realización de un videoclip, el cual cuenta con todas las herramientas teóricas y técnicas necesarias para que el proyecto sea un producto de excelente calidad audiovisual y comercial.

Palabras claves: Videoclip, Hardcore , Elementos audiovisuales.

ABSTRACT

The project presented below is a music video that symbolizes our thesis. With such video, our intent is to create a high quality audiovisual product demonstrating all the knowledge we have gained throughout our careers. In order to carry out the product, we will conduct an investigation to analyze our work within the context of audiovisual productions.

By building this project, we had the opportunity to develop and invent, but also learned to fully apply the theoretical, technical and aesthetic parameters to be followed for the creation of an audiovisual product.

In this way, we saw the opportunity to carry out the realization of a video clip, which features all the theoretical tools and techniques necessary to make the project a product of excellent audiovisual merchantable quality.

Keywords: Music , Hardcore, audiovisual elements .

CONTENIDO

	pág.
1. INTRODUCCIÓN	7
2. OBJETIVOS	9
3. HARDCORE COMO GÉNERO	10
4. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	12
5. JUSTIFICACIÓN	15
6. LIBRO DE PRODUCCIÓN	21
6.1 EQUIPO DE TRABAJO	21
6.2 REVIVAL: EL GRUPO	22
6.3 LETRA CANCIÓN	25
6.4 STORYLINE	26
6.5 SINOPSIS	26
6.6 GUIÓN/ESCALETA	27
6.7 PROPUESTA DE DIRECCIÓN	29
6.8 PROPUESTA DE FOTOGRAFÍA	34
6.9 PROPUESTA DE MONTAJE Y COLORIZACIÓN	36
6.10 PROPUESTA DE ARTE	37
6.10.1 Maquillaje	37
6.10.2 Vestuario	38
6.11 PLAN DE TRABAJO	39

6.12 GUIÓN TÉCNICO	41
6.13 PLAN DE RODAJE	45
6.14 SCOUTING	47
6.15 CASTING	51
6.16 PRESUPUESTO	53
6.17 AUTORIZACIONES	55
BIBLIOGRAFIA	57

1. INTRODUCCIÓN

Ante todo lo aprendido durante la carrera, nació el entusiasmo de desenvolvemos laboralmente en el mundo de las producciones audiovisuales. Por este motivo, antes de finalizar nuestra experiencia universitaria, investigamos proyectos donde pudiésemos desarrollar las habilidades obtenidas durante la carrera para retornos a nosotros mismos y ver qué tanto habíamos realmente aprendido. La experiencia hace que las personas aprendan de sus errores, los vuelve mejores en lo que hacen. Queríamos enfrentarnos a un cliente, experimentar en carne propia lo que implica realizar un producto audiovisual donde no existe una nota, sino el reto de lograr la satisfacción de un cliente y del grupo que lo produjo.

Al estar en un siglo que exige tanto de los medios audiovisuales; cada día salen producciones impresionantes con obras que jamás se concibieron como posibles. En este sentido, llegamos a la conclusión que queríamos acercarnos a dichas exigencias, realizando un producto con los más altos estándares de calidad en la técnica, historia, y desarrollo. Por tanto, queríamos llevar a cabo un producto capaz de involucrar todo el trabajo implícito en la realización audiovisual. Así mismo, queríamos explorar técnicas e implementos con las que no hubiésemos tenido contacto significativo durante nuestra carrera. El sentir libertad al proponer y plantearnos ideas que nos retaran a ir más allá de lo que estaba a simple vista, es lo que estábamos buscando. Fue, quizás una ambiciosa decisión, pero sin duda alguna fue la que nos llevó a tener todo el tiempo en la cabeza que este era un proyecto serio en el que no había lugar a ‘intentos académicos’, si no a resultados profesionales.

ESCOGENCIA DEL GÉNERO Y ARTISTA

El videoclip por sus características como género, nos permitiría cumplir todas las metas que nos habíamos propuesto. Al tener definido el género comenzamos una búsqueda de artistas emergentes quienes estuvieran interesados en promocionar su música por medio de un producto audiovisual. Después de investigar lo suficiente, nos llamó la atención la banda de unos jóvenes; el género musical que ellos tocaban, era un género del Hardcore. Después de conocer al vocalista de la banda, decidimos iniciar con la elaboración del videoclip musical.

Revival es el nombre de la banda. Ellos desde hace un tiempo estuvieron interesados en producir por primera vez un videoclip musical a una de sus canciones; la canción titulada “4:30 a.m” que fue producida por un gran productor musical llamado Nick Jett, también integrante de la banda de Hardcore estadounidense “Terror”. Los integrantes de la banda estaban en busca de ese apoyo y nosotros aprovechamos la oportunidad para producir algo de calidad; se

trataba de una banda conocida dentro del gremio del género de Hardcore en Colombia, así que decidimos unir talentos. Desde el momento en que se tomó la decisión, se comenzó un proceso arduo en el que descubrimos que en este tipo de género musical las propuestas audiovisuales eran muy similares. Ante esto, junto a los integrantes de la banda, decidimos construir un producto que fuera completamente diferente a lo que se estaba acostumbrado a ver dentro del género. Nuestro fin era crear un producto donde hubiese una trama, una historia para contar, que el ojo del espectador se pudiese deleitar visualmente.

“4:30 a.m.” es un videoclip que busca resaltar la importancia de la historia en el audiovisual, que tiene cuidado de la coherencia estética y técnica, que se apropia de las alternativas de montaje, colorización y post producción que ofrece el videoclip para entregar un producto que promociona a la banda de manera única, donde sean reconocidos por un formato de video diferente, creándole un nuevo referente visual al espectador en este estilo musical. La banda Revival es una banda reconocida en su género en Colombia y maneja un sonido particular que hace que la banda se destaque dentro del género del Hardcore.

Para que haya un entendimiento más profundo en todo lo que se está desarrollando, se expondrá toda la base teórica que le da vida a nuestra tesis de grado. El fundamento teórico es clave para el desarrollo del proyecto, por esto se ofrecerá información donde se hablará sobre los procesos de preproducción, producción y postproducción del videoclip musical de “4:30 a.m”.

2. OBJETIVOS

Los objetivos nacieron desde el instante que decidimos como grupo desarrollar un producto audiovisual de alta calidad. Nosotros teníamos claro que al poner en marcha esto lograríamos sin duda poder vivir de manera genuina el proceso que es necesario para experimentar de manera palpable la producción audiovisual.

Una vez tomada la decisión en el asunto desarrollamos entre nosotros objetivos específicos que permitirían que tuviéramos una visión mucho más clara de lo que queríamos obtener con el producto y de la misma forma, facilitar la búsqueda del artista o grupo con el que llevaríamos el proceso. Al tener unas metas establecidas, sería más sencillo poder presentar nuestras ideas al cliente y entender las suyas.

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un videoclip para la canción Revival con los más altos estándares de calidad, desde lo técnico, narrativo y estético. Para que el producto pudiese ser valorado a la hora de presentarlo al cliente y cumpliendo sus expectativas, tener la oportunidad de que éste se muestre a su audiencia. A la vez, esto estará evaluándonos como desarrolladores en la producción de material que no seguirá una línea normal de lo que se acostumbra en este tipo de música. Queremos que el producto final sea visto como un aporte de innovación dentro del género.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Comprender la estética y las características más comunes que se manejan en los videos de Hardcore.

Investigar los rasgos del Videoclip, en sus diferentes estilos y tipos desde la teoría.

3. HARDCORE COMO GÉNERO

Este es un género que nace del pensamiento Straight Edge. Cuando comenzaban a surgir las reconocidas bandas de punk y de rock en la sociedad, se vio sumamente marcado el pensamiento de la autodestrucción. Los géneros musicales y bandas, buscaban cómo rebelarse en contra del sistema drogándose y emborrachándose. Ante esas cosas y cómo el comportamiento de las personas estaba decayendo cada vez más, la banda de rock liderada por Henry Rollings e Ian MacKaye quisieron romper la cadena de consumismo de drogas y alcohol al crear el movimiento que dejaba a un lado el estilo de vida que iba en contra del sistema, naciendo así el Straight Edge. Cuando nace este movimiento y de él muchos géneros como el Hardcore que cumplían el pensamiento que ser diferente significaba ser “cool” y ser “cool” significaba ser uno mismo; dejando atrás una vida de destrucción. “Los Straight Edge basan sus valores en el no consumo de cigarrillos, alcohol y drogas, otros, más estrictos, hablan de vegetarianismo, veganismo e incluso el celibato”. (Steve Lamacq, 2003)

El vocalista de Revival Jaime Diaz Anzola comentó que el ser Straight Edge implica ser más productivos y estar alerta a lo que pasa alrededor. El movimiento es más que un compromiso de estar “limpio”, es una familia, una comunidad en donde se debe hacer una declaración, esta es la base del sistema, un sistema que aporta a todo un grupo de amigos; por eso entre ellos se cuidan, se ayudan, si una banda va a presentarse en un pueblo, los mismos fans se ofrecen a recogerlos en el aeropuerto, a darles algo de comer, o a cobrar en la entrada del lugar; al final los une una misma cosa, la música.

El Straight Edge tiene como Símbolo una “X”, la cual tiene como significado el hecho de estar limpio, al ser un grupo que se cuida rechazan a todo aquel que cae en los vicios.

Los Straight Edge son constantemente amenazados por sus creencias, les han botado cervezas o yogurt como odio a sus valores. Y entonces se vuelven agresivos y salen noticias en contra del movimiento, porque el gobierno piensa que ellos van a tomarse las calles y a reclutar gente para irse en contra del sistema e imaginan a muchos niños con bates en sus manos marchando en contra de lo que no están de acuerdo.

Al ser el Straight Edge un movimiento moralista, se podría decir que el género del Hardcore se resguarda en eso. Su música y videos defienden el pensamiento de que las personas deben de ser mejores y la manera para hacerlo es alejándose de todo aquello que los auto-destruye.

Por ser un género arraigado del pensamiento Straight Edge las propuestas audiovisuales son de bajo costo. Es aquí donde se entra en discusión de que realizar un producto audiovisual de mucho dinero estaría fomentando a lo que ellos están en contra, por este motivo no se detienen en pensar en buenas historias para la realización de material audiovisual. Sin embargo, nosotros logramos con un bajo presupuesto hacer un video de alta calidad.

Este es un género que se reconoce por las voces fuertes; la técnica vocal que deben aprender los artistas de este género no es fácil. Para muchos serán solo gritos, pero para los que aman en género es un grito que cuenta la inconformidad.

La batería es esencial al igual que el bajo en este género, ya que con ellos se marca el ritmo rápido que caracteriza las canciones. Como es un género que no es armonioso por ser tan rápido, sus canciones no son muy largas. Muchas de las canciones producidas por los artistas del género son cortas comparadas a los de otros géneros musicales. Los gritos en este género no se usan porque sí, esto va más allá, los gritos son una muestra de inconformidad y al gritar las palabras es la mejor manera para hacérselo llegar a las personas de forma contundente; es como un grito de guerra.

Al tener la oportunidad de hablar y compartir una gran mayoría del tiempo con la banda Revival, nos dimos cuenta que muchas de estas bandas y las personas que la conforman son juzgadas. Cuando decimos juzgar lo decimos de manera contundente ya que la sociedad muchas veces relaciona a las bandas que expresan sus ideas mediante gritos con personas drogadictas y desquiciadas. Muchas bandas de este género de Hardcore son tildadas de cosas que no son. Nos dimos cuenta de esto al escuchar los cuentos y anécdotas del vocalista.

Jaime Diaz Anzola vocalista de la banda, declaró que la realización del producto audiovisual de la canción de su banda podría ayudar a que no solo personas del gremio del Hardcore pudiesen interesarse en este tipo de géneros. Él y su banda buscaban en este producto audiovisual un cambio no solo para ellos sino para el género como tal.

4. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Después de haber investigado minuciosamente el género y los productos audiovisuales que se han hecho alrededor de él, pudimos notar que no existe un desarrollo narrativo complejo en la producción de los videos en este género musical. Los temas tocados alrededor del Hardcore caen en su gran mayoría en darle relevancia al grupo musical; en los videos se hacen presentes los integrantes de las bandas, ellos son el eje principal del video. Esto no da espacio a que se presente una buena historia narrativa.

Las letras presentadas en este género hablan mucho sobre la sociedad, la cultura, la política, los jóvenes y el comportamiento de las personas. La gran mayoría de las letras hacen un llamado de atención a las cosas que suceden a diario y las demás personas no notan; moralismo desafiante. Cuando escuchas este género lo que más lo hace notable es el tono de voz que sus vocalistas utilizan. No es una voz armoniosa, ni fácil de entender. Las voces son gruesas y de no leerse la letra, es difícil de entender.

En la gran mayoría de videos siempre hay un vocalista masculino rodeado de los demás integrantes de la banda. El vocalista es el integrante al que más importancia se le da en los videos; como pasa con la gran mayoría de las producciones audiovisuales de los videoclips producidos en otros géneros.

En las canciones se tratan temas moralistas y optimistas reflejando que siempre hay un estilo de vida mejor del que se tiene; sin caer en el consumo de drogas ni burlarse de los sentimientos de los demás. Por esto vemos que en los videos hay más imágenes de los integrantes de la banda de lo que se habla. Ellos buscan que las personas puedan indagar más en las palabras que dicen.

El fin último del Hardcore es transmitir un mensaje positivo, abrir los ojos de las personas que se han cegado por todo lo que sucede en el día a día en una sociedad que para los artistas de este género está corrompida.

En un país como Colombia, donde su historia se ha visto tan marcada por las drogas y violencia, el género no es muy popular. Es cierto que cada clase de género tiene su público, sin embargo, el de este es pequeño. El mensaje que dan las canciones de este género, buscan que ante ellas se produzca un cambio en la sociedad. A través de esta música se busca que el pensamiento conformista desaparezca, animando a los jóvenes; a los que tienen el futuro por delante, puedan realizar un cambio notorio para ellos y los demás.

Aunque no es un género que tiene muchos seguidores en Colombia, y su música no es la que se escuche a menudo en las emisoras, los pocos seguidores que sí

tiene son más muy fieles. Por esto y porque es un género que tiene letra rica en contenido; buscando un cambio positivo, se llega a la conclusión de darle vida a "4:30" a.m con una propuesta visual completamente diferente, donde se busca darle un peso grande a las imágenes e historia detrás de la letra en una escala cinematográfica.

Creo que más que abrir los ojos sobre algunos problemas (ya que esto sería demasiado arrogante de nuestra parte) la idea es expresar lo que pensamos y sentimos sobre cualquier tema a tratar.

El objetivo de este videoclip musical es poder traer a la vida un producto audiovisual que sea muy nutrido audiovisualmente, donde haya una historia por contar y no se le dé prioridad a la banda si no a la actriz que con solo gestos y miradas; sin ningún tipo de diálogo pueda contar la historia detrás de la letra de la canción de Revival, la banda. A su vez, buscamos que el producto tenga un toque cinematográfico; con imágenes limpias e iluminación natural.

Queremos que la letra de la canción se enriquezca con una historia particular y se le dé el valor que busca la banda al hacer el videoclip musical, rompiendo los estereotipos de los videos musicales que se acostumbran en el género. El impacto de esta letra debe ir de la mano con la producción audiovisual.

La letra de esta canción hace una crítica hacia cómo las escuelas retienen los pensamientos de los más pequeños. Hay un duelo de pensamientos que se refiere a cómo la academia no deja a los jóvenes vivir. Donde el colegio es una burbuja que los retiene de percatarse de la realidad.

Por este motivo, nuestro personaje principal es una chica que nos muestra sus pensamientos, sus sentimientos, y cómo se comporta dentro de un recinto académico, pero también nos muestra el otro lado, quién es ella realmente al salir de la institución. Por esto hacemos cortes intentando mostrar dos estilos de vida diferentes dentro de un mismo mundo. Ella dentro de la escuela y su otro yo cuando se libera de las ataduras que les imponen a todos los estudiantes dentro de una escuela. La línea entre la inocencia y la rebeldía es el eje del video.

El estilo que se quiso mostrar dentro de este video fue uno que no fuera manipulado. La naturalidad para poder darle la inocencia fue clave. De haber manipulado su rostro con maquillaje pesado no nos hubiese dado el personaje que construimos.

El vestuario aunque fue pensado, tampoco fue transformado. Quisimos vestirla con lo que ella se sentía a gusto, que fuera ella en todo su esplendor. Como personaje estuvimos en la búsqueda de una niña con expresión rebelde pero a la vez inocente. Nuestra actriz reflejaba eso.

Los planos y movimientos de cámara fueron pensados minuciosamente para darle el toque cinematográfico que buscábamos. Con planos cerrados y movimientos marcados logramos visualmente lo que queríamos. Uno de los factores clave para darle la línea inocente y rebelde al personaje fue sin duda la iluminación natural con la que contamos. Los rayos del sol y como estos pegaban sobre el rostro de nuestra actriz jugaron un rol de gran importancia para que naciera el personaje que vivió dentro del video de “4:30 a.m.”

Al no caer en movimientos bruscos de cámara, a pesar del ritmo de la canción, logramos un producto audiovisual que rompe con todo lo tradicional que se acostumbra dentro del género del Hardcore.

En conclusión, con este proyecto buscamos crear un producto nuevo dentro de un género que se conoce por manejar otro tipo de lineamientos al producirse. El alejarnos de los integrantes de la banda y darle ritmo a la canción con el uso adecuado de las imágenes e iluminación nos hizo acercarnos a lo que puede catalogarse como un producto que tiene muchos elementos cinematográficos.

5. JUSTIFICACIÓN

El entretenimiento ha impactado tan hostilmente en el marco social de hoy que la mecánica de su consumo ha determinado cómo funcionan los medios que existen hoy en día. Hoy las personas buscan estimular los sentidos por medio de ideas innovadoras. Las buenas ideas aumentan los niveles de consumo de un producto y/o servicio. Ante esto nace un estilo diferente de vender esas grandes ideas, nace el género audiovisual más impactante de todos, el videoclip.

Para poder seguir hablando del videoclip es importante hablar sobre su nacimiento, y de esta manera entender lo que este género audiovisual buscó en sus inicios, dándole espacio años después a lo que hoy en día es el videoclip. El autor Andrew Goodwin habla sobre cómo el videoclip musical surge cuando aparece el género pop. Mundy, otro autor, habla sobre cómo el surgimiento del cine influye en el surgimiento del mismo. Es claro que paralelo a la aparición de los géneros anteriormente mencionados, también se presentaron teorías en las que los géneros televisivos son los que realmente dan el paso para el nacimiento de este. (Viñuela Suárez, 2009).

Primero pensemos en cómo se percibe el videoclip. Desde varios puntos de vista, se podrá tener una noción más clara de lo que es en sí y así el producto final se entenderá con mayor facilidad; siendo el proyecto final un videoclip hecho por nosotros. El videoclip, desde varias percepciones podría constituirse como una variación entre lo que conocemos como un videoregistro de una presentación que se lleva a cabo frente a otras personas, o lo que (Wolfe, 1983) citado por Peverini (2004, 25) llama videoclips conceptuales, aquellas piezas que proponen historias cortas.

Pero más allá de solo registrar historias cortas, en este tipo de producto audiovisual prevalece el mostrar sobre el narrar y un sonido que acompaña; se entrelaza el punto de la narratividad, la imagen y el sonido. Teniendo estas cosas en cuenta uno comienza a indagar sobre los diferentes tipos de videoclips que existen y sus clasificaciones.

Los diferentes tipos de videoclips que existen en el mundo audiovisual son 3; los uno lo que habíamos mencionado anteriormente, una narratividad, imagen y sonido. Esto acompañado de una serie de elementos que se conocerán a continuación:

Dow (2016) en su artículo de investigación “La estética de los videoclips: propuesta metodológica para la caracterización de los productos audiovisuales musicales*” nos explica de manera detallada en qué consisten los tipos de

videoclips musicales con los que contamos en la actualidad y lo que caracteriza a cada uno:

1. Videorregistros (*live performance*): la sinestesia aquí podría definirse como armónica, pues hay una clara correspondencia entre imagen y sonido. El videoclip presenta a un artista interpretando “en vivo” la canción y en esa medida imagen y sonido forman un todo coherente y organizado: hay una clara totalidad audiovisual que remite inmediatamente a la idea de armonía. Sin duda esta es la forma más sencilla de pensar un videoclip.

2. Videoclips narrativos: la presencia de una historia hace un poco más dispendioso el análisis en este tipo de videoclips. La historia puede representar o no el texto de la canción. Podría decirse que se puede pensar en un contrapunto cuando la historia (narrada en imágenes) y la lírica transitan por sendas diversas, cuando asistimos a una yuxtaposición de dos narraciones diferentes; la armonía tendría lugar en el caso contrario cuando el videoclip pone en escena lo que la lírica cuenta.

3. Videoclips no narrativos: lo primero que puede decirse a propósito de este tipo de videoclips es que ante la no presencia de una historia, es impensable una armonía entre narración visual y lírica. Desde esta perspectiva, en el videoclip no narrativo primaría el contrapunto que se toma aquí como un flujo de imagen y sonido independiente del texto sonoro (Torres y García 1997, 50). No obstante, los videoclips de esta categoría presentan en muchos casos tomas del artista que interpreta la canción. En estos casos, se podría hablar de *instancias armónicas*: armonía audiovisual entre la imagen del intérprete y el sonido.

Teniendo claro los tipos de videoclips musicales que existen, podemos retomar el tema sobre su nacimiento.

Cuando el consumismo estaba buscando un medio donde podrían vender grandes ideas en productos y/o servicios. Podemos estar completamente seguros que el mundo siempre había estado pendiente de descubrir maneras inusuales de estimular los sentidos. Esto se hacía mediante ideas; aquellas que se convierten en más que algo imaginario, aquellas que se transforman en cosas palpables, tan palpables que aumentaban los niveles de consumo con el producto y/o servicio que se buscaba vender. En este punto, nace el videoclip.

En el artículo “Algo Visual sobre una Canción” del autor Oswaldo Osorio (2006), se resalta que el género del videoclip es utilizado al servicio de una canción para que se pueda desplegar mejor entre los espectadores, además de brindarle al artista

una firma en su estilo y lo que él desea mostrarle al público, esto por un lado. Por otro, busca venderle una idea al espectador con el fin de que tome una posición frente a lo que está visualizando.

El videoclip musical demuestra que está más allá de ser un servicio utilizado por las industrias musicales, ya que los productos que se crearon en el pasado y los que se producen hoy en día logran estimular a las personas de manera nunca antes vista; el videoclip ha logrado un cambio dentro de las culturas. Lo que está a simple vista no es lo que parece. En la presentación de un videoclip, se quieren mostrar diferentes estilos de pensamiento que pueden ser comprendidos en diferentes contextos sociales, lo que hace que este medio audiovisual sea imposible de clasificar bajo estándares impuestos.

Teniendo esto en cuenta, es correcto decir que el género publicitario más grande: el videoclip, es lo que mejor define a la sociedad de hoy; está en una constante evolución, en la búsqueda de nuevas cosas, de nuevas sensaciones, haciendo que lo que parece irreal se convierta en realidad.

Por otro lado, no se puede obviar el fin para el que fue creado este género audiovisual, género que describe el modelo económico de lo que se conocen como las grandes industrias del entretenimiento, que establecen cómo se debe consumir un servicio y/o producto alrededor del mundo.

Para que este género audiovisual pudiese llegar a tal punto fue necesario que se nutriera de géneros tales como el cine y la televisión, pero más importante, la experimentación. Esto ha hecho que el videoclip se convierta en el punto en el que convergen y coexisten el lenguaje cinematográfico, televisivo, audiovisual experimental, entre otros (Osorio, 2006).

La experimentación toma uno de los papeles más importantes dentro de este género ya que se descubren nuevas formas de atraer a la gente. Es importante decir que mediante la experimentación de este género se le ha permitido a los realizadores de este tipo de productos evolucionar más allá, aprendiendo técnicas innovadoras que solo experimentando se pueden adquirir.

Ante lo mencionado anteriormente, es correcto afirmar que el videoclip es el género audiovisual más efectivo. Es cierto que su productividad a nivel publicitario es sorprendente y su efectividad es indiscutible, pero más allá de ser un instrumento, no se puede dejar a un lado el porqué de su éxito. Este género ha logrado avanzar en todo sentido hasta llegar a lo que se conoce como videoclip hoy en día, no se ha reducido a solo intentar promocionar una canción, un álbum o un artista, sino a construir en el universo de la música un lugar donde vivir, donde solo se puede llegar a él adueñándose de un estilo de vida particular, diferente,

que solo se puede calificar a través de la compra de productos y/o servicios que hacen que las identidades sean únicas.

En esta época, se toma más en cuenta el universo en el que se mueve el artista. Esto es lo que permite en últimas estimular el consumo de los productos. En el mundo artístico, la forma más simple de llegar al público es la venta directa del arte en cuestión. La música y todos los derivados que salen de esta. Para vender de manera correcta, se deben vender como un estilo de vida donde se le dé la posibilidad a las personas de adquirir un producto, haciéndolos partícipes de un grupo que no pertenecen los demás. Se debe crear una necesidad, de esta manera se estará atrayendo de manera positiva a las personas.

La manera más efectiva de crearles esa necesidad, es adentrándolos a un mundo específico. El mundo que más impacta a las personas es sin duda el de la imagen, ya que todo entra por los ojos. Nuestra sociedad hoy en día es visual, el impacto hacía cualquier tipo de cosa nace desde la vista. Cuando el ojo comprende algo esto se va extendiendo por los demás sentidos que yacen en el cuerpo.

Según (Domínguez, 2011) el formato del videoclip ofrece desarrollar productos 'alternos' que le permiten al consumidor sentirse parte del universo que previamente se ha configurado y se le ha vendido. El consumidor de hoy no es pasivo; se ha convertido en productor. Este se apropia de la narrativa, la estética y todo aquello que complementa un videoclip.

Es un hecho indiscutible que al ofrecer una experiencia visual, se alteran los demás sentidos. Un excelente ejemplo de esto, es cuando una persona está inmersa en el mundo del artista o la canción. Cuando esa persona vive ahí es natural que siga consumiendo de aquellos productos que lo hicieron adentrarse en ese mundo. Esta es la única manera de poder seguir participando en ese universo. Es por esto que el videoclip musical es de tanta importancia, por esto es uno de los géneros audiovisuales más eficaces.

El videoclip aparenta ante los ojos de los demás y los medios de comunicación ser un producto simple, pero que en realidad se ha tornado en un objeto cultural de suma importancia. Este medio les ofrece a las personas no solo promocionarse, también, a ver mucho más allá de lo que está a simple vista. La realización de un producto audiovisual como el videoclip permite por su naturaleza estética y técnica que podamos evolucionar creativamente para poder lograr un producto de alta calidad; brindándonos la posibilidad de crecer en todos los aspectos que tiene por ofrecer la producción audiovisual.

Entendiendo a profundidad cómo los videoclips se clasifican, cómo este producto audiovisual ha impactado en el marco publicitario y en el mundo, no podemos

dejar de lado otra cosa fundamental, de hecho un condicionante del mismo, la fragmentación.

La palabra fragmento está condicionada a la existencia de un todo que se ha visto descompuesto en varias partes, pero desde un videoclip se le conoce como las partes que conforman una multiplicidad. Es un tomar de aquí y allá, el arrancar para poder reutilizarse en un copy-paste visual. McAllister, citado García Canclini (1989, 285), refiere los videoclips como la estética del parpadeo. En ese sentido se entiende como lugares de la sucesión rápida, interrumpida y fugaz de las imágenes. Los parpadeos de las imágenes equivaldrían a un fragmento y entendiendo eso, los videoclips serían un desencadenado y frenético continuum de imágenes montadas sobre un texto sonoro. Esto sin duda es una cosa que caracteriza al videoclip.

Ya conocíamos los tipos de videoclips, pero indagando en la fragmentación y lo importante que es dentro de las características del videoclip, tenemos que profundizar en los diversos tipos de fragmentación que existen dentro de los videoclips. Goodwin (1992, 160-166) propone seis categorías para los videoclips.

1. Crítica social (*social criticism*): videoclips en los que se ponen de manifiesto las diversas formas de conflicto social. Desde la guerra hasta política y las luchas de las minorías oprimidas. Un par de ejemplos que ilustran esta categoría son *One* (Salomón y Pope 1989) de Metallica y *People of the Sun* (Christopherson 1996) de Rage Against the Machine.
2. Promoción (*promotion*): aquí se incluirían los videoclips destinados a promocionar películas que incluyen parte de sus textos y que no pueden ser calificados como pastiche, ya que lo común en este tipo de clips es la inclusión de imágenes que son desconocidas para los espectadores (punto bastante obvio si se piensa que promocionan las películas que aún no han sido estrenadas). Recordaremos solo uno de los ejemplos que da Goodwin: *Batdance* (Magnoli 1989), de Prince, que promocionaba la película *Batman* (1989) dirigida por Tim Burton.
3. Parodia autorreflexiva (*self-reflexive parody*): videoclips, cuya estructura textual es una parodia del videoclip mismo. Estas parodias van desde el humor mordaz y crítico de un clip como *Money for Nothing* (Barron 1985), de Dire Straits, a la burla o mofa de muchos de los clips de "Weird Al" Yankovic.
4. Parodia (*parody*): videoclips en los que se parodia o imita un texto diverso, como un noticiero. Goodwin da como ejemplo *Bad News Beat* (1986), de Neil Young.

5. Pastiche: videoclips hechos a partir del reensamblaje de piezas preexistentes que abarcan las fuentes y los géneros más diversos. Algunos ejemplos son *Radio Ga Ga* (Mallet 1983), de Queen, que retoma imágenes de *Metrópolis* (1937), de Fritz Lang, o *The Ultimate Sin* (Morahan 1986), de Ozzy Osbourne, que retoma imágenes de la serie de televisión *Dallas* (1978).

6. Homenaje (*homage*): videoclips que rinden tributo a un director, una serie de TV o a cualquier tipo de manifestación cultural. Un ejemplo clásico: Def Leppard rinde un tributo a la cultura rock de fines de la década de 1970 y al fútbol (Manchester United ganando al Liverpool la FA Cup en 1977) en *Rocket* (Dick 1988).

El videoclip y sus categorías sin duda permiten conocer la complejidad que tiene. Tendiendo un conocimiento extenso de lo que es el videoclip desde su nacimiento, sus categorías y características podemos afirmar que nuestro videoclip es un narrativo, este cuenta una historia, una que se narra en imágenes y la lírica se escucha mientras corre cada imagen.

Desde la categoría de la fragmentación, que es sucesión rápida, interrumpida y fugaz de las imágenes, hemos localizado a nuestro videoclip dentro del tipo de crítica social (*social criticism*). Esto lo hemos hallamos por las líricas y el género musical.

El Hardcore como un género tiene ideales, se crítica a la sociedad, manifiestan diversas formas de conflicto social; desde guerra, política, economía y sociedad. Hablan muchas veces por las minorías oprimidas. La lírica de nuestro producto habla sobre la crítica de la educación, las imágenes complementan lo que quiere expresar la canción. Por tal razón cabe perfecto dentro de este tipo de fragmentación.

6. LIBRO DE PRODUCCIÓN

6.1 EQUIPO DE TRABAJO

CARGO	NOMBRE	CÉDULA	TELÉFONOS	CORREO ELECTRÓNICO
DIRECTOR	Mauricio Calderón	1.019.040.926	300 389 6929	maurocalderonvisual@gmail.com
ASISTENTE DE DIRECCIÓN	Jaime Díaz Anzola	1.018.407.966	318 391 9469	jaimediazanzola@gmail.com
PRODUCTOR	Juliana Daza	1.020.744.209	300 529 7799	julidaza58@gmail.com
FOTOGRAFÍA	Javier Navas	1.019.048.426	320 305 4033	javiernaca@gmail.com
DIRECTOR DE ARTE	Andrea De Ávila	1.136.855.569	3165380462	adeatorres@gmail.com
PERSONAJES	NOMBRE	CÉDULA	TELÉFONOS	CORREO ELECTRÓNICO
NIÑA	Laura Carvajal	1.020.822.730	313 430 9080	lalacarvajal97@hotmail.com

6.2 REVIVAL: EL GRUPO



Figura 1. Después de todo. Juan Ramirez (2015).

Revival es una banda conformada por 5 integrantes: Jaime Díaz Anzola (Tute) vocalista, Oscar Ospina, batería, Nicolai Camargo, bajo, Kristian Gonzales (Iki) primera guitarra y Madhavendra Puri Das segunda guitarra.

Estos 5 muchachos desde su infancia fueron fieles seguidores de las bandas de los años 80's del genero Hardcore; estilo de música que se rige por la forma de vida conocida como Straight Edge. El Hardcore es un género que a diferencia de muchos otros como el Punk o el Hardcore es optimista y tiene un punto de vista

moralista donde hay una preocupación por la hermandad y los valores de una comunidad.



Figura 2. Revival Bogotá Straight Edge. Juan Ramirez (2016).

Las bandas que inspiraron a los chicos de Revival fueron bandas americanas como Bold, Chain of the Strength, y Cro-Mags; todas estas estas bandas tenían algo que las unía, seguían un estilo de vida conocido como el Straight Edge.

El Straight Edge según Jaime Diaz, vocalista de la banda es “un estilo de vida adoptado por las personas que tienen una posición específica ante una situación”; las personas que siguen este estilo de vida optan por no consumir drogas y alcohol; esta fue la vida que los chicos de Revival adoptaron para darle nacimiento a la banda.



Figura 3. Revival. Juan Ramirez (2016).

La banda Revival no predica el Straight Edge, cada uno de sus integrantes respeta como las personas en la sociedad quieran llevar su vida. Los integrantes de la banda creen profundamente que la gente en la sociedad es buena, que hay que darles una oportunidad. Por este motivo, las líricas de sus canciones hablan sobre los problemas sociales que ellos han avistado como integrantes de la sociedad.

Como banda tienen una voz, con esto ellos buscan de manera pacífica exponer los problemas a través de sus canciones rigiéndose por el pensamiento Straight Edge; estilo de vida que le da un gran peso a la banda y a lo que ellos ven como un todo.

6.3 LETRA CANCIÓN

4:30 am

Escrita por: Jaime Díaz Anzola.

Producida por: Nick Jett. (Terror)

*Yo sé que tú,
no escogiste estar acá,
pasando tantos días de tú vida obedeciendo,
viendo la vida pasar.*

*Allá afuera está el mundo que sigue sin ti,
sin mí,
sin ninguno de los que siempre estamos en este lugar.
Ha pasado mucho tiempo desde que alguien pregunta:
¿cómo quieres vivir?
¿qué llena tu corazón?
¿qué te hace vivir?
¿qué llena tu corazón?*

*Algún día yo sé que tendremos el chance,
algún día yo sé que podremos lograr un nuevo camino,
un nuevo comienzo un cambio de ideas,
de mentalidad.*

*Y a pesar que no sé si todo será mejor,
yo espero que la vida no nos deje olvidar lo difícil que es ser joven,
lo importante que fue ver juntos la vida pasar.*

6.4 STORYLINE

Una niña se debate entre querer estudiar en el colegio o vivir una vida de aventuras fuera del colegio.

6.5 SINOPSIS

Una joven colegiala aburrida por la rutina y del día a día del colegio se arriesga a perder un día de clase para adentrarse en una aventura completamente nueva para ella. Su aventura inicia en el centro de Bogotá, donde aprenderá y se dará cuenta de la ciudad en la que vive y lo que ésta tiene por ofrecerle.

6.6 GUIÓN/ESCALETA

Escena 1/Ext, Bogotá/Día

Vemos una habitación oscura, solo el reloj alumbra, todo lo demás está oscuro. El reloj apunta las 4:30 a.m. y el despertador empieza a sonar fuerte, vemos un brazo que se atraviesa y el sonido para.

Escena 2/Ext, Bogotá/Día

Aparece una ciudad grande que se pierde en el horizonte, después empezamos a ver sus edificios, sus casas y sus calles llenas de gente y carros.

Escena 3/Ext, Torres del parque/Día

Vemos una niña sentada en un paradero de bus con su maleta en sus piernas y el pelo mojado.

Escena 4/Interior, Bus/Día

La niña está sentada en un bus con su cara contra la ventana, mirando lo que está pasando en el exterior.

Escena 5/Ext, Torres del parque/Día

Después de estar un rato sentada en el paradero, la niña abre su maleta y saca una chaqueta de cuero y un gorro negro, se los pone y mira hacia todos los lados buscando que nadie la esté viendo. Comienza a caminar.

Escena 6/Ext, Parque planetario/Día

Vemos a la niña caminando por un parque donde hay gente sentada en el pasto con sus parejas o amigos fumando cigarrillo, gente hablando por celular y gente comiendo en la calle.

Escena 7/Interior, Salón de clases/Día

En un salón de clase vemos a la niña sentada con la mano en la cara intentando prestar atención pero no para de mirar hacia la ventana.

Escena 8/Ext, Teatro Romano/Día

Después de caminar un rato por el parque, se encuentra con un teatro Romano, va a la tarima y empieza a hacer una interpretación para su público imaginario.

Escena 9/Ext, Planetario/Día

(A) Después de jugar un rato, la niña sigue su recorrido, hacia una pequeña parada para comprar algo de fruta en un carrito de un vendedor ambulante. (B) continúa con su aventura.

Escena 10/Interior, Salón de clases/Día

De nuevo en el salón, la niña ya está cerrando su cuaderno y alistándose para salir a descanso, vemos que en su cara hay una gran sonrisa.

Escena 11/Ext, Centro de Bogotá 7ma/Día

Mientras la niña continua su aventura, va comiendo fruta y va observando todo lo que está pasando a su alrededor.

Escena 12/Ext, San Victorino/Día

Después de caminar un rato llega a unas casetas en el centro; venden libros. La niña hace una pausa y entra en una de las casetas, se encuentra con el vendedor de libros y comienza a ver los libros que hay. Después de mirar por un momento los libros, saca uno de ellos, lo observa más detalladamente, le entrega un dinero al señor y se va.

Escena 13/Ext, Patio colegio/Día

La niña sale corriendo y llega a un lugar del colegio donde hay un paisaje hermoso, tira la maleta en el pasto y se sienta, saca un cuaderno de su maleta y empieza a escribir en él.

Escena 14/Ext, Plaza San Victorino/Día

Vemos a la niña y llega a una plaza grande donde hay mucha gente y mucho comercio alrededor.

Escena 15/Ext, Paisaje grande/Día

Deja el cuaderno a un lado en el pasto con el lápiz encima, y se queda viendo al horizonte durante un largo rato.

6.7 PROPUESTA DE DIRECCIÓN

Lo que queremos con este videoclip es trabajar sobre la idea principal de (Mostrar todo lo que un niño podría hacer en un día sin ir al colegio). Esto nos dará la línea narrativa del videoclip. La idea sobre la cual la canción se escribió es una crítica hacia el tiempo, la pérdida de momentos y aventuras mientras estás en el colegio.

En el colegio muchas veces se les enseña a los niños cosas que no van a necesitar en el día de mañana, estas cosas son impuestas, al ser impuestas hace que el colegio sea un tipo de dictadura, donde los niños no tienen la libertad de elegir lo que quieren realmente aprender para sus vidas. El colegio es un espacio que impone barreras, lo que no permite que se pueda ver y conocer todo lo que el mundo tiene por ofrecer; vivir el mundo es la mejor escuela para volverse una persona integral.

La niña es el recuerdo que todos tenemos de esa niña que vimos muchas veces en el salón de clase, aquella que se sentaba en el fondo del salón, esa niña que intentaba siempre pasar desapercibida, a la que estaban molestando los demás niños del salón; al final, en el fondo, todos los niños quieren ser como ella. Esta niña era la típica niña rebelde, la que cree que está por encima del mundo, aquella que siempre hacía lo que quería. Por esto toma la decisión de apartar el mundo del colegio de su vida para emprender una nueva experiencia, vivir su vida en aquel mundo que desconoce.



The professional. (1994). [Película] Francia: Luc Besson.

Desde una postura neorrealista, queremos retratar la ciudad en la que la niña vive de la manera más natural y real posible, acomodando todo lo que ella nos puede dar para crear nuestra narración.

Lo que se quiere hacer visualmente es utilizar a la niña como un puente entre el mundo exterior (la ciudad) y el mundo interior (el colegio). Tomamos como referencia producciones como Vittorio De Sica en *“Umberto D”* (1952) y *Ladrón de Bicicletas*.



Ladri di biciclette. (1948). [Película] Italia: Vittorio De Sica.



Umberto D. (1952). [Película] Italia: Vittorio De Sica.

En el mundo interior (el colegio) la niña va a estar siempre aburrida, ella estará mirando al exterior, hacia las ventanas, ya que ella anhela estar en el mundo exterior (la ciudad), viviendo nuevas experiencias, experimentando lo que es la vida al estar fuera de cuatro paredes. Ella quiere apartarse una rutina impuesta en donde sus días son monótonos y aburridos; este tipo de discurso se puede ver en "*La sociedad de los poetas muertos*" de Peter Weir (1989), una película donde los personajes son jóvenes y buscan por encima de todo vivir la vida al máximo, lo que llaman "*Carpe Diem*".



Dead Poets Society. (1989). [Película] USA: Peter Weir

En el mundo exterior queremos retratar la ciudad como se hace en el neorrealismo italiano y en formato documental. Tomamos el neorrealismo italiano como un gran referente para esta propuesta ya que fue una corriente cinematográfica marcada por el signo del fascismo, es decir, por la censura. En su época el arte cinematográfico no tenía permitido mostrar la realidad de lo que estaba viviendo la sociedad; la delincuencia y la pobreza.

Dentro de toda la miseria que vivía Italia solo se quería dar la imagen de una nación intachable y perfecta. Este movimiento cinematográfico nació como una “reacción declarada a todo lo que estaba viviendo una nación, una protesta al régimen fascista del presente Italiano Mussolini y todo lo que sufrió Italia desde 1922 a 1945”. (Domínguez, 2004 p.1).

Teniendo claro cómo nace este movimiento y cómo surgió, nosotros queremos retratar la ciudad en esencia, tal y como es, cómo la vemos nosotros, sin intervenirla, sin cambiarla, mostrar de una manera genuina todo lo que hace que la ciudad tenga una esencia. El personaje se introducirá en ese mundo que también es desconocido para ella y lo explorará sin miedo, así en el fondo sienta esa emoción. Para tener una idea clara, usamos de referencia la película de Víctor Gaviria en “Rodrigo D: No futuro” (1990). En esta producción se muestra la Medellín de la época, una ciudad sin escrúpulos, una ciudad inmersa en la violencia que se define tal y como es, no se aparta de su esencia.



Rodrigo D: No futuro. (1990). [Película] Colombia: Víctor Gaviria.

Con este paralelo entre dos mundos, lograremos hacer una comparación entre esa niña que está apegada a las reglas que se le han impuesto; reglas que la aburren y no le permiten conocer el mundo que está afuera de la burbuja. Esta niña es aquella que asiste a un institución educativa, la que lleva a cabo todas las cosas que se le dictan y que debe hacer, pero a la misma vez, es esa figura joven que busca romper lo común, es una niña rebelde que está buscando la manera de apartarse y salir de un encierro que la sociedad le impone a los jóvenes de su edad; ella busca desesperadamente vivir nuevas experiencias. Buscamos el contraste de una niña que siga las reglas y aquella que las rompe. La protagonista es consiente que es un mundo inmenso, desconocido, sin embargo, está dispuesta a arriesgarse, quiere sumergirse en él y vivirlo con todo lo bueno y lo malo que puede traer.



Bon Iver - Holocene (2012). [Videoclip] USA: NABIL.

6.8 PROPUESTA DE FOTOGRAFÍA

La propuesta de fotografía para este videoclip se realizará en el acercamiento que le daremos al neorrealismo italiano y el documental. Teniendo como base estos dos estilos, contaremos la historia utilizando planos característicos de los mismos. Para esto se utilizarán planos amplios mostrando la ciudad, a la vez se mostrará un personaje, pero se hará énfasis en planos detalles para resaltar esa realidad, o apoyar más a la aventura y darle más movimiento al videoclip. Para los planos finales queremos algo más contemplativo y cinematográfico. La idea es terminar el videoclip como una postal.



Chocó (2012). [Film] Colombia: Jhonny Hendrix Hinestroza.

Para este videoclip se tiene pensado manejar en su mayoría planos amplios, generales, bustos y algunos detalle, esto lo tenemos pensado así ya que es importante mostrar la ciudad, ya que ella también es un personaje, los otros planos se utilizaran más como un recurso narrativo para resaltar más la ciudad; esto está llevado de la mano con lo que hace la niña. También se tiene pensado hacer planos subjetivos para seguir reforzando y metiendo más al personaje y en eso que está viviendo la ciudad.



Bon Iver - Holocene (2012). [Videoclip] USA: NABIL.



Dirty Projectors - Swing Lo Magellan (2013). [Videoclip] USA: Dave Longstreth.

En cuanto a la iluminación, apegándonos al neorrealismo, vamos a utilizar una iluminación natural, todo se va a grabar en con la luz del día, utilizando al sol como fuente lumínica.

En términos técnicos se va a utilizar una cámara Canon 5D Mark iii, y "Magic Lantern" para poder grabar en RAW y Full HD (1920x1080) en calidad cinematográfica en una relación de aspecto de 2,35:1. Los lentes que vamos a utilizar van a ser en un Canon 50mm línea dorada y un Rokinon 85mm.

Para la cámara vamos a utilizar un DJI Ronin para lograr fluidez al momento de grabar y más estabilidad.

6.9 PROPUESTA DE MONTAJE Y COLORIZACIÓN

En cuanto al montaje de este videoclip, la estructura está planteada desde el guión; vamos a hacer un montaje en paralelo entre el mundo exterior que va a ser la ciudad y el mundo interior que va a ser el colegio. Queremos contar una historia lineal, pero que podría ser entendido como dos días distintos, ya que todo va a iniciar en el paradero de un bus. En este momento es donde inicia la vida aburrida de nuestra protagonista, pero también inicia su aventura.

Después del primer plano del paradero empezaremos a contar las dos historias, cada dos escenas vamos a contar algo del mundo interior, se va a hacer más énfasis en la exploración que estará realizando la niña; es lo nuevo. El mundo interior no lo mostraremos mucho ya que es monótono y aburrido.

En cuanto al color queremos manejar en lo que más se pueda lo natural; buscamos no saturar los colores mucho, donde haya poco contraste, pero que resalte tonalidades importantes, como lo van a ser los grises de la ciudad, y los verdes del patio del colegio.



Dirty Projectors - Impregnable Question (2013). [Videoclip] USA: Adam Newport-Berra.

6.10 PROPUESTA DE ARTE

Para este videoclip no tenemos una propuesta de arte con intervención de espacios, no elaboraremos escenografías ya que lo que queremos mostrar es esa naturalidad de los espacios sin intervenirlos, ya que estamos basándonos en el neorrealismo italiano y el documental, queremos estar apegados completamente a esto. En cuanto a maquillaje y vestuario, vamos a hacer pequeñas intervenciones.

6.10.1 Maquillaje

El maquillaje que queremos utilizar en el video no será algo muy exagerado o que se alcance a notar mucho, ya que queremos mantener la “pureza” de la niña, ella en el contexto aún no está en una edad donde normalmente las mujeres se maquillan. Lo único que queremos resaltar en ella son los ojos con un sombreado. Queremos resaltar la rebeldía a la niña. Queremos mostrar con ella, la típica niña rebelde de colegio.



The professional. (1994). [Película] Francia: Luc Besson.

6.10.2 Vestuario

En cuanto al vestuario, queremos manejar algo muy simple, un uniforme de colegio. Falda, medias largas y maleta. Para darle el toque rebelde que queremos a nuestro personaje, le pondremos una chaqueta de cuero estilo chamarra, botas negras, un gorro de lana negro y unas gafas de sol, esto ayudará a reforzar la idea de rebeldía en la niña.

En cuanto a la paleta de colores, buscamos una escala de azules y negros, ya que el azul emite frescura, pero también introversión y tristeza, el negro, ya que es la ausencia de todos los colores, simboliza vacío, soledad y tristeza.



Figura 1. Vestuario y paleta de color.

6.11 PLAN DE TRABAJO

MES	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4			
# DE SEMANAS	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
DESARROLLO																
DIRECCIÓN/GUIÓN																
Desarrollo de guion según accesoria																
Desarrollo de tratamiento																
Guion y tratamiento definitivo																
PRODUCCIÓN																
Estructuración de presupuesto																
PRE-PRODUCCIÓN																
Realización de casting																
Elaboración de plan de rodaje																
Guion técnico																
Inicio pre producción oficial																
PRODUCCIÓN																
Negociación y contratación de actores																
Negociación y contratación locaciones																
Gestión de permisos																
FOTOGRAFÍA																
Propuesta de fotografía																
Scouting de locaciones																
Pruebas de cámara																
ARTE																
Propuesta de arte																
Pre producción de arte y vestuario																

PRODUCCIÓN												
Rodaje												
Cierre de departamentos												
POSTPRODUCCIÓN												
Postproducción												

6.12 GUIÓN TÉCNICO

Esc.	Plano	Valor de plano	Descripción del plano	Audio
1	1	PLANO GENERAL	SE VE LA HABITACION DE LA NIÑA CON EL RELOJ APUNTANDO LAS 4:29 AM	AUDIO DIRECTO DE LA ESCENA.
	2	PLANO BUSTO	SE VE MÁS DE CERCA EL RELOJ Y VEMOS LA CARA DE LA NIÑA.	AUDIO DIRECTO DE LA ESCENA.
2	1	PLANO GENERAL	SOL SALIENDO EN LA CIUDAD	AUDIO DIRECTO DE LA ESCENA.
	2	PLANO GENERAL	SE VE LA CIUDAD, EDIFICIO CASAS Y CARROS	AUDIO DIRECTO DE LA ESCENA.
	3	PLANO GENERAL	UNA CALLE CON CARROS Y BUSES PASANDO, EN EL FONDO SE VE UN PARADERO	AUDIO DIRECTO DE LA ESCENA.
3	1	PLANO GENERAL	UNA NIÑA SENTADA EN EL PARADERO	AUDIO DIRECTO DE LA ESCENA.
4	1	PLANO BUSTO	LA NIÑA ESTÁ CON LA CARA EN LA VENTANA	AUDIO DIRECTO DE LA ESCENA.
5	1	PLANO GENERAL	UNA NIÑA SENTADA EN EL PARADERO	UNA NIÑA SENTADA EN EL PARADERO
	2	PLANO MEDIO/ PLANO GENERAL	LA NIÑA SE PONE UNA CHAQUETA Y SE PARA Y SE VA	LA CANCIÓN EMPIEZA A SONAR DESDE ACÁ

6	1	PLANO GENERAL	SEGUIMIENTO DE LA NIÑA POR EL PARQUE	CANCIÓN
	2	PLANO BUSTO DELANTERO Y TRASERO	SEGUIMIENTO DE LA NIÑA VIENDO A LA GENTE	CANCIÓN
7	1	PLANO MEDIO	NIÑA CON LA MANO EN LA CARA	CANCIÓN
8	1	PLANO GENERAL/ PLANO MEDIO	SEGUIMIENTO DE LA NIÑA/LLEGADA AL TEATRO	CANCIÓN
	2	BUSTO DELANTERO Y TRASERO	CARA DE LA NIÑA/ GIRA 180° Y QUEDA EN HOMBROS	CANCIÓN
	3	PLANO MEDIO/ PLANO GENERAL	SEGUIMIENTO NIÑA HACIENDO IMPROVISACIÓN	CANCIÓN
9	1	PLANO MEDIO	LA NIÑA SE BAJA DEL TEATRO Y EMPIEZA A CAMINAR	CANCIÓN
	2	PLANO MEDIO	LLEGA DONDE VENDEDOR DE FRUTA	CANCIÓN
	3	PLANO MEDIO	COMPRA FRUTA Y SALE DE PLANO	CANCIÓN
10	1	PLANO MEDIO	NIÑA CON LA MANO EN LA CARA	CANCIÓN
	2	PLANO MEDIO	LA NIÑA SONRIE GUARDA SUS COSAS SALE DE PLANO	CANCIÓN
11	1	PLANO GENERAL	SEGUIMIENTO NIÑA CRUZANDO PUENTE	CANCIÓN

	2	PLANO BUSTO DELANTERO Y TRASERO	SEGUIMIENTO DE LA NIÑA CAMINANDO	CANCIÓN
	3	SUBJETIVO	LO QUE VE LA NIÑA	CANCIÓN
	4	PRIMER PLANO	PIES DE LA NIÑA CAMINANDO SUBE HASTA LA CARA	CANCIÓN
12	1	PLANO MEDIO	SEGUIMIENTO NIÑA	CANCIÓN
	2	PLANO MEDIO	PARA EN CASETA DE LIBROS	CANCIÓN
	3	PLANO DETALLE	LA NIÑA VIENDO LIBROS	CANCIÓN
	4	PRIMER PLANO	CARA DE LA NIÑA	CANCIÓN
	5	PRIMER PLANO/ PLANO MEDIO	SACA UN LIBRO Y LO OBSERVA	CANCIÓN
	6	PLANO MEDIO	LA NIÑA PAGA EL LIBRO Y SE VA	CANCIÓN
13	1	PLANO MEDIO/ PLANO GENERAL	SEGUIMIENTO DE LA NIÑA SALIENDO DEL SALON AL PATIO	CANCIÓN
	2	PLANO GENERAL	LA NIÑA CORRE HACIA LA CAMARA	CANCIÓN
	3	PLANO MEDIO	LA NIÑA SE SIENTA	CANCIÓN
	4	PLANO MEDIO/ PLANO GENERAL	LA NIÑA SACA UN LIBRO Y LO MIRA	CANCIÓN
14	1	PLANO GENERAL	LA NIÑA LLEGA A UNA PLAZA GRANDE	CANCIÓN

	2	PLANO BUSTO DELANTERO Y TRASERO	CIRCULOS VIENDO LA CARA DE LA NIÑA	CANCIÓN
15	1	PLANO MEDIO	DEJA EL CUADERNO EN EL PISO	CANCIÓN
	2	PLANO MEDIO/ PLANO GENERAL	SE PARA Y SALE A CORRER	SE ACABA CANCIÓN
	3	PLANO BUSTO DE ATRÁS	LA NIÑA SE QUEDA VIENDO EL PAISAJE	AUDIO DIRECTO DE LA ESCENA.

6.13 PLAN DE RODAJE

Punto de encuentro: 05:00 Calle 127ª # 19-58. Apto Javier. Comida: Desayuno 08:30 / Almuerzo		ORDEN N°1: <u>SABADO 19 DE</u> <u>MARZO</u> Horario de rodaje:	Horario Solar: 06h00 – 18:00 Previsión meteorológica: Nubes y claros: Probabilidades de lluvia	
Localización 1, L1: TORRES DEL PARQUE/PARADERO BUS.				
Localización 2, L2: PARQUE PLANETARIO.				
Localización 3, L3: PARQUE PLANETARIO/TEATRO ROMANO.				
Localización 4, L4: CENTRO/SEPTIMA.				
Localización 5, L5: SAN VICTORINO.				
ESCE NA	HOR A	DECORADO / SINOPSIS	PERSONAJE S	LOC
1	05:30	TOMAS AEREAS DE BOGOTA (INTRO) Estas tomas se hacen mientras la actriz se prepara.	NINGUNO	L1
2/4	06:30	TORRES DEL PARQUE – PARADERO BUS La NIÑA esta sentada en el paradero.	1	L1
	08:30	DESAYUNO		
5	09:30	PARQUE PLANETARIO La NIÑA camina por el parque.	1	L2
7/8A	10:30	PARQUE PLANETARIO – TEATRO ROMANO La NIÑA improvisa en el teatro/La niña compra fruta.	1	L3/ L2
	11:30	CAMBIO LOCACIÓN/ALMUERZO		
8B	13:30	CENTRO – PUENTE CALLE 26 La NIÑA cruza el puente de la calle 26 con 7ma.	1	L4
10	14:30	CASA FRAN - PASILLO La NIÑA camina por el centro mirando lo que pasa.	1	L4
11	15:30	SAN VICTORINO La NIÑA para a comprar un libro.	1	L5
13	16:30	CENTRO - SEPTIMA La NIÑA camina de vuelta a casa.	1	L4
CITACIÓN				
PERSONAJES	A C T O R /	TOMAS	RECOGI	VESTUARIO/MAQ/ SET

1. NIÑA	Laura Carvajal	Todas	05:10	05:	06:3
---------	----------------	-------	-------	-----	------

Punto de encuentro: 06:00 Calle 127ª # 19-58. Apto Javier. Comida: Desayuno 08:30 / Almuerzo	ORDEN N°2: <u>DOMINGO 20 DE</u> <u>MARZO</u> Horario de rodaje:	Horario Solar: 06h00 – 18:00 Previsión meteorológica: Nubes y claros: Probabilidades de lluvia
--	--	---

Localización 1, L1: BUS.
Localización 2, L2: COLEGIO/SALÓN DE CLASES
Localización 3, L3: COLEGIO/PATIO.
Localización 4, L4: GUASCA/PAISAJE

ESCENA	HORA	DECORADO / SINOPSIS	PERSONAJES	LOC
3	07:30	BUS La NIÑA esta sentada en el bus (se graba en el carro).	1	L1
	08:30	DESAYUNO/TRASLADO COLEGIO		
6/9	10:30	COLEGIO – SALÓN DE CLASES La NIÑA esta sentada en el salón, mira por la ventana.	1	L2
12	12:30	PARQUE PLANETARIO – TEATRO ROMANO La NIÑA improvisa en el teatro/La niña compra fruta.	1	L3
	13:30	CAMBIO LOCACIÓN/ALMUERZO		
14	13:30	GUASCA - PAISAJE La NIÑA esta sentada leyendo y sale corriendo.	1	L4

CITACIÓN					
PERSONAJES	A C T O R /	TOMAS	RECOG	VESTUARIO /	SET
1. NIÑA	Laura	Todas	06:10	06:	07:30

6.14 SCOUTING

Lo que queremos con las locaciones, apegándonos a la propuesta de dirección, es mantener esa naturalidad y realidad de los lugares en donde vamos a filmar, es por eso que no vamos a intervenir los espacios con arte. Dicho esto, filmaremos en el centro de la ciudad por la carrera séptima, torres del parque, planetario y parque de los periodistas. En cuanto al colegio, filmaremos en el Colegio Tierra Nueva, ubicado en La Calera, Cundinamarca.



Figura 1. Colegio Tierra Nueva. Navas (2016).



Figura 2. Carrera séptima. Navas (2016).



Figura 3. Parque de los periodistas. Navas (2016).



Figura 4. Colegio Tierra Nueva. Navas (2016).



Figura 5. Carrera séptima. Navas (2016).



Figura 6. Carrera séptima. Navas (2016).

6.15 CASTING

Lo que buscamos con nuestro único personaje del videoclip, es que sea entre los 17 y los 20 años, con un rostro tierno y rebelde. Preferiblemente alguien que haya tenido o tenga problemas en el colegio.

Seleccionamos a Laura Carvajal como protagonista para el videoclip, al verla nos parece que refleja todo lo que buscamos para el personaje. Un aire a rebeldía natural que imprimirá al personaje de las características deseadas.



Figura 1. Laura Carvajal. Navas (2016).



Figura 2. Laura Carvajal. Navas (2016).



Figura 3. Laura Carvajal. Navas (2016).

6.16 PRESUPUESTO

PRESUPUESTO					
RUBRO	CONCEPTO	UNIDADES	DIAS	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
1	DIRECCION				
1.1	DIRECTOR	1	2	\$ 0,00	\$ 0,00
				SUBTOTAL RUBRO 1	\$ 0,00
2	PRODUCCION				
2.1	PRODUCTOR GENERAL	1	2	\$ 0,00	\$ 0,00
2.2	PRODUCTOR EJECUTIVO	3	2	\$ 0,00	\$ 0,00
				SUBTOTAL RUBRO 2	\$ 0,00
3	EQUIPO TECNICO				
3.1	ASISTENTE DE DIRECCION	1	2	\$ 0,00	\$ 0,00
3.2	DIRECTOR DE FOTOGRAFIA	2	2	\$ 0,00	\$ 0,00
3.3	CAMAROGRAFO	2	2	\$ 0,00	\$ 0,00
3.4	DIRECTOR DE ARTE	1	2	\$ 0,00	\$ 0,00
3.5	MAQUILLADORA	1	2	\$ 35.000,00	\$ 70.000,00
				SUBTOTAL RUBRO 3	\$ 70.000,00
4	ELENCO ARTISTICO				

4.1	ELENCO PRINCIPAL	1	2	\$ 150.000,00	\$ 300.000,00	
				SUBTOTAL RUBRO 4	\$ 300.000,00	
5	TRANSPORTE					
5.1	VEHICULOS PRODUCCIÓN	1	2	\$ 75.000,00	\$ 150.000,00	
				SUBTOTAL RUBRO 5	\$ 150.000,00	
6	ALIMENTACION					
6.1	RODAJE	6	2	\$ 10.000,00	\$ 120.000,00	
				SUBTOTAL RUBRO 6	\$ 120.000,00	
7	EQUIPOS DE CAMARA / LUCES					
7.2	EQUIPOS DE CAMARA	1	2	\$ 100.000,00	\$ 200.000,00	
7.3	LENTES	2	2	\$ 50.000,00	\$ 100.000,00	
19.3	ESTABILIZADORES	1	2	\$ 250.000,00	\$ 500.000,00	
				SUBTOTAL RUBRO 7	\$ 800.000,00	
					SUBTOTAL GENERAL RUBROS	\$1'440.000,00
					TOTAL	\$ 1'440.000,00

6.17 AUTORIZACIONES

BLIBLIOGRAFÍA

ARTÍCULOS

Bianco, D. (2015). Cande Tinelli y la cultura “straight edge”. Revista Noticia.

Roncallo Dow, S., & Uribe-Jongbloed, E. “La estética de los videoclips: propuesta metodológica para la caracterización de los productos audiovisuales musicales”. Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas, 12(1), ‘xx’ 2017. doi: 10.11144/Javeriana.mavae12-1.evpm.

LIBROS

Goodwin, A. (1992). Dancing in the Distraction Factory: Music Television and Popular Culture. University of Minnesota Press: NED - New edition.

García Canclini, Néstor (1990). Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad. México: Grijalbo.

Paolo Peverini. (2004). Il videoclip. Strategie e figure di una forma breve. Milano: Booklet Milano.

Viñuela, E. (2009). El videoclip en España (1980-1995). Texto audiovisual, discurso y mercado. Madrid: ICCM.

PELÍCULAS

Besson, L (Director). (1994). The Professional [Película]. Francia.

De Sica, V (Director). (1948). Ladri di Biciclette [Película]. Italia.

——— (Director). (1952). Umberto D [Película]. Italia.

Gaviria, V (Director). (1990). Rodrigo D: No futuro [Película]. Colombia.

Hinestroza, H (Director). (212). Choco [Película]. Colombia.

Lamacq, S. (2003) Living on the Straight Edge [Documentary]. USA.

Weir, P (Director). (1989). Dead Poets Society [Película]. USA.

VIDEOCLIPS

Elderkin, N (Director). (2012). Holocene [Videoclip]. USA.

Longstreth, D (Director). (2013). Swing lo magellan [Videoclip]. USA.

Newport Berra, A (Director). (2013). Impregnable questions [Videoclip]. USA.