

Información Importante

La Universidad de La Sabana informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad de La Sabana.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le de crédito al documento y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, La Universidad de La Sabana informa que los derechos sobre los documentos son propiedad de los autores y tienen sobre su obra, entre otros, los derechos morales a que hacen referencia los mencionados artículos.

BIBLIOTECA OCTAVIO ARIZMENDI POSADA
UNIVERSIDAD DE LA SABANA
Chía - Cundinamarca

BÁILAME

AUTORES:

Juan Miguel González Henao

María Camila Lora

Nicolás Prada Restrepo

Universidad de la Sabana

Facultad de Comunicación

Comunicación Audiovisual y Multimedia

Bogotá

2016

BÁILAME

AUTORES:

Juan Miguel González Henao

María Camila Lora

Nicolás Prada Restrepo

TRABAJO DE GRADO:

Proyecto Creativo de Carácter Audiovisual

DIRECTOR:

Ana María Pérez-Guerrero

Universidad de La Sabana

Facultad de Comunicación

Comunicación Audiovisual y Multimedia

Bogotá

2016

CONTENIDO:

1.Introducción

2.Resumen / Abstract

3.Storyline

4. Objetivos

4.1 Objetivo General

4.2 Objetivos Específicos

5. Acerca del videoclip y su historia

5. 1 Las nuevas tecnologías, Mercanarrativa y construcción del deseo alrededor del videoclip

5.2 Narratividad y tratamiento del videoclip

5.3 Acerca de la Banda

6. Ficha Técnica

7. La canción “Báilame”

8. Letra

9.Propuesta de Dirección

9.1 Tratamiento Narrativo

9.1.1 El nacimiento del bar y del universo de “Bailame”

9.1.2 Los maravillosos años 20

9.1.3 La elegancia y ambición de una clase más alta

9.2 Bares, Licor y baile

9.3 Las mafias y los capos

9.4 La realidad de la década y la llegada de la crisis

9.5 Atmósfera general y establecimiento de la narrativa

9.6 Construcción del tratamiento Estético

9.7 Desde la Dirección de fotografía

9.7.1 Look

9.7.2 Planimetría

9.7.3 Movimientos de cámara

9.8 Desde la dirección de arte

9.8.1 Vestuario y apariencia

9.8.2 Escenografía y ambientación

9.9 Tratamiento de Personajes

9.9.1 La bestia

9.9.2 Los Ancianos

9.9.3 El mesero

9.9.4 El Afro

9.9.5 La Flapper

9.9.6 El Capo

9.9.7 Los Guardaespaldas

9.9.8 La mujer, el Deseo

9.10 Tratamiento Canción

10. Guión técnico

11. StoryBoard

12. Propuesta de Dirección de fotografía.

12.1 Concepto

12.2 Iluminación

12.2.2 Resultado final

12.3 Movimientos de cámara

12.3.2 Resultado final

12.4 Planimetría

12.4.2 Resultado final

12.5 Temperatura de color

12.5.2 Resultado final

12.6 Aspectos Técnico

13. Propuesta de Dirección de Arte

13.1 Concepto

13.2 Set

13.2.1 Bar

13.2.2 Banda

13.3 Personajes

13.3.1 Protagonistas

13.3.2 Flapper

13.3.3 Mujer

13.3.4 Mujer Mayor

13.3.5 La Banda

13.3.6 Capo

13.3.7 Afro

13.3.8 Bestia

14. Propuesta Postproducción

14.1 Ritmo y Montaje

14.2 Colorización y Finalización

15. Propuesta de Producción

15.1 Persecución de Recursos

15.2 Presupuesto

15.2.1 Presupuesto Planteado

15.2.2 Presupuesto Ejecutado

15.3 Flujo de Caja

15.3.1 Flujo de Caja de Dulces

15.3.2 Flujo de Caja General

15.4 Legalización

15.4.1 Imágenes Recibos

15.5 Cronograma

15.6 Alimentación

15.7 Locaciones

15.8 Campaña de Promoción

15.9 Contrato

16. Conclusiones

17. Referencias Bibliográficas

18. Anexos

1. INTRODUCCIÓN

Cuando se aborda un universo como el del videoclip musical se debe partir de un principio básico que define la esencia de éste, que nace desde la complejidad que lo enmarca, y es la unión de dos lenguajes, la música y la imagen. Sin embargo, su concepción es mucho más amplia que la propuesta en el anterior enunciado, puesto que hay que identificar al videoclip desde otros marcos, como un producto perteneciente a la industria cultural, un instrumento publicitario y una obra audiovisual.

Tal como lo afirma Sedeño (2007) poder explicar la naturaleza del videoclip en un solo enunciado y con la seguridad de que lo respaldaría la certeza, es algo muy lejano a la realidad, ya que con el tiempo la infinidad de videoclips musicales se han encargado de trazar estilos, propuestas, clases, técnicas y hasta teorías que crecen durante el paso del tiempo.

Para dar inicio al presente documento se arrancará con una afirmación corta y sencilla que interpreta la esencia anteriormente dicha y que incluye de una u otra forma la base de la mayoría de sus marcos: “...en su más básica definición sería: producto o recreación visual (imagen) de una canción de la industria discográfica (música) que fomenta o estimula (publicidad) la venta de discos y otra mercadería relacionada a un artista o grupo, ayudando a que éste pueda ser parte de un medio o canal de difusión tradicional o alternativo” (Fierro, 2012).

Para ampliar mucho más la anterior definición y acercarse a un entendimiento más profundo del videoclip, el siguiente proyecto muestra la realización de uno para la canción “Báilame” de La Mano de Parisi, una banda emergente de rock bogotana.

Primero se realiza una exploración y profundización en el concepto de videoclip, pasando por su historia y conociendo ideologías y referencias de autores como Ana María Sedeño, Eduardo Viñuela, entre otros. Todo esto con el fin de poseer una base y definir una dirección con el proyecto.

Tras conocer y entender lo encontrado en la investigación y en la estructuración de un marco teórico, empieza el camino hacia la construcción visual de “Báilame” entrando en un proceso de preproducción, producción y finalmente postproducción, donde todo se

encuentra reflejado en un libro de producción que comienza a partir de la propuesta de dirección, donde se define, a partir de una interpretación de la canción, un concepto a abordar y un tratamiento narrativo y estético.

Después de un proceso creativo donde los distintos departamentos trabajaron en conjunto para la planeación de cada aproximación correspondiente, se entra en el rodaje y grabación del material necesario para así finalmente entrar en la etapa de postproducción, donde a partir del ritmo y el montaje nace el videoclip oficial de “Báilame”.

Al final del documento, a partir de unas breves conclusiones, se realiza una retroalimentación del proceso para repasar la experiencia y desde allí definir los conceptos aprendidos y los resultados del proyecto.

2. RESUMEN / ABSTRACT

El deseo hacia una mujer que evidencia el instinto animal que hay en un hombre lo podemos ver en el videoclip *Báilame*. Donde, en los años 20, en un bar clandestino se ven diferentes personajes que se pelean entre ellos por la presencia de una mujer deslumbrante. Acompañado de una narrativa, donde se ven a los autores de la canción, ‘La Mano de Parisi’ quienes muestran lo excitante de *Báilame*. Se forma un videoclip donde se ve estallar la emoción, el deseo y locura. Todo haciendo parte de este gran proceso para así tener como resultado final el videoclip *Báilame*.

The desire to a woman that takes out the animal instinct that is inside a man is what we see in the videoclip ‘Báilame’. Where, in the 20’s, in an underground bar a different kind of characters fight between each other for the presence of an astonishing woman. Accompanied by a narrative, where you can see the authors of the song, ‘La Mano de Parisi’ who show how exciting ‘Báilame’ is. A great videoclip is build, where you can see the emotion, desire and madness burst. Everything being part of this great process to have as a result the final videoclip ‘Báilame’.

3. STORYLINE

Un bar de los años 20, donde el glamour de quienes ríen y disfrutan de un tiempo allí es interrumpido por la presencia de una mujer que despierta tentación en ellos, creando de esta forma el caos a su alrededor y enfrentándose entre sí para llegar a completar su deseo

4. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

1. Realizar el videoclip musical para la canción *Báilame* de la banda “La Mano de Parisi” en donde se identifique la funcionalidad de un concepto bajo una narrativa audiovisual y logre posicionarse con éxito en Youtube.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Entender el marco conceptual que rodea al videoclip musical a partir de su historia, conceptos y la visión de distintos teóricos con el fin de poseer una base para la creación de tal producto.
- Idealizar y crear una propuesta que nazca a partir de un concepto general y una línea narrativa y estética para el tratamiento visual de la canción “Báilame”.
- Construir a partir de un trabajo en conjunto de cada departamento todo el material visual y necesario para el videoclip final.
- Promocionar y presentar el videoclip en la plataforma Youtube a partir de una campaña de expectativa basada en los personajes y elementos narrativos de su contenido.

5. ACERCA DEL VIDEOCLIP Y SU HISTORIA

El videoclip, la construcción de su esencia como obra con fines industriales y comerciales

La creación de lo que hoy conocemos como videoclip musical es bastante discutida a lo largo de los años. Muchos teóricos debaten de su verdadero origen, puesto que como tal debe estar presente de forma explícita todo el razonamiento y la concepción que rodea el término de videoclip musical.

Para entrar en materia de su historia, lo ideal es entender en una primera medida la esencia del videoclip, con lo que se hace referencia a una construcción de la definición más compleja que se le aproxima.

Para Sedeño, en su documento *Narración y Descripción en el Videoclip Musical* (2007), concreta la definición del videoclip desde tres puntos principales, los cuales construyen una explicación más precisa como la obra y el producto industrial y publicitario que es.

El primer punto identifica la intención y la razón de existencia del videoclip musical, donde se aclara que sin ninguna excepción siempre ha sido y será la base de la creación del mismo:

Tiene fines publicitarios: su objetivo principal y relativamente manifiesto es la venta de un disco, una canción o tema determinado y, más sutilmente, la imagen y personalidad de un grupo o solista.
(Sedeño, 2007)

Por tanto, su esencia parte de su propósito de marketing y promoción de un producto musical, lo que lo convierte en una pieza publicitaria y lo hizo ser reconocido como tal, resaltando de esta manera un término de producto bajo un ámbito comercial sobre lo que sería una obra con propósitos artísticos como tal. Sin embargo, la experimentación y la infinidad de conceptos y tratamientos que se le han

dado con el paso del tiempo, definen al videoclip también con una esencia particular creativa que parte de la visión de un grupo de realizadores audiovisuales, dando paso al segundo punto:

Es una combinación o mezcla de música, imagen (imagen móvil y notaciones gráficas) y lenguaje verbal (y excepcionalmente otras materias audiovisuales: ruido, silencio y diálogos). La idea de la que parte un videoclip resulta del intento de asociar unas imágenes a una música siempre preexistente, anterior.
(Sedeño, 2007)

Primero se empieza por un propósito de mercadeo, pero no hay que olvidar que al final el resultado se resume a una obra audiovisual. Su intención y el producto que se muestra son los que dan una definición más aproximada de lo que es el videoclip, donde a modo de conclusión se da el tercer punto:

Constituye un discurso específico, particularizado, que tiene su andamiaje en la especial relación que establecen imagen y sonido (música) en relación a unos fines publicitarios.
(Sedeño, 2007)

Teniendo clara la anterior construcción para la definición del videoclip, se puede realizar un recorrido breve por la historia identificando el verdadero origen y la evolución conceptual alrededor de lo que es el mismo, esto con la intención de crear una base para entrar en profundidad en aspectos influyentes en “Báilame” como lo son los tratamientos desde su aspecto narrativo y visual para una canción, su concepción más profunda como producto publicitario e industrial y el entorno actual alrededor del videoclip musical.

Para iniciar, los antecedentes del videoclip musical se remontan desde décadas atrás del nacimiento del concepto como tal, creando una idea de casualidad alrededor del camino que se emprende hasta llegar al producto que hoy conocemos. Empezando desde el cine y sus primeras manifestaciones, donde obras como las de los hermanos Lumiere se veían acompañadas por música, dando el nacimiento de la relación entre

la imagen y la música, sin embargo, ni siquiera un fragmento puede ser considerado videoclip musical por la intencionalidad del proceso con el que se emprendió; en el cine, la música se da después de la imagen y su intención se da por la finalidad narrativa.

Luego, llegan obras mucho más experimentales, como las de Fischinger, que como lo afirma Fierro (2012) en su documento de investigación y construcción de un videoclip: “Oskar Fischinger crea las primeras obras de lo que se denominó “música visual”; en la que, combinaba en cortos animados figuras geométricas con música preexistente: en su mayoría jazz y obras visuales de carácter abstracto” (Fierro, 2012, p. 6). Esto establece un acercamiento más preciso al videoclip musical, sin embargo, su carácter industrial y mercantil, bases de la principal intención del producto, son totalmente nulas, por lo que se define como el antecedente más experimental, sus fines eran mucho más exploratorios del arte.

Después se hacen alusiones del aporte de la industria cinematográfica, el nacimiento de musicales, las películas que sucedían en América Latina con Carlos Gardel como protagonista en performance¹ y los largometrajes que ubicaban a Elvis Presley como estrella mediática. Con el impacto cultural que sucedía alrededor de los años 60 gracias al crecimiento de medios y de contenidos a través de estos, llega en la televisión programas como Top of the Pops, un programa que mostraba a artistas tocando en un escenario, del cual hizo parte The Beatles, otra banda que aportó luego videos que eran presentados en este mismo programa, pero eran videos que no cumplían con la lógica del videoclip musical. Luego, llegando a la década de los 70, se empiezan a presentar los “Promos”, piezas visuales acompañadas por fragmentos de las canciones u en otros casos de las canciones completas que ayudaban a promocionar los performance de las bandas por canales como Top of the Pops. Fue en este punto donde se evidenció una pieza audiovisual con propósitos más amplios de promoción de imagen, ventas y conceptos.

¹ *Diez canciones filmadas (1930)* Se le conoce popularmente a los 10 cortometrajes realizados por Morera, los cuales presentaban a Carlos Gardel en un performance y en algunos casos con algunas introducciones mucho más narrativas.

“Los inicios del videoclip se remontan en el año 1975 con Bohemian Rhapsody de Queen. ¿La finalidad? comercializar la canción.” (Piqué, Bex y Masarnau, S.F.) Esta afirmación es la conclusión de la mayoría de quienes estudian el videoclip musical, sin embargo, su razón se establece de lo que significó el videoclip como tal y lo que sucedió alrededor de éste. Para empezar, fue el primer videoclip que se realizó con las bases anteriormente establecidas que constituyen la esencia de lo que es un producto de este tipo, por lo menos de una forma mucho más consciente. El videoclip de “Bohemian Rhapsody” nació con la intención de potencializar las ventas del disco y del sencillo alrededor del mundo, dando una razón a la consideración como el primer videoclip meramente mercantil, sin embargo, la obra que resultó también estableció el propósito de crear un producto audiovisual que superara productos hechos anteriormente que se limitaban a un performance de la banda, puesto que se establecieron efectos visuales y una producción mucho más compleja que al mismo tiempo aportaba mayor importancia a una idea audiovisual.

Tras el “Boom” de lo que significó “Bohemian Rhapsody”, se empezaron a generar muchos videoclips que tenían un espacio en cortos programas de algunos canales para poder ser exhibidos, pero no fue hasta el 11 de agosto de 1981 que nacería la que para entonces sería la gran ventana de exhibición de este formato, MTV (Music Television), un canal que se encargaría de mostrar videoclips musicales las 24 horas del día. Es en aquel momento donde se solidifica el significado y el discurso que propone la esencia del videoclip.

MTV rápidamente se convirtió en un canal con una popularidad enorme, creando muchos efectos en la sociedad, puesto que instituyó la lógica de que ahora la música no sólo se escucha sino también se ve, y alrededor de esta idea existen muchos conceptos que fueron explotados al máximo por la industria musical, como es la influencia de la imagen de una banda, concepto que se busca exponer también a partir del videoclip. Bajo estas ideas, MTV convirtió al videoclip en una herramienta con un gran poder, dándole un espacio protagonista en lo que se conoce como las industrias culturales, “El término *industrias culturales* se refiere a la producción cultural que está organizada como industria en cuanto a producción en serie, masiva, la diferenciación de funciones y la división especializada del trabajo.” (Sedeño, 2007). Este concepto masivo se evidenciaba en las influencias que tenía la música en la

sociedad juvenil, a tal punto de lograr crear estilos de vida y formas de pensar que se regían por una apariencia, un look y un comportamiento en un gran porcentaje de esta población, esto sucedía gracias a la idea construida alrededor del discurso mercantil e industrial por MTV.

Hoy en día, con la ampliación de la comunicación y los medios al internet, MTV perdería un poco de protagonismo al ser esa gran ventana, pero no hay ninguna duda que la nueva propuesta de la web rompería muchas barreras y propondría un impulso mucho más impactante al videoclip musical. “Si desde su nacimiento este género había estado ligado a la televisión, a lo largo de la primera década del siglo XXI internet fue convirtiéndose en el medio habitual para su distribución y consumo.” (Viñuela, 2013. P.170). Con el canal de comunicación YouTube, una plataforma que se convertiría en la principal ventana de videos de todo tipo en la web, el videoclip alcanzaría un mayor alcance poblacional e impactante en la sociedad que lo que lograba bajo parámetros de un canal televisivo, como establecerse bajo una programación de parrilla; ahora los videoclips están disponibles las 24 horas y pueden ser vistos las veces que el espectador desee. Dentro el mismo canal, cada artista o hasta las mismas industrias discográficas pueden tener su propio canal con su propio contenido. Muchos detalles como estos son los que harían a YouTube la nueva gran ventana para el formato-producto del videoclip.

5. 1 Las nuevas tecnologías, Mercanarrativa y construcción del deseo alrededor del videoclip

Tras haber realizado un acercamiento a la definición y sustentarlo por un recorrido breve de su historia, esto con el fin de conocer en un mejor panorama la actualidad y la naturaleza de este producto, se profundizará en aspectos más precisos de la esencia actual del videoclip que aportarán a la construcción de “Báilame” para constituirlo como un producto mediático y que impulsará la imagen de la banda La Mano de Parisi.

Para empezar, como se dijo anteriormente, la web ha constituido la nueva gran ventana de interacción para lo que es el videoclip musical, haciendo que muchas

nuevas ideas salgan alrededor de este efecto.

“...el videoclip ha dejado de ser un producto secundario en una sociedad cada día más audiovisual en la que cada vez hay más pantallas en las que el videoclip es un contenido habitual.”

(Viñuela, 2013 P. 170)

La anterior afirmación de Viñuela en su texto *El videoclip del siglo XXI: Consumo musical de la televisión a internet*, no hace relación solo a la propuesta del internet, sino también a otros avances tecnológicos como es la telefonía móvil, la aparición de tabletas digitales y hasta relojes con pantallas, que lo que han logrado es hacer el contenido de la web mucho más accesible, afectando claramente a lo que sucede en YouTube, el canal por excelencia de videos en red, donde además el videoclip tiene un alto índice de vistas e interacción.

Entre otros conceptos relacionados con el avance tecnológico y la creación de nuevas herramientas, esta presente la evolución hacia nuevas ideas alrededor de la concepción comercial y mercantil del videoclip, la aparición de nuevas propuestas de tratamientos narrativos y audiovisuales y la exposición de contenido que presenta una popularización mucho más impactante. Teniendo en cuenta estos conceptos, las industrias discográficas han tomado medidas importantes y mucho más exploratorias sobre estos temas.

El contenido web, ahora que el videoclip es una parte importante de éste, propone también un cambio en la forma de consumo, pasando de una relación entre una obra exhibida por un canal en un determinado momento, a una forma más interactiva donde el espectador decide en cualquier momento acceder al contenido y además participar en su divulgación y promoción a través de un papel de líder de opinión en redes sociales, haciendo que la relación con los espectadores ya no sean solo un fin del proceso de exposición sino además los hagan parte de la experiencia que se crea alrededor del videoclip. Esto ha hecho que se creen propuestas de videoclips que busquen una tendencia innovadora y creativa, como lo afirma Viñuela (2013 p. 171), con la aparición de ideas como mash-ups o lipdubs, o también la exploración de contenidos que busquen la polémica alrededor de temas sociales, políticos, de género

y hasta religiosos, entre muchos otros. Estas ideas están más relacionadas a las propuestas de narración en los videoclips, un tema que más adelante se detallará más detenidamente.

“Un aspecto que se deriva del tránsito del videoclip desde un medio de *broadcasting* con audiencias masivas (la televisión) hacia otro de *narrowcasting* o difusión selectiva, en el que la audiencia potencial está segmentada en función de edad, gustos, creencias, etc.” (Viñuela, 2013 p. 172). La anterior idea de Viñuela exige la atención de todos aquellos responsables de un videoclip, puesto que ahora hay que entender que existe una mayor diversidad de contenido pero al mismo tiempo una población con características mucho más precisas y mayor segmentada.

Los anteriores puntos considerados, como se ha dicho anteriormente, han dejado conclusiones que obligan a la industria discográfica y a los realizadores audiovisuales a tener una concepción más profunda del comportamiento del videoclip.

Por un lado, se establece un panorama lógico y determinante para el videoclip que debe ser tenido en cuenta a la hora de su realización y es el considerarlo como un producto con naturaleza de **mercanarrativa**. “La mercanarrativa supone el conjunto de modalidades narrativas que fundamentan su naturaleza en su función de ser vehículos de objetivos o finalidades publicitarias o comerciales.” (Sedeño, 2007. Pág. 494). El concepto de mercanarrativa da entender que ya no solo existe un modelo donde se transmite un mensaje que llega a un receptor, sino en cambio, el receptor puede asumir un nuevo papel y tornarse en parte del mensaje a partir de experiencias e interacción, que es en parte el objetivo de nuevas estrategias transmedia y multimediales. El hecho de considerar a través de la mercanarrativa no un producto sino un vehículo con objetivos comerciales es porque ahora este tiene la habilidad de presentar un constante avance e ir haciendo camino a medida que sume nuevos componentes o partícipes a su propuesta narrativa.

De esta naturaleza, se deriva la necesidad de la producción de deseo a partir de **mecanismos de seducción**. “El formato audiovisual del videoclip es producido y emitido con unos fines, iguales que los de la publicidad convencional, para lo que se sirve del mismo mecanismo, el de seducción, que tiene efectos y consecuencias sobre la sociedad y, especialmente, en un segmento de la población determinado, la

juventud.” (Sedeño, 2007. Pág. 495). En un contexto donde nacen a diario nuevos productos o experiencias a consumir en el mundo, la gente está expuesta constantemente a ser atraída por este tipo de cosas, pero como se aclaró anteriormente, la segmentación ya presenta una tendencia mucho más detallada sobre todo con productos mediáticos. Es ahí donde el videoclip busca a partir de técnicas de contenido, tratamiento, exposición o hasta estrategias de consumo lograr la atención de quienes sean expuestos y hacerlos partícipes de la nueva experiencia vendida.

La canción ya no supone solo ser una experiencia sonora sino a partir de su experiencia visual, que se construye gracias al videoclip, nace un mecanismo más profundo de seducción y consumo, a tal punto de influenciar pensamientos masivos de comportamiento en cuanto a la forma de lucir, la forma actuar y la forma de pensar; esto reflejado sobretodo en la población juvenil. Es ahí donde se afirma la construcción mediática de la industria cultural alrededor del videoclip, donde la experiencia lleva a jóvenes a seguir un patrón y una ideología inspirada en gran parte por la música, como lo que sucede con el metal y quienes visten de negro en simbología de la misma. Esto, sin ninguna duda, tiene además un trasfondo mercantil inmenso, la venta de productos que construyan esa identidad es también una concepción que nace desde este efecto.

Es por todo lo anterior que la complejidad de la realización de un videoclip exige una gran calidad innovadora, técnica, narrativa y visual para poder crear un producto atractivo para la gente. Como lo afirma Sedeño, “Su naturaleza (la del videoclip) de distribución masiva hace necesaria la búsqueda de enfoques múltiples, perspectivas complejas desde donde tratarlo y exige de una amplia concepción metodológica en teoría de la imagen y en comunicación masiva y cultural.” (Sedeño, 2006. Pág. 48)

Es por esto que ahora resulta importante conocer un poco más sobre el posible contenido que puede presentar un videoclip, cómo es el tratamiento narrativo de uno y qué tipos de videoclips son abordados.

5.2 Narratividad y tratamiento del videoclip

Hay quienes defienden que un videoclip siempre será antinarrativo por su naturaleza. Otros llegaron a considerar que puede ser un fragmento de un producto narrativo mucho más amplio, como una película. Sin embargo, nadie tiene la razón absoluta sobre este tema debido a la complejidad de perspectivas, técnicas y estilos que se presentan en este universo audiovisual.

Sí existe una tendencia a que los videoclips no presenten una narración y si lo hacen, nunca será una narración compleja ni totalmente descriptiva como lo propone una narración clásica, hay aspectos que dominan más como lo confirma la siguiente afirmación: “La narración, ya de por sí minoritaria, es condensada o simplificada a la fase de realización, y en algunos videoclips pueden encontrarse también la de capacidad, lo que no es extraño si se atiende a la materialidad icónica del vídeo que concede mayor protagonismo a las acciones pragmáticas frente a otro tipo de acciones más ideativas.” (Sedeño, 2007).

Existen varias razones por las que la narratividad de un videoclip nunca seguirá una estructura clásica. Empezando por su manipulación del tiempo, donde la gran mayoría de videoclips no buscan seguir una estructura fielmente, ya sea lineal, progresiva o cíclica, la importancia de su estructura se basa en acentuar momentos e intensificar acciones, uniendo sentidos propuestos desde la música, la letra y la imagen, donde no siempre serán igual y ahí radica la belleza de un videoclip.

Por otra parte, la falta de detalles de información que busquen estructurar una historia son ausentes en los videoclips, esto por diversas razones, como la duración del producto final no da para entrar en detalles o que al ser un producto unido a música y letra no permite especificar información al espectador. Esto reduce la intención de crear puntos narrativos y concentra más la importancia en sucesos que hagan parte de un todo.

Por último, Sedeño afirma “...quizás la causa más importante sea la necesidad de completar y seguir la forma de la canción, que tiende a ser cíclica y episódica más que secuencial-narrativa.” (Sedeño, 2007).

Teniendo en cuenta las conclusiones anteriores, se definen 4 tipos de videoclip según la estructuración de Sedeño:

- Dramático o narrativo: Que son los que cuentan con una secuencia de eventos buscando la narración de una historia, pueden funcionar de forma lineal o progresiva y pueden seguir la letra y la música o ser independiente de ellos.
- Musical o performance: La banda o artista se encarga de presentarse desde el hecho musical, tocando la canción bajo alguna estética o performance en vivo.
- Conceptual: Basados en una estructura mucho más metafórica y abstral, desde la estética busca crear un concepto o una idea.
- Mixto: Una combinación de alguna de las anteriores.

El modo de narración en un videoclip depende de uno de los elementos más importantes del mismo, el montaje y el ritmo construido. “En la edición final de un videoclip se define, entre muchas otras cosas, el ritmo que va a tener el mismo, lo cual es un factor determinante de lo atrayente que será el video dentro de una amplia y variada oferta de videos en los canales de música.” (Ramírez, 2011. Pág. 23). No siempre lo definido por la imagen debe ser acorde a la letra o la música, hay propuestas que se crean a partir de un concepto similar o alusivo o que pueden funcionar de forma independiente una de la otra; con el ritmo y el montaje sucede igual, en muchos casos el montaje es acorde al ritmo de la música siguiendo algún patrón, como golpes en la batería o solos de guitarra, pero en otros casos se crea una propuesta diferente a través del montaje, creando sensaciones en el espectador desde la música y la imagen.

Tras el recorrido hecho por su historia, el análisis hecho de su esencia comercial y la construcción de una propuesta narrativa, el presente proyecto busca para “Báilame” de la banda bogotana “La Mano de Parisi” la realización de un videoclip que cumpla con los estándares de un mercado actual, creando una propuesta

narrativa exponiendo una complementación entre música e imagen, lográndolo a partir de una estructura dramática que va mezclada con un performance acorde al estilo y línea narrativa planteada. Sin embargo, se hace desde la creación de una propuesta en imagen totalmente distinta a la ya hecha por la música y la canción. Por otra parte, entendiendo el objetivo trazado por el videoclip, la imagen y concepto alrededor de la banda y la importancia de la explotación mercantil que buscan, el proyecto no se detiene en presentar un videoclip sino además en la creación de una campaña de expectativa a partir de redes sociales buscando atraer público para la fecha de su lanzamiento.

5.3 Acerca de la banda

La Mano de Parisi es una banda de rock bogotana que nace a mediados del 2012 bajo la iniciativa de dos estudiantes de música de la Universidad de Los Andes: Pablo Perilla, voz principal y segunda guitarra, y Jeremy Ender, guitarra principal y segunda voz.

En palabras de Jeremy, quien explica:

“Eramos dos estudiantes de música que nos dimos cuenta de que no estábamos haciendo lo que más amábamos, así que decidimos juntarnos, formar una banda y empezar a crear música”

A su plan se unen Sergio Campos, actual bajista de la banda, y Juan Carlos Ortiz, baterista. Tras la unión de cada integrante empieza la discusión de cómo iba a llamarse la banda, Jeremy propone “La Mano de Parisi”, basado en un viejo relato sobre un cuarteto de cuerdas francés llamado Parisi, que se encontraba de gira en Bogotá. Una noche, uno de sus integrantes, sale a dar un paseo por la ciudad, pero es robado y lastimado en su mano derecha, lo que le impidió tocar guitarra de ahí en adelante. En honor a este músico, la banda decide adoptar este nombre, pues como explica Pablo, uno de los vocalistas: “siempre existe algo de belleza en la tragedia, esa idea era muy llamativa”

Desde entonces, comenzaron los ensayos, las composiciones y pequeños conciertos en distintos bares y restaurantes de la ciudad, donde han formado una trayectoria que los ha llevado a tocar en eventos de la alcaldía y de la misma Universidad de Los Andes. En el 2014 lanzan su primer sencillo, *Que Nada te Detenga*, además de su primer videoclip.





Imágenes de *Que Nada te Detenga* de La Mano de Parisi

<https://www.youtube.com/watch?v=N8QuIO3RSWw>

Asimismo, la banda se ha preocupado por proyectar una imagen que los identifique, a partir de detalles como, por ejemplo, las vendas que cubren sus manos cuando tocan en vivo y ocultar, en la medida de lo posible, su identidad en los videos. Teniendo en cuenta estos imperativos, se han construido los personajes del videoclip de *Báilame*.

6. FICHA TÉCNICA

Producción - Camila Lora

Dirección - Juan M González

Dirección de fotografía - Nicolás Prada Restrepo

Dirección de arte: Camila Loaiza

Escenografía : Julián Franco y Julian Martinez

Edición y colorización - Juan M González

Asistencia de producción: Sebastian Robledo

Asistencia de dirección: Vanessa Vargas y Ana María Molano

Asistencia de fotografía: Ana María Donado

asistencia de cámara: Andrés Felipe Berrio

Asistente de arte 1: Maria Camila Mosos

Asistencia de arte: Nathalia Diaz, Daniela Avila

Asistencia de maquillaje: Camila Marcelo

7. LA CANCIÓN “Báilame”

Báilame es el segundo sencillo de la banda, grabado a mediados de mayo del 2015. Nace a partir de unos acordes tocados Pablo Perilla, en medio de una tarde de relajación. Al escucharlo sintió que tenía un ritmo alusivo a la salsa, algo más emocionante y movido de lo que venían trabajando. Cuando, presentó el tema al resto de la banda las impresiones fueron más que favorables. La primera idea fue la de hacer un tema relacionado con la salsa, pero esta idea fue evolucionando, aunque hacen un guiño a esta primera idea en el fragmento de la canción que dice “...me han dicho que bailas salsa y que te gusta el rock...”. Una letra y una música que es fruto del trabajo creativo de e Jeremy y Pablo.

8. LETRAS DE LA CANCIÓN 'Báilame'

Ay mira cómo me siento cuando oigo tu voz
Cantando siempre al ritmo de cualquier canción
Tu cuerpo baila y yo quiero probar tu sabor
Hazme sentir que estoy vivo

Me has dicho que bailas salsa y que te gusta el rock
A mí me gusta endulzarte como a un bombón
Me gusta ser quien te quite la respiración
Tu cuerpo ahora es mío

Por qué no bailas en la mesa
Para disfrutar de tu destreza
Por qué no nos vamos para el cuarto
Para conversar con las manos

Quiero poder conquistarte con mi rock&roll
Poder la noche besarte sin preocupación
Pero no quiero engañarte ese no soy yo
Yo sólo quiero tocarte y dejarte

(x4) Por qué no bailas en la mesa
Para disfrutar de tu destreza
Por qué no nos vamos para el cuarto
Para conversar con las manos

9. PROPUESTA DE DIRECCIÓN

La propuesta de dirección nace desde un concepto inicial que se crea a partir de una interpretación de la canción. Como se dijo antes, el videoclip no retrata la letra de una forma literal, por el contrario, y es lo que se ve reflejado y desarrollado desde esta propuesta, el videoclip busca crear una atmósfera independiente y que complemente de una forma singular y especial la sencillez de la letra de *Báilame*.

- **Concepto: El deseo y la ambición logran crear un motor de desorden y caos.**

La idea principal que se deriva de la interpretación previa de la canción es un concepto de deseo. Nace desde la relación del concepto con la idea popular alrededor del baile, donde diversas emociones son provocadas y la atracción entre géneros se ve expuesta. De una u otra forma, es la idea esencial de *Báilame*, por tanto, con el videoclip se toma la misma base pero se da un distinto tratamiento.

- **Principios a trabajar alrededor del concepto:**

Se definen los siguientes principios para facilitar un direccionamiento del tratamiento que se le da a la canción, planteando ideas que ayuden a identificar momentos y a construir acciones narrativas:

- o La ambición y la lujuria en exceso revelan una naturaleza del hombre irracional o con tendencia animal: Lo que se busca a partir de este principio es reconocer al hombre como un ser competitivo, y a su vez destructivo, alguien ridículamente capaz de destruir por obtener lo que quiera, sin pensar en cómo su ser se ve opacado por sus acciones. Esto, en gran medida, justifica el caos.
- o El deseo es un motor de acción que se presenta en todos: El querer ser es lo que hace que el mundo gire, si no se detendría en la ignorancia del cumplir las cosas y esto es algo que padece todo el mundo.

- La clase y la elegancia se reducen ante el deseo: El hombre es un ser pretencioso, busca poder y ser la cabeza de la manada. Sin embargo, todo es un traje que cubre el deseo, aquello que de verdad refleja la justificación de las ganas del hombre.

· **Emociones a tratar: Deseo, Intolerancia, Rabia, Dominio, Incapacidad.**

9.1 Tratamiento Narrativo

El videoclip busca explotar el concepto de una forma atractiva, consecuente y lo bastante contundente para la duración de la canción. Por esta razón, se plantea un tratamiento a partir de un videoclip de la clase *dramático narrativo*, además de plantear una línea paralela con un *performance* de la banda manteniendo estándares de la imagen de La Mano de Parisi.

¿Cómo hacerlo? En principio, creando una atmósfera particular, donde se identifique un conflicto que sustente el deseo y donde, además, lo esencial no esté en una justificación de los hechos sino en lo que sucede en sí y en la línea que se marca a partir de las acciones. La razón se da desde el aspecto animal del hombre, tomando esa irracionalidad que puede habitar en cada uno.

Las herramientas que se establecen para lograr una construcción acorde para el videoclip es primero, un tratamiento narrativo básico, que solo define una dirección alrededor de una idea del concepto: el deseo existe, pero no siempre terminará cumpliéndose. Además, la creación de un absurdo, a partir de momentos que rocen la acción y la gracia. Finalmente, reuniendo los elementos ya dichos, se plantea la búsqueda de una antítesis de la identidad del ser humano elegante, poderoso e intelectual, es decir, destruir un estado de plenitud a partir de una ridiculización salvaje y absurda.

Algunas referencias que construyen un tratamiento similar son las siguientes:



Arctic Monkeys – Fluorescent Adolescent (2007)

<https://www.youtube.com/watch?v=ma9I9VBKPiw>

Muestra una pelea entre una pandilla de payasos y de ladrones, donde la cabeza de los payasos (siempre payaso) fue amigo toda la vida de la cabeza de los ladrones.

A partir de una historia absurda logran crear una violencia entre la alegría o terror de un payaso y de unos ladrones



Sia – Elastic Heart (2015)

<https://www.youtube.com/watch?v=KWZGAEj-es>

Una coreografía que muestra la tentación y reacciones animales, empezando desde su encierro en una jaula y su apariencia.

Tras el previo planteamiento, se establece la siguiente sinopsis para la construcción narrativa:

“Un bar de los años 20, donde el glamour de quienes ríen y disfrutan de un tiempo allí es interrumpido por la presencia de una mujer que despierta tentación en ellos, creando de esta forma el caos a su alrededor y enfrentándose entre sí para llegar a completar su deseo”

9.1.1 El nacimiento del bar y del universo de “Báilame”

Como se aclara en la sinopsis, todos los acontecimientos del videoclip suceden en un bar estadounidense, ubicado temporalmente entre la década de los 20 y los 30. La razón, se resume en la interpretación que se da a los famosos “maravillosos años 20” y su final decaída que llevó a la crisis del 29 en Estados Unidos, teniendo en cuenta sus grandes hitos sociales y la euforia de la época. A continuación se repasarán los principales aspectos que se tuvieron en cuenta para dar una razón a *Báilame* y aportar a su construcción narrativa:

9.1.2 “Los Maravillosos Años 20”

En el periodo entre guerras, Estados Unidos vivió una de las épocas que más riqueza cultural trajo a su historia y que lo mantuvo durante varios años como el centro del mundo y ejemplo a seguir para los demás países, contando los Europeos, que continuaban recuperándose de los grandes daños que dejó la Primera Guerra Mundial.

Estados Unidos vivía una cúspide en su economía y toda su población respiraba la euforia que esto transmitía en cada rincón de sus ciudades. Todo esto llevó a grandes cambios sociales que entre tantos se rescataron algunos para tener en cuenta en la construcción de *Báilame*.

9.1.3 La elegancia y la ambición de una clase más alta:

Sin ninguna duda, los años 20 fue una de las épocas más elegantes en la historia de los Estados Unidos, donde la gente vivía en un ambiente capitalista y donde el sistema mercantil estaba llegando a su máxima expresión, y esto se vivió sobre todo en industrias de comunicación, publicidad y de moda. La población invertía mucho en lucir un estatus social alto y esto lo lograban reflejar en su apariencia, así que la gente gastaba mucho dinero en trajes elegantes, accesorios de lujo y en asistir a sitios exclusivos. No por nada, en esta década, nacieron muchas marcas de moda que hoy prevalecen bajo un concepto de exclusividad.



*Imagen extraída de
tuestilodiario.blogspot.com*

[http://4.bp.blogspot.com/-](http://4.bp.blogspot.com/-G9NE3pwyxUM/UZU93WibVZI/AAAAAAAAALWM/x8GnZIAwexQ/s1600/vintage-20s-in-srtajara.jpg)

[G9NE3pwyxUM/UZU93WibVZI/AAAAAAAAALWM/x8GnZIAwexQ/s1600/vintage-20s-in-srtajara.jpg](http://4.bp.blogspot.com/-G9NE3pwyxUM/UZU93WibVZI/AAAAAAAAALWM/x8GnZIAwexQ/s1600/vintage-20s-in-srtajara.jpg)



*Imagen extraída de
vcc.cl*

http://vcc.cl/wp-content/uploads/2014/07/2012_2_29_PHOTOALLERY-67d4bb98d7fdc6e311ac5f7cd65aad2f-1330521015-76.jpg

Cuando se pensó en el concepto de “Báilame” y en los principios desde los que se iba a construir, se estableció en destruir la elegancia para exponer un lado más desordenado y agresivo. La clase y la elegancia que representaban los años 20 eran perfectos para tomarlos de referencia para la construcción narrativa de esta idea, además de los demás aspectos de desorden político y social que se manifestaron en la década que serviría como sustento a la hora de la construcción del tratamiento de personajes. Por tanto, aquí está la principal razón por la que se llegó a considerar el espacio temporal en los años 20.

o 9.2 Bares, licor y baile:

Durante esta década, la gente gastaba mucho tiempo en el entretenimiento, haciendo que industrias de tal índole como la música y el cine empezarán a crecer. Entre esas industrias, sitios como cabarets y bares presentaron un auge sin igual, la euforia que se respiraba se representaba en las noches donde la gente asistía a fiestas, bebía y bailaba sin parar. Tras la Ley Seca[1] que prohibía la producción, venta y consumo de licor, los bares empezaron a tomar un papel más clandestino y hasta los sitios menos decorosos podrían presentar eventos de gran exclusividad, todo estaba en el producto ofrecido.

[1] La Ley Seca estuvo vigente entre el 17 de enero de 1920 hasta el 5 de diciembre de 1933

El aspecto del bar que se describe en esta época llevaba a tener en cuenta aspectos de corrupción y desorden, que alimentaban lo que se buscaba desde *Báilame*. Además, un bar era el sitio perfecto para representar el deseo y la tentación, sobre todo hacia una mujer, pues las intenciones de llegar a conquistar estaban presentes al igual que acontecimientos de peleas. La idea alrededor de la Ley Seca también aportan al sentido del deseo y su sentido ilegal, donde también, a partir de esto, en la época empezaron a nacer algunas de las mafias más reconocidas en la historia de los Estados Unidos, y ese ambiente de agresividad aportaba también mucho a la hora de la construcción de personajes

9.3 Las mafias y los capos:

Tras el establecimiento de la Ley Seca, muchas organizaciones ilegales empezaron a contrabandear licor, volviéndolo el producto principal de las nacientes mafias americanas. Estas mafias fueron protagonistas de grandes desordenes sociales y políticos, ya que hasta varios políticos se vieron involucrados en procesos ilegales. Muchos de estos desordenes se presentaban en bares y cabarets donde el producto ilegal era vendido de forma clandestina.



*Al Capone, imagen extraída de
nbcchicago.com*

http://media.nbcchicago.com/images/1200*900/Al-Capone.jpg

Todo este sentido clandestino aportaba al desorden y la agresividad buscada desde *Báilame*, donde además, el referente de alguien como Al Capone, uno de los mafiosos más famosos en la cultura general americana, aportaba aspectos de ira que eran enriquecedores a la hora de la construcción de una trama y el tratamiento de personajes

9.4 El papel de la mujer y las demás estructuras sociales

Por otra parte, el papel de la mujer en la sociedad estableció un cambio protagónico, empezando por la otorgación del derecho al voto y los demás aspectos que este hecho trajeron consigo, donde cabe rescatar como la mujer subió de un estatus social donde buscaba la igualdad constante con el hombre en aspectos económicos, sociales y políticos.

Todos estos cambios hicieron que la mujer empezara a protagonizar acontecimientos nunca antes hechos por este género, donde la extravagancia y la independencia sobresalían, creando además un término popular por el que eran llamadas las jóvenes quienes seguían un estilo de vida lleno de extravagancias, “Flapper”. Las mujeres fueron muestras importantes de consumo, sobre todo en aspectos de moda, haciendo que el uso de accesorios y maquillaje fuera aprovechado por grandes industrias.



Mujer Flapper de los años 20, imagen extraída de artssandcraftiss.blogspot.com

<http://2.bp.blogspot.com/-kysCb51BJqA/TqqEvnqVPbI/AAAAAAAAABA/e1wOaUrDh9U/s1600/felices+veinte.jpg>

Entre otros cambios sociales, como Estados Unidos estaba en la mira del mundo, la inmigración de otras poblaciones empezó a incrementar por la búsqueda de la forma de vida americana, haciendo que existiera en muchas ocasiones choques culturales y también la inclusión de otras comunidades, como la afro y la irlandesa, sin embargo esto también trajo consigo el incremento de protestas racistas y las acciones de control migratorio por parte del gobierno.

El ambiente marcado por la inclusión de distintas sociedades y personas atraía bastante a la construcción del deseo en *Báilame*, pues la intención marcada en el videoclip era retratar como todos eran tentados por el deseo, sin excepción, y esta idea de adoptar personajes precisos que representaran a un grupo selecto con características específicas lograban acercarse al objetivo de mostrarlo audiovisualmente.

9. 4.1 La realidad de la década y la llegada de la crisis

Como se puede concluir según lo establecido en los anteriores puntos, debajo de toda la superficialidad de la alegría de los años 20 existía una realidad de caos, corrupción y desorden que llevarían un final negativo representado por la crisis del 29 y la gran depresión que se vivió en la década de los 30.

Esta idea es la que sustenta el último punto para que la década del 20 resultara ser base para la construcción final del concepto de “Báilame”, ya que desde el videoclip se buscaba exponer una realidad manipuladora desde el deseo y como este podía llevar a la ambición descontrolada y destructiva. Además, se traza una línea firme en la narrativa que se exponía en el videoclip, todo comenzaba siendo alegría hasta que se presentara el deseo y finalmente un final donde no se conseguía llevarse a cabo.

9.5 Atmósfera general y establecimiento de la narrativa

Teniendo el marco histórico anteriormente hecho, se decide establecer la línea narrativa de “Báilame” y cada cosa que sucedería en ésta.

Empezando por un planteamiento del lugar, donde se busca un ambiente elegante, sin llegar a ser muy extrovertido ya que se trata de un bar clandestino, así que la idea es que no exista un público muy extenso en éste. Su construcción se basa en un sitio pequeño donde la clase y la elegancia sean visibles y distinguidas, existan pocas mesas y un decorado simple pero contundente, apoyado por una luz tenue y gente muy bien vestida de la época.

Algunas referencias reflejan la importancia del decorado de las lámparas, mesas con mantel y un material en las paredes con una combinación rústica y tela.



Midnight in Paris, (Allen) (2011)



Gangster Squad, (Fleischer) (2013)



Boardwalk Empire (2010 – 2014)

Las principales referencias para la atmósfera se basaron en *Midnight in Paris* de Woody Allen; *Boardwalk Empire* de la cadena HBO y finalmente *The Great Gatsby* de Baz Luhrmann, de la cual se tomaron elementos más precisos; todas representativas de la década de los 20. Hubo otros aspectos tomados de la película *Gangster Squad* de Ruben Fleischer, que aunque se desarrolla en los años 40, tenía elementos narrativos que funcionaban e iban acorde a las otras referencias.

Finalmente el resultado fue el siguiente bar:



Para entrar más al desarrollo de una narrativa, se construye una línea a partir de una serie de hechos: Un grupo de personas entra a un bar para pasar un tiempo de diversión, pero este propósito se ve interrumpido una vez llega una mujer con cuatro hombres que la cuidan, roba la atención de su entorno, su presencia es elegante y seductora, es segura de sí misma, y reta a quienes la ven a que la cortejen, haciendo una acción típica de la narrativa clásica, lanza un pañuelo para que los demás le recojan.

La mujer representará el deseo en este bar, la provocación en todos y expondrá ese lado animal de cada uno, sin excepción, pues el deseo debe estar presente en todos, ancianos, mujeres y hombres.



Gangster Squad, (Fleischer) (2013)

Imagen extraída de idealmagazine.co.uk

http://www.idealmagazine.co.uk/wp-content/uploads/2013/01/b_gangster-squad-emma-stone.jpg



Great Gatsby, (Luhrmann) (2013)

Imagen extraída de pop.inquirer.net

http://movies.inquirer.net/files/2013/05/The_Great_Gatsby_21.jpg



Protagonista de Báilame

Siempre centrada y protegida por sus guardaespaldas incógnitos. Cuyas máscaras y atuendos elegantes logran dar presencia de protección y seguridad. Su construcción, se basa además en la justificación desde la imagen propuesta por el concepto de La Mano de Parisi, donde sus rostros no son distinguibles y sus manos llevan una venda.



Kill Bill, (Tarantino) (2003)



Imagen extraída de Báilame La Mano de Parisi

El caos y el desorden empieza a desarrollarse alrededor de esta mujer. Discusiones, peleas, insultos y actos empiezan a suceder, tratados en muchas ocasiones desde la exageración, todo esto marcará el ritmo y el desarrollo central del videoclip.



Duplicity , (Gilroy) (2009)

Para el tratamiento de todas estas acciones se toma como principal referencia la escena que introduce la película *Duplicity* de Tony Gilroy, donde a partir de la composición, con el uso de planos medios y generales, la técnica de *slowmotion* y el mismo montaje, se logra construir un absurdo de las peleas.



Imágenes extraídas de *Báilame* La Mano de Parisi

Finalmente, cuando todo está por acabar, las personas alrededor están exhaustas y derrotadas en el suelo, con un último esfuerzo, comienzan a acercarse para llegar a esta mujer pero ella simplemente se marcha dejándolos con el deseo en sus manos. Para esta parte, se imitará una concepción de las ilustraciones de la ascensión de Jesús sobre todos los mortales, tomando como significado la separación de dos planos, uno inmortal y con una sugestión de un estado inalcanzable y el otro terrenal y sin esa “divinidad” presente. Esto se hace con la

intención de mostrar como ese deseo se volvió inalcanzable y presenta otro nivel sobre quienes quedan allí derrotados.



*Imagen extraída de
parroquiasantarita.org.pe
[http://www.parroquiasantarita.org.pe/wp-
content/uploads/2014/05/dMGL_2_Ascencion.jpg](http://www.parroquiasantarita.org.pe/wp-content/uploads/2014/05/dMGL_2_Ascencion.jpg)*



*Imágenes de la secuencia final que surge de la referencia de la Ascensión de Jesús en
“Báilame” de La Mano de Parisi*

Por otra parte, existe una línea de tratamiento paralelo para la banda, quienes estarán en un performance bajo la idea insignia de ellos, manteniendo su identidad en una baja percepción. Se hará a partir de dos formas, la primera como siluetas sobre superficies de color; y la segunda como primeros planos de sus instrumentos sobre las mismas superficies.

Algunas referencias comparadas con sus resultados son:



Un Día En El Mundo, (Vetusta Morla) (2013)



Kill Bill, (Tarantino) (2003)



Imagen extraída de “Báilame”, La Mano de Parisi



Reptilia, (The Strokes) (2009)



Imagen extraída de “Báilame”, La Mano de Parisi

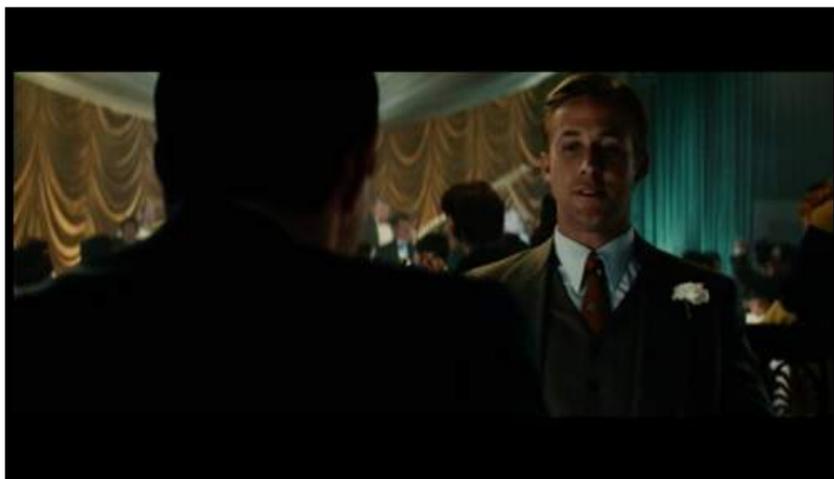
· 9.6 Construcción del Tratamiento Estético

Toda la construcción estética se trabaja desde el continuo trabajo y la total sincronía entre los departamentos de producción, teniendo claro entre todos que los conceptos a explotar aporten a la construcción del concepto general y toda la base narrativa e idealista anteriormente mencionada. Por tanto, los conceptos trabajados son la elegancia, en función de construir una antítesis desde las acciones y los detalles alrededor de esta, la agresividad y la dualidad entre un estado de plenitud y un estado oscuro.

9.7 Desde la Dirección de Fotografía:

9.7.1 Look:

Desde el look, se resalta el uso del color y algunas tonalidades frías en su mayoría que contrastan con los colores cálidos de algunas prendas, como de la mujer que llega al bar. A partir de la iluminación, dar la ambientación de bar y un lugar clásico y muy presentable.





Gangster Squad, (Fleischer) (2013)

Como principal referencia está la anterior escena de *Gangster Squad*, donde se ve la importancia de resaltar el entorno desde la iluminación justificando luces prácticas, mostrando la elegancia del lugar, los elementos clásicos y resaltar el color característico del sitio a través de una saturación adecuada del color. Además, definiendo un buen contraste en los personajes, donde el objetivo no es una sombra muy resaltada pero si la suficiente para proponer una dualidad en cada uno, técnica básica del thriller.



Give Me Love, (Ed Sheeran, 2012)

9.7.2 Planimetría:

Desde la planimetría, la variación de planos medios y planos generales para mostrar el lenguaje corporal y otros primeros planos que resalten más las expresiones y algunos detalles de golpes.



Duplicity, (Gilroy) (2009)

El uso de primeros planos ayuda a resaltar los impactos y emociones, mientras que los planos enteros y generales otorgan un sentido más absurdo y exagerado sumado al slowmotion del tratamiento con el que retrata cada momento del videoclip.

9.7.3 Movimientos de Cámara:

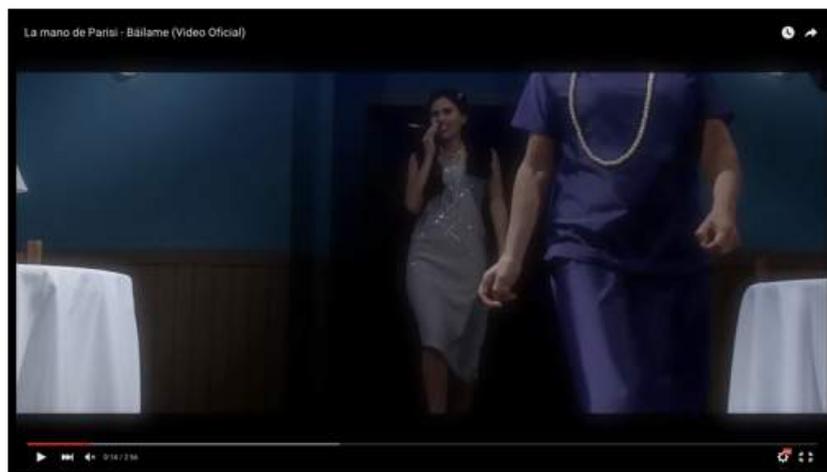
El uso de movimientos como algunos *track in* y *track out* son planteados para la introducción de la narrativa y del lugar, así como también para finalizar el videoclip. Por una parte, se toman esos movimientos para dar la sensación de revelación, en el caso del inicio y cuando entra la mujer, ya para el final, se plantea con un propósito mucho más narrativo, no solo revelar como han quedado todos, sino además para dar la sensación de que el deseo ha quedado ahí mientras que la mujer simplemente se aleja, hacia la oscuridad, mostrándose como alguien inalcanzable.

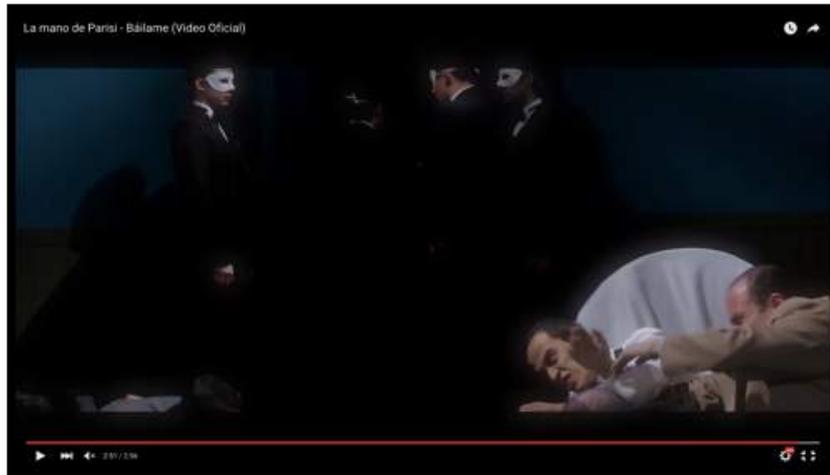


Another Love – (Tom Odell) (2012)

Un largo track out que va revelando la narrativa

<https://www.youtube.com/watch?v=MwpMEbgC7DA>





Imágenes extraídas de “Báilame”, La Mano de Parisi

Por otra parte, algunos *travellings* cortos para presentar algunos personajes, con el objetivo de introducirnos desde el entorno en ellos, ver cómo hacen parte de lo que los rodea.



Fluorescent Adolescent -(Arctic Monkeys) (2007)

<https://www.youtube.com/watch?v=ma9I9VBKPiw>

9.8 Desde la Dirección de Arte

9.8.1 Vestuario y apariencia:



Boardwalk Empire (2010 – 2014)

Nucky Thompson

Imagen extraída de leonhunt.co.uk

<http://www.leonhunt.co.uk/files/2013/11/Nucky-Thompson-2.jpg>

El vestuario para los hombres es formal, vestidos típicos de la década de los 20 y hasta los 40, donde se caracterizaban por ser vestidos de colores oscuros, en escalas de grises y colores tierra. Son complementados por el uso de abrigos, gabardinas, tirantas y chalecos de tela y sombreros. Camisas muy formales con corbatas clásicas de rayas en su mayoría.



Imagen extraida de pinterest.com

<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/236x/9e/78/2c/9e782cda0babf28de3475ea58d7bb6a9.jpg>



Boardwalk Empire - (Jimmy Darmody)(2010-2014)

Imagen extraida de steve-buscemi.blogspot.com.co

<http://steve-buscemi.blogspot.com.co/2010/08/boardwalk-empire-actores-y-personajes.html>

El uso de elementos para complementar los trajes es esencial. Implementar algunos sombreros, boinas, abrigos, tirantas, entre otras cosas.



Hombres con abrigos y sombreros, otro construidos de forma más sutil, así es la representación masculina en “Báilame”.



Adriana

Midnight in Paris, (Allen) (2011)

Imagen extraída de pinterest.com

<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/236x/5c/cd/cc/5ccdcc1df47253687078074a0d47e347.jpg>

Para las mujeres, el glamour y la elegancia a partir de vestidos típicos de la época, sueltos y hasta la rodilla. Son vestidos con algunas decoraciones brillantes. Sus peinados cortos y sus accesorios que decoran su belleza son sutilmente expuestos en cada una.



Midnight in Paris, (Allen) (2011)

Imagen extraída de popsugar.com

http://media4.popsugar-assets.com/files/2012/02/06/3/192/1922283/019fb1fae61f3e1c_mip-thumb.xxlarge/i/Midnight-Paris-Themed-Oscar-Party.jpg



Midnight in Paris, (Allen) (2011)

Imagen extraída de wifflegif.com

http://38.media.tumblr.com/tumblr_lye489hD2J1r6du08o1_500.gif

El uso de elementos como adornos de perlas, en el cuello y en las muñecas, los adornos en el pelo y guantes son complementos de la personificación de cada una, por ejemplo, La Flapper esta compuesta por más brillos y labios rojos resaltados, la mujer adulta es más clásica y los guantes le dan ese toque final.



La Flapper en “Bailame”

9.8.2 Escenografía y ambientación.





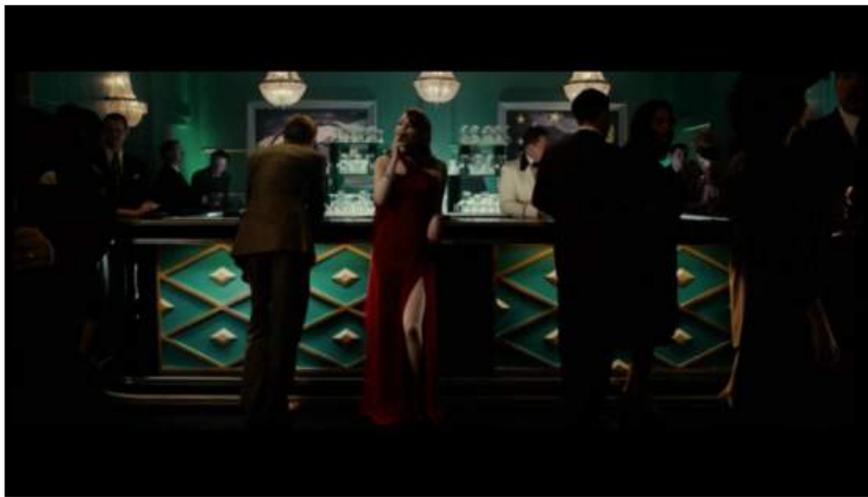
Diferentes escenas de Midnight in Paris, (Allen) (2011)

El bar en *Báilame* es un sitio cerrado, escondido y que aun así logra mantener una determinada elegancia y clase para establecer un estatus de sus visitantes. A causa de la ley seca de la época, se establece un sitio clandestino, por esta razón se plantea desde esta propuesta que sea un sitio pequeño y sin ventanas.

Un ambiente bohemio y clásico, construido por elementos encontrados en diferentes referencias que abundaban en décadas contemporáneas, como es la decoración a partir de lámparas, un elemento importante para el sitio, tanto de pared como de mesa. Los bares solían todos llevar manteles en sus mesas y la madera y un toque rústico era lo que abundaba en su construcción.



Un local expuesto en Midnight in Paris, (Allen) (2011)



Gangster Squad, (Fleischer) (2013)

Los colores para el bar de *Báilame* son definidos a partir de las anteriores referencias, donde usando un mezcla de un color frío con toques rústicos logran crear un ambiente elegante, llamativo y bohemio.

9.9 Tratamiento de Personajes

A partir de los personajes se construye un complemento al tratamiento narrativo basado en un concepto enfocado en exponer una idea de universalidad, donde cada uno sea vulnerable a las emociones que nacen a partir del deseo, se vean involucrados en una

competencia absurda por alcanzarlo y sientan la frustración de no poder concretarlo. Para todos, la ira se vuelve parte de su ser y su búsqueda de sobresalir es incoherente en la medida por alcanzar su objetivo.

Para construir el propósito planteado, se definen personajes específicos, con características establecidas y diferentes a las de los demás que logren una inclusión de prototipos humanos, desarrollados desde conceptos sociales, culturales y económicos a partir de una interpretación personal y con referentes de la época desarrollada.

Cada personaje es pensado desde características singulares, con la intención de crear a cada uno con una idea de base a representar o a tratar, estableciendo de esta forma que en el bar de *Báilame* no exista una gran extensión de personas sino más bien unas pocas con ideas particulares, marcando un sentido de universalidad construida desde la individualidad de quienes hacen parte de ella.

Esto, además, permite establecer la estrategia para la campaña de expectativa al lanzamiento del segundo sencillo de La Mano de Parisi, donde se plantea explotar el concepto de la época a partir de cada personaje, buscando impactar y atraer gracias a la estética de los años 20.

Los personajes fueron nombrados con algún concepto que no es relevante a exponer en el producto final pero si a la hora de la construcción conceptual de esta propuesta.

9.9.1 La Bestia

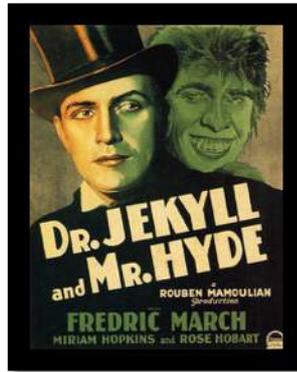


El increíble Hulk

Imagen extraída de marvel.com

<http://i.annihil.us/u/prod/marvel//universe3zx/images/f/fe/Hulk13.jpg>

La concepción de “La Bestia” se da por la representación literal del subtexto narrativo del videoclip, un hombre con una fuerza extraordinaria que no mide sus acciones por el poder de su ira. La idea nace de referencias como las de los personajes de Hulk de Marvel, personaje creado por Stan Lee y Jack Kirby; y Dr. Jekyll y Mr. Hyde” de la obra literaria del mismo nombre escrita por Robert Louis Stevenson. En ambos casos, existen dos personajes que revelan otro yo interior que suele tener una concepción negativa de lo que ellos realmente son.



*Película inspirada en la obra literaria de
“Dr. Jekyll and Mr. Hyde” de Robert Stevenson*

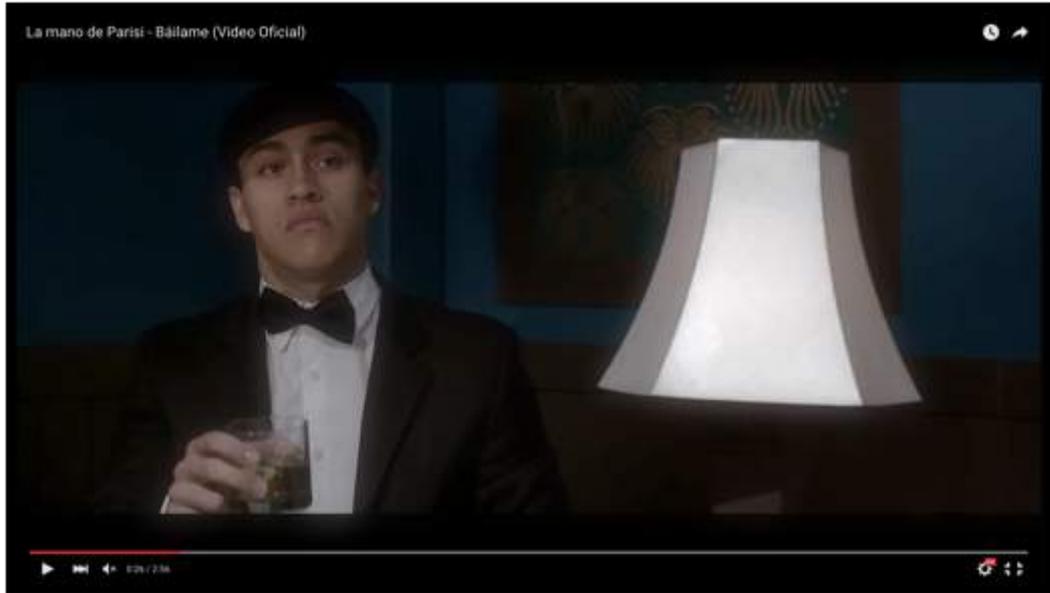
Imagen extraída de growingleaders.com

<http://growingleaders.com/blog/wp-content/uploads/2010/08/dr-jekyll-mr-hyde.jpg>

Los actos de “La Bestia” lo definen como la representación literal de la furia, la ira y ese lado animal. Para construir un concepto así se busca ese lado salvaje basado en la fuerza bruta, expuesta desde acciones precisas.



Las ideas con las que es construido lo definen como alguien aislado, refugiado en sí mismo. Posee una mirada amenazante e imponente, y a partir de ésta revela que conoce su poder pero sólo funciona bajo una provocación. Es alguien en la oscuridad que espera el momento adecuado para salir a atacar.



La Bestia en "Báilame"

9.9.2 Los Ancianos



Imagen extraída de aceshowbiz.com

<http://www.aceshowbiz.com/images/still/red10.jpg>



Personajes de la película “Red” de Robert Schwentke

Imagen extraída de bbcamerica.com

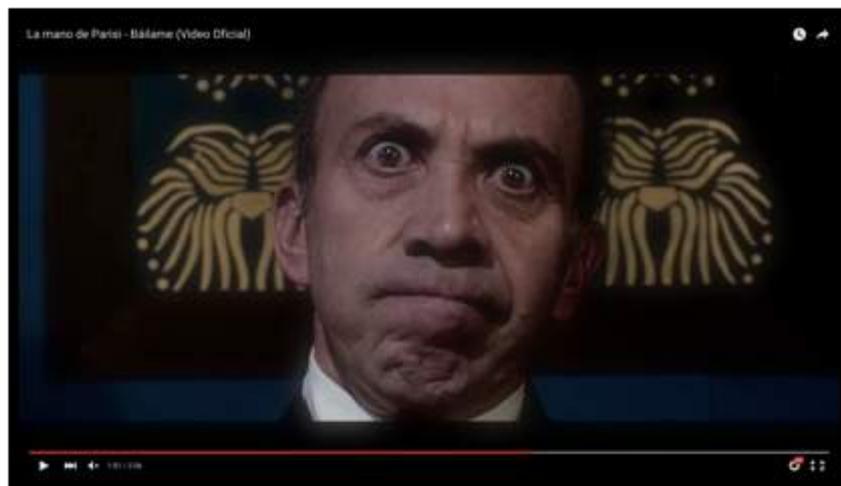
<http://images.amcnetworks.com/bbcamerica.com/wp-content/blogs.dir/1/files/2013/07/Red.jpg>

La gente adulta y las personas mayores no son inmunes al deseo que se vive en el bar de *Báilame*. Las referencias anteriores son dos personajes de la película “Red”, dirigida por Robert Schwentke, en la cual se retratan agentes de fuerzas especiales ya retirados pero que aún siguen manteniendo el ritmo para poder asumir misiones y son capaces de ser un peligro letal. Bajo un concepto similar, se ve potencial en reconocer en dos personajes como los referentes para mostrar como la vida adulta también se involucra en el caos desarrollado.



Ancianos hablando entre sí en Báilame

En *Báilame*, una pareja de ancianos entra al bar buscando pasar un espacio de ocio y diversión. Él es una persona divertida y bastante espontánea; mientras que ella, es una persona más introvertida, mucho más elegante y de más clase. Sin embargo, tras la provocación, ellos se introducen en el desorden, buscan se parte de esto y poder cumplir su provocación dada, ambos, de una forma individual, se sienten atraídos por la mujer de rojo.



Ancianos en Báilame

9.9.3 El Mesero



*Zero Moustafa, personaje de la película
“El Gran Hotel Budapest” Wes Anderson*

Imagen extraída de indiewire.com

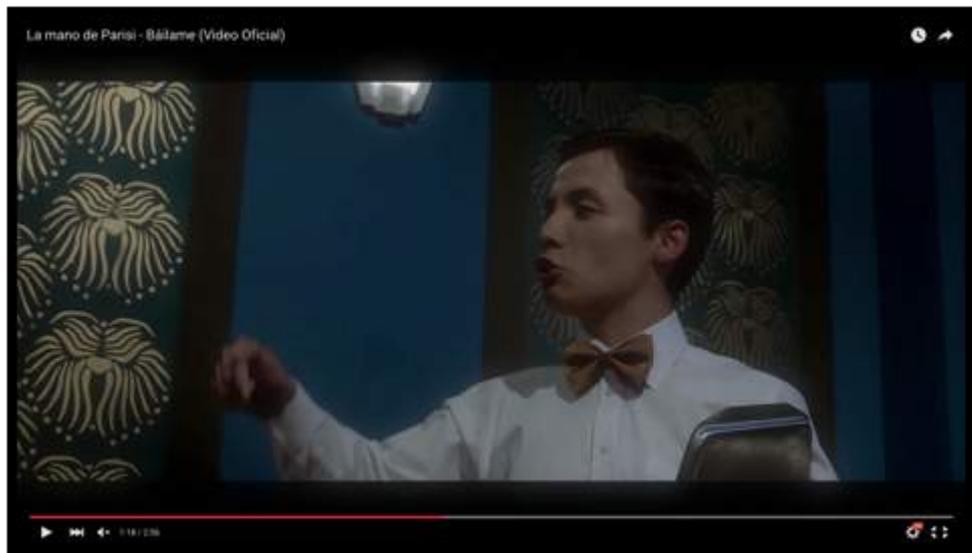
<http://d1oi7t5trwfj5d.cloudfront.net/84/99/940583ea4a76924e6069c09b7d88/tony-revolori.jpg>

El Mesero es un personaje que nace desde la idea de construir un bar y que además es el único empleado formal que se distingue entre el resto de personajes, por tanto, se plantea como la representación de ese estado laboral que cumple la gente.



El Mesero es proyectado desde una base que plantea la referencia anterior, la del personaje de Zero Moustafa, de la película *El Gran Hotel Budapest* de Wes Anderson, del que se rescata un estado de obediencia y respeto, que se ve enfocado a cumplir el deber con profesionalismo.

En el bar de *Báilame*, El Mesero es alguien formal y obediente, cumple con su deber al estar atento y sirviendo licor, pero el hecho de estar trabajando no hace que pueda eludir el caos que se presenta a su alrededor. Presenta un fiel sentido de pertenencia y lo refleja defendiendo lo que cree que es de él y alcanzar lo que quiere es un reflejo de esta característica.



El Mesero en Báilame

9.9.4 El Afro



Fotograma de la serie “Boardwalk Empire” de la cadena HBO

Imagen extraída de salon.com

http://media.salon.com/2013/09/jeffrey_wright.jpg

Como se aclara en los detalles de la década de los 20, ésta fue una época que se caracterizó por el incremento de la inmigración en los Estados Unidos por parte de otras poblaciones. Aprovechando este sentido, se busca incluir un personaje de tez canela para construir la representación de las diferencias raciales en el mundo y en el contexto planteado en el bar.

En la serie de referencia *Boardwalk Empire*, existen distintos personajes de tez oscura que toman un papel protagónico y que asumen posiciones importantes en los diferentes bandos delincuenciales que se perciben en la historia, mostrando cómo en esa época, a pesar de que existía un alto nivel de racismo, muchos de estos buscaban también tener un estatus social.



Para El Afro del videoclip se instituye un personaje imponente, con una presencia abrumadora, seguro de sí mismo y bastante coqueto y extrovertido. Sus intenciones en el bar es conseguir una mujer, intenciones que se intensifican cuando la dama de rojo entra al sitio, su deseo hacia ella es más grande y saca ese lado competitivo y agresivo de sí mismo. Sin importar el color de piel, todos están expuestos al deseo.



El Afro peleando contra El Mesero en “Bailame”

9.9.5 La Flapper



Lucy Danziger, personaje de *Boardwalk Empire*

Imagen extraída de pinterest.com

<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/236x/44/29/50/442950a985910e4a7769eac37ee34f85.jpg>

Como se expuso antes, el papel de la mujer en la década la ubica socialmente como una persona independiente y mucho más extrovertida. La Flapper, usando el término con el que comúnmente era reconocida la mujer de la época, es la fuerza femenina en el videoclip, no como provocación del deseo sino otro estado el cual también busca cumplir su ambición.



Una de las ideas planteadas desde la universalidad de *Báilame* es que las mujeres también son capaces de sentir esa atracción hacia otra mujer, exponiendo un sentido homosexual. Esta idea permite reafirmar aún más como cada uno es vulnerable a sentir ese deseo y exponerlo de forma común y normal.

La Flapper es una persona solitaria y muy individualista, de un fuerte carácter que hace que su bienestar esté por encima de su entorno. Sólo busca diversión, jugar con quienes la rodeen, no le importa nadie más ni nada más. Al verse expuesta al deseo no se puede quedar atrás, se cree lo suficientemente poderosa para ganar en medio del desorden.



La Flapper iniciando toda la secuencia de contacto en Báilame

9.9.6 El Capo



Nucky Thompson de (Boardwalk Empire)

Imagen extraída de kevinuehle.in.wordpress.com

<https://kevinuehle.in.files.wordpress.com/2012/12/steve-buscemi-boardwalk-empire-season-3-hbo.jpg>

En la época de mafias de los años 20 en Estados Unidos, este tipo de personajes eran personas imponentes y manipuladoras narrativamente hablando, como lo es Nucky Thompson en la serie de *Boardwalk Empire*.

En *Báilame*, El Capo es sólo una sugestión de ese tipo de personajes. Es la fuerza del poder, más de un tipo económico donde su proyección está cegada a una idea donde el dinero todo lo puede y no tiene barreras, esto representado más en su actitud que en la fuerza física que pueda tener. Su seguridad y su fe en la superioridad es lo que lo caracteriza en comparación de su entorno. Mantiene una actitud opresora ante los demás, donde busca reducirlos y los ve como personas inferiores e insignificantes.



Al entrar al bar, se encuentra con otro hombre en sugerencia de que puede ser alguien que trabaja para él, una persona sin significado a su lado. Su seguridad se representa desde su postura fumando un tabaco y manteniendo un estado ganador. Con el desarrollo del videoclip, la tesis del poder que se construye desde este personaje se ve golpeada y reducida, puesto que el poder de su ambición sobrepasa su realidad y lo único que logra es estrellarse contra el deseo.



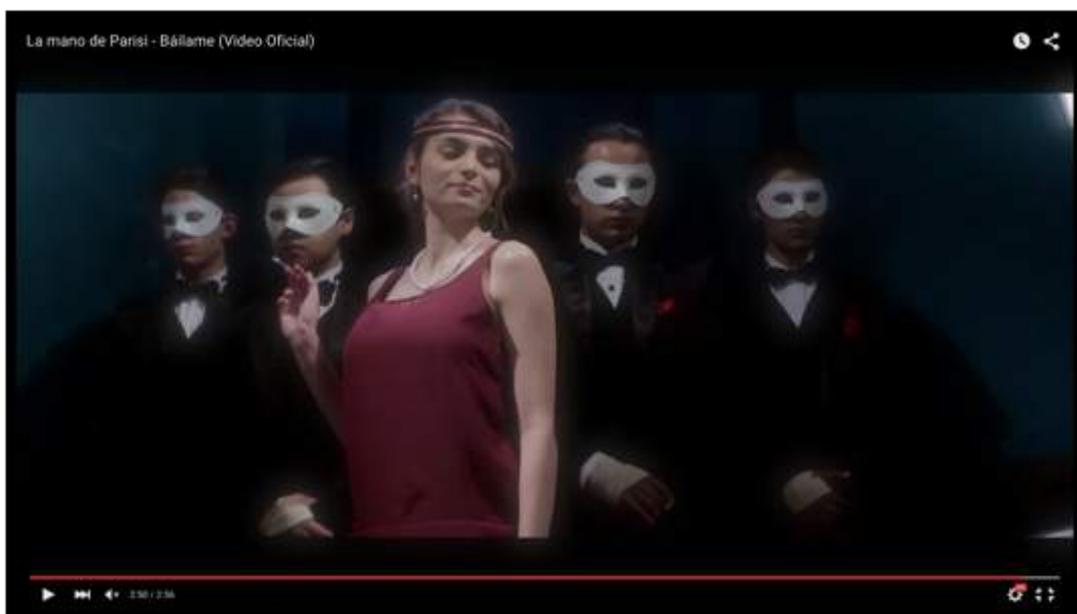
El Capo peleando con La Bestia en Báilame

9.9.7 Los Guardaespaldas



Kill Bill, (Tarantino) (2003)

Los guardaespaldas son quienes protegen a la mujer que entra. Todos uniformados, manejando un perfil oculto a través de sus máscaras, no interfieren en ningún momento, sólo cuando es necesario. Al parecer conocen el poder y las intenciones de la mujer y lo que provoca. Son insípidos y serios, parecen no tener emociones ni sentimientos.



Los Guardaespaldas siempre firmes al lado de la mujer en “Báilame”

9.9.8 La Mujer.



Adriana

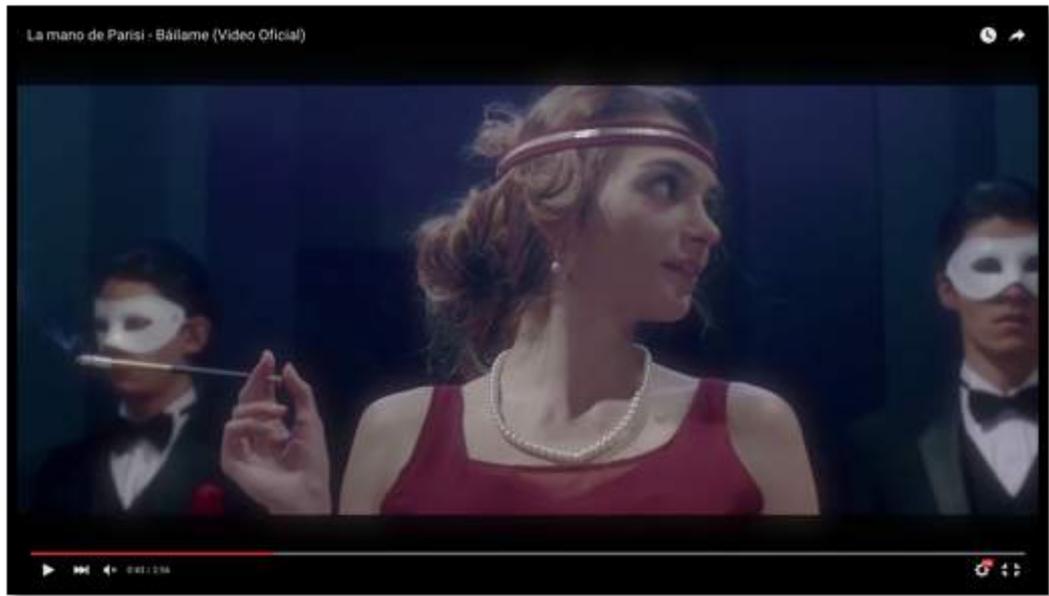
Midnight in Paris, (Allen) (2011)

Imagen extraída de pinterest.com

<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/236x/5c/cd/cc/5ccdcc1df47253687078074a0d47e347.jpg>

Una mujer dominante y muy hermosa, pero lo que le da ventaja sobre los demás es la seguridad en sí misma, su sencillez que la caracteriza y su invulnerabilidad de la atmósfera que la rodea.

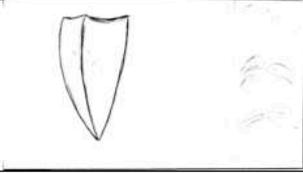
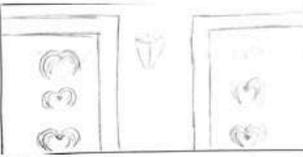
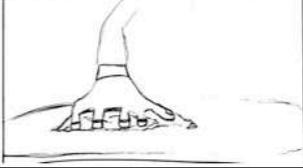
Conoce de lo que es capaz y esta consciente de lo que va provocar, lo hace simplemente para divertirse, para evidenciar su poder y para humillar a los demás. Logra su cometido en “Báilame”, después de darse cuenta de que nadie está a su altura simplemente se aleja dejándolos a todos con el deseo en sus manos.



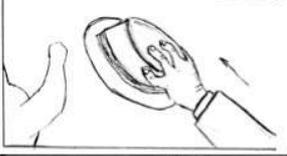
La Mujer impactando con su entrada en “Báilame”

9.10 Tratamiento de la canción

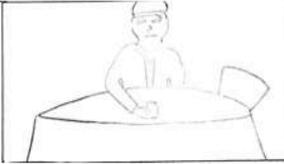
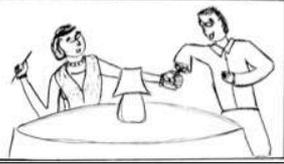
10. GUIÓN TECNICO

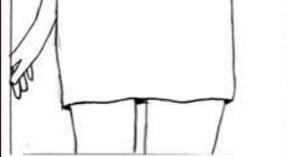
| | Plano | a | Ángulo | Movimiento | Storyboard | T.P. | T.T. |
|---|--------------|--|-------------------|------------|---|------|---------------|
| 1 | Primer Plano | Lámpara pared prendiéndose | 45 - a nivel | Fijo |  | 0:02 | 00:00 - 00:02 |
| 2 | Plano Medio | Lámpara pared prendiéndose | Frontal - a nivel | Fijo |  | 0:02 | 00:02 - 00:04 |
| 3 | Primer Plano | Mesero limpiando mesa al ras de la altura de la mesa | Frontal - a nivel | Fijo |  | 0:02 | 00:04 - 00:06 |
| 4 | Primer Plano | Pablo bailando | 45 - a nivel | Fijo | | 0:02 | 00:06 - 00:08 |

| | | | | | | | |
|---|-----------------|------------------|------------------------|-----------|--|--------|---------------|
| 5 | Primer Plano | Zapato entrando | Lateral - a nivel | Fijo |  | 0:02 | 00:08 - 00:10 |
| 6 | Plano Americano | Gente entrando 1 | Frontal - contrapicado | Track out |  | 0:01,5 | 00:10 - 00:11 |
| 7 | Plano General | Gente entrando 2 | Frontal - Contrapicado | Track out | | 0:01,5 | 00:11 - 00:13 |
| 8 | Plano General | Gente entrando 3 | Frontal - Contrapicado | Track out | | 0:01,5 | 00:13 - 00:15 |

| | | | | | | | |
|----|--------------|-------------------------------------|-------------------|------|--|--------|---------------|
| 9 | Primer Plano | Pablo cantando | 45 - a nivel | Fijo | | 0:02 | 00:15 - 00:17 |
| 10 | Primer Plano | Alguien cuelga sombrero en perchero | 45 - a nivel | Fijo |  | 0:02 | 00:17 - 00:19 |
| 11 | Primer Plano | La Flapper se sienta en su silla | Lateral - a nivel | Fijo |  | 0:02 | 00:19 - 00:21 |
| 12 | Primer Plano | Jeremy Tocando | Frontal - a nivel | Fijo | | 0:01,5 | 00:21 - 00:23 |

| | | | | | | | |
|----|--------------|------------------------------------|-------------------------------|------------|--|--------|---------------|
| 13 | Plano Medio | Ancianos riendo entre sí | 45 - a nivel | Travelling |  | 0:02 | 00:23 - 00:24 |
| 14 | Primer Plano | Whiskey siendo servido en una mesa | 45 - a nivel | Fijo |  | 0:01,5 | 00:24 - 00:26 |
| 15 | Primer Plano | Juancho Tocando | Frontal - a nivel | Fijo | | 0:01,5 | 00:26 - 00:28 |
| 16 | Primer Plano | Capo expulsando humo del tabaco | Lateral - ligero contrapicado | Fijo |  | 0:02 | 00:28 - 00:30 |

| | | | | | | | |
|----|--------------|--|-------------------|------------|--|--------|---------------|
| 17 | Plano Medio | Bestia tranquilo girando el licor en su vaso de Whiskey | 45 - a nivel | Travelling |  | 0:01,5 | 00:30 - 00:31 |
| 18 | Plano Medio | Afro hablando con extra | 45 - a nivel | Travelling |  | 0:01,5 | 00:31 - 00:32 |
| 19 | Plano Medio | Flapper riendo mirando al mesero quien le sirve mientras | 45 - a nivel | Travelling |  | 0:01,5 | 00:32 - 00:34 |
| 20 | Primer Plano | Sergio Tocando | Frontal - a nivel | Fijo | | 0:01,5 | 00:34 - 00:35 |

| | | | | | | | |
|----|----------------|--|-------------------------------|---------------------|--|--------|---------------|
| 21 | Primer Plano | Pablo Cantando | 45 - a nivel | Fijo | | 0:01,5 | 00:35 - 00:37 |
| 22 | Primer Plano | Tacón entra al bar (empieza abajo) | Frontal - picado | Track out - Tilt up |  | 0:02 | 00:37 - 00:39 |
| 23 | Plano Medio | Ancianos miran sorprendidos a la entrada | Frontal - a nivel | Track out EH |  | 0:02 | 00:39 - 00:41 |
| 24 | Primer Plano | Las piernas siguen entrando (va subiendo) | Frontal - picado | Track out - Tilt up |  | 0:02 | 00:41 - 00:43 |
| 25 | Plano Medio | Flapper mira sorprendida a la entrada | Frontal - a nivel | Track out EH |  | 0:02 | 00:43 - 00:45 |
| 26 | Primer Plano | Del pecho se revela el rostro de una mujer entrando con cuatro hombres a su alrededor (termina subiendo) | Frontal - ligero contrapicado | Track out - Tilt |  | 0:02 | 00:45 - 00:47 |
| 27 | Plano Completo | Pablo Cantando (silueta) | Frontal - a nivel | Track in | | 0:01 | 00:47 - 00:48 |
| 28 | Plano Completo | Juancho Tocando (silueta) | Frontal - a nivel | Track in | | 0:01 | 00:48 - 00:49 |

| | | | | | | | |
|----|----------------|---|-------------------------------|-----------|--|------|---------------|
| 29 | Primer Plano | La mujer se ríe coquetamente | Frontal - ligero contrapicado | Fijo |  | 0.02 | 00:49 - 00:51 |
| 30 | Plano Medio | Capo y Gordo miran sorprendidos | Frontal - a nivel | Track out |  | 0.02 | 00:51 - 00:53 |
| 31 | Primer Plano | Uno de los guardaespaldas manda su blaiser para atrás | Frontal - a nivel | Fijo |  | 0.01 | 00:53 - 00:54 |
| 32 | Plano Completo | Sergio Tocando | Frontal - a nivel | Fijo | | 0.01 | 00:54 - 00:55 |

| | | | | | | | |
|----|--------------|---|-------------------|------|--|------|---------------|
| 33 | Primer Plano | Uno de los guardaespaldas se ajusta la corbata | Frontal - a nivel | Fijo |  | 0.01 | 00:55 - 00:56 |
| 34 | Primer Plano | La mujer sonríe mirando hacia el otro lado del plano anterior | Frontal - a nivel | Fijo |  | 0.01 | 00:56 - 00:57 |
| 35 | Primer Plano | Alfo mirando boquiabierto | 45 - a nivel | Fijo |  | 0.01 | 00:57 - 00:58 |
| 36 | Primer Plano | La mujer saca un pañuelo y lo suelta | Frontal - a nivel | Fijo |  | 0.02 | 00:58 - 01:00 |

| | | | | | | | |
|----|----------------|--------------------------------------|------------------------|------|--|------|---------------|
| 37 | Plano Medio | Bestia mira fijamente la acción | Frontal - contrapicado | Fijo |  | 0:01 | 01:00 - 01:01 |
| 38 | Plano Medio | Extra mujer mira fijamente la acción | Frontal - contrapicado | Fijo |  | 0:02 | 01:01 - 01:03 |
| 39 | Plano Completo | Jeremy Tocando (silueta) | Frontal - a nivel | Fijo | | 0:01 | 01:03 - 01:04 |
| 40 | Primer Plano | Sergio Tocando | Frontal - a nivel | Fijo | | 0:01 | 01:04 - 01:05 |

| | | | | | | | |
|----|----------------|---------------------------------|-------------------|------------|--|------|---------------|
| 41 | Plano Completo | Juancho Tocando (silueta) | Frontal - a nivel | Fijo | | 0:01 | 01:05 - 01:06 |
| 42 | Primer Plano | La mujer mira de un lado a otro | 3 | Travelling | | 0:02 | 01:06 - 01:08 |
| 43 | Primer Plano | Pablo Cantando | 45 - a nivel | Fijo | | 0:01 | 01:08 - 01:09 |
| 44 | Plano Medio | Ancianos discuten entre si | 45 - contrapicado | Fijo |  | 0:02 | 01:09 - 01:11 |

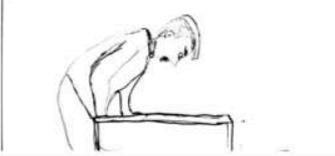
| | | | | | | | |
|----|--------------|--|-------------------|------|--|------|---------------|
| 45 | Plano Medio | Capo y Gordo pelean entre sí para luego a pelear hacia sus lados | 45 - contrapicado | Fijo |  | 0:02 | 01:11 - 01:13 |
| 46 | Plano Medio | Bestia peleando con la otra mesa | 45 - contrapicado | Fijo |  | 0:01 | 01:13 - 01:14 |
| 47 | Primer Plano | Flapper discute | 45 - contrapicado | Fijo |  | 0:01 | 01:14 - 01:15 |
| 48 | Plano Medio | Extra y Afro discuten mientras se levantan | 45 - contrapicado | Fijo |  | 0:01 | 01:15 - 01:16 |

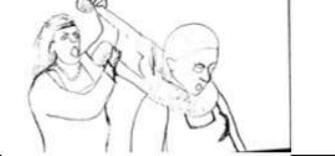
| | | | | | | | |
|----|--------------|--|------------------------|------------|--|------|---------------|
| 49 | Primer Plano | Mesero discute | 45 - contrapicado | DOLLY |  | 0:01 | 01:16 - 01:17 |
| 50 | Plano Medio | Capo se dirige discutiendo hacia la izquierda | 45 - contrapicado | Travelling |  | 0:02 | 01:17 - 01:19 |
| 51 | Plano Medio | Flapper se dirige discutiendo hacia la derecha | 45 - contrapicado | Travelling |  | 0:02 | 01:19 - 01:21 |
| 52 | Plano Medio | La mujer se sorprende y sonríe | Frontal - contrapicado | Fijo |  | 0:01 | 01:21 - 01:22 |

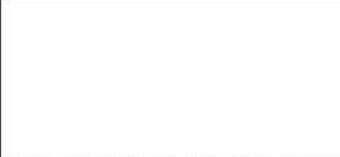
| | | | | | | | |
|----|----------------|--|-------------------|------------|--|--------|---------------|
| 53 | Plano Completo | Pablo Cantando (silueta) | Frontal | Fijo | | 0:01,5 | 01:22 - 01:24 |
| 54 | Primer Plano | Juancho Tocando | Frontal | Fijo | | 0:01,5 | 01:24 - 01:25 |
| 55 | Plano Medio | Afro se dirige discutiendo hacia la derecha | 45 - contrapicado | Travelling |  | 0:02 | 01:25 - 01:27 |
| 56 | Plano Medio | Gordo se dirige discutiendo hacia la izquierda | 45 - contrapicado | Travelling |  | 0:02 | 01:27 - 01:29 |

| | | | | | | | |
|----|----------------|---|-------------------|------|--|------|---------------|
| 57 | Plano Completo | Jeremy Tocando (silueta) | Frontal | Fijo | | 0:01 | 01:29 - 01:30 |
| 58 | Primer Plano | Sergio Tocando | Frontal | Fijo | | 0:01 | 01:30 - 01:31 |
| 59 | Plano Medio | Afro se acerca a donde el mesero para continuar discutiendo | Frontal - a nivel | Fijo | | 0:02 | 01:31 - 01:33 |
| 60 | Plano Medio | Capo llega hasta el lugar de Bestia y mantienen discutiendo | Frontal - a nivel | Fijo | | 0:02 | 01:33 - 01:35 |

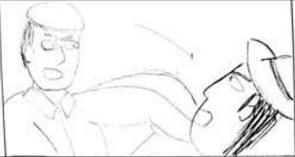
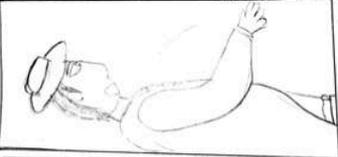
| | | | | | | | |
|----|-----------------|---|-------------------------------|------------|--|------|---------------|
| 61 | Plano Medio | Fiapper ya está en el lugar donde la extra y le echa trago encima | Frontal - a nivel | Fijo |  | 0:02 | 01:35 - 01:37 |
| 62 | Plano Completo | Jeremy Tocando (silueta) | Frontal - a nivel | Track in | | 0:04 | 01:37 - 01:41 |
| 63 | Plano Medio | La mujer mira la accion y se rie | Frontal - contrapicado | Travelling |  | 0:04 | 01:41 - 01:45 |
| 64 | Primer Plano | Juancho Tocando | Frontal - a nivel | Fijo | | 0:01 | 01:45 - 01:46 |
| 65 | Primer Plano | Capo gesticulando enfurecido | Frontal - a nivel | Fijo |  | 0:01 | 01:46 - 01:47 |
| 66 | Primer Plano | Anciano gesticulando enfurecido | Frontal - a nivel | Fijo |  | 0:01 | 01:47 - 01:48 |
| 67 | Primer Plano | Afro gritando enfurecido | Frontal - a nivel | Fijo |  | 0:02 | 01:48 - 01:50 |
| 68 | Plano Americano | Afro empujando a mesero | Lateral - ligero contrapicado | Fijo |  | 0:02 | 01:50 - 01:52 |

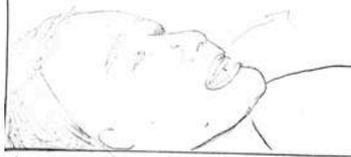
| | | | | | | | |
|----|-----------------|---|-------------------------------|------|--|------|---------------|
| 69 | Plano Medio | Bestia voltea mesa | Lateral - ligero contrapicado | Fijo |  | 0:02 | 01:52 - 01:54 |
| 70 | Primer Plano | Jeremy Tocando | Frontal - a nivel | Fijo | | 0:01 | 01:54 - 01:55 |
| 71 | Plano Americano | Anciano vuela el bastón 1 (por encima del gordo, mientras la anciana lo apoya) | Lateral - ligero contrapicado | Fijo | | 0:01 | 01:55 - 01:56 |
| 72 | Plano Americano | Anciano vuela el bastón 2 (se está cayendo mientras el bastón llegaba a su fin, la anciana lo pega) | Lateral - ligero contrapicado | Fijo |  | 0:01 | 01:56 - 01:57 |

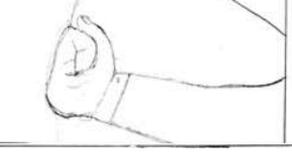
| | | | | | | | |
|----|-----------------|---|-------------------------------|------|--|------|---------------|
| 73 | Plano Americano | Anciano vuela el bastón 3 (de arriba a abajo) | Lateral - ligero contrapicado | Fijo | | 0:01 | 01:57 - 01:58 |
| 74 | Plano Americano | El mesero se protege de los puños al aire del Afro | Lateral - ligero contrapicado | Fijo |  | 0:02 | 01:58 - 02:00 |
| 75 | Plano Medio | Flapper ahorca a la extra con su peluche | Frontal - a nivel | Fijo |  | 0:02 | 02:00 - 02:02 |
| 76 | Primer Plano | Gordo hace gesto de rabia y se mueve como si fuera a salir de plano | Frontal - a nivel | Fijo |  | 0:01 | 02:02 - 02:03 |

| | | | | | | | |
|----|-----------------|----------------------------|--------------------------|------|--|--------|---------------|
| 77 | Primer Plano | Bestia hace gesto de rabia | Frontal - a nivel | Fijo |  | 0:01 | 02:03 - 02:04 |
| 78 | Plano Americano | Bestia se quita Blaiser 1 | 45 - ligero contrapicado | Fijo |  | 0:00,5 | 02:04 - 02:04 |
| 79 | Plano Americano | Bestia se quita Blaiser 2 | 45 - ligero contrapicado | Fijo |  | 0:00,5 | 02:04 - 02:05 |
| 80 | Plano Americano | Bestia se quita Blaiser 3 | 45 - ligero contrapicado | Fijo |  | 0:01 | 02:05 - 02:06 |

| | | | | | | | |
|----|----------------|---|-------------------------------|------|--|------|---------------|
| 81 | Plano Medio | Mesero corre hacia la izquierda | 45 - a nivel | Fijo |  | 0:01 | 02:06 - 02:07 |
| 82 | Plano Completo | Pablo Cantando (silueta) | Frontal - a nivel | Fijo |  | 0:01 | 02:07 - 02:08 |
| 83 | Plano General | La anciana forcejea con el anciano mientras él tiene de la chaqueta al Gordo, se sueltan y caen | Lateral - ligero contrapicado | Fijo |  | 0:02 | 02:08 - 02:10 |
| 84 | Plano Medio | Mesero cayendo con Afro | 45 - ligero contrapicado | Fijo |  | 0:02 | 02:10 - 02:12 |

| | | | | | | | |
|----|----------------|--|--------------------------|------|--|------|---------------|
| 85 | Plano Medio | Bestia cayendo con Capo | 45 - ligero contrapicado | Fijo |  | 0:02 | 02:12 - 02:14 |
| 86 | Plano Medio | Gordo ya tiene contacto con el suelo | Lateral - a nivel | Fijo |  | 0:02 | 02:14 - 02:16 |
| 87 | Plano Medio | Extra ya tiene contacto en el suelo con el peluche | Lateral - a nivel | Fijo |  | 0:02 | 02:16 - 02:18 |
| 88 | Plano Completo | Sergio Tocando (en silueta) | Frontal | Fijo | | 0:01 | 02:18 - 02:19 |

| | | | | | | | |
|----|----------------|--|-------------------|------|--|------|---------------|
| 89 | Plano Completo | Juancho Tocando (silueta) | Frontal | Fijo | | 0:01 | 02:19 - 02:20 |
| 90 | Primer Plano | Anciano aturrido, recupera la vista hacia la entrada | Lateral - a nivel | Fijo |  | 0:01 | 02:20 - 02:21 |
| 91 | Plano General | Se ve a la mujer en contra plano desde el suelo | 45 - contrapicado | Fijo |  | 0:01 | 02:21 - 02:22 |
| 92 | Primer Plano | Anciano toma impulso y se levanta | 45 - picado | Fijo |  | 0:02 | 02:22 - 02:24 |

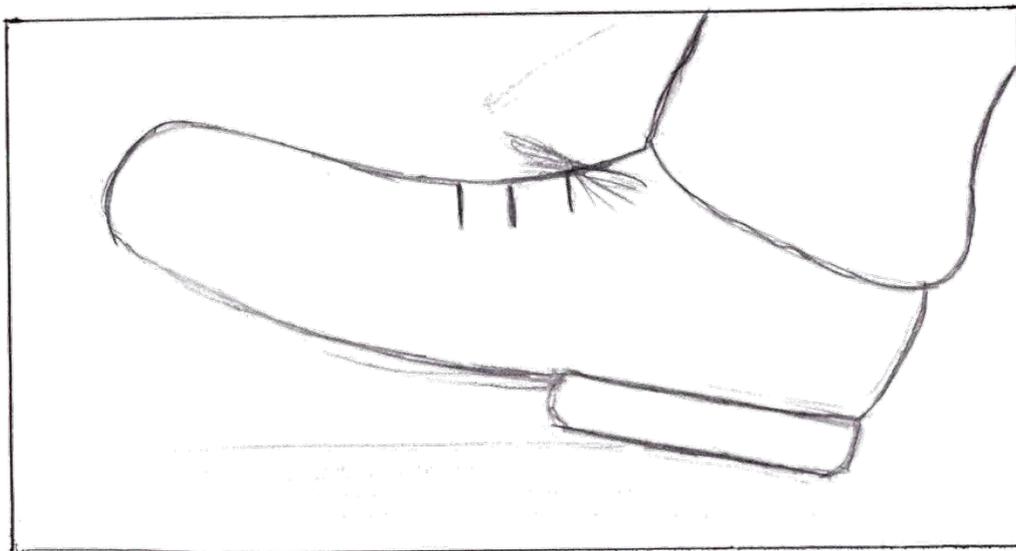
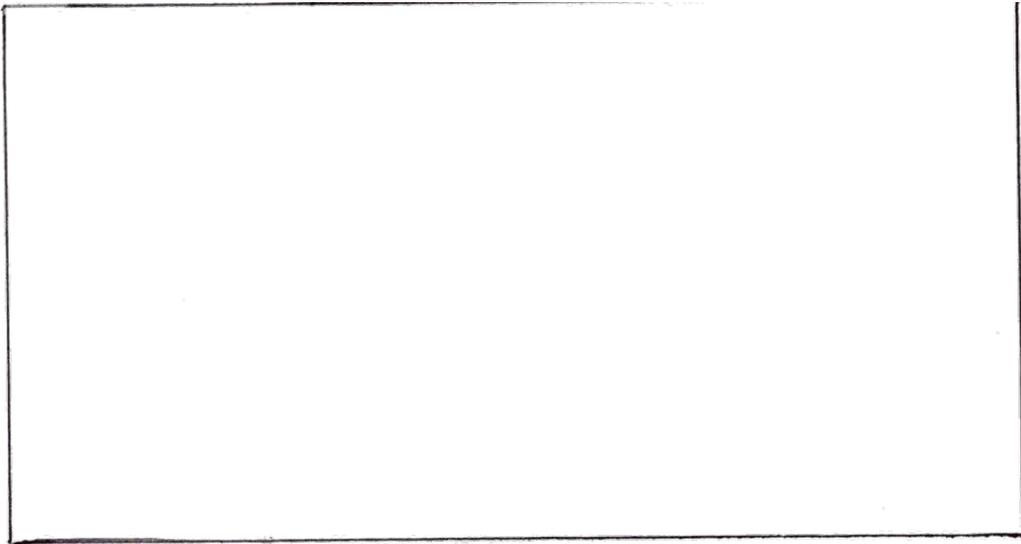
| | | | | | | | |
|----|--------------|---|-------------------|------|---|------|---------------|
| 93 | Primer Plano | Pablo Cantando | 45 - frontal | Fijo |  | 0:01 | 02:24 - 02:25 |
| 94 | Plano Medio | Mesero y Afro levantándose, al fondo Fiapper | 45 - a nivel | Fijo |  | 0:02 | 02:25 - 02:27 |
| 95 | Plano Medio | Bestia de pie, Capo entra a cuadro dirigiéndose hacia la entrada | 45 - a nivel | Fijo |  | 0:02 | 02:27 - 02:29 |
| 96 | Plano Medio | Mesero se acerca a un guardaespaldas, este retira su mano y lo empuja | Frontal - a nivel | Fijo |  | 0:02 | 02:29 - 02:31 |
| 97 | Primer Plano | Un golpe de un guardaespaldas sobre el cuerpo del Capo | Frontal - a nivel | Fijo |  | 0:02 | 02:31 - 02:33 |

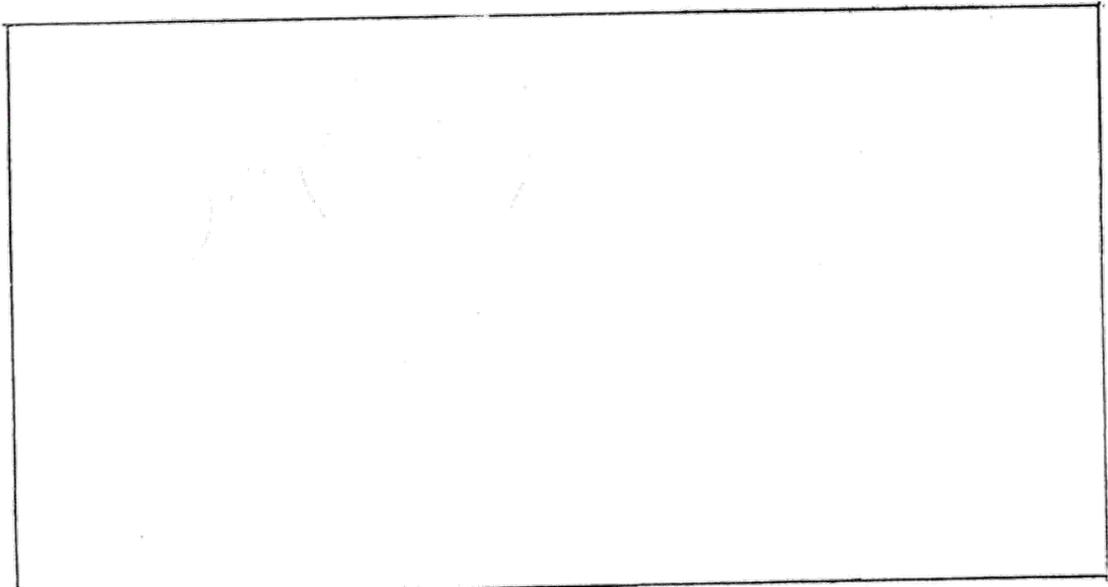
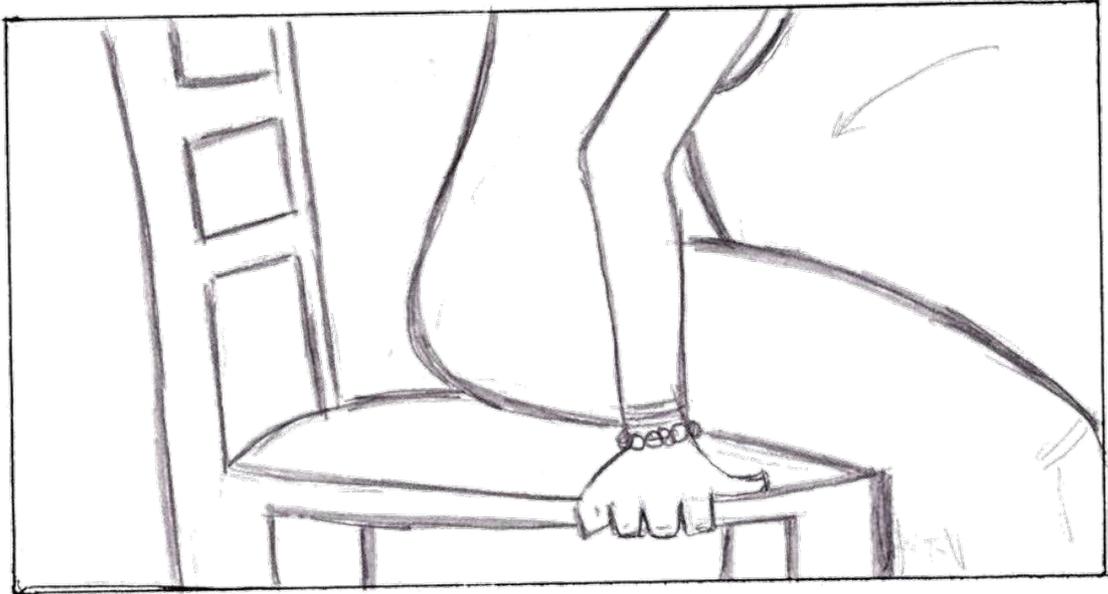
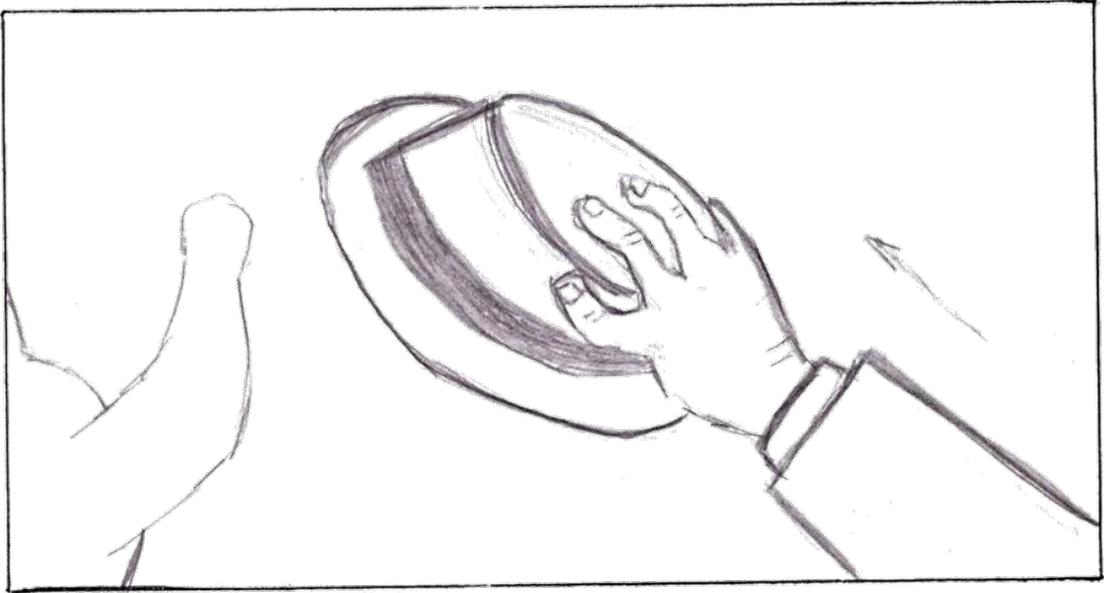
| | | | | | | | |
|-----|------------------------------|--|-------------------|-----------|--|------|---------------|
| 98 | Plano Medio | Mesero cayendo sobre Afro tumbándolo | Frontal - picado | Fijo |  | 0:02 | 02:33 - 02:35 |
| 99 | Primer Plano / Plano General | El pañuelo en primer término y al fondo al capo y el resto | Frontal - a nivel | Tilt up |  | 0:02 | 02:35 - 02:37 |
| 100 | Plano Medio | El Afro con la Fiapper atrás se acercan al pañuelo arrastrándose | Frontal - a nivel | Track out |  | 0:02 | 02:37 - 02:39 |
| 101 | Plano Completo | Jeremy Tocando (silueta) | Frontal - a nivel | Fijo |  | 0:01 | 02:39 - 02:40 |
| 102 | Plano Completo | Juancho Tocando (silueta) | Frontal - a nivel | Fijo |  | 0:01 | 02:40 - 02:41 |

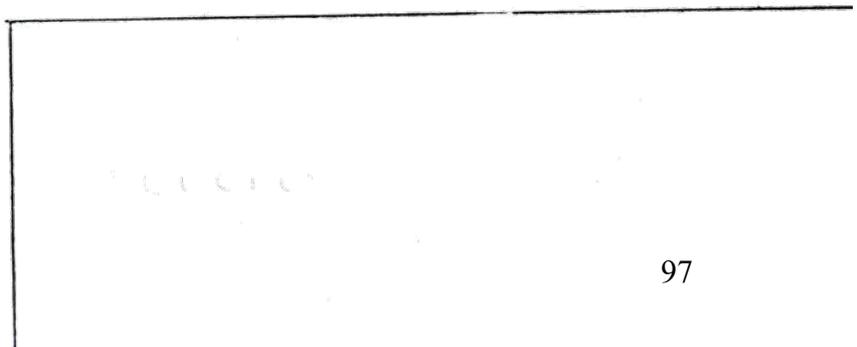
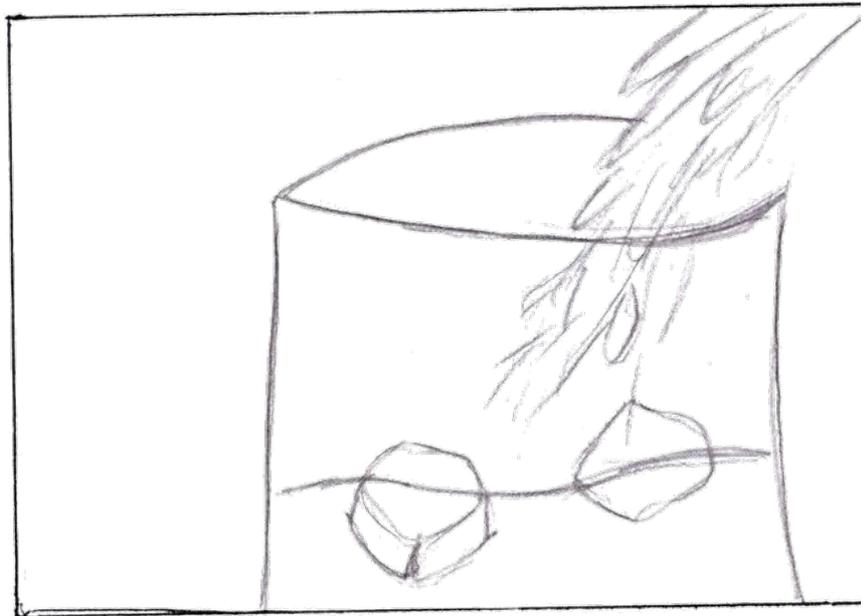
| | | | | | | | |
|-----|---------------|--|-------------------|-----------|---|------|---------------|
| 103 | Plano Medio | El capo y el resto acercándose al pañuelo | Frontal - a nivel | Track out | | 0:02 | 02:41 - 02:43 |
| 104 | Primer Plano | El pañuelo sobre el suelo | Frontal - picado | Track in |  | 0:01 | 02:43 - 02:46 |
| 105 | Plano General | Personajes a los lados, pañuelo sobre el suelo, ellos acercándose 1 | Frontal - a nivel | Track out | | 0:01 | 02:46 - 02:47 |
| 106 | Plano General | Personajes a los lados, pañuelo sobre el suelo, la mujer se da vuelta, se empieza a ir 2 | Frontal - a nivel | Track out |  | 0:01 | 02:47 - 02:48 |

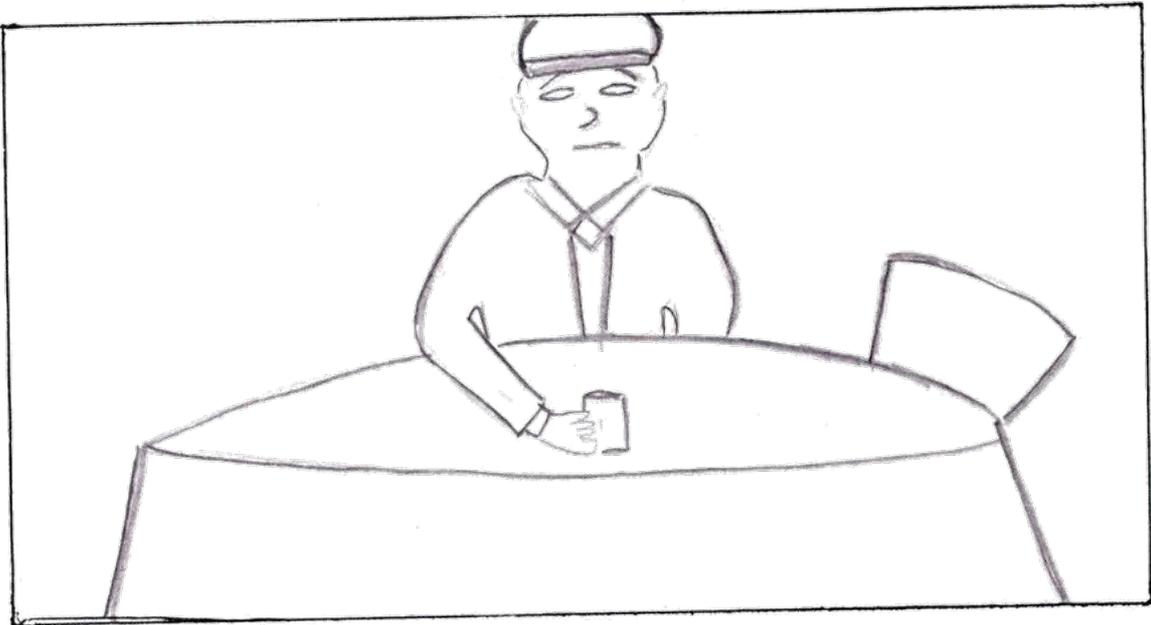
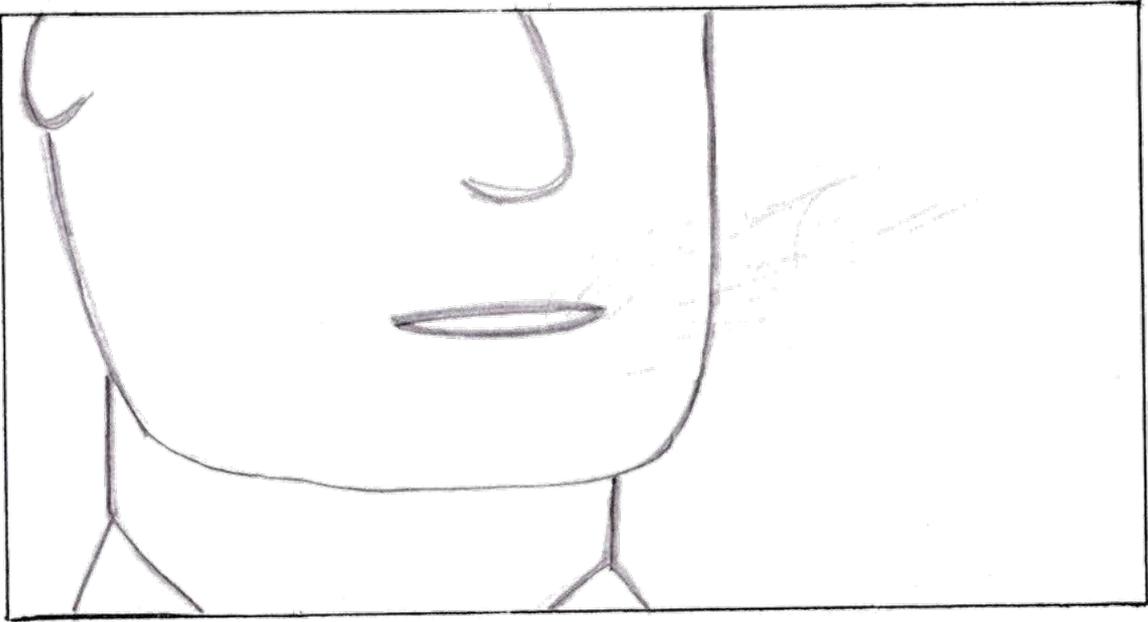
| | | | | | | | |
|-----|---------------|--|-------------------|-----------|--|------|---------------|
| 107 | Plano General | Personajes a los lados, pañuelo sobre el suelo, la mujer ya se está yendo 3 | Frontal - a nivel | Track out | | 0:01 | 02:48 - 02:49 |
| 108 | Plano General | Personajes a los lados, pañuelo sobre el suelo, ya se fue la mayoría, el afro tiene el pañuelo en la mano y todos decepcionados mirando hacia la entrada | Frontal - a nivel | Track out | | 0:01 | 02:49 - 02:50 |

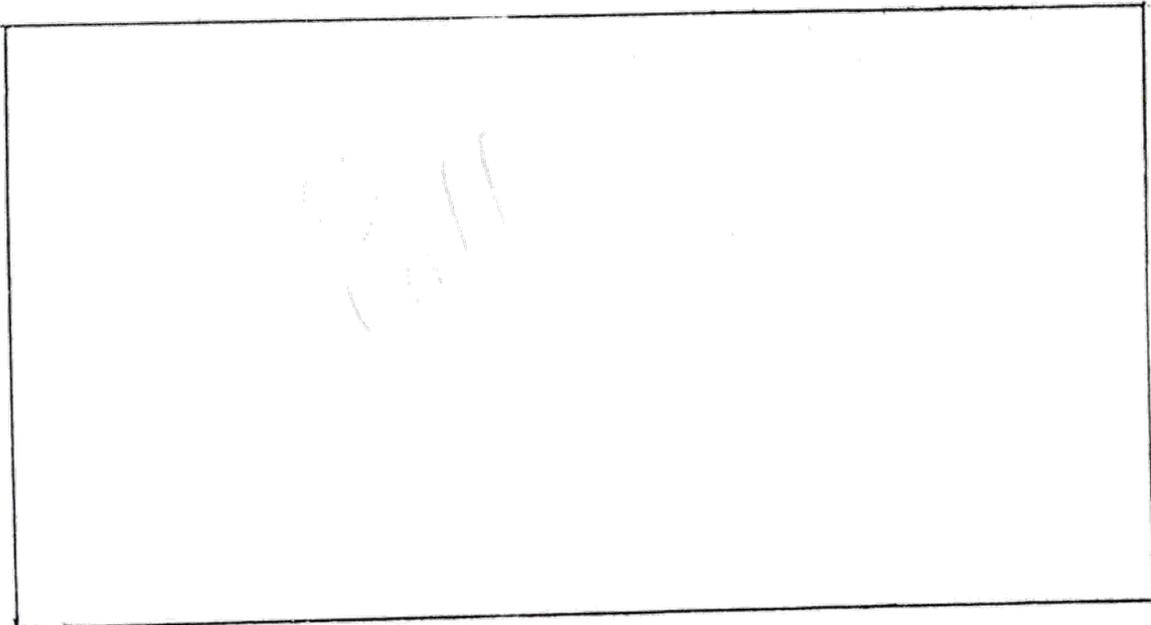
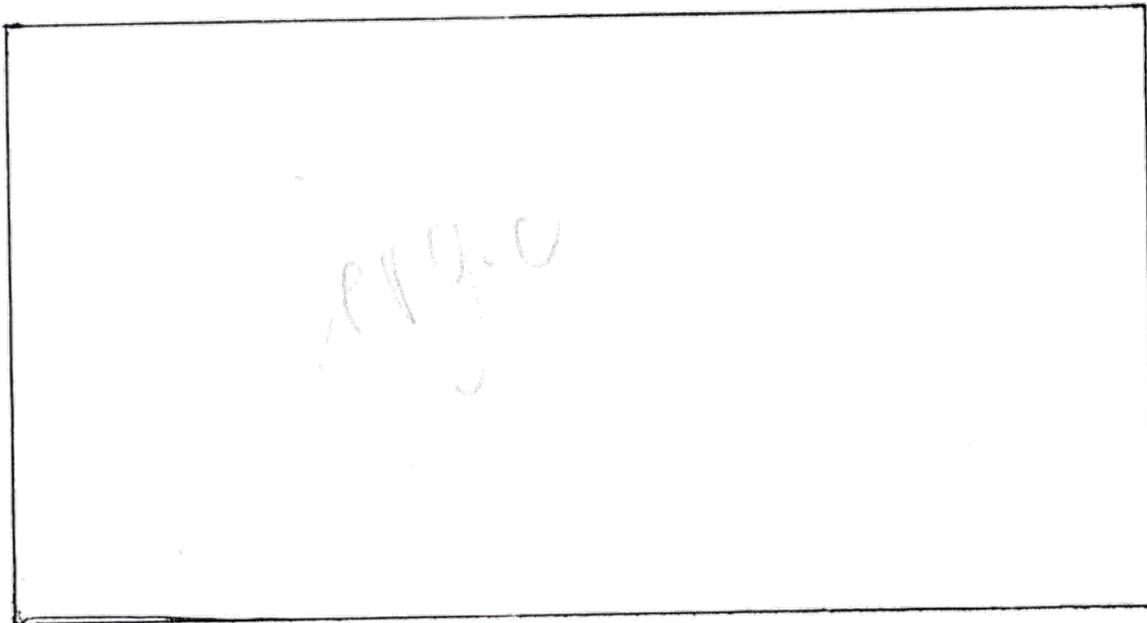
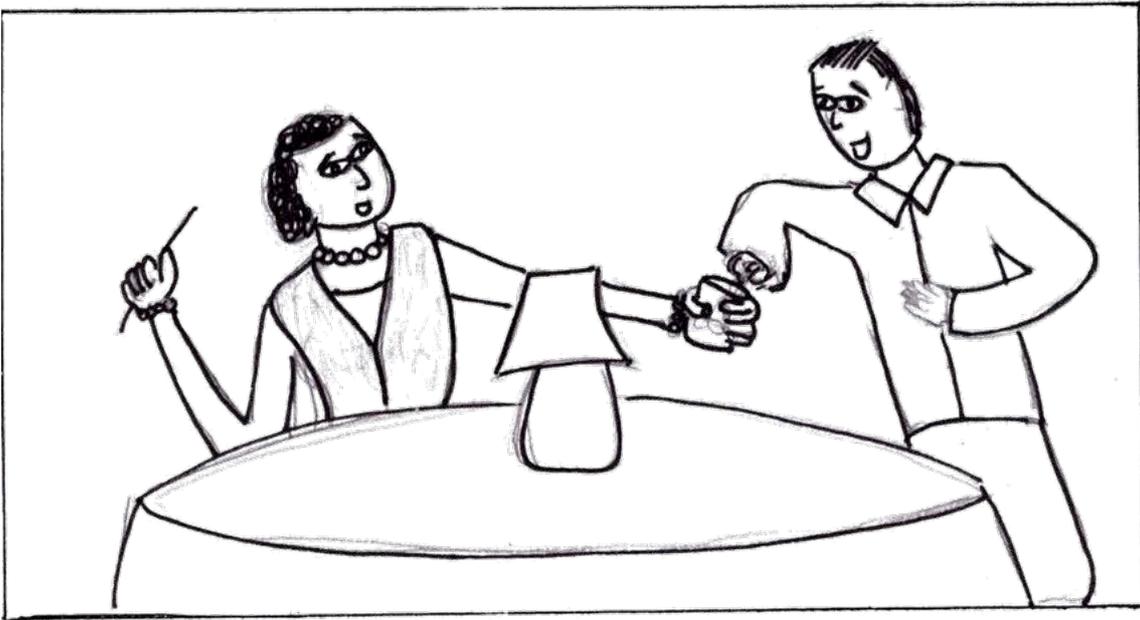
11.STORY BOARD

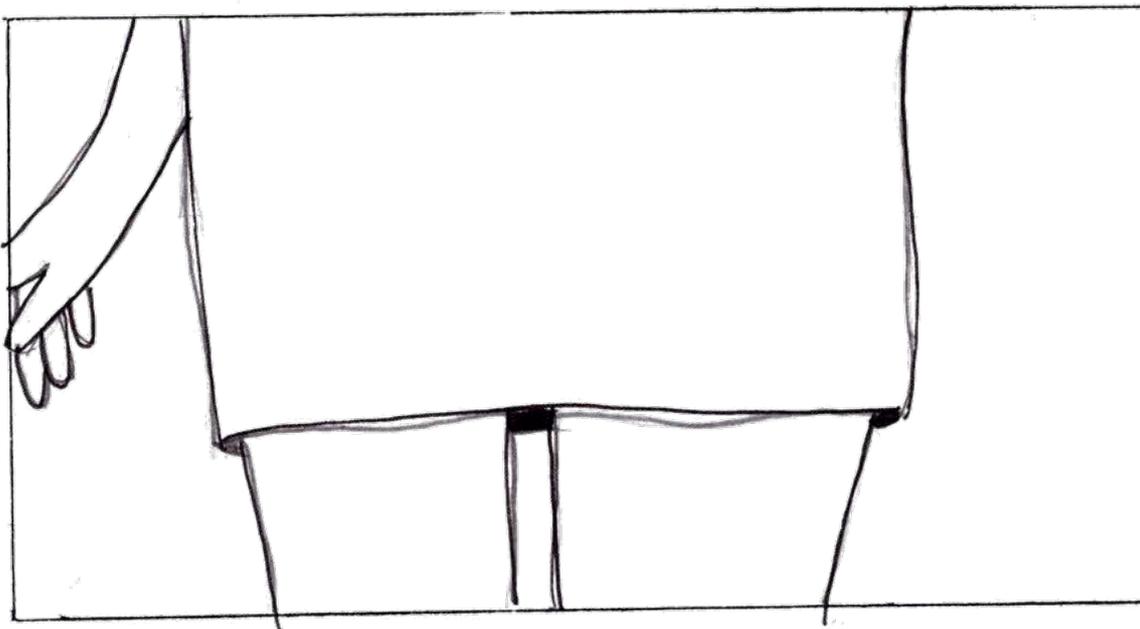
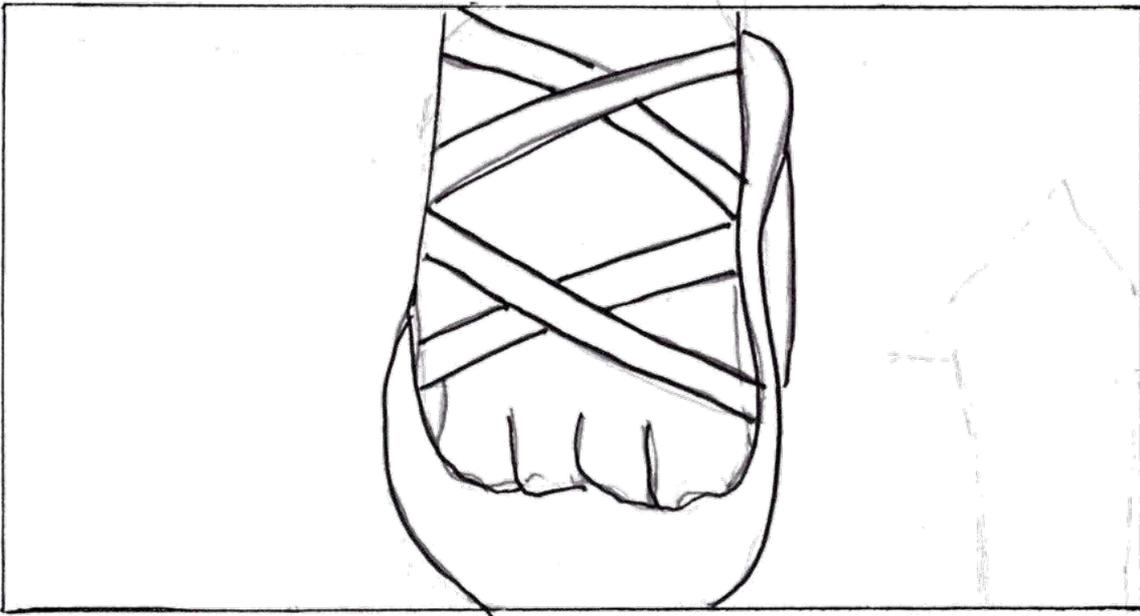


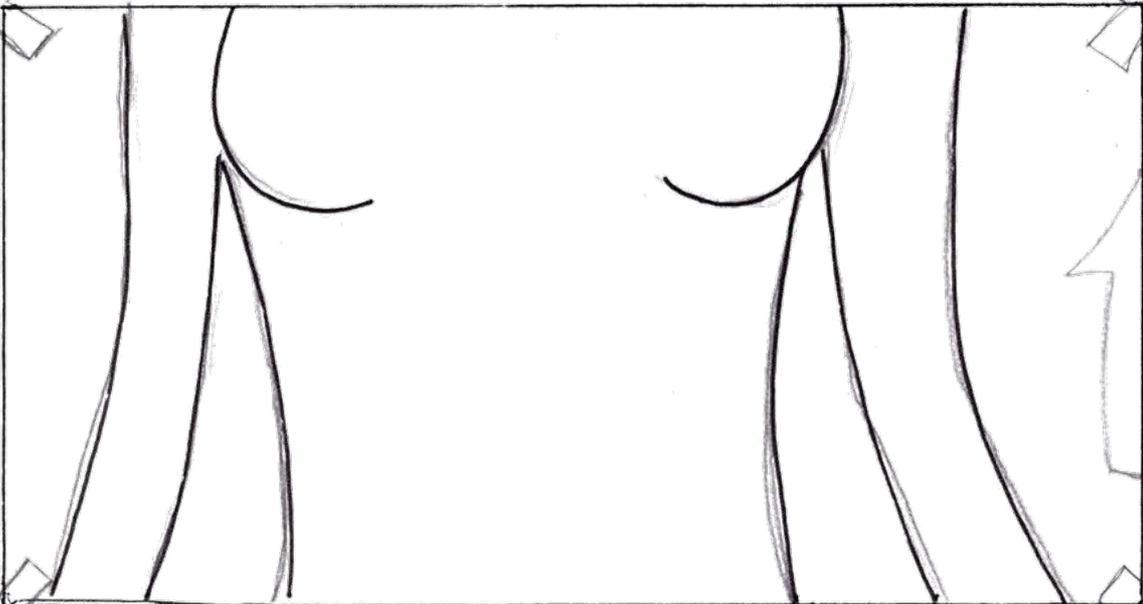






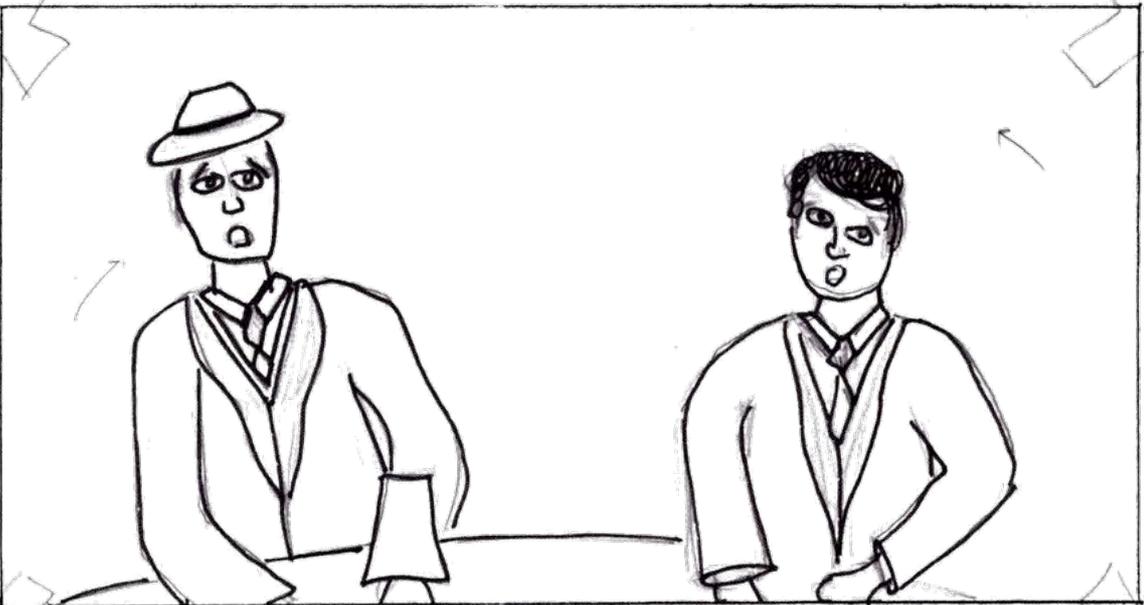
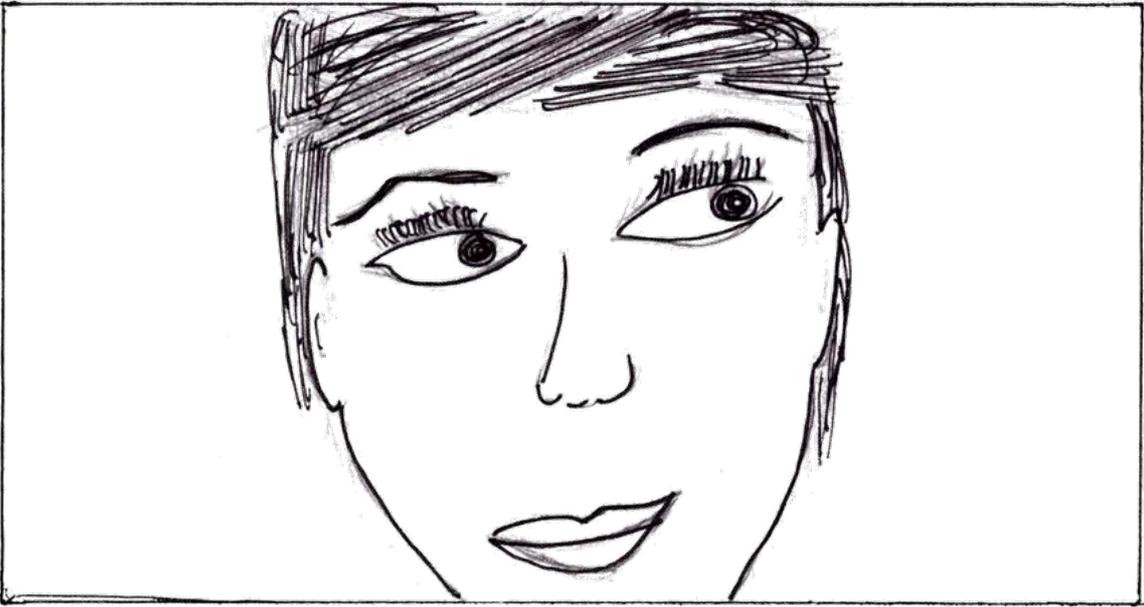
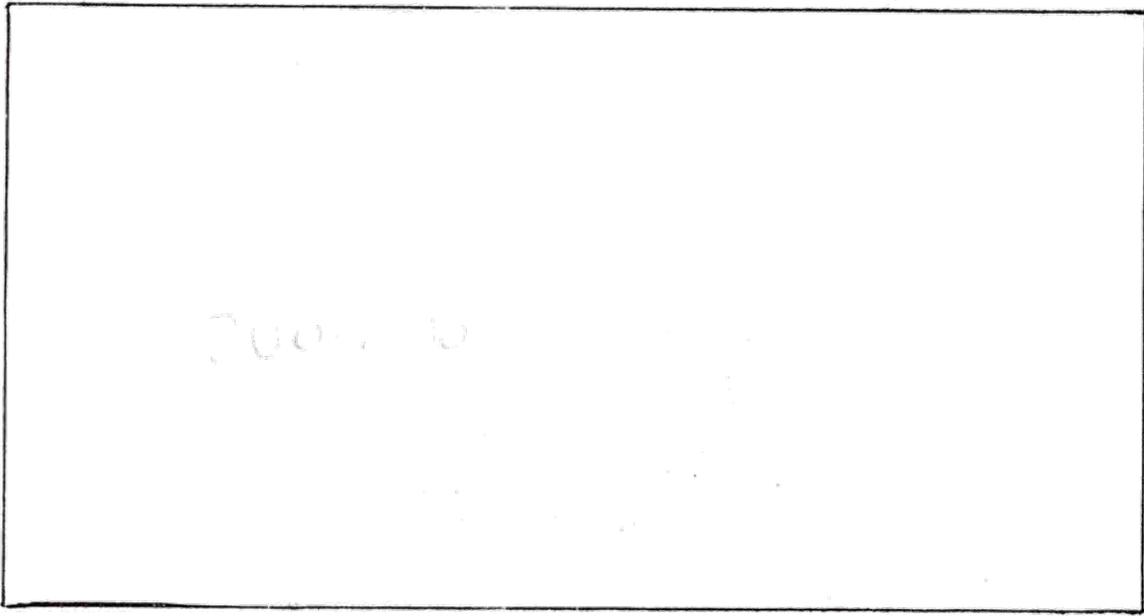


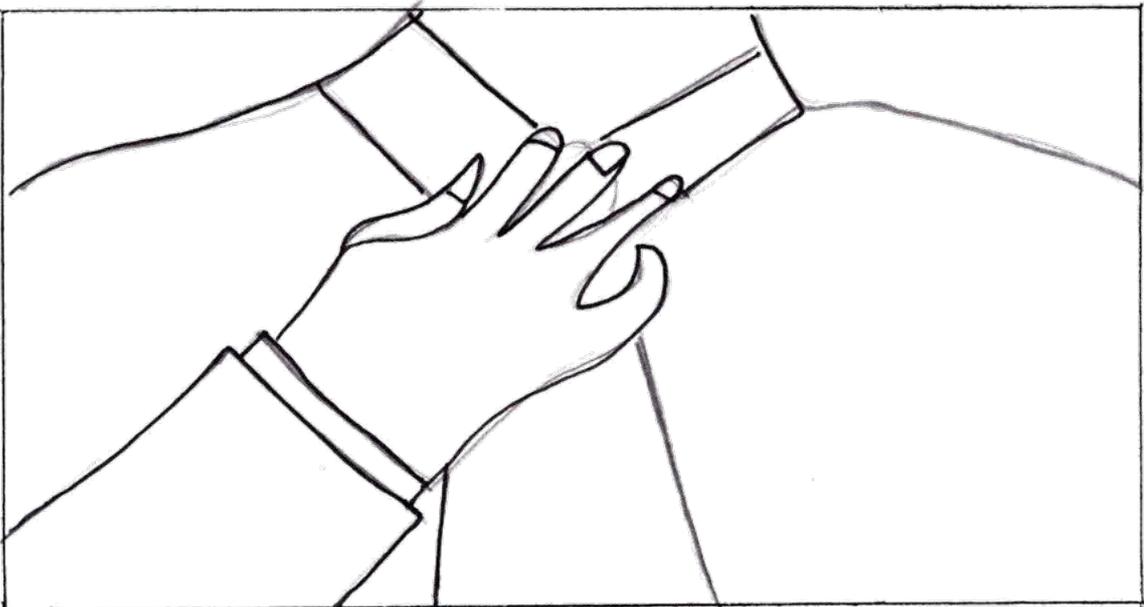
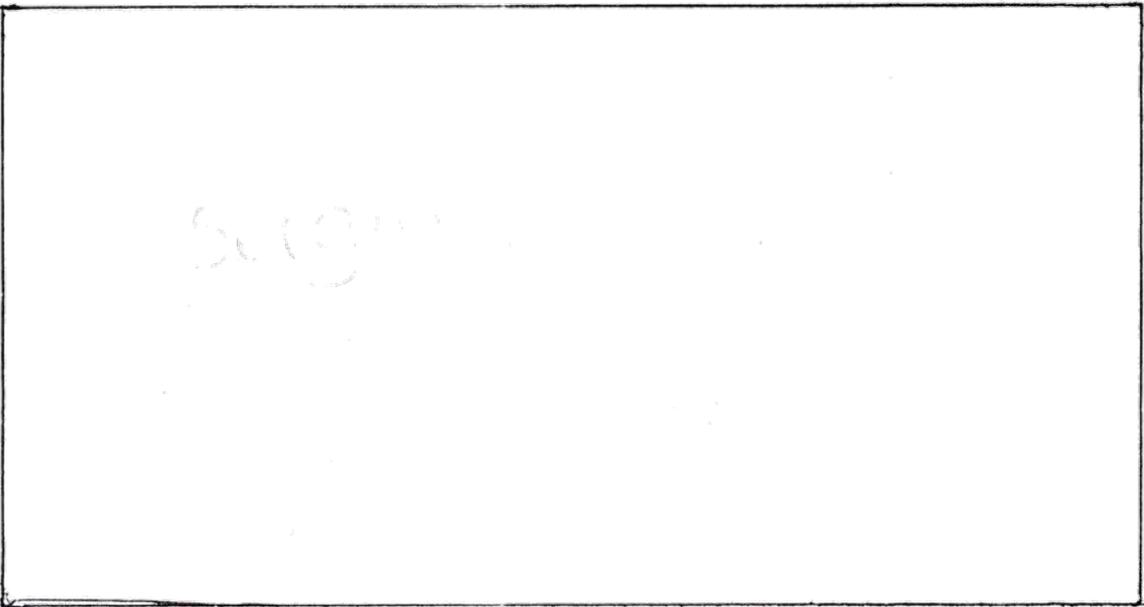
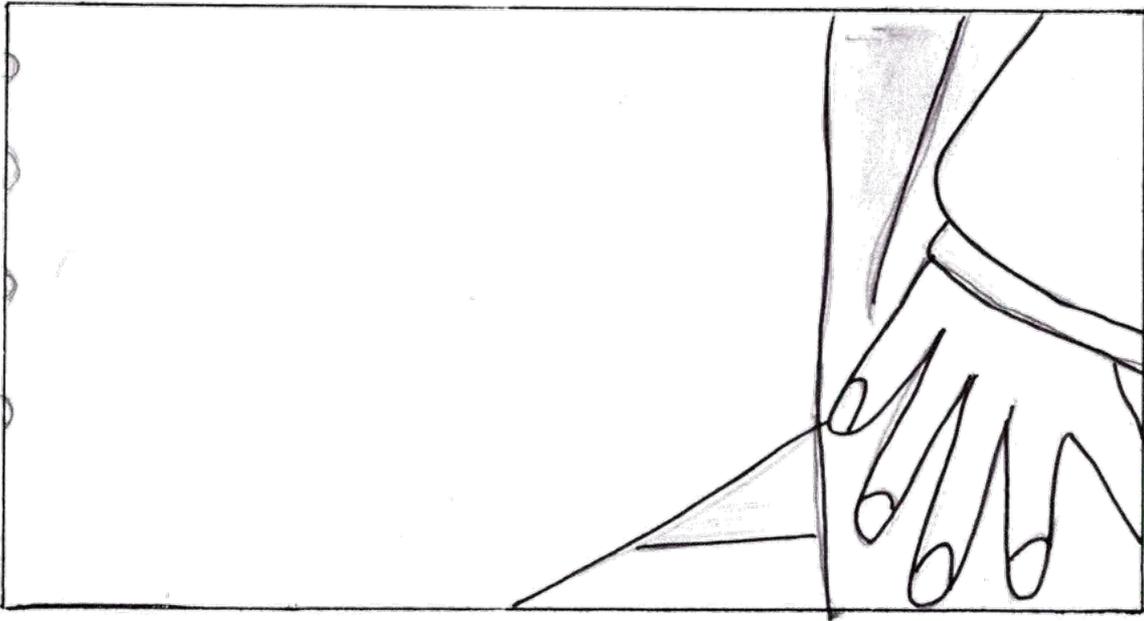


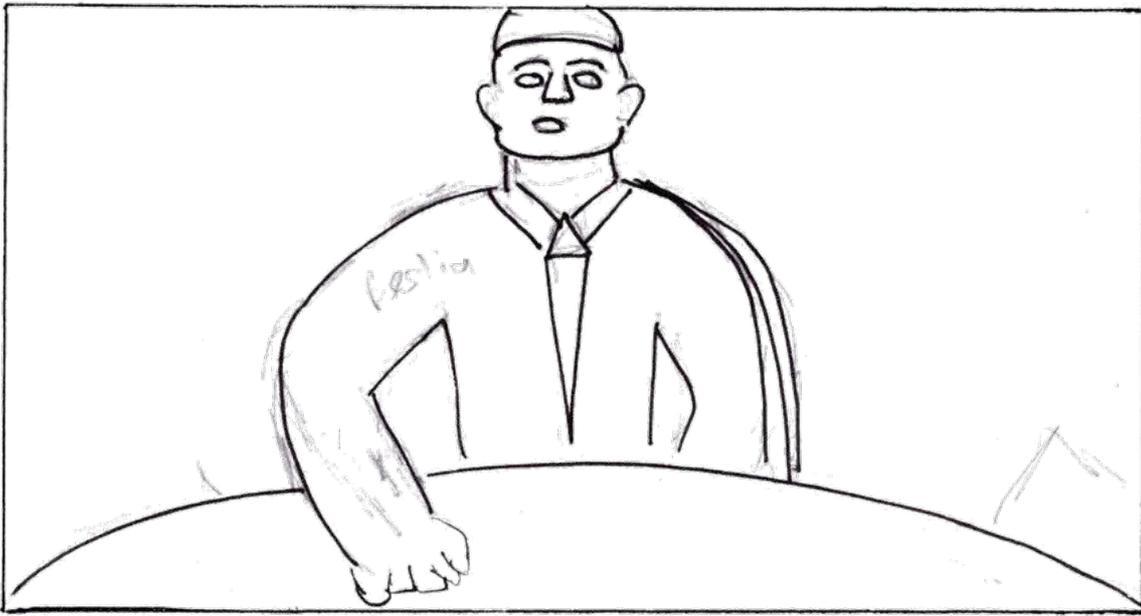


Pablo
Castaneda

Pac







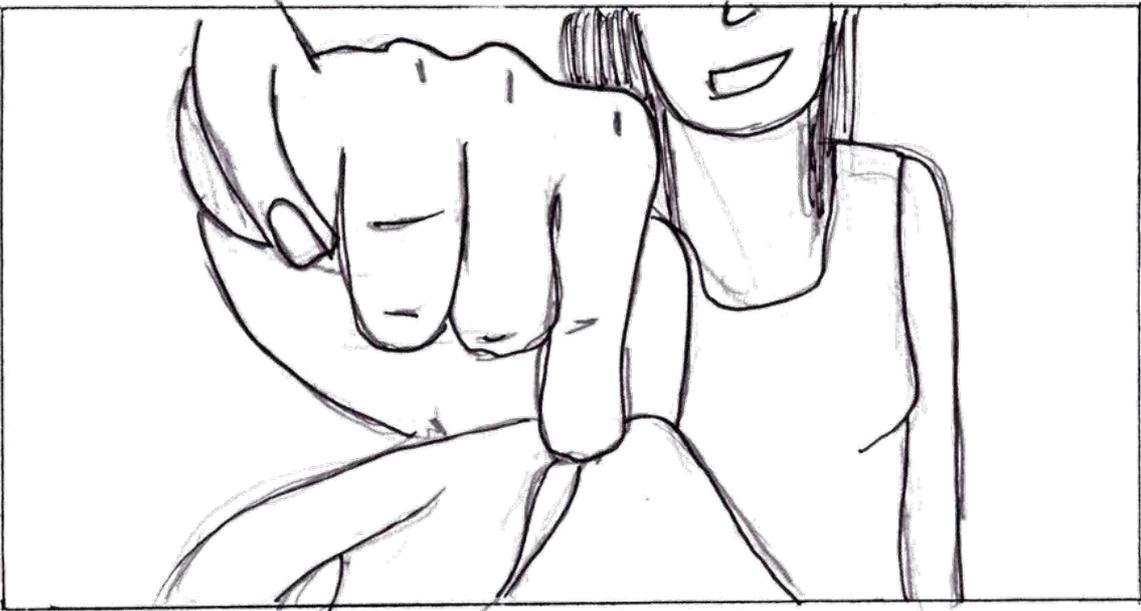
Jeremy Trando
Culotta



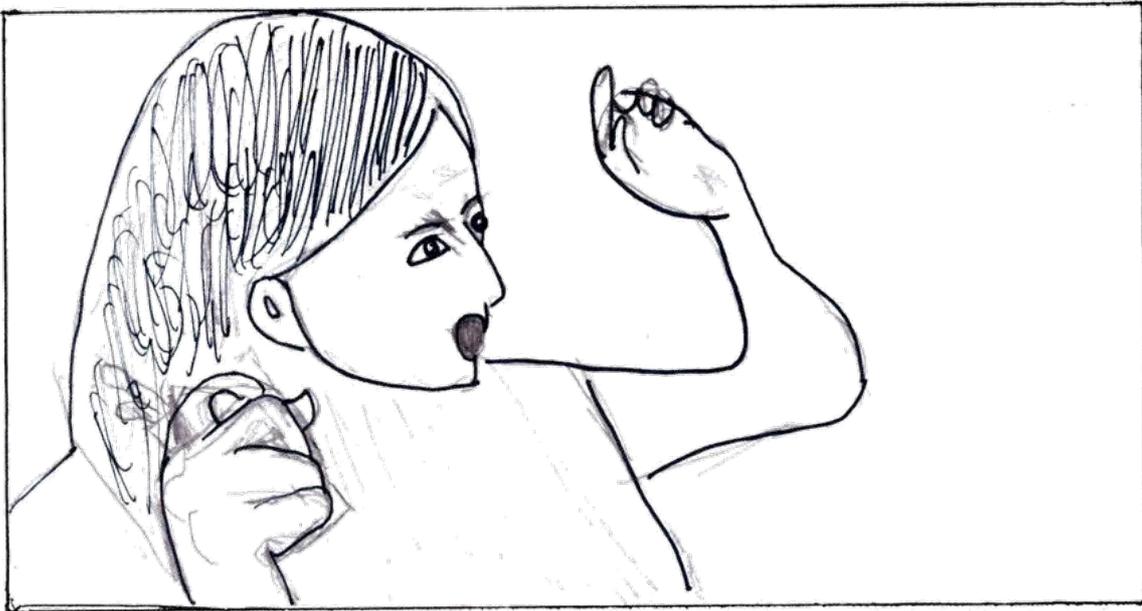
34

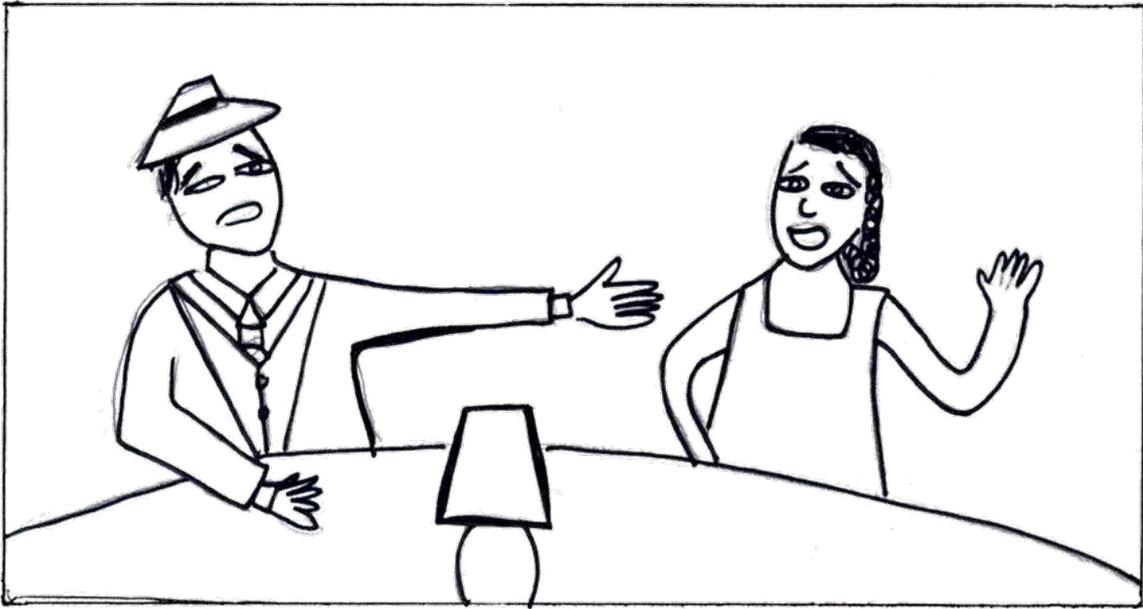
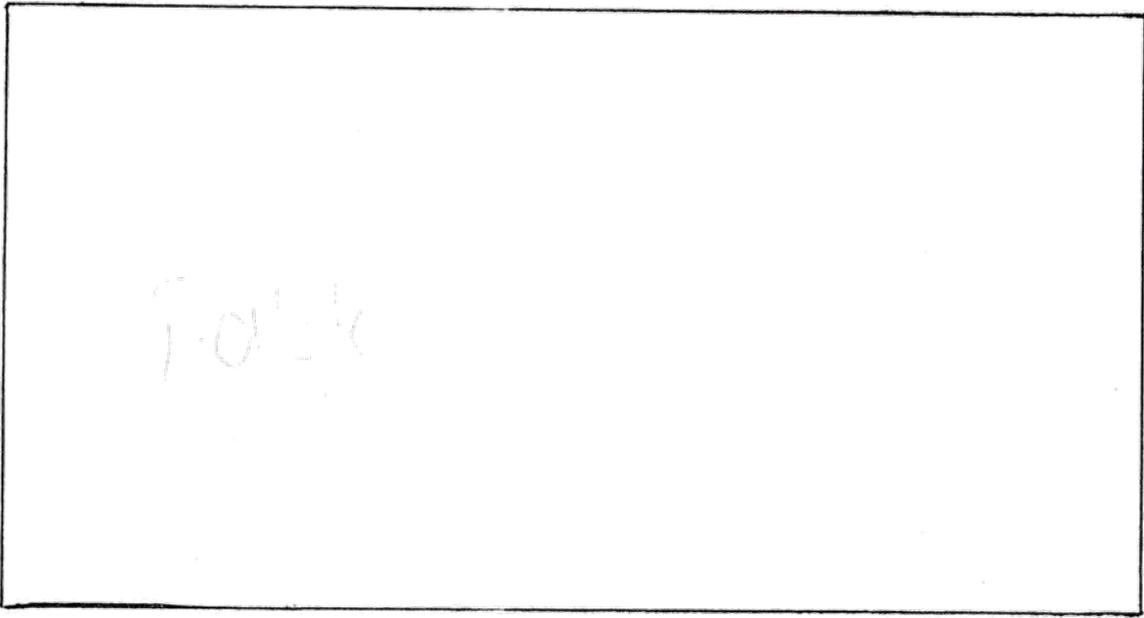


35



36
Pc

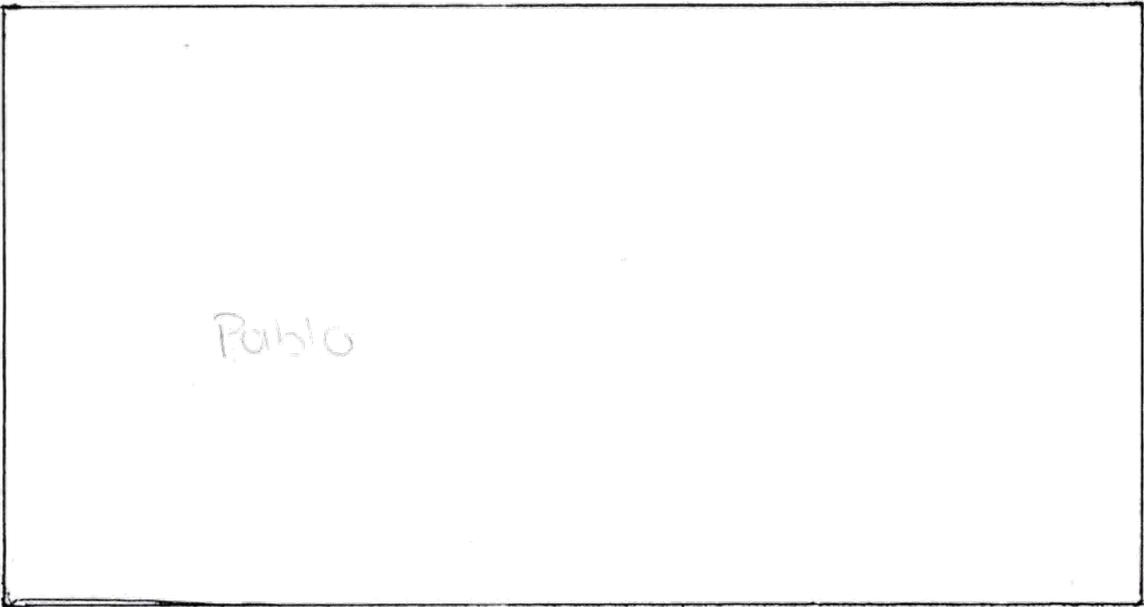




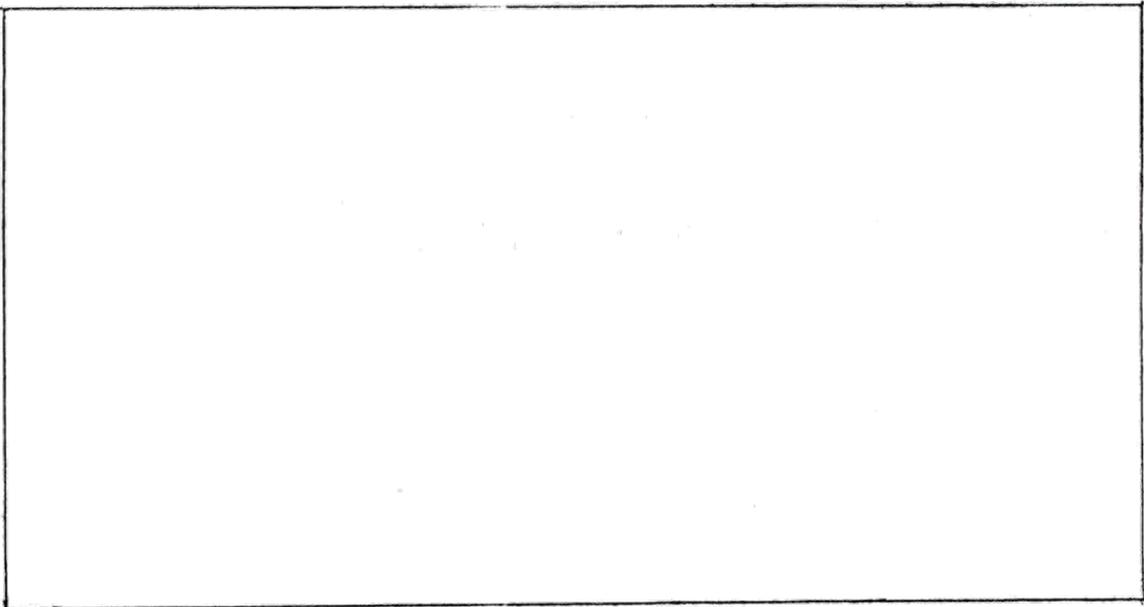




52



53



54



55.



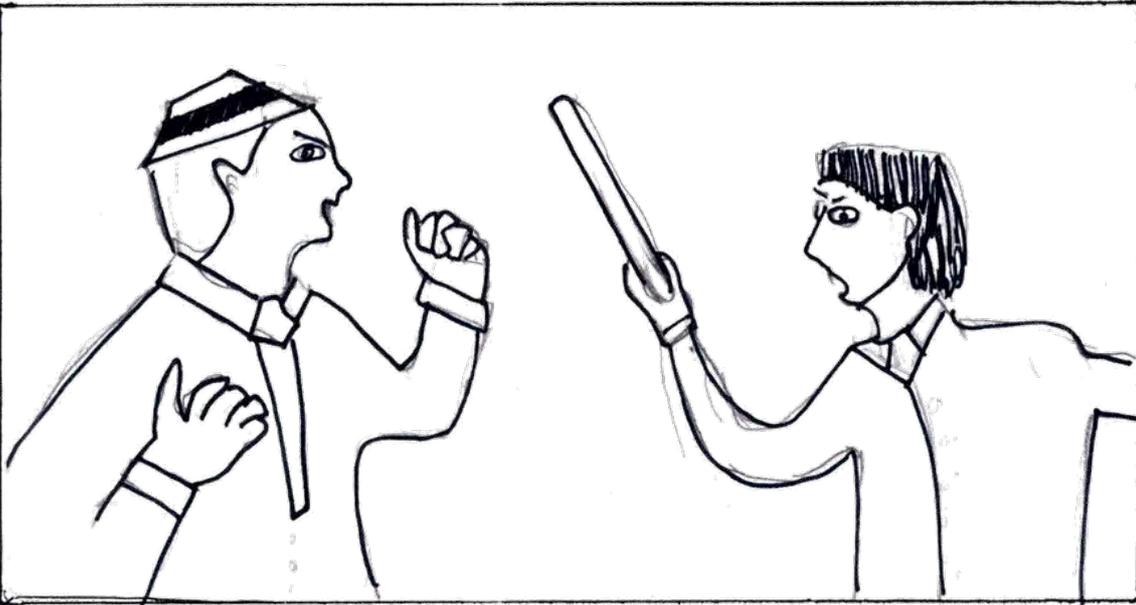
56.

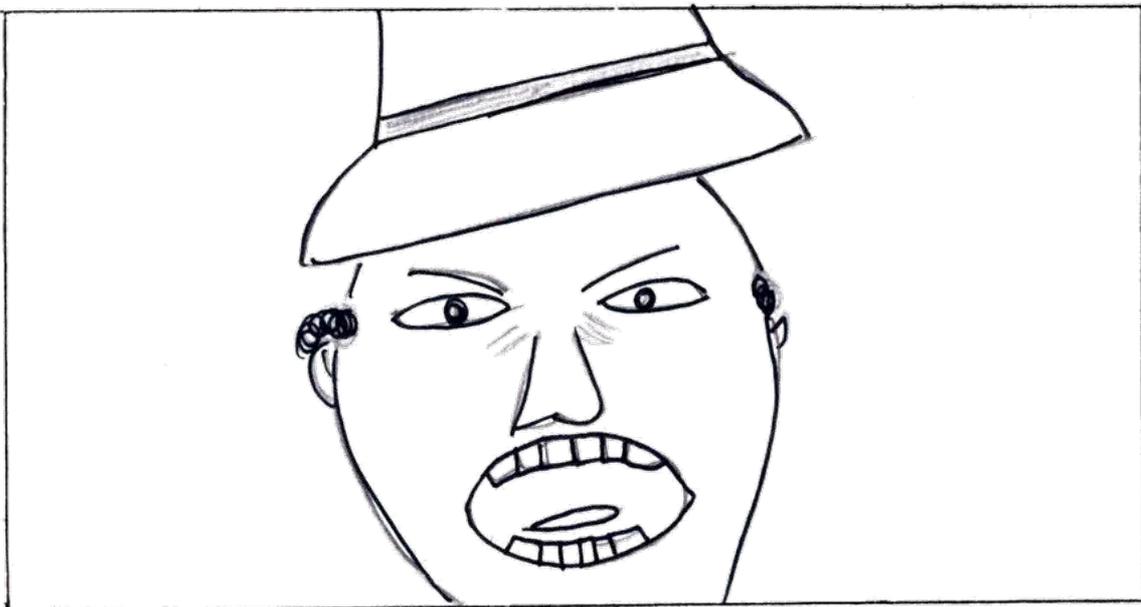
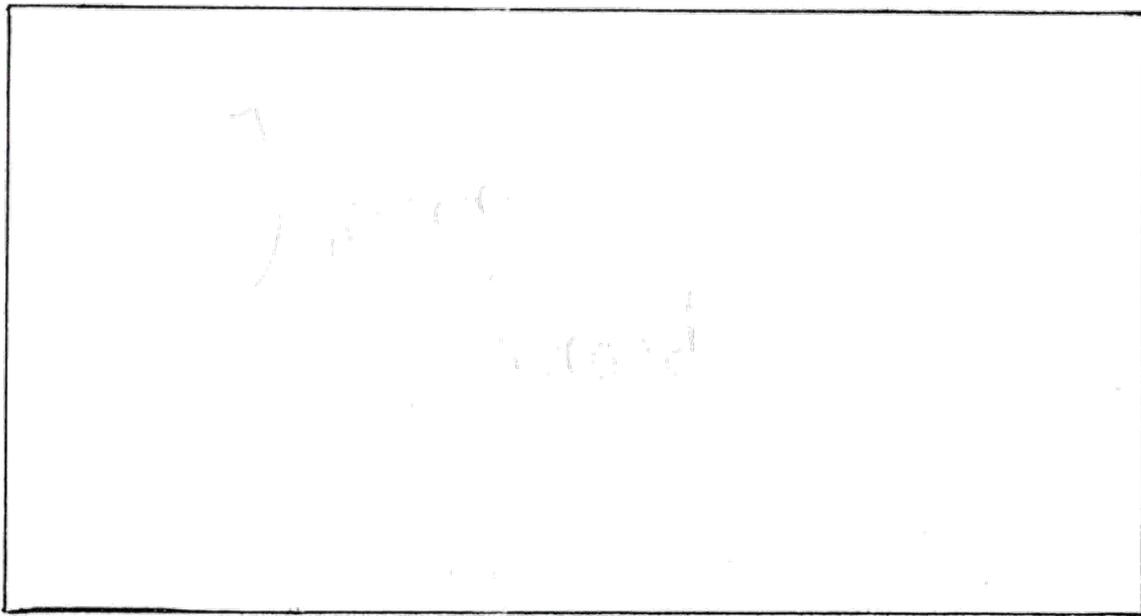
Jeremy Turandot

57

Page 18

Sergio Tocando

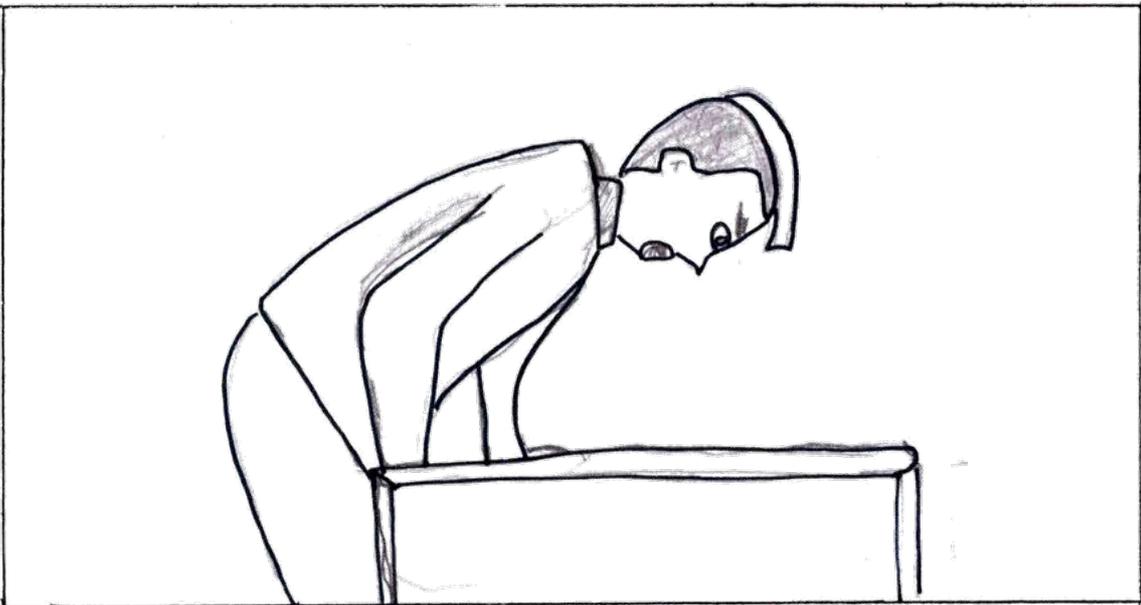
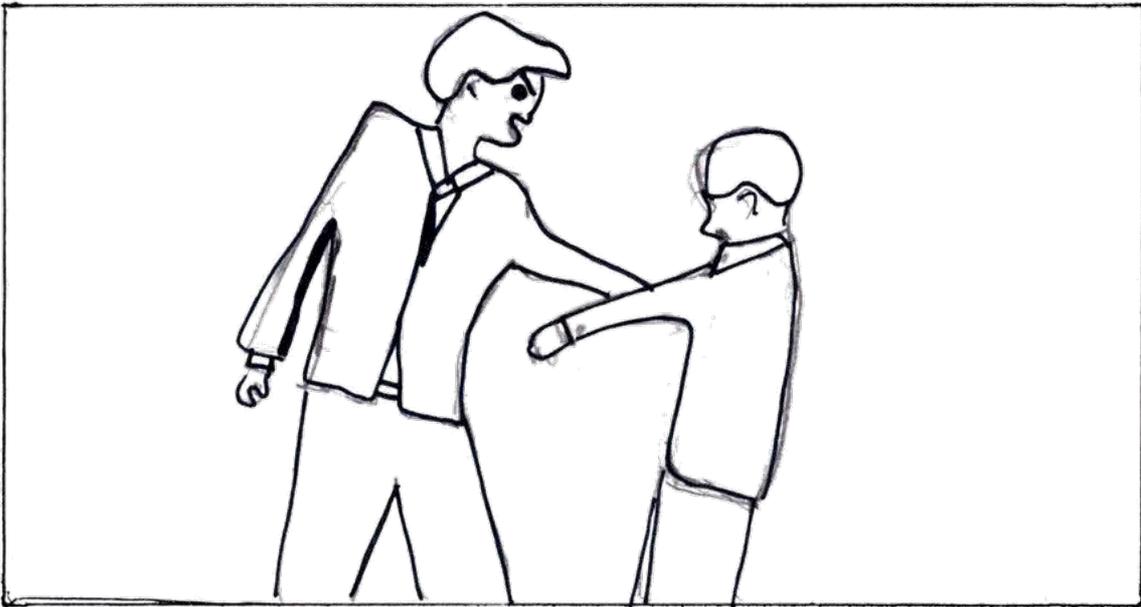


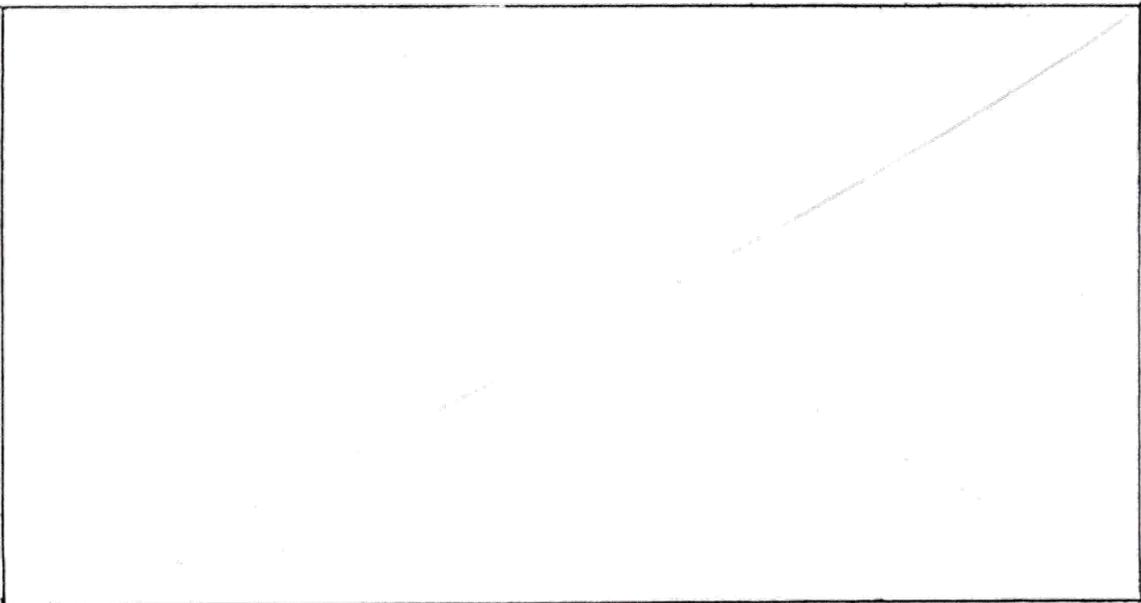
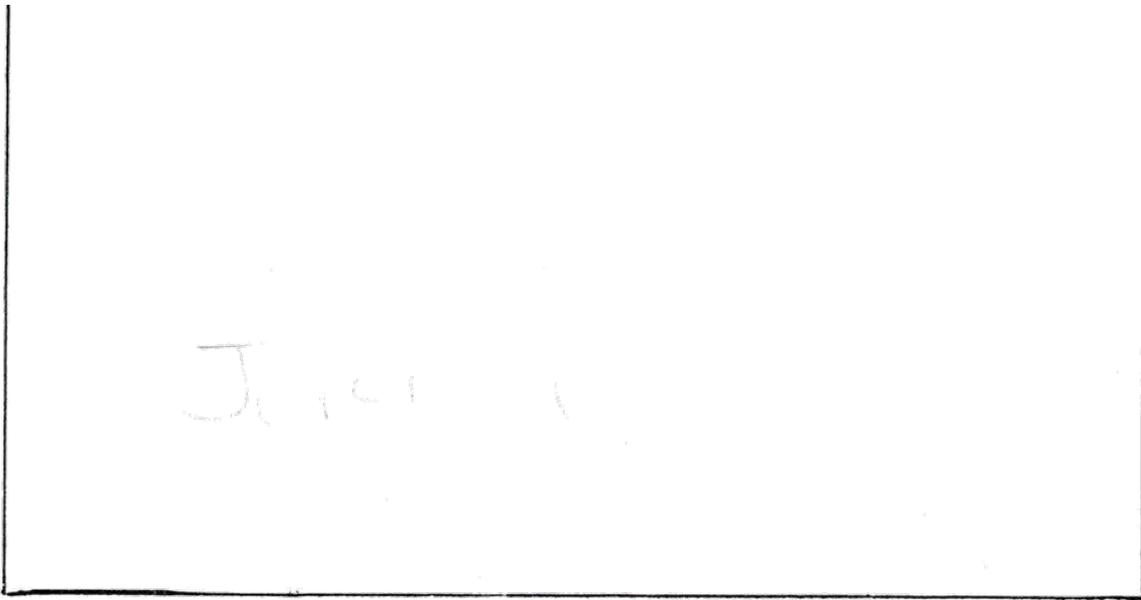




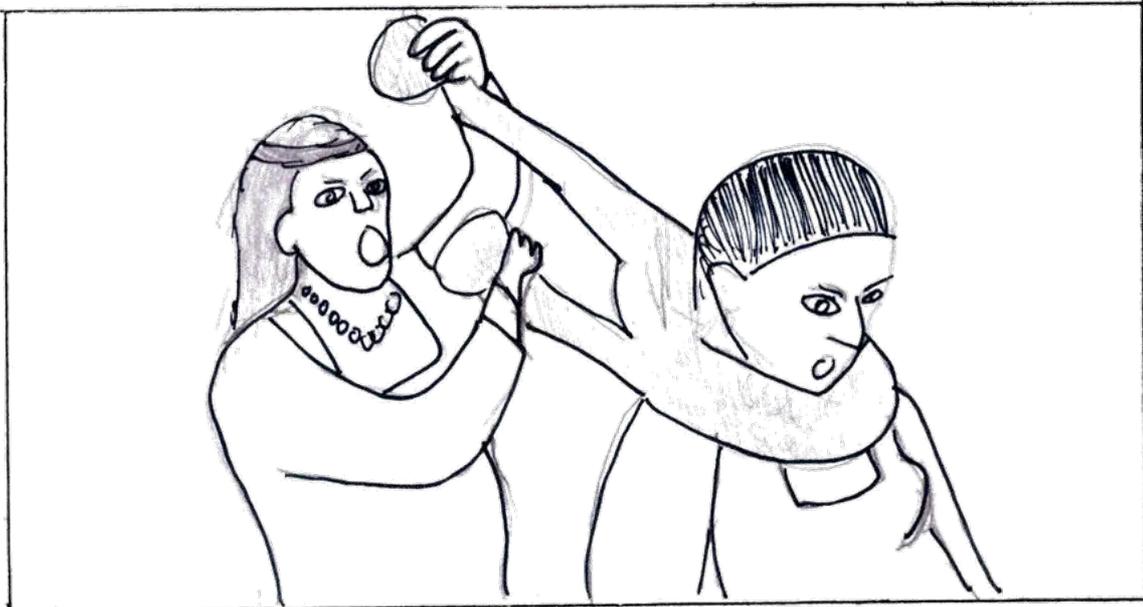
Jeremy
Borovich

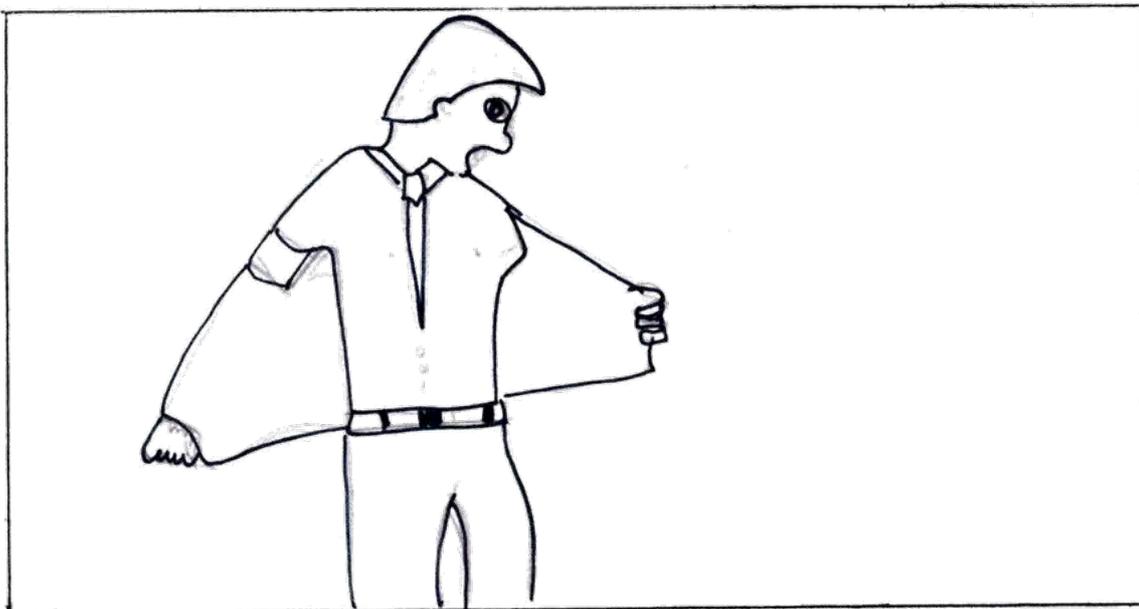


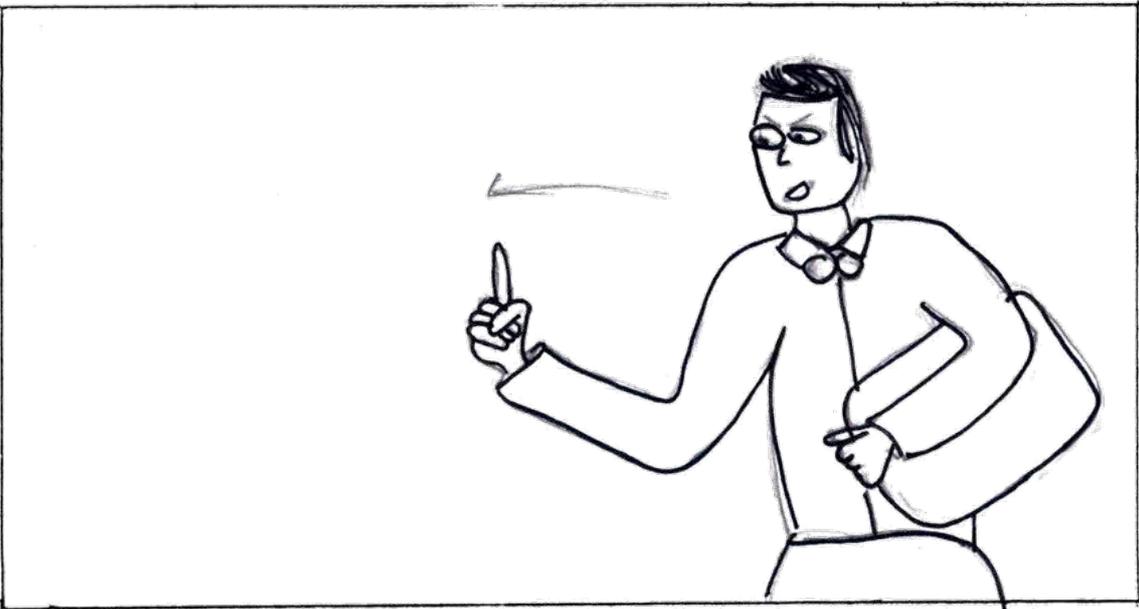
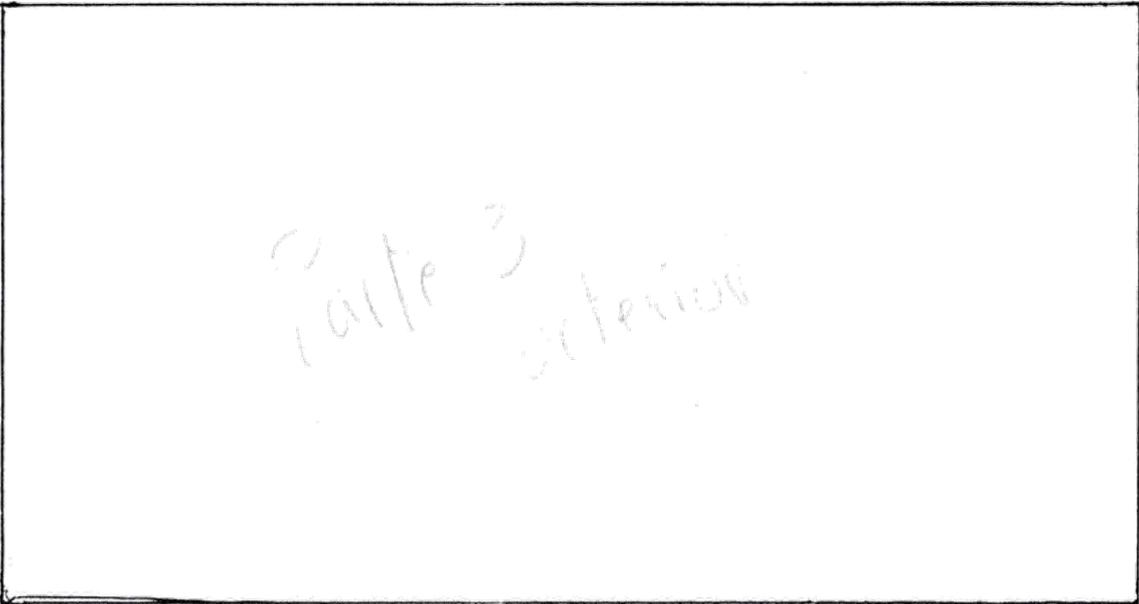
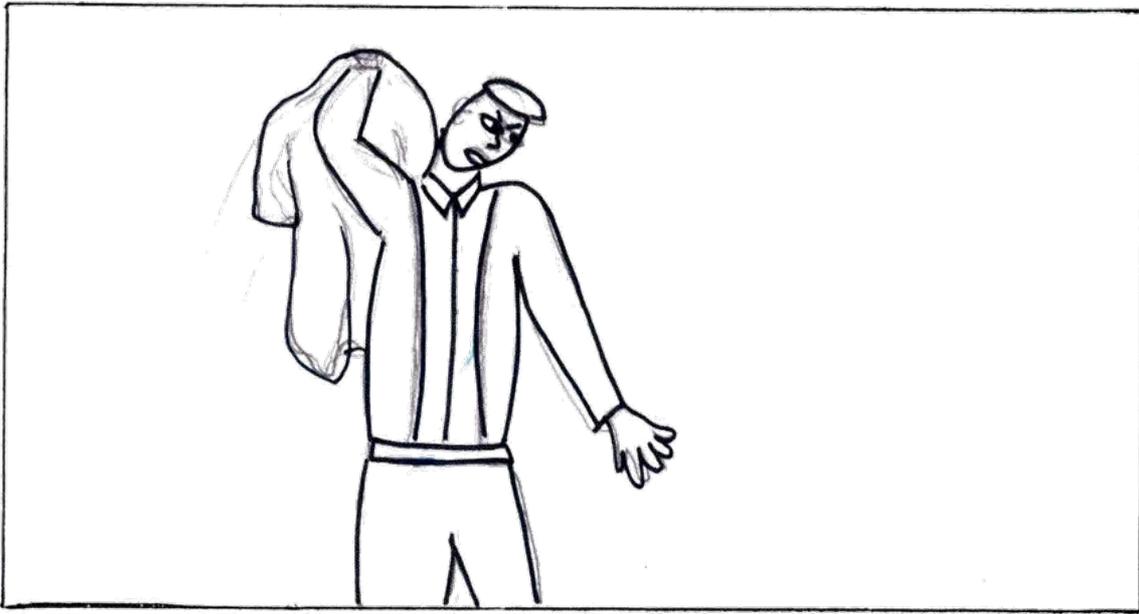


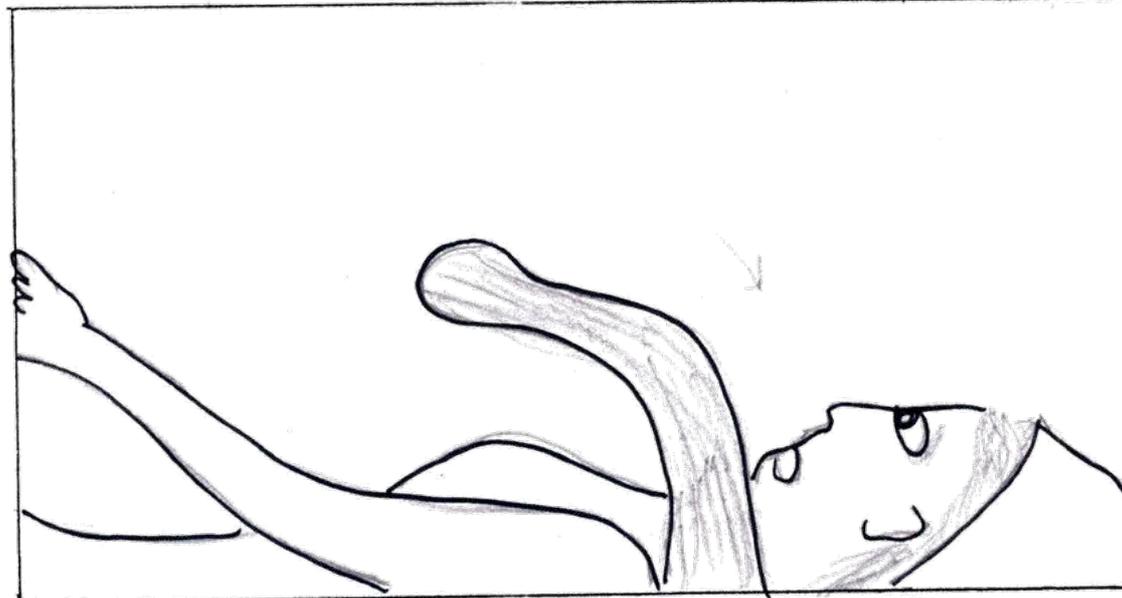
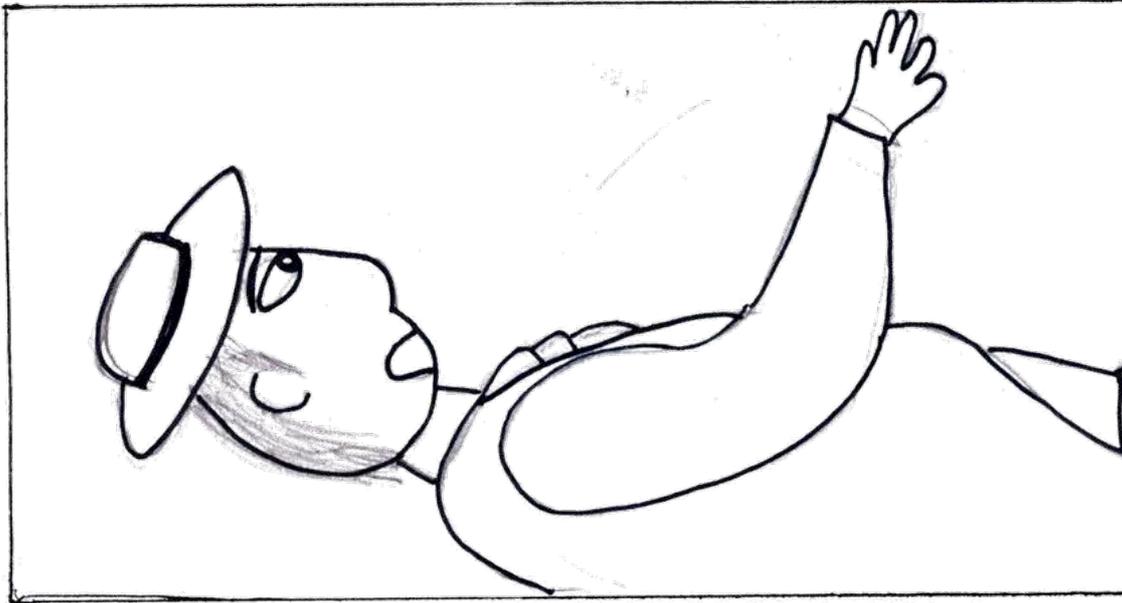


plano 71



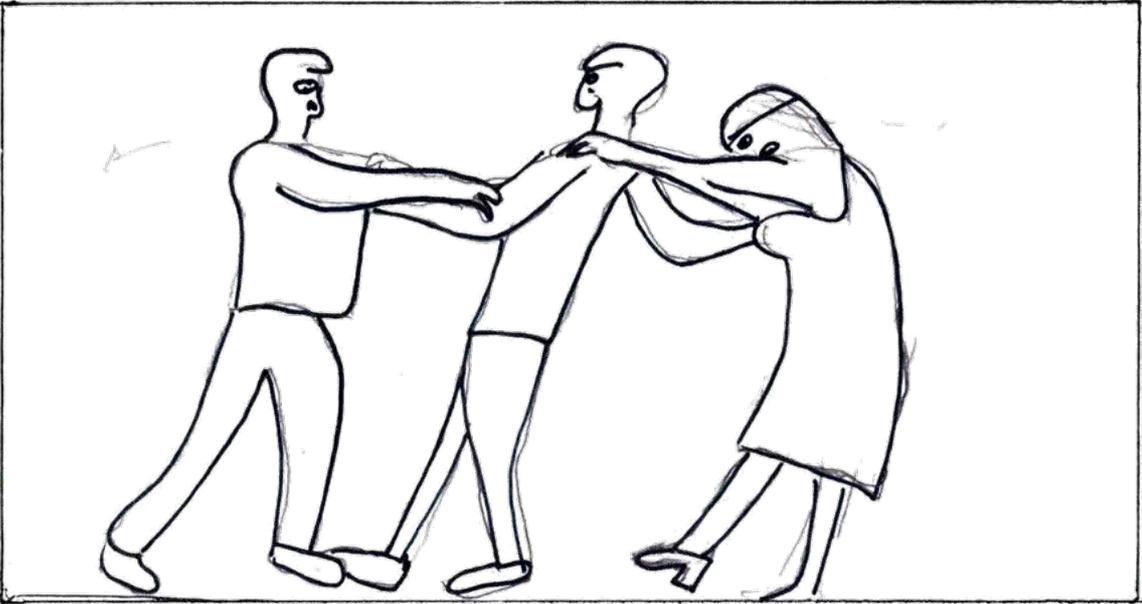






Pablo
cantando
silbeto

- Completo
- Fortal anivel



Sergio
Silveto

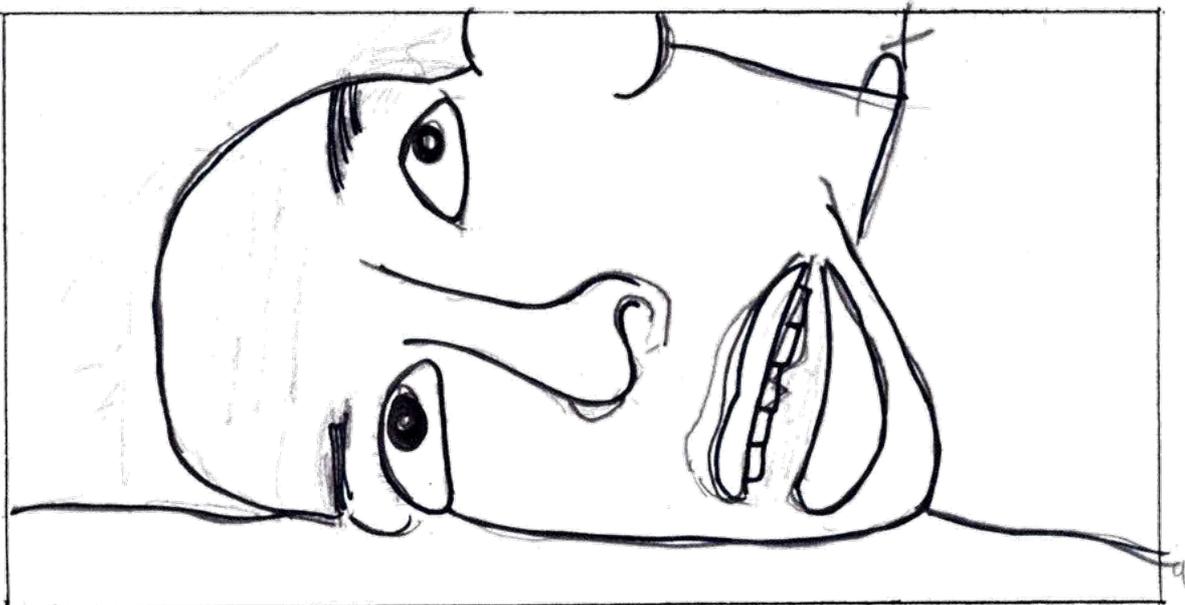
Completo
Frontal

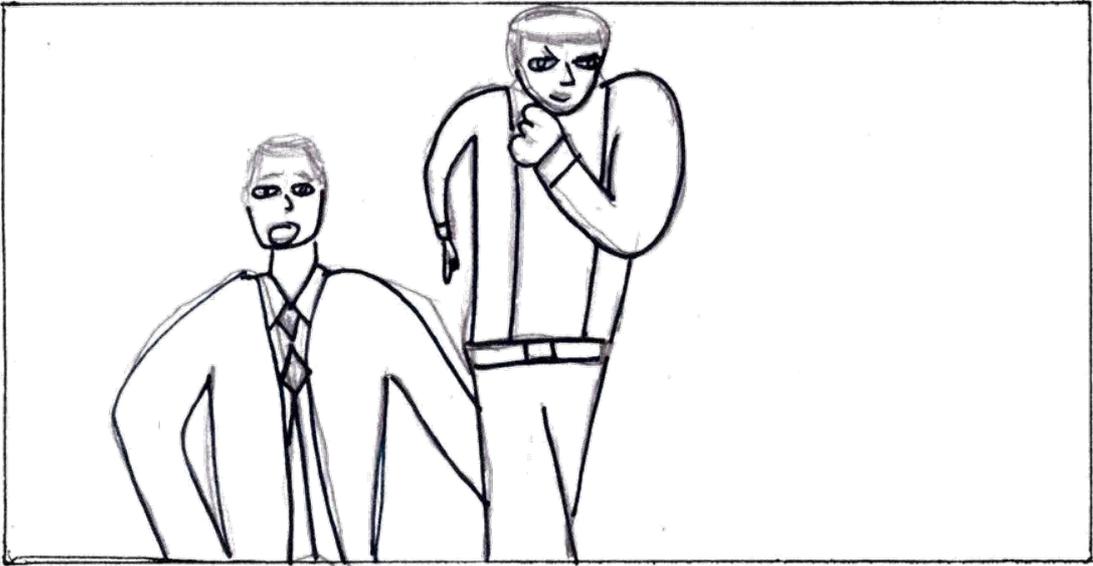
8

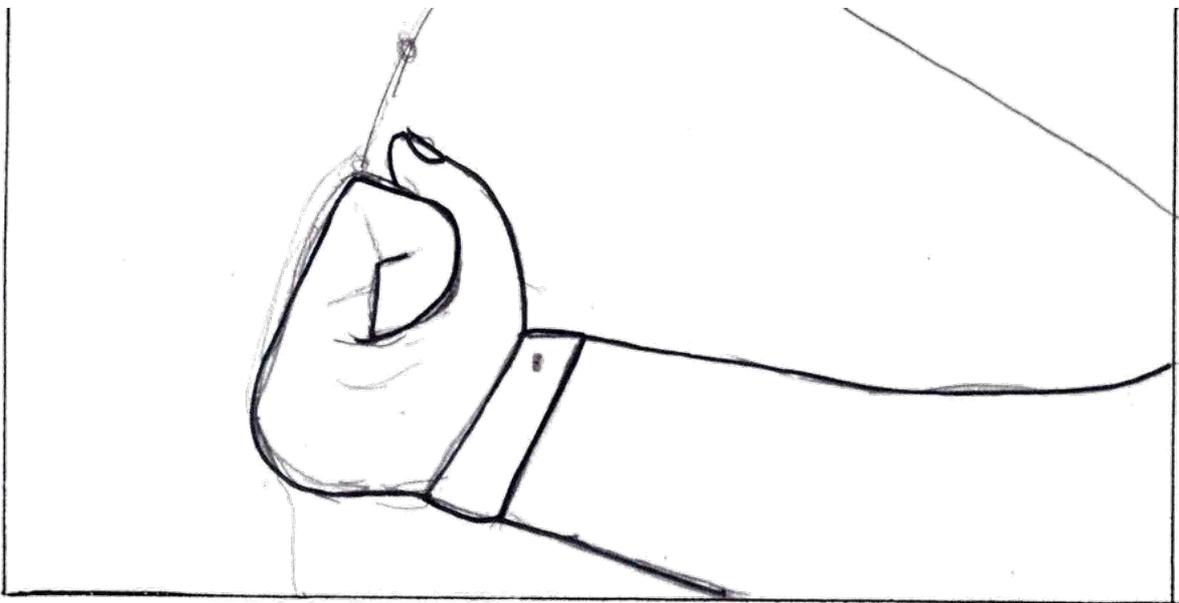
Juancho
Silveto

Completo
Frontal

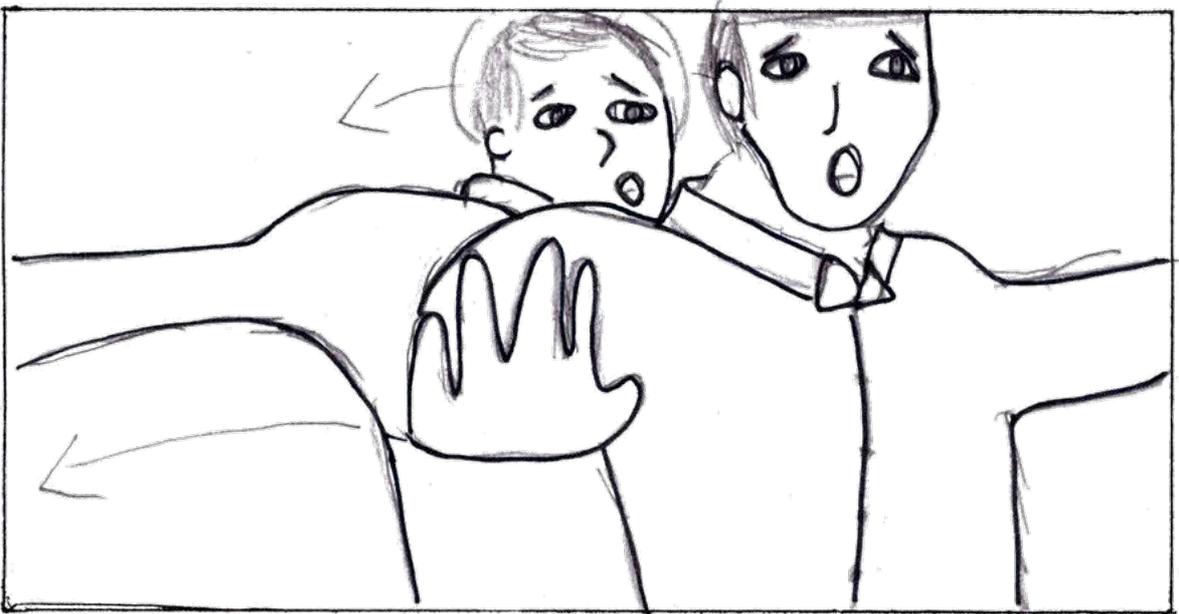
8



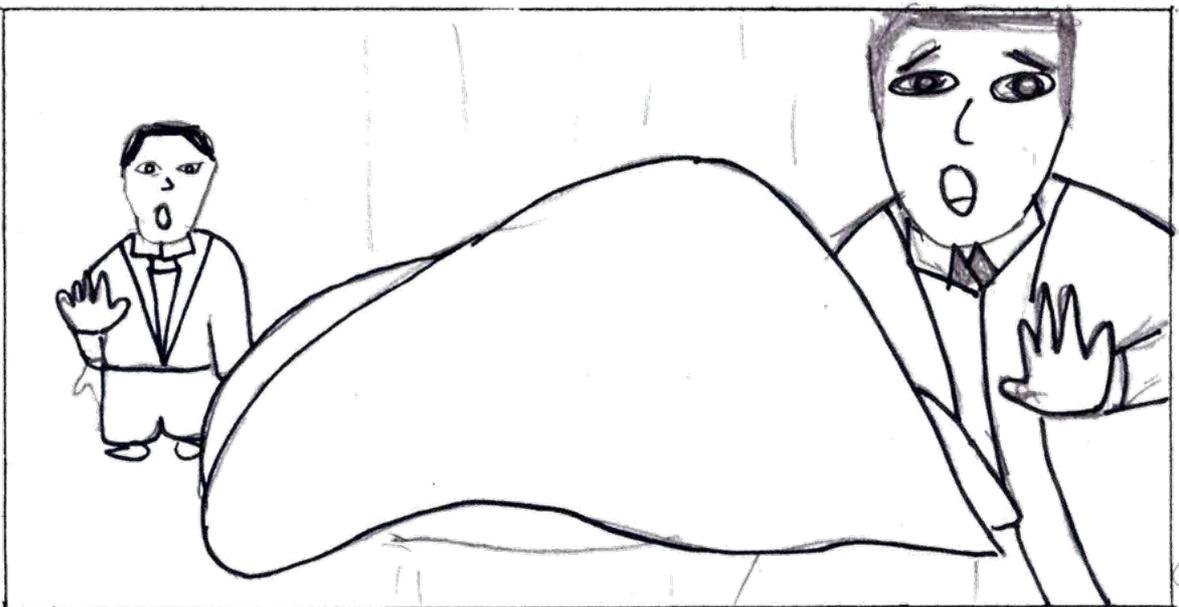




97



98



99

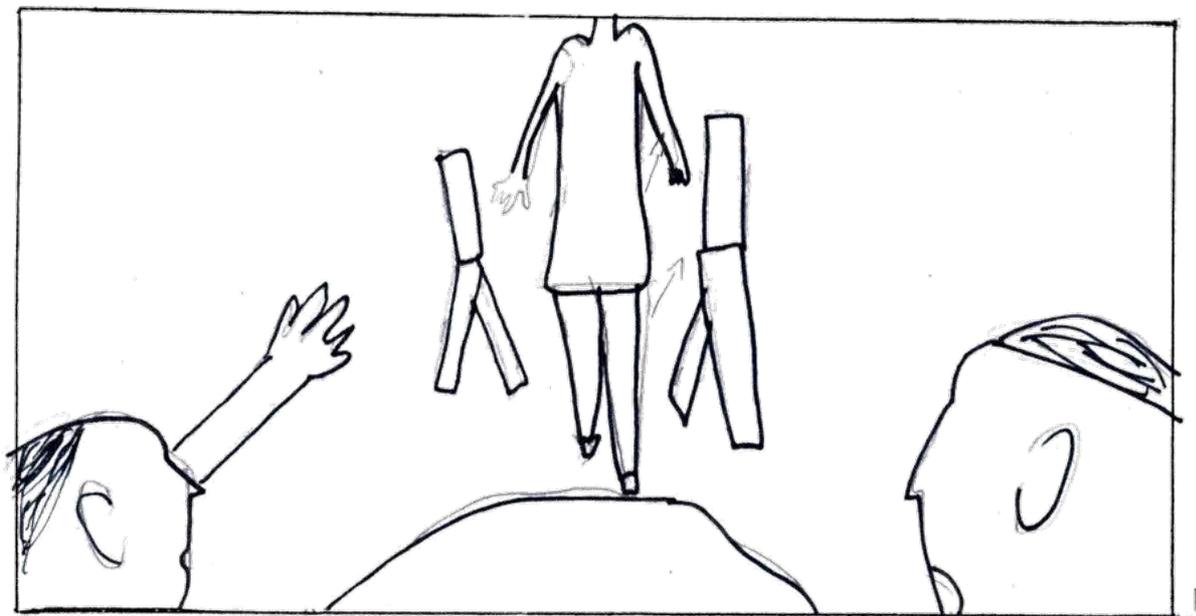


Jeremy Tacano
Silueta

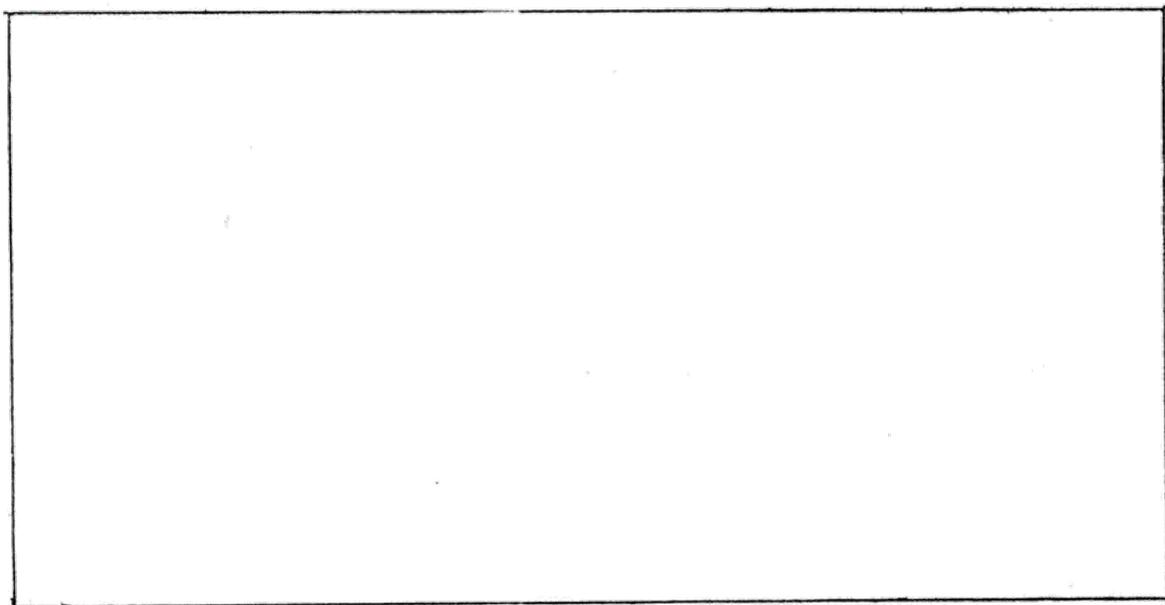
Capítulo
Fondo
anexo

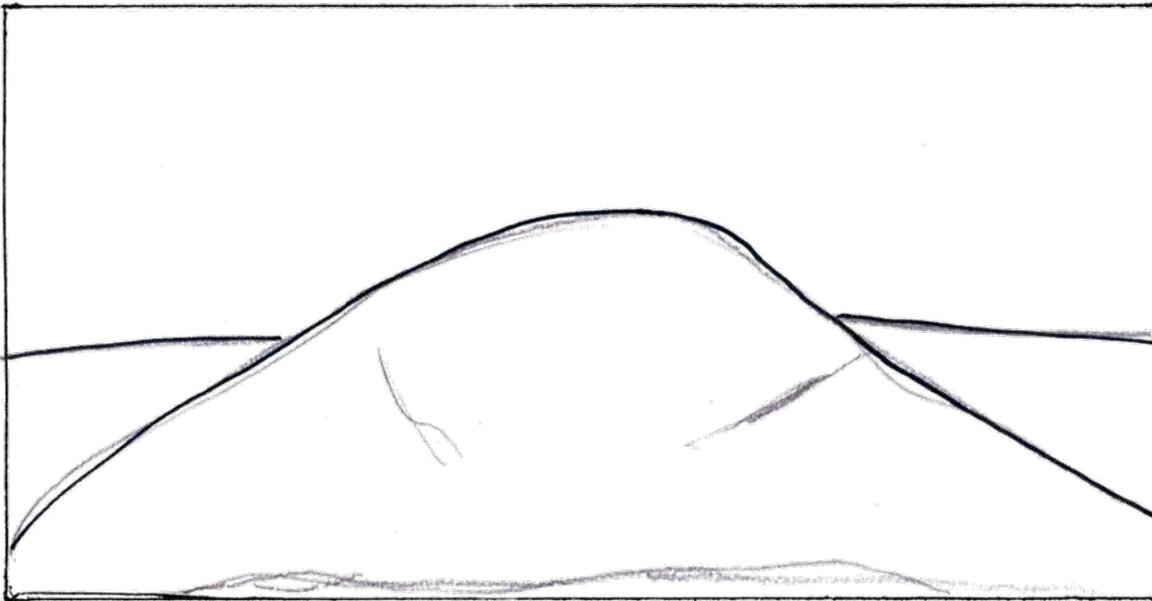
Juancho Silueta

capítulo
Fondo
anexo

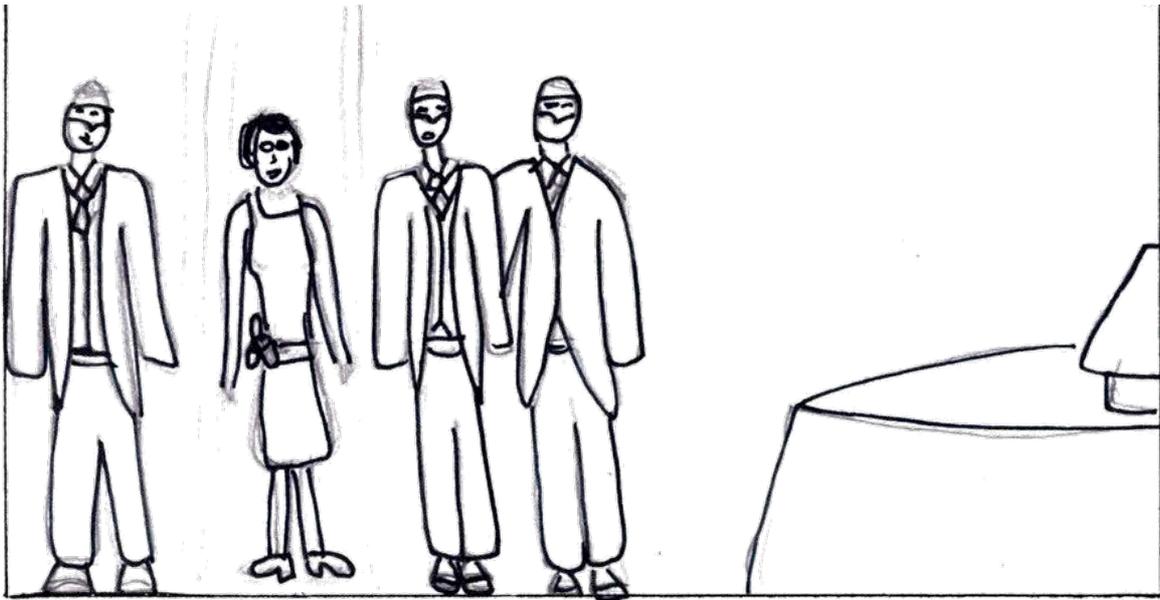


Plano anterior
Parte 3





Plano siguiente
parte 1



Pelo Contado
Receba logo as tiradas!

12. PROPUESTA FOTOGRAFÍA

12. 1. Concepto

Siguiendo el concepto de dirección, para representar el caos creado por un deseo, la fotografía del videoclip está planteada desde varias herramientas que aportan a esto. Teniendo en cuenta la iluminación, temperatura de color, movimientos de cámara, planimetría y más, se puede enfatizar el deseo y caos alrededor de “Báilame”. Todo se maneja y distribuye de la siguiente manera.

12 .2. Iluminación

Partiendo de la ambientación de la narrativa del videoclip, se sitúa en un bar de alta clase en los años 20. Acá se ve cómo en general se usa una ambientación lumínica de alto contraste sin tener claro-oscuro muy marcados. De esta manera se genera un espacio donde se emite glamour y elegancia. La luz principal y más fuerte viene de una parte del bar, jugando con las diferentes luces incidentales alrededor del ambiente, logrando con esto el efecto querido desde dirección.





Cosmópolis (Cronenberg, 2012)

Como se ve en *Cosmópolis* la iluminación ayuda a crear una atmósfera de caos en los personajes. Se nota el juego de contraste sin ser demasiado fuerte. De esta forma los personajes representan la elegancia y cómo se rompe ésta por el deseo.



American Hustle (Russell, 2013)

De igual forma se puede observar en *American Hustle*, cómo se ve la elegancia gracias a una fuente principal de luz que juega con diferentes luces que están distribuidas en el bar.



Super 8 (Abrams, 2011)



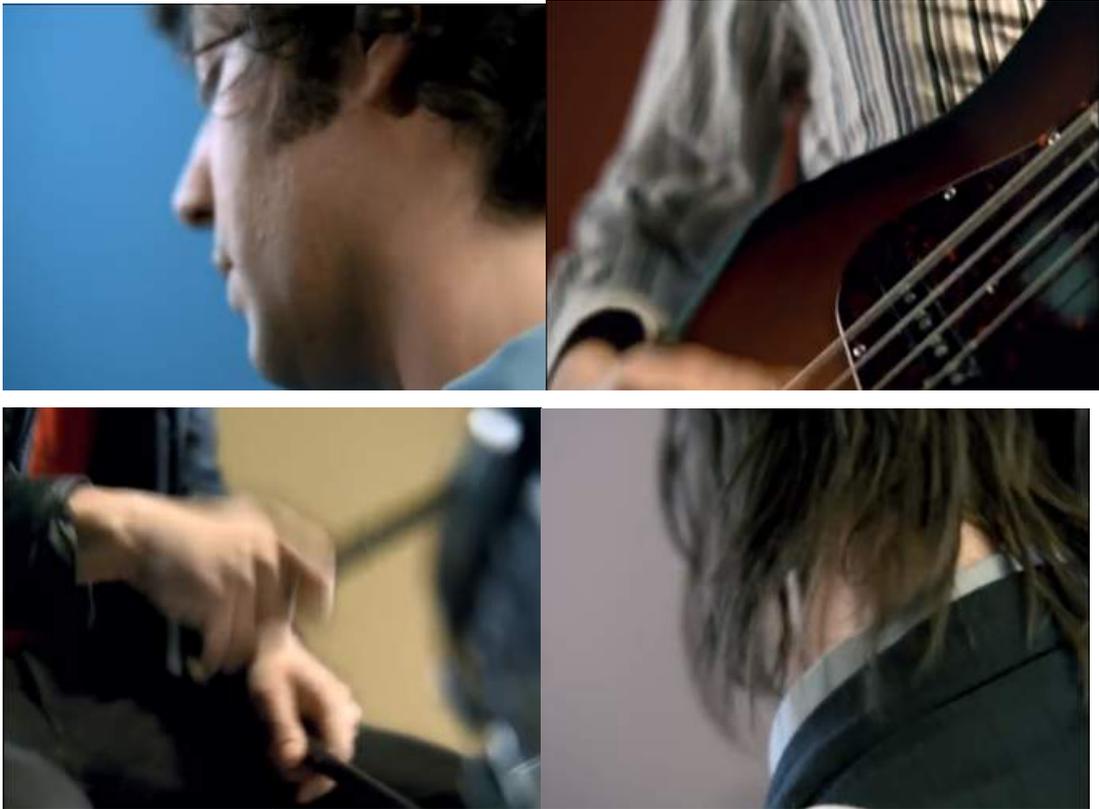
Seven (Fincher, 1995)

Acá como se ve en *Super 8* y *Seven*, las luces prácticas distribuidas por todo el lugar, ayudan a complementar la fuente de luz principal, teniendo así un juego de luces apoyando al concepto.

En cuanto a la historia paralela donde se muestra a la banda en silueta en telas de colores.



Cada integrante de la banda está con un color propio diferente. Así como se ve en *Reptilia* de The Strokes.



Reptilia (The Strokes)

De esta manera se crea una individualidad estética que juega con el ritmo de la canción en postproducción.

12.2.2 Resultado final

En cuanto a la iluminación del bar, a continuación se muestra el resultado final:





Se puede notar tanto la luz principal como marca y ayuda en la ambientación de los personajes como las luces prácticas en las mesas y paredes para equilibrar y dar un complemento al espacio.

Para el espacio de la banda tanto detrás de la tela como adelante este fue el resultado:





Se puede ver los colores personalizados de cada integrante de la banda y cómo se logra una estética tanto en frente de la tela como detrás.

12.3. Movimientos de cámara

Para fortalecer la línea narrativa y amplificar el concepto de deseo y caos se utilizarán cambios de velocidad. Se usa Slow-motion para resaltar los gestos, expresiones y acciones de las diferentes peleas alrededor del bar. De esta manera se podrá transmitir de mejor forma el caos que se desata en la clase alta debido al deseo hacia una mujer.



Rápidos y furiosos 7 (Wan, 2015)

Como se ve en *Sherlock Holmes y 300*, se juega en el mismo plano el cambio de velocidad. Se pasa de un movimiento rápido a uno lento y se finaliza rápido.



300 (Snyder, 2006)

Con esto se ve otro movimiento que se quiere en el videoclip. Cuando se esté utilizando el slowmotion se usará la cámara en mano. De esta forma se podrá mostrar el caos de una misma pelea de diferentes ángulos.



Sherlock Holmes (Ritchie, 2009)

Por otro lado, fortaleciendo la estética, se usa movimientos en cámara en Dolly. De esta forma se puede ver todo el caos en su esplendor y magnificencia. Así, también, se puede apreciar la sátira, incoherencia e ironía de cómo por el deseo hasta lo más alto y culto, destapa su ser y muestra sus instintos animales.



300 (Snyder - 2006)

Con movimiento lateral se puede ver los diferentes aspectos de las peleas que se harán en el bar. Se puede ver la mujer en el centro y cómo pelean todos por ella.



Otra referencia es *Old Boy*
Old boy (Park, 2003)

Se hará un plano llamado comúnmente ‘efecto Hitchcock’. Se usará cuando entra la femme fatal al bar.



Tiburón (*Spielberg*, 1975)

De esta forma se podrá generar una mayor emoción de sorpresa. Al hacer este movimiento de cámara se enfatizará en la reacción de los personajes al ver entrar a la causa del deseo y el caos.

12.3.2 Resultado Final

A continuación se ven los planos utilizados para la descripción de las peleas y cómo se reflejan las referencias anteriores ya en su resultado final. Como tal el movimiento de la cámara se ve reflejado en el videoclip.





12.4. Planimetría

Se quiere mostrar las expresiones de todos los personajes, por lo que el uso de primeros planos y medios planos son primordiales. Esto se puede apreciar en varias películas.



Trance (Boyle, 2013)

Cuando se muestra a la mujer mofándose de todo el caos que ha creado al botar el pañuelo a su alrededor, se muestra con planos contrapicados donde se vea el poder que tiene ella sobre el resto. De esta forma se puede lograr la propuesta de dirección de mostrar a la mujer como el ángel que todos veneran.

Para el espacio de la banda en donde se ven sólo las siluetas, son primordiales los planos generales en donde se hace track-in para ir disminuyendo el tamaño del plano sin pasar del plano medio. De esta forma se puede ver todos los movimientos de los artistas al tocar sus instrumentos. Así se puede ver toda la expresión que genera más emoción al ver cómo los músicos tocan la canción.

Para el espacio en dónde se ven diferentes partes de los músicos con un color individual al fondo de ellos, sólo se harán primeros planos. Ya que con esto se quiere guardar la imagen como tal de cada artista y enfatizar su instrumento y cómo se ejecuta. Esto se puede ver en las referencias antes puestas del video Reptilia de la banda The Strokes.



(Reptilia, The Strokes)

12.4.2 Resultado final

A continuación se ve cómo se logró seguir las referencias y la propuesta desde dirección para lograr todo el concepto que se quería mostrar en el videoclip desde un principio.





acá se ve cómo quedó siguiendo la referencia de *La Transfiguración de Rafael Sanzio* para el plano final del videoclip.





12. 5. Temperatura de color

Siguiendo el concepto de dirección no se querrá llegar a los límites de una temperatura como tal. Se buscará llegar a una temperatura media. La referencia clave para llegar a este tono será:



(Undercover of darkness, The Strokes)

De esta forma se querrá estar entre los 2300 k y 5000k para lograr la temperatura equilibrada y balanceada. Se logrará con una combinación de los tonos de las luces con la configuración de la cámara.



(Undercover of darkness, The Strokes)

Como se ve en este video de The Strokes, la temperatura de color apuntará al cálido sin enfatizar en este. Es decir, se busca una luz amarilla que juegue con el ambiente sin parecer muy cálida. De igual forma como se ve en las imágenes, habrán espacios con luz más fría para así lograr a un balance entre estos.

12.5.2 Resultado Final

Tanto como en las siguientes imágenes como en las anteriores se puede ver la temperatura final de color que se quiso llegar ya en el momento de grabación para lograr una mejor estética.



12.6. Aspectos técnicos

12.6. 1 Cámara y objetivos

Se usarán dos cámaras durante todo el rodaje del videoclip. Esto con el fin de lograr los dos aspectos que se quieren y la estética que se propone desde dirección. Para lograr los efectos y la propuesta de movimientos de cámara y la velocidad y la temperatura de color y calidad se usará:

- Cámara Sony FS7:

Con todas las especificaciones que tiene esta cámara es la ideal para realizar todos los cambios de velocidad que se quieren durante todo el videoclip. La Sony fs7 graba a 240 fps con muy buena calidad de color y maneja un sistema de reducción de ruido en ambientes de poca iluminación.

- Cámara BlackMagic:

Con esta cámara se grabará todo el espacio de la banda. Como este espacio es el ideal para mostrar el color de los artistas, la BlackMagic maneja una resolución en RAW a 4000 x 2160. Con este sistema se podrá lograr perfectamente la estética propuesta en las referencias anteriores y en dirección.

Para lograr toda la planimetría que se propone se usarán diferentes objetivos :

- 20 mm
- 50 mm F/1.4L
- 10 mm
- Un zoom

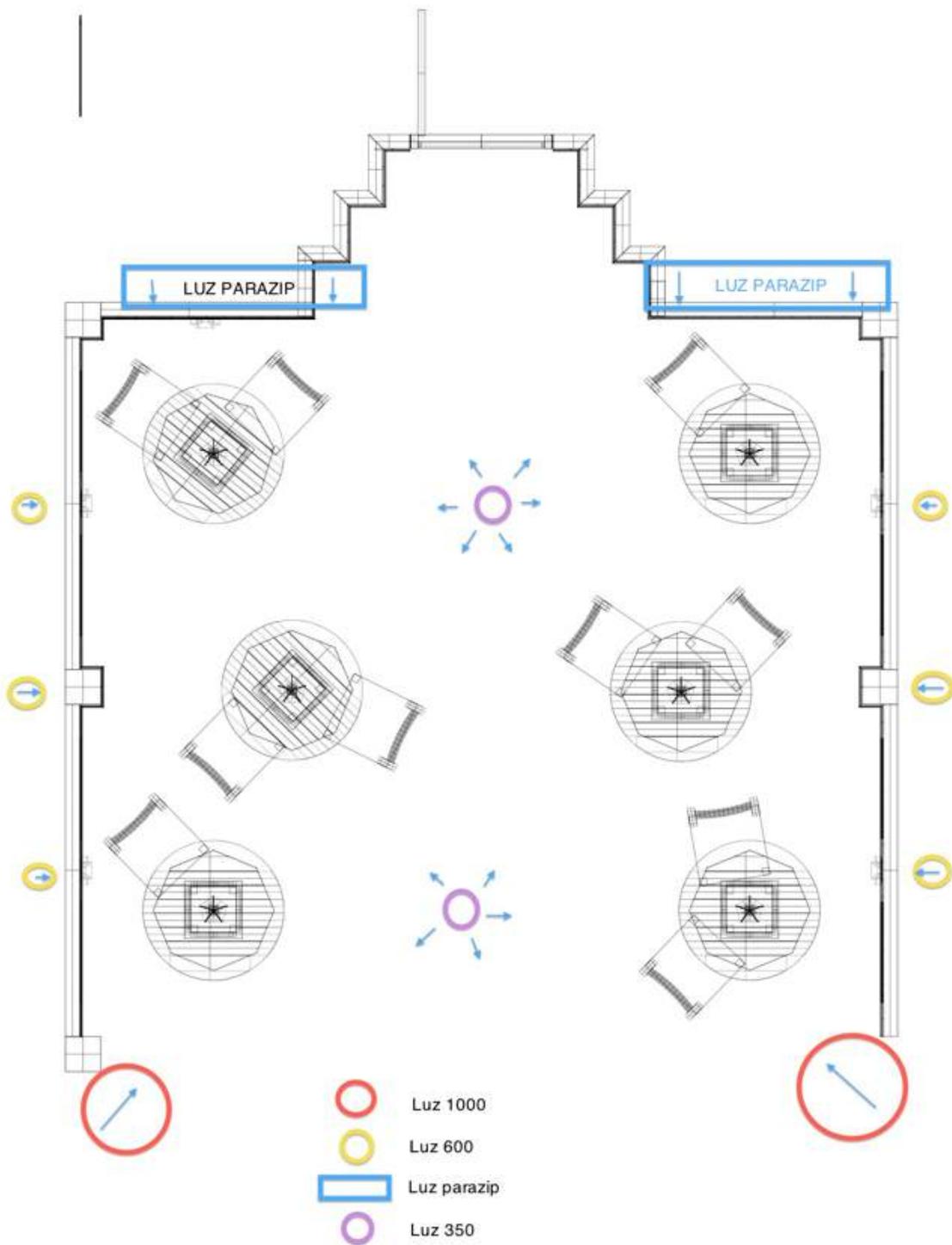
12. 6. 2 Luces

Para llevar a cabo toda la iluminación se usará :

- 6 luces de 600v y 6 luces de 350v
- 1 luz de 2000v
- 2 cajas de kinolights

- 2 luces parazip
- 2 luces de 1000v

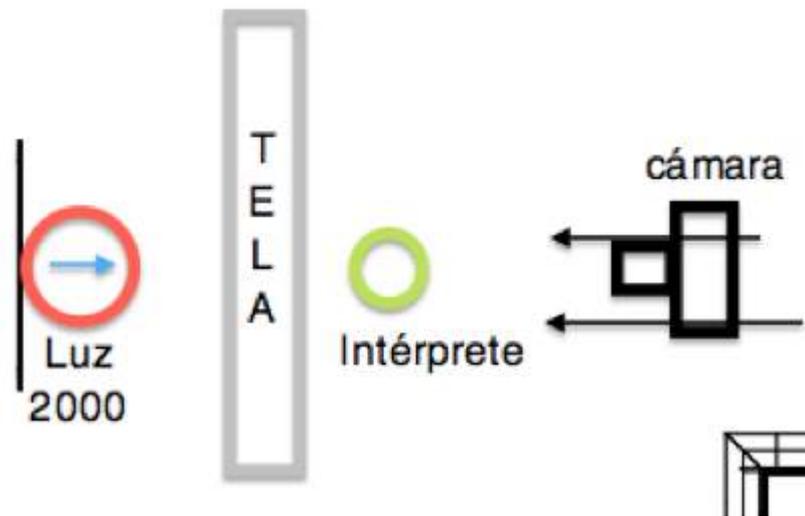
Con esta capacidad se podrá lograr tener una buena iluminación en donde se podrá jugar con los contrastes que se quieren. Para que la iluminación esté tal como se quiere y se ha visto en las referencias se distribuirá de la siguiente manera:



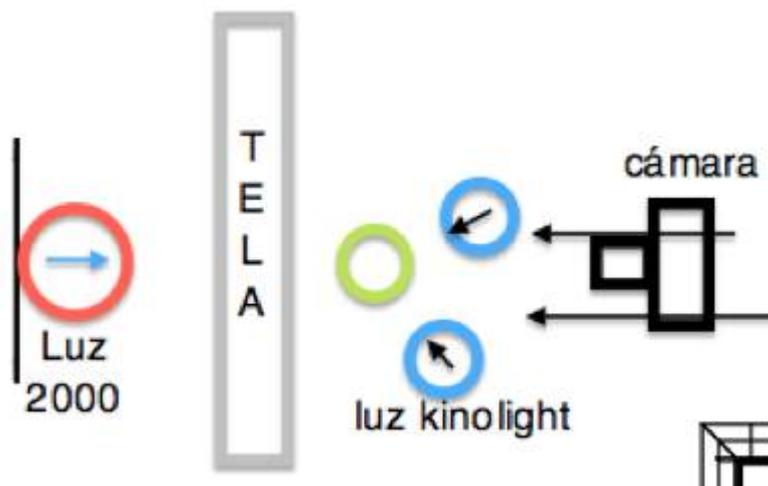
Las dos Parazip tendrán filtros CTB para que el back light de los personajes esté difuminado y de una temperatura equilibrada.

Las dos luces 1000 tendrán filtros difuminadores de tal forma que se pueda lograr una buena iluminación sin estallar la sensibilidad de la cámara.

Toda esta distribución con un buen manejo de la consola de luces del estudio de televisión se podrá tener la iluminación idónea para el videoclip.



Para el espacio de la banda en donde se ven sólo la silueta se usará únicamente una luz dos mil detrás de la tela y de los personajes. De esta forma se verá una silueta perfecta. Se usarán filtros de colores según el artista en la toma. Los filtros serán: Rojo, amarillo, azul y verde.



Para el espacio de la banda en donde se hacen los planos cerrados, se usará la dos mil de fondo detrás de la tela y de los personajes y dos kinolights para iluminar bien al músico generando el contraste mostrado en las referencias que propone dirección.

Todo esto se puede ver ya en resultado final en los resultados finales anteriormente mencionados.

12.6.3 Grip

Para lograr todos los movimientos de cámara que se quieren se usará el siguiente grip durante el rodaje:

- Dolly
- Banderas
- Trípodes

Las banderas y los trípodes se usarán para las luces y corregir los rayos de luz para que todo esté balanceado y limitado en donde debe ser.

El dolly se usará para todo el espacio de la banda. Se harán tracks in y tracks-out para dar un mayor dinamismo en la banda.

En el espacio del bar el dolly jugará con el track-in para los personajes y las tomas generales. De igual forma se usará para lograr el efecto Hitchcock.

13. PROPUESTA DE ARTE

13.1 Concepto

El estilo visual de *Báilame*, en cuanto ambientes, colores y sensaciones tiene como referencia la película *Board Walk Empire* (Terence Winter- 2010). Un concepto en donde se maneja la decoración la vestimenta de los años 20, una época en donde se observaba el deseo de la población por superar los problemas de la guerra. Una época en donde las clases sociales se veían marcadas. Es el comienzo de una nueva era en donde las comunicaciones, la moda, el cine y el teatro comienzan a crecer como industrias. Por otro lado se observaban las famosas Flappers, mujeres liberadas que comienzan a enfrentar todas las normas establecidas hacia una mujer. Se conocen los bares clandestinos sitios en donde asistían personas de todas las clases sociales. Es acá donde entra nuestro concepto para *Báilame*.

13.2 SETS.

13.2.1 Bar:

El ambiente de *Báilame* es en los años 20, más específicamente en un bar clandestino en donde la decoración son colores fuertes que se ven tenues por la luz amarilla. Paredes con estampados y terminados en madera. En este caso la fotografía ayuda acentuar los conceptos de arte, en cuanto a los colores que se usan y las texturas.

Como se observa en la siguiente imagen de la película *Board Walk Empire* se utilizaban estampados en las paredes, algo muy propio del estilo de decoración de interiores de los años 20.



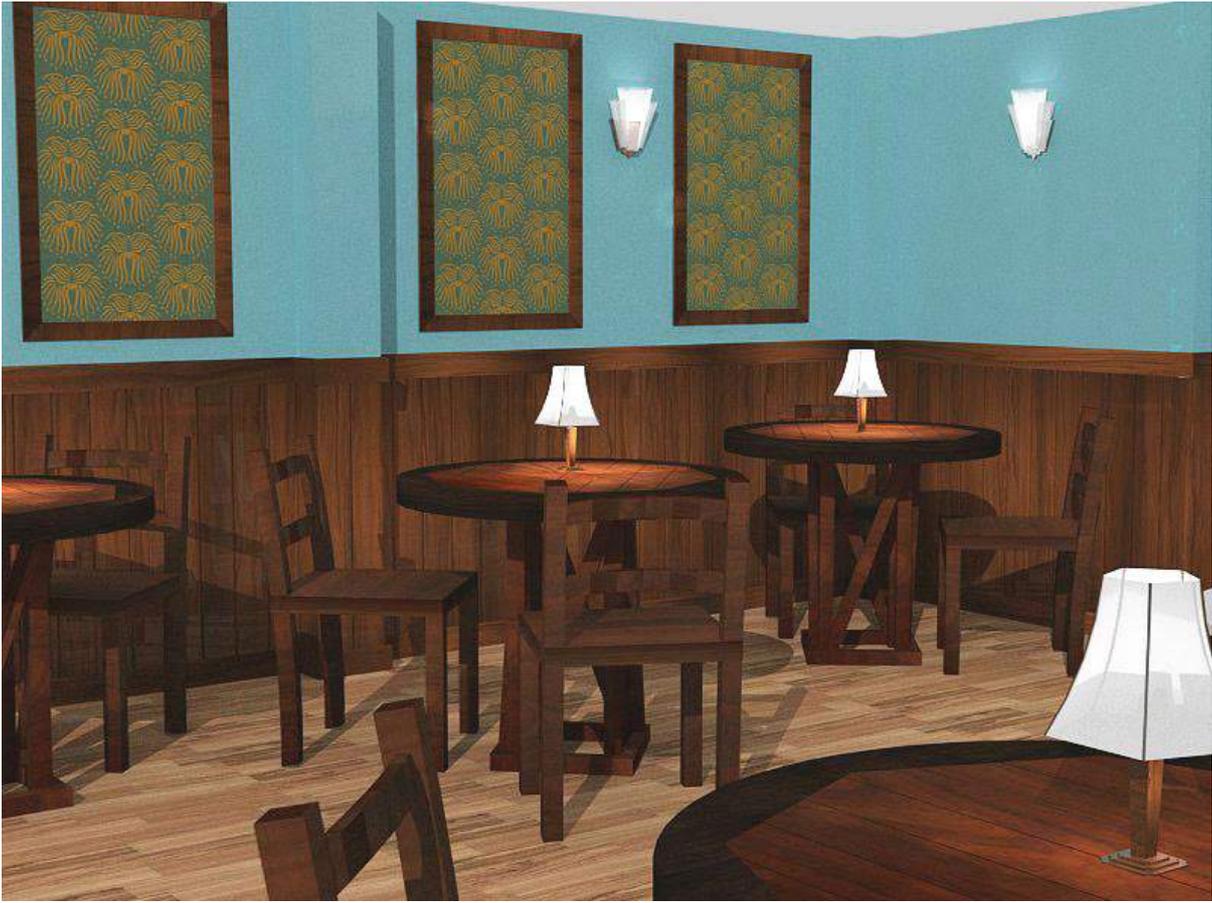
<http://variety.com/2014/tv/news/boardwalk-empire-finale-terence-winter-1201311105/>

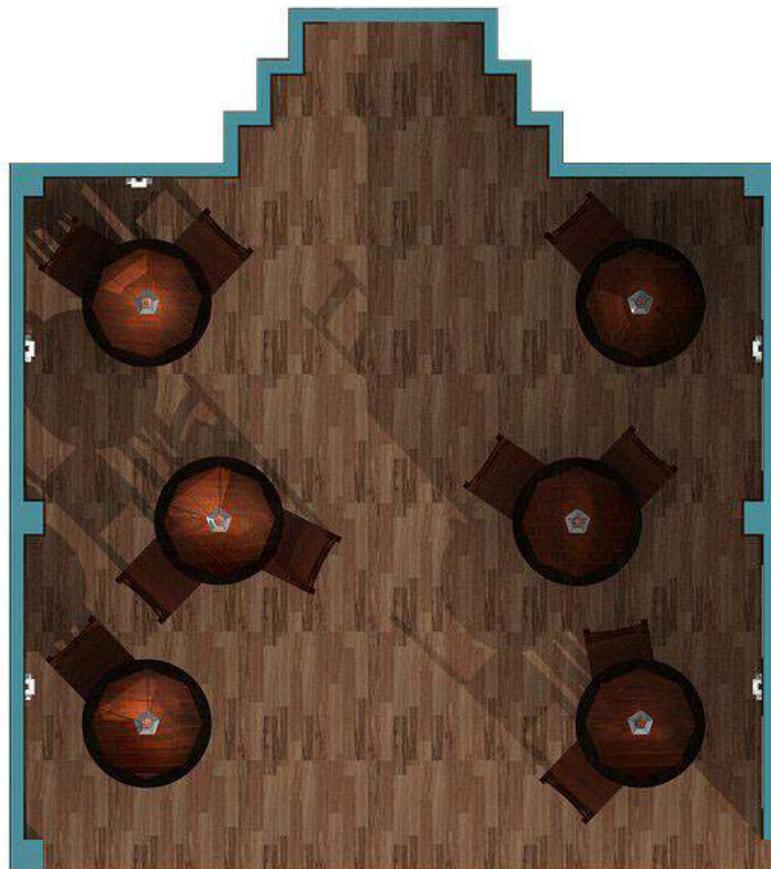
Nosotros, siguiendo estos parámetros, construimos nuestro propio set basándonos en todas las propuestas estéticas de estos años. Bares clandestinos que se vieron impulsados por la época de ley seca en Estados Unidos. Las bebidas alcohólicas se vieron prohibidas y entraron en el término de ilegalidad. Es acá donde entra la mafia a contrabandear el producto y se crearon los famosos bares clandestinos en donde todo tipo de personas asistían para poder consumir alcohol ilegal.

Por otro lado se crecieron los niveles de homicidio, existían la violencia del mercado negro.

De acuerdo a todo lo ocurrido en esta época se planteó el concepto de arte, como un bar clandestino en donde observamos todo tipo de personas. En donde sin importar la clase social se asistía al mismo lugar con el mismo fin.

Se creó un diseño preestablecido de como deseábamos que luciera el set, a continuación se muestran los bocetos.





finalmente se observa nuestro resultado final de cómo quedó nuestro Set para el videoclip de Báilame.



Se utilizaron paneles que fueron decorados al propio estilo de los años 20 con estampados dorados que hicieran resaltar este concepto.

El estampado dorado fue el siguiente:



Este estampado fue diseñado con el fin de no pedir derechos de imagen, este tiene como concepto a un león, de esta forma se logró un ambiente completo y que se equilibrará con cada detalle puesto al rededor del set.

13.2.2 Banda

Este escenario rompe el concepto de la historia, como se alternaron las imágenes de la banda con el concepto, este espacio es diferente. Se muestra por medio de siluetas los integrantes de la banda tocando cada uno sus instrumentos. Esto se maneja por medio de siluetas debido a que la banda maneja un estilo de no ser tan visibles en sus videoclips.

Se planteó que cada integrante tuviera un color característico es por eso que cada uno aparece con un color diferente de fondo. Para lograr esto se colocó una tela blanca la cual se templó. Con la ayuda del Departamento de Fotografía, se puso una luz blanca de fondo con filtros de cada color. El concepto de este set fue creado para romper con la narración del videoclip y que fuera más un videoclip *descriptivo-narrativo* (Scolari; 6) , debido a que es una historia con un concepto en donde todos se ven otorgados por el deseo hacia una mujer pero a la misma vez tenemos a cada integrante de la banda con un fondo diferente tocando, utilizando un montaje paralelo entre la historia y las banda.



Para el espacio de la banda. Los artistas mantendrán el mismo vestuario del bar que más adelante se mostrarán. De esta forma se logro tener un buen contraste entre el color con el que estará cada integrante de La Mano de Parisi y su vestuario a blanco y negro

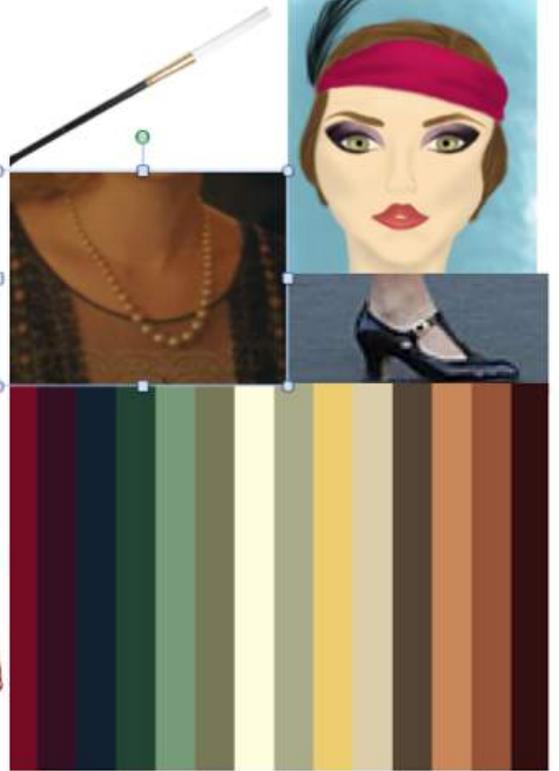
13.3 Personajes:

Al ser un bar clandestino nos encontramos con todos los estilos de clases sociales y personajes. De acuerdo con la propuesta de dirección se realizaron Moodboard para cada personaje. Por otro lado el vestuario de esta época es marcado por el de la mujeres, debido a la liberación de estas, la moda cambia en su estructura, forma, colores, se pretende tener un estilo más unisex, es decir vestidos más sueltos, hasta la rodilla o más abajo. Se pretendía que fueran sencillos y cómodos. Todo esto se observa por el cambio que está teniendo la mujer hacia realizar todo tipo de actividades. El vestuario nocturno también se ve modificado por el contorno social que está viviendo la población, vestidos extravagantes con lentejuelas, brillos, pieles, es acá donde entran otra vez las famosas flappers mujeres que deseaban desafiar a la sociedad mostrando que ellas también podían fumar y tomar. Toda la moda cambia por el contorno, los peinados comienzan hacer cortos. los zapatos son más prácticos con un tacón bajo. A continuación se muestran imágenes del estilo de esta época en el vestuario y cómo a través de estos basamos nuestros diseños para el videoclip.





13.3.1 Protagonista:



El vestuario de la protagonista es de una mujer clásica de los años 20, en donde su elegancia y glamour resaltan. Para este personajes se pensaron color mucho más fuertes como el rojo, el vino tinto, el amarillo. Colores que resaltarán mas que los otros personajes ya que al verla tiene que ser una mujer que produce deseo y admiración. Su paleta de colores se observa desde su vestuario hasta su maquillaje. Este moodboard muestra como pretendíamos que fuera su peinado y estilo.

A continuación observamos el resultado final.



13.3.2 Flapper:

El vestuario de la Flapper es un poco más atrevido, ya que eran mujeres que deseaban romper las reglas, ser más liberales, son mujeres que comenzaron a fumar, a beber licor, entre los hombres sin ningún problema. De igual forma, se llamaba la atención con diferentes adornos lujosos como pulseras, collares y accesorios en el pelo.



La flapper al ser una mujer más liberal se planteó que llevara mas accesorios, como lentejuelas, cadenas que brillaran, texturas más gruesas y colores como el dorado y el gris. El moodboard muestra el estilo de adornos brillantes que se utilizaron y los estilos de vestidos que se pretendían. A continuación mostramos el resultado final.



13.3.3 Mujer:

Este personaje es una mujer clásica, no muy llamativa que cumpliera con el estereotipo de una mujer común de los años 20. Se buscó varias prendas de la época para llegar así a un vestuario común.



Se manejó un estilo más opaco con colores más suaves, texturas no tan marcadas, un sombrero que marca el estilo de la época. Los moodboard muestran el concepto planteado para este personaje y el figurín para lo que se deseaba como resultado final que se muestra a continuación.



13.3.4 Mujer Mayor:

Este es un personaje más recatado ya que de igual forma es una mujer que ya en los años 20 tiene sus costumbres y no es tan liberal como la flapper.

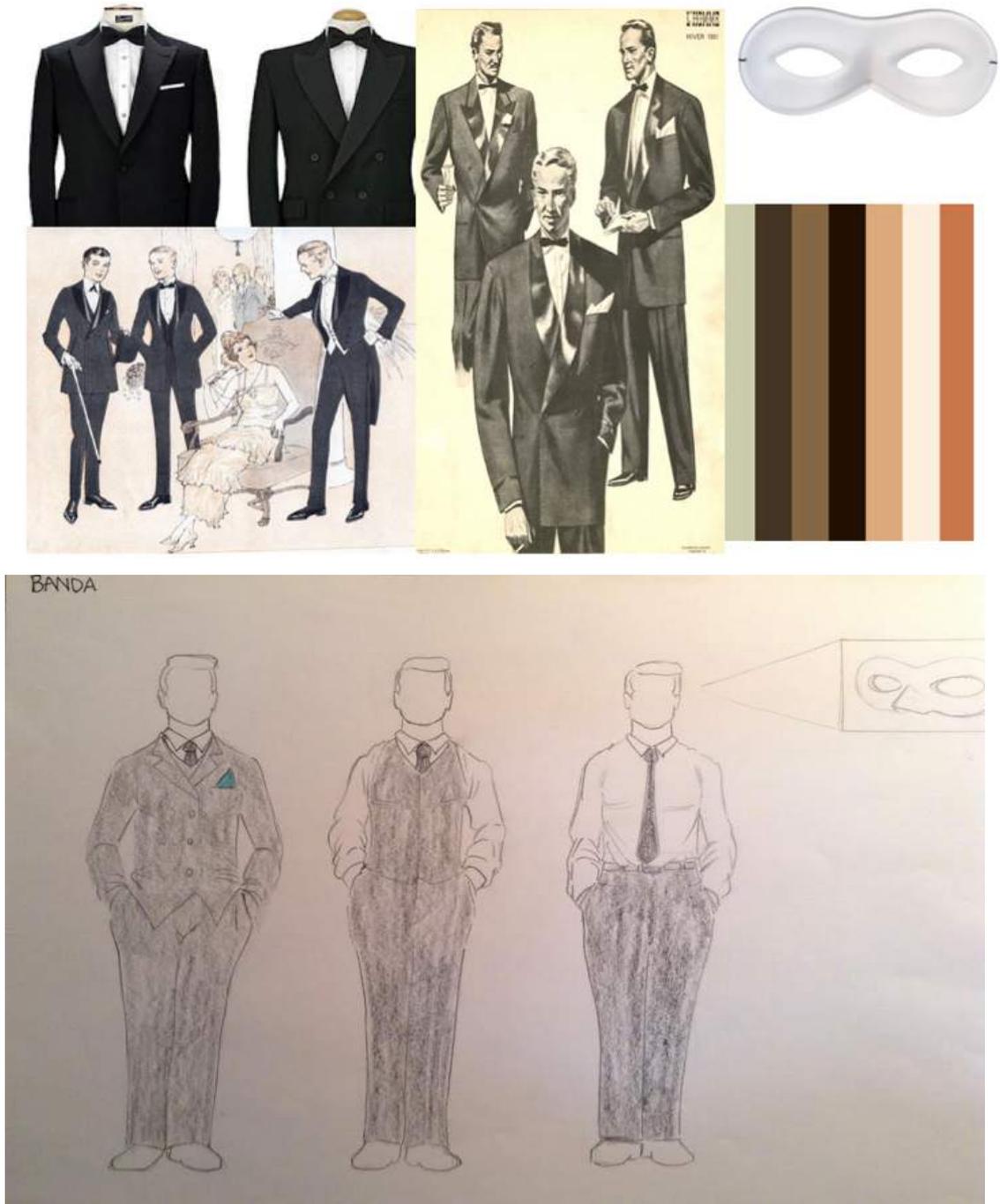


Para este personaje se utilizaron colores oscuros, en este caso el azul o morado. Es un diseño mucho más conservador con un vestido por debajo de las rodillas. Con guantes. Una mujer de los años 20 pero más conservadora. Como se observa en el Moodboard son vestidos clásicos y con colores opacos, a continuación se muestra el resultado final.



13.3. 5 La Banda:

Al ser estos básicamente los guardaespaldas de la protagonista se maneja un estilo clásico de smoking con antifaces que ocultaran su identidad.



Este moodboard muestra el vestuario clásico de un hombre elegante de esta época, smokings y un antifaz planteado por la propuesta de dirección como insignia al concepto de la banda. También se planteó que todos llevan un pañuelo del mismo color, en este caso el

rojo un color significativo para la escena en donde la protagonista está de este color para así dar un equilibrio en cuanto al color.

A continuación mostramos el resultado final.



13.3.6 Capo:

Un personaje característico de la época, la mafia comienza a crecer con el mercado negro del alcohol, los asesinatos se incrementan. Es una época en donde la mafia se ve en potencia en Estados Unidos. Este personaje es característico de la serie referencia antes mencionada que es *Boardwalk Empire*.



Su vestuario se caracteriza por las gabardinas los colores como el café y el negro, con chaleco y corbata. Sombrero característico de la época, un personaje que llena el espacio con su presencia y marca poder. Su vestuario es propio de un personaje de poder en este caso el capo. A continuación se muestra el resultado final.



13.3.7 Afro:

Es un personaje que destruirá las diferencias raciales en el bar, ya que sin importar el racismo él también se ve atraído por la presencia de la mujer en la historia del videoclip



Su vestuario es característico por la utilización de colores más fuertes como el azul o el morado. De igual forma maneja el estilo de los años 20 con corbata y chaleco. Este personaje también utilizó un pañuelo de color rojo, para contrastar con el gris. No utilizó corbata si no corbatín, algo también muy usado por los hombres de los años 20.

A continuación se muestra el resultado final.



13.3.8 Bestia

Este personaje es la idea que expresa el subtexto narrativo del videoclip. Sin embargo, a la hora de ser un personaje que luce normal, se planteó un vestuario clásico de los años 20.



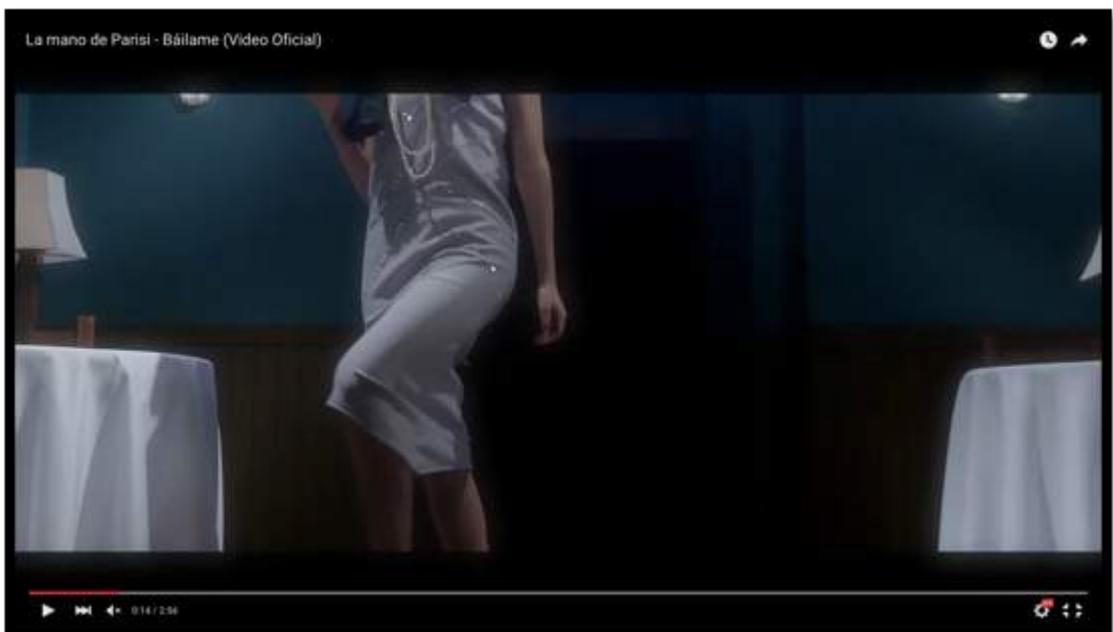
Su vestuario se observa como el de un hombre de clase media-alta de los años 20 con colores opacos. En este se planteó que llevará tirantes en cambio de chaleco debido a que el personaje es más agresivo. De igual forma se quiso que luciera más simple a la hora de vestir. A continuación se muestra el resultado final.



14 PROPUESTA POST PRODUCCIÓN

14.1 Ritmo y montaje

Una de las características fundamentales en un videoclip se da gracias a su montaje, para “Báilame”, éste se desarrolla de una forma especial. El inicio de la canción se caracteriza por un montaje lento y contemplativo, se va presentando el sitio y cada uno de los personajes y es por eso que se desarrolla de esta manera.



Uno de los planos iniciales en “Báilame” donde se revelan los personajes y la entrada al bar.

Seguido a esto existe un impacto visual al entrar la mujer, el ritmo se mantiene lento y de ahí en adelante empieza a acelerarse a partir de la reacción de cada uno y la provocación dada en todos. Al presentarse cada una de las etapas definidas en el tratamiento de la canción desde la propuesta de dirección, el ritmo va aumentando definiendo de esta manera un montaje progresivo.

Sólo existen momentos específicos donde ese montaje que va aumentando aceleradamente presenta dos pausas de tratamiento, esto además ayuda a darle fuerza a la siguiente etapa que inicia y también va acorde a determinados momentos de la canción que presentan. El primero se da cuando el contacto físico empieza y La Flapper le riega whiskey a una extra.



Y el segundo se da cuando todos están cerca de la derrota y a través del Anciano se representa es impulso final al darse cuenta que lo que realmente quiere está en el centro del bar.



Desde ahí se mantiene un ritmo en pico hasta que culmina con la sensación final donde todos se esfuerzan por alcanzar el pañuelo que la protagonista ha arrojado.

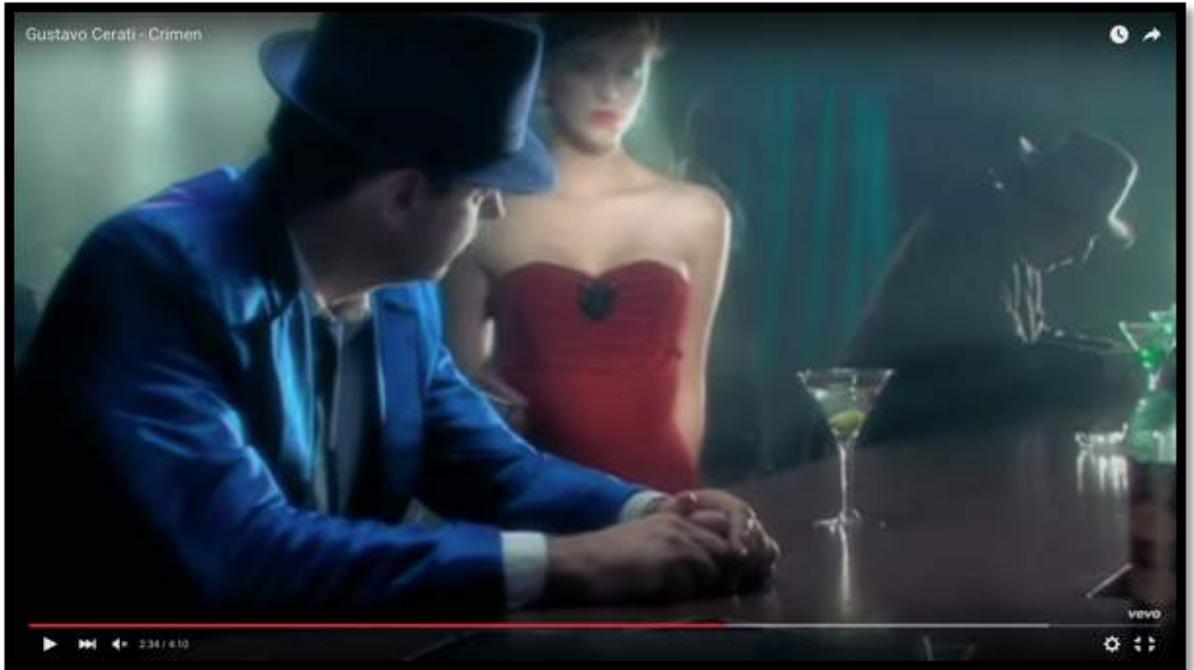
Además, el ritmo se ve fortalecido estableciendo un montaje paralelo entre la línea narrativa del bar y el performance que se da con un tratamiento estético singular.



Línea de la banda tocando en Báilame

14.2 Colorización y finalización

Para el look final de “Báilame” se toma un concepto de bohemia y un aspecto clásico y clandestino. Para el tratamiento de la idea planteada se toma el look de la siguiente referencia:

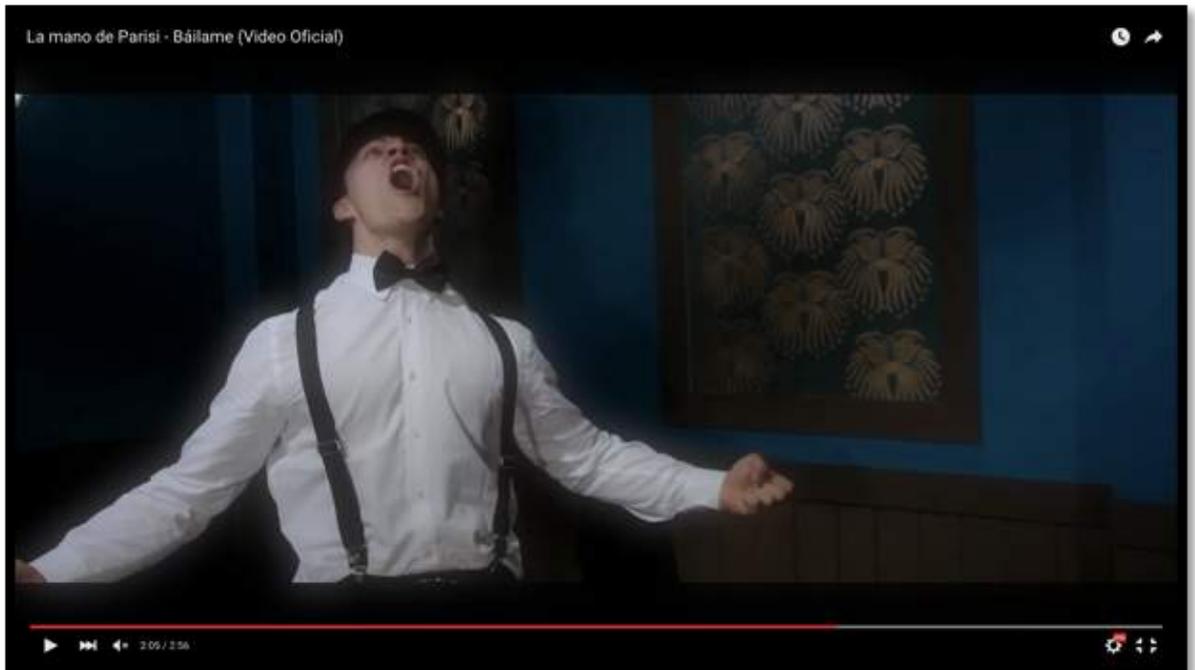


Bar de un fragmento del videoclip Crimen.

Crimen, Cerati (2010)

Del anterior fragmento se puede sentir un ambiente de bar gracias a una sensación que distorsiona la imagen por el humo presente y los tonos claros se ven un poco más brillantes que los oscuros, esto le da también un toque clásico a la imagen. Se siente el bar y se siente un ambiente dualista además.

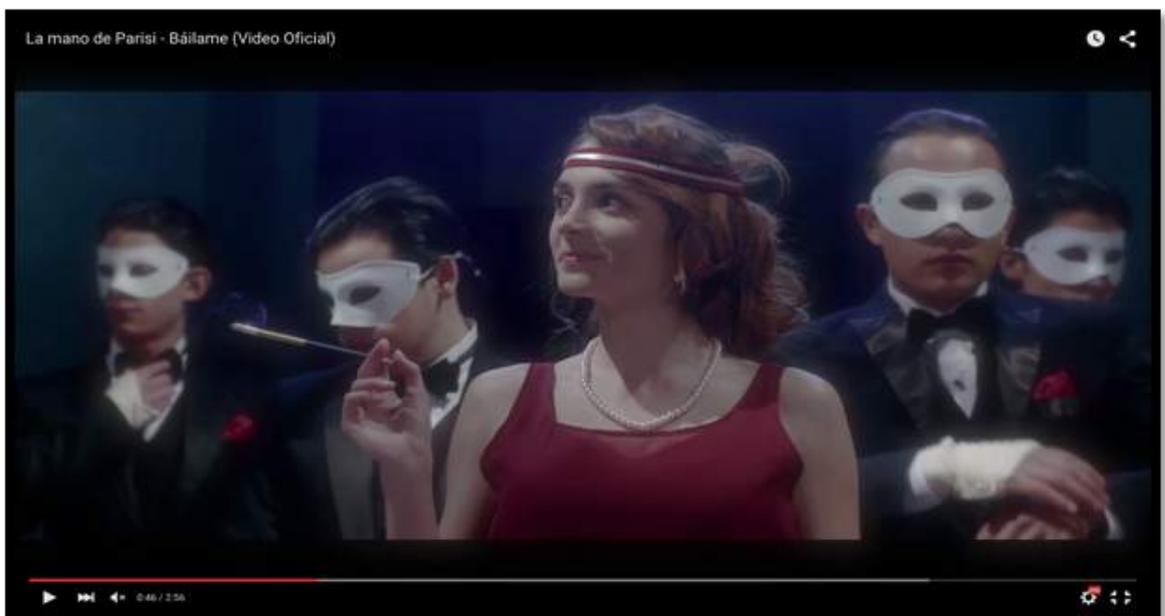
La intención en “Báilame” se logra a través de la aplicación sutil de un efecto glow en los colores y la iluminación.



Esta es la imagen con glow

La aplicación del efecto hace que los tonos claros puedan tener un aura mínimo y de una sensación similar a la que se produce en el fragmento de la referencia.

Respecto a la colorización, los colores están en una saturación adecuada pero una tonalidad en la imagen que opaque un poco los colores vivos sin matar la vida de cada uno de ellos.



De esta forma se marca el ambiente bohemio y clásico en “Báilame”.

15 PROPUESTA DE PRODUCCIÓN

15.1 CONSECUCIÓN DE RECURSOS

Teniendo en cuenta los requerimientos de cada departamento Dirección, Producción, Fotografía y Arte se planteó una consecución de recursos inicial en donde la meta era recolectar \$4.230.000 millones de pesos, que habían sido presupuestados con un presupuesto general de lo que podría llegar a costar el videoclip “Báilame” Finalmente el presupuesto se redujo con el transcurso del tiempo a \$ 3.770.490, que fue lo recaudado. A continuación mostraremos las ideas principales de cómo recolectaríamos el dinero y los resultados de los planteamientos.

Venta de Dulces:

La inversión inicial por integrante del grupo son de \$30.000 mil pesos recaudando así \$90.000 mil pesos. Los cuales se invertirán en dulces para la venta.

La idea es que por semana cada integrante venda 250 dulces por \$200 pesos es decir recolectaría \$50.000 mil pesos los cuales deben ser entregados al final de cada semana.

Esto daría un monto de \$150.000 pesos por semana, la idea es vender 8 semana, recolectando así \$1.200.000. como igual toca seguir comprando dulces para vender. Nos quedaría aproximadamente \$1.000.000 millón de ganancia

Inversión :\$290.000

Ganancia: \$1.000.000

Finalmente con este planteamiento recolectamos \$904.490 mil pesos durante 7 semanas. Los precios de ganancias estaban entre \$150.000 mil pesos y \$260.000 mil pesos, existieron semanas que vendimos más que otras. De igual forma esto muestra que el estudio previo no estuvo erróneo y que si hubiéramos completado las 8 semanas de venta hubiéramos podido recolectar el millón de pesos que estaba planeado con esta persecución de recursos.

Rifa Bose

Se rifara un parlante Bose el cual se pretende conseguir por donación.

Cada integrante debe vender 33 boletas y otro 34 boletas por \$20.000 mil pesos es decir debe responder por \$660.000 mil pesos o \$680.000 mil pesos Recolectando así \$2.000.000 millones de pesos.

La rifa dura 2 meses comienza el 25 de marzo, y juega el 23 de mayo con los dos últimos números de la lotería de Boyacá.

Cada integrante debe dar la plata un día antes de que la rifa juegue.

Inversión: \$50.000

Ganancia: \$2.000.000

Con este planteamiento se consiguieron los dos millones de pesos pero el parlante no se consiguió por donación lo que costó \$420.000 mil pesos, que de igual forma fueron conseguidos con la donación de unas boletas para partidos de millonarios. Con estas logramos conseguir \$320.000 mil pesos. Logrando así no tener tanta perdida con la rifa.

Evento banda

La idea es realizar un toque en algún sitio como La Ventana y recolectar la mayor cantidad de ganancia de este, cada boleta tiene un precio de \$20.000 mil pesos.

Puede entrar desde 100 personas hasta 300. El mínimo de ganancia es de \$1.000.000 de pesos.

Con este planteamiento no nos fue tan bien. El evento fue en el bar La Tea, donde solo recogimos \$500.000 mil pesos en ganancias de boletas y \$56.000 pesos en venta de manillas que la banda tenía para vender.

4. Crowdfunding personal y paginas como Indiegogo y Kickstarter

Personal, funciona con una alcancía que vamos a llevar con nosotros, la idea es contar nuestro proyecto y que las personas depositen el monto que deseen en nuestra alcancía.

Crowdfunding en paginas funciona de la misma manera pero por medio de estas páginas web. Subimos nuestro proyecto y ponemos el monto que pretendemos obtener. Tenemos plazo de 10 días para conseguir lo deseado.

Este planteamiento era realmente algo nuevo que deseamos mirar, sin embargo no logramos recolectar nada ya que el plazo de entrega del dinero era a largo plazo.

Finalmente con estas propuestas recolectamos \$3.770.490 millones de pesos de los cuales gastamos \$3.742.287 millones de pesos es decir tuvimos un ahorro de \$28.203 mil pesos.

A continuación se muestra el presupuesto planteado principalmente y luego el presupuesto ejecutado.

15.2 PRESUPUESTO

15.2.1 PRESUPUESTO PLANTEADO

| GENERAL | | | | |
|--|-----------------|------------|-------------|---------------------|
| ITEM | No. De Personas | Cant. Dias | Valor Unit. | Subtotal |
| PRODUCCIÓN | | | | |
| LOGÍSTICA | | | | |
| Transporte personas y carga terrestre | 0 | 0 | 0 \$ | 400.000 |
| Alimentación | 0 | 0 | \$ | 100.000 |
| Caja menor de Producción | | | \$ | 200.000 |
| volantes | | | \$ | - |
| servicio limpieza | | | | |
| LOCACIONES | | | | |
| Tarifa locaciones | 0 | 0 | 0 \$ | - |
| Reparación y daños en locaciones | 0 | 0 | 0 \$ | - |
| ELENCO | | | | |
| Protagónicos | 1 | 2 | 0 \$ | 200.000 |
| Secundarios | 10 | | 0 \$ | 200.000 |
| Figurantes | 0 | 0 | 0 \$ | - |
| Extras y dobles | 0 | 0 | 0 \$ | - |
| TOTAL PRODUCCIÓN | | | | \$ 1.100.000 |
| DIRECCIÓN DE ARTE | | | | |
| PERSONAL DEPARTAMENTO DE ARTE | | | | |
| Maquillador | 0 | 0 | 0 \$ | 200.000 |
| Asistente(s) de maquillaje | 0 | 0 | 0 \$ | - |
| Modiata-sastre | 0 | 0 | 0 \$ | - |
| MATERIALES DE ARTE, ESCENO- GRAFÍA, UTILERÍA, MAQUILLAJE Y VESTUARIO | | | | |
| FX (efectos especiales en escena: disparos, explosiones, juegos pirotécnicos, vehicu- los, etc.) | 0 | 0 | 0 | |
| Compras y alquileres ambientación (inclu- ye vehiculos en escena) | 0 | 0 | 0 | |
| Compras y alquileres escenografía | 0 | 0 | 0 | |
| Compras y alquileres utilería | 0 | 0 | 0 | |
| Compras y alquileres vestuario | 0 | 0 | 0 | |
| transporte | 0 | 0 | 0 \$ | 300.000 |
| producción de arte | 0 | 0 | 0 | |
| TOTAL DIRECCIÓN DE ARTE | | | | \$ 2.500.000 |
| DIRECCION DE FOTOGRAFIA | | | | |
| EQUIPO DE RODAJE, ACCESORIOS Y MATERIALES | | | | |
| Alquiler planta o generador | | | 0 \$ | - |
| Alquiler lentes | | | \$ | 300.000 |
| alquiler camara | | | \$ | 300.000 |
| Compras misceláneas de Departamento de fotografía | | | 0 \$ | 30.000 |
| TOTAL DIRECCIÓN DE FOTOGRAFIA | | | | \$ 630.000 |
| TOTAL | | | | \$ 4.230.000 |

15.2.2 PRESUPUESTO EJECUTADO

| GENERAL | | | | |
|--|---------------|------------|-------------|---------------------|
| ITEM | o. De Persona | Cant. Días | Valor Unit. | Subtotal |
| PRODUCCIÓN | | | | |
| LOGÍSTICA | | | | |
| Transporte personas y carga terrestre | 0 | 0 | 0 | \$ 222.000 |
| Alimentación | 0 | 0 | | \$ 541.832 |
| Caja menor de Producción | | | | \$ 9.700 |
| bose rifa | | | | \$ 420.000 |
| servicio limpieza | | | | |
| LOCACIONES | | | | |
| Tarifa locaciones | 0 | 0 | 0 | \$ - |
| Reparación y daños en locaciones | 0 | 0 | 0 | \$ - |
| ELENCO | | | | |
| Protagónicos | 1 | 2 | 0 | \$ 250.000 |
| Secundarios | 10 | | 0 | |
| Figurantes | 0 | 0 | 0 | \$ - |
| Extras y dobles | 0 | 0 | 0 | \$ - |
| TOTAL PRODUCCIÓN | | | | \$ 1.443.532 |
| DIRECCIÓN DE ARTE | | | | |
| PERSONAL DEPARTAMENTO DE ARTE | | | | |
| Maquillador | 0 | 0 | 0 | |
| Asistente(s) de maquillaje | 0 | 0 | 0 | \$ - |
| Modiata-sastre | 0 | 0 | 0 | \$ - |
| MATERIALES DE ARTE, ESCENO- GRAFÍA, UTILERÍA, MAQUILLAJE Y VESTUARIO | | | | |
| FX (efectos especiales en escena: disparos, explosiones, juegos pirotécnicos, vehícu- los, etc.) | 0 | 0 | 0 | |
| Compras y alquileres ambientación (inclu- ye vehículos en escena) | 0 | 0 | 0 | |
| Compras y alquileres escenografía | 0 | 0 | 0 | |
| Compras y alquileres utilería | 0 | 0 | 0 | |
| Compras y alquileres vestuario | 0 | 0 | 0 | |
| transporte | 0 | 0 | 0 | |
| produccion de arte | 0 | 0 | 0 | |
| TOTAL DIRECCIÓN DE ARTE | | | | \$ 1.942.752 |
| DIRECCION DE FOTOGRAFIA | | | | |
| EQUIPO DE RODAJE, ACCESORIOS Y MATERIALES | | | | |
| Alquiler planta o generador | | | 0 | \$ - |
| Alquiler lentes | | | | \$ 50.000 |
| alquiler camara | | | | \$ 300.000 |
| Compras misceláneas de Departamento de fotografia | | | 0 | |
| TOTAL DIRECCIÓN DE FOTOGRAFIA | | | | \$ 350.000 |
| TOTAL | | | | \$ 3.736.284 |

Para tener un control efectivo del presupuesto se manejo un flujo de caja de los dulces y del presupuesto en general.

A continuación se muestra el flujo de caja de los dulces.

15.3 FLUJO DE CAJA

15.3.1 FLUJO DE CAJA DULCES

| DULCES | | | | | |
|---|--------|---------|---------|---------|---------|
| PRODUCTORA: Camila Lora | 6-abr | 12-abr | 19-abr | 22-abr | 25-abr |
| TOTAL DE INGRESOS | | 260.000 | 152.000 | | 219.500 |
| Saldo inicial de caja | 86.000 | | 196.200 | 348.000 | 287.100 |
| Egresos | | | | | |
| Pago a proveedores. Valor y forma de pago | | | | | |
| Gastos de Comora | | | | | |
| Gastos de reparto | | | | | |
| Gastos de Alquiler | | | | | |
| gastos dulces | 86.000 | 63.800 | | 61.100 | |
| Gastos Logistica (alimentacion, transporte) | | | | | |
| Subtotal egresos | | | | | |
| TOTAL EGRESOS | 86.000 | 63.800 | | 61.100 | |
| Saldo final de caia | - | 196.200 | 348.200 | 287.100 | 506.600 |

| 26-abr | 3-may | 4-may | 11-may | 12-may | 18-may | 20-may |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 215.340 | | 193.000 | | 100.850 | 84.500 |
| 506.600 | 436.600 | 651.940 | 556.840 | 749.840 | 719.140 | 819.990 |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| 70.000 | | 95.100 | | 30.700 | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | 30.700 | | |
| 436.600 | 651.940 | 556.840 | 749.840 | 719.140 | 819.990 | 904.490 |

Se logra observar que la compra principal fue de \$86.000 mil pesos debido que a la hora de comprar los paquetes no se utilizaron los \$90.000 mil pesos exactos. De igual forma estos \$4.000 mil pesos se dieron para las siguientes ganancias.

15.3.2 FLUJO DE CAJA GENERAL :

El flujo de caja del presupuesto en general se maneja con colores, para identificar qué departamento era el que hacía el gasto y de donde provenía el saldo inicial.

| | | | |
|----------------|--|----------------|--|
| banda toque | | arte | |
| millos boletas | | bose rifa | |
| dulces | | venta manillas | |
| rifa | | | |

| PRODUCTORA: Camila Lora | 2-may | 21-may | 23-may | 24-may |
|---|---------|---------|-----------|-----------|
| TOTAL DE INGRESOS | 500.000 | 310.000 | 904.490 | 2.000.000 |
| Saldo inicial de caja | | | | |
| Egresos | | | | |
| Pago a proveedores. Valor y forma de pago | | | | |
| Gastos de Comora | | | | |
| Gastos de reparto | | | | |
| Gastos de Alquiler | | | | |
| gastos dulces | | | | |
| Gastos Logistica (alimentacion, transporte) | | | | |
| Subtotal egresos | | | | |
| | | | | |
| TOTAL EGRESOS | | | | |
| Saldo final de caia | 500.000 | 810.000 | 1.714.490 | 3.714.490 |

| 27-may | 25-may | 2-jun | 3-jun | 3-jun | 3-jun | 3-jun |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | | | 56.000 | | |
| 3.714.490 | 3.614.490 | 3.541.490 | 2.541.490 | 2.121.490 | 2.177.490 | 2.102.490 |
| | | | | | | |
| 100.000 | 73.000 | 1.000.000 | 420.000 | | 75.000 | 210.000 |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| 100.000 | 73.000 | 1.000.000 | 420.000 | 75.000 | 210.000 | 210.000 |
| 3.614.490 | 3.541.490 | 2.541.490 | 2.121.490 | 2.177.490 | 2.102.490 | 1.892.490 |

| 4-jun | 5-jun | 6.jun | 6-jun | 7-jun | 8-jun | 9-jun |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|-----------|-----------|
| 1.892.490 | 1.597.968 | 1.588.168 | 1.501.868 | | 1.436.572 | 1.230.820 |
| | | | | | | |
| 294.522 | 9.800 | 86.300 | | | | |
| | | | | | | |
| | | | 65.296 | | 205.752 | 91.400 |
| | | | | | | |
| 294.522 | 9.800 | 86.300 | 65.296 | | 205.752 | 91.400 |
| 1.597.968 | 1.588.168 | 1.501.868 | 1.436.572 | | 1.230.820 | 1.139.420 |

| 10-jun | 10-jun | 11-jun |
|-----------|-----------|---------|
| 1.139.420 | 1.090.100 | 995.970 |
| | | 350.000 |
| 49.320 | 94.130 | |
| | | 250.000 |
| | | |
| | | 367.800 |
| | | |
| 49.320 | 94.130 | 967.800 |
| 1.090.100 | 995.970 | 28.170 |

15. 4 LEGALIZACIÓN:

También se maneja una legalización de presupuesto en donde se pueda observar los recibos de cada compra y a que correspondía cada uno.

| 1. RENDICIÓN DE CUENTAS | |
|----------------------------|--------------|
| PRESUPUESTO REAL VIDEOCLIP | |
| TOTAL DINERO RECAUDADO | \$ 3.770.490 |
| TOTAL DINERO EJECUTADO | \$3.742.287 |
| TOTAL DINERO NO EJECUTADO | \$28.203 |
| TOTAL | \$ 7.540.980 |

Esta legalización también se maneja por colores, en el departamento de producción para identificar cada recibo a qué área corresponde.

| 2. LEGALIZACIÓN DE PRESUPUESTO | | | | |
|--------------------------------|-------------------|--------------------------|-------------------------------|--------|
| PRODUCCIÓN | | | | |
| © | ITEM | NOMBRE DEL ALMACEN | No RECIBO O FECHA | TOTAL |
| | 1 Mercado | Alkosto s.a | 703400011772054/2015/06/08 | 113649 |
| | 2 Mercado | olimpica s.a | nit: 890.107.487-3 /15/06/08 | 92103 |
| | 3 Almuerzo | Universidad de la Sabana | nit:860.075.558-1/09/06/2015 | 71400 |
| | 4 Mercado | olimpica s.a | nit:890.107.487-3 /15/06/2015 | 15960 |
| | 5 Almuerzo | Universidad de la Sabana | t001-57241 / 11/06/2015 | 65800 |
| | 6 Mercado | Carulla | 0518-0060580958/10/06/2015 | 11200 |
| | 7 Impresiones | Universidad de la Sabana | 1060917 / 10/06/2015 | 2500 |
| | 8 Mercado | Carulla | 0518-0070661235/10/06/2015 | 22420 |
| | 9 Carro | Quality | 856136 / 11/06/2015 | 15000 |
| | 10 Carro gasolina | Resibo de caja menor | 1020784925/09/06/2015 | 20000 |
| | 11 Impresiones | Universidad de la Sabana | 1060924/10/06/2015 | 2500 |
| | 12 Impresiones | Copialuna comunicaciones | nit:52.878.733-8 /10/06/2015 | 4700 |
| | 13 vendas | salud market | 1601/ 10/06/2015 | 6000 |
| | 14 comida | dominalco s.a | 00/ 06/06/2015 | 49300 |

| | | | | | |
|--------------|------------|-------------------------|-------------|-------------|----------------|
| 15 | carro | sebastian robledo | 1020784925. | | 30000 |
| 16 | taxi | Andre Bejar | | 796556193 | 30000 |
| 17 | taxi | juan de dios peña | | 3182806 | 30000 |
| 18 | taxi | sara blanco | | 1020090143 | 27000 |
| 19 | actores | alejandra castañeda | | 1022396348 | 50000 |
| 20 | actores | juan de dios peña | | 3182806 | 100000 |
| 21 | actores | andres bejar | | 79655619310 | 100000 |
| 22 | bose | | | | 420000 |
| 23 | Piizza | camila lora- pizza chia | | 1019080793 | 100000 |
| 24 | Transporte | la mano de parisi | | 1019140750 | 70000 |
| TOTAL | | | | | 1449532 |

| 2. LEGALIZACIÓN DE PRESUPUESTO | | | | |
|--------------------------------|------|------------------------|--|------------------|
| ARTE | | | | |
| © | ITEM | NOMBRE DEL ALMACEN | No RECIBO O FECHA | TOTAL |
| | 1 | Carulla | 0518-0110487994/10/06/2015 | 20100 |
| | 2 | ferre h. Sanchez s.a.s | 40172 / 09/06/2015 | 16400 |
| | 3 | los tres elefantes | 406a-111122 /10/06/2015 | 1900 |
| | 4 | Homecenter | nit.800.242.106-2 /06/09/2015 | 53000 |
| | 5 | Distribelleza | nit:51.583.302-6 | 17500 |
| | 6 | mdf | madecentro colombia s.a.a nit:811028650 / 02/06/2015 | 475042 |
| | 7 | pintura | | 4/06/15 144000 |
| | 8 | trajes | p&o casa diseñadora 0110/ 3 /06/2015 | 140000 |
| | 9 | tirantas | | 25/05/15 8000 |
| | 10 | pañuelos | corbateria miller 2306/25/05/2015 | 24000 |
| | 11 | corbatines | corbateria miller 2304/ 25/05/2015 | 20000 |
| | 12 | perlas | | 25/05/15 11000 |
| | 13 | antifaz | distribuciones el primo nit:51956402-3/05/25/2015 | 10000 |
| | 14 | rodillo | Homecenter nit:800.242.106-27/05/06/2015 | 10000 |
| | 15 | clavos | Homecenter nit:800.242.106-2 /06/06/2015 | 7000 |
| | 16 | pintura | Homecenter nit.800.242.106-2 /06/06/2015 | 42700 |
| | 17 | pintura | Homecenter nit:800.242.106-2 / 05/06/2015 | 36600 |
| | 18 | cinta | ferri-ya nit.41.798.612-1/05/06/2015 | 6000 |
| | 19 | aerosoles | | 8/06/15 37000 |
| | 20 | rodillos | gladis leon 0285/04/06/2015 | 21000 |
| | 21 | vestidos | confecciones yolied | 27/05/15 190.000 |
| | 22 | vestidos | matilde fierro | 21/05/15 30000 |
| | 23 | vestidos | matilde fierro | 1/06/15 45000 |
| | 24 | laminas | madecentro colombia s.a.a 110-00008172/06/05/2015 | 236710 |
| | 25 | mtr | almacen novedades nit:20.210.204-1/27/05/2015 | 19000 |
| | 26 | varios | la casita de textil nit:35198285-1/27/05/2015 | 800 |
| | 27 | varios | la casita de textil nit:35198285-1/27/05/2015 | 10000 |
| | 28 | vestidos | bulevar smoking club 03/06/2015-- 2431 | 50000 |
| | 29 | vestidos | tiqueta negra smoking nit: 1022362900-7 | 110000 |
| | 30 | vestidos | d'ego smoking 0488-- 03/06/2015 | 50000 |
| | 31 | manteles | | 100000 |
| TOTAL | | | | 1942752 |

| 2. LEGALIZACIÓN DE PRESUPUESTO | | | | |
|--------------------------------|--------------------|----------------------|-------|--------|
| FOTOGRAFIA | | | | |
| ITEM | NOMBRE ALMANCE | NO RECIBO O FECHA | TOTAL | |
| 1 | convertidor camara | manuel velasquez | 001. | 50000 |
| 2 | camara | andres felipe berrio | 001. | 300000 |
| | | | | 350000 |

15.5 CRONOGRAMA

| ITEM | FEBREO | | | |
|---|--------|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Etapa de diagnostico del proyecto | | | | |
| propuesta de departamentos | | | | |
| Cronograma y Presupuesto | | | | |
| Plazo Venta Boletas Rifa | | | | |
| Venta de Dulces | | | | |
| Rifa | | | | |
| Check point presupuesto | | | | |
| Story Board | | | | |
| Casting | | | | |
| Gestion de Locacion y Personal de Apoyo | | | | |
| Gestion de equipos | | | | |
| Firma de contratos | | | | |
| Pagos de Servicio | | | | |
| Montaje Arte | | | | |
| Rodaje | | | | |
| Realizacion, presentacion Teaser | | | | |
| Entrega Tesis | | | | |
| Exsibicion | | | | |

15.6 ALIMENTACIÓN

Para la alimentación se decidió preparar la comida con una señora que nos ayudó sin cobrar la mano de obra. En alimentación se gastaron \$541.832 mil pesos los cuales se gastaron de la siguiente forma: Los días de montaje los cuales fueron dos se compraron los almuerzos en el restaurante El Mesón de la Universidad de La Sabana y la comida se pidió a domicilio. Esto con el fin de facilitar la logística.

El primer día de rodaje si se entregaron las comidas preparadas, en donde se dio como desayuno: sándwiches, cereal, frutas, café, tortilla española y galletas. De almuerzo se dio arroz con pollo y finalmente de comida alitas de pollo con papas.

El segundo día no fue necesario dar desayuno porque comenzamos rodaje a la 1pm. Este día los almuerzos se compraron en el mesón y de comida se pidió domicilio.

15.7 LOCACIONES

En locaciones solo se utilizó un espacio, el estudio de televisión de la Universidad de La Sabana, en este se adecuó todo el escenario que fue propuesto por el departamento de arte. Para el set se compraron paneles y se pintaron con el diseño preestablecido, y para la banda se colocó una tela blanca la cual fue iluminada por fotografía.

Este espacio nos ayudó a poder tener controlado todo, desde la logística de producción con los caterings, la zona de vestuario y maquillaje, los horarios de rodaje y la seguridad. En el Departamento de Fotografía, la iluminación o cualquier inconveniente de luces, cámara y trípodes, ya que estando en la universidad podíamos tener acceso directo a los equipos. De igual forma con el Departamento de Arte, que tuvo la facilidad de poder realizar todo en este espacio, sin tener que hacer modificaciones.

A continuación se muestran fotos del espacio y como se adecuó.



15.8 ACTORES

Desde la Propuesta de Dirección se plantearon los perfiles de los actores, en donde por medio de un casting se escogieron algunos de estos. Se diseñó un cartel el cual se publicó en redes sociales para que las personas mandaran su hoja de vida y reel al correo electrónico que creamos para este proceso. A continuación se puede observar el diseño creado para los castings.

Las fotos de los actores se encuentran en la campaña de promoción.



BAILAME
LA MANO DE PARISI

CASTING VIDEOCLIP
PROYECTO UNIVERSITARIO
TESIS DE GRADO

HOMBRE
ENTRE 25 Y 30 AÑOS.
ESTATURA: 1,75 - 1,80 MTS.

HOMBRE
ENTRE 60 Y 70 AÑOS.
CONTEXTURA DELGADA.
ESTATURA: 1,68 - 1,73

MUJER
ENTRE 20 Y 26 AÑOS.
CONTEXTURA DELGADA
PELO CORTO

MUJER
ENTRE 60 Y 70 AÑOS.
CONTEXTURA DELGADA

ENVIAR REEL Y DATOS PERSONALES A
BAILAMEVIDEOCLIP@GMAIL.COM

SE BUSCAN ACTORES CON EXPERIENCIA O EN FORMACIÓN CON BUENA EXPRESIÓN
GESTUAL Y CORPORAL

15.9 CAMPAÑA DE PROMOCIÓN:

La Mano De Parisi es un grupo nuevo que solo contaba con un videoclip, *Báilame* es su segundo sencillo es donde se planteó desde un comienzo que su campaña de promoción iba hacer más grande que su anterior sencillo, esto con el fin de dar a conocer la banda y el videoclip en sí.

Se plantearon varias alternativas de cómo lanzar este producto, como bien vimos un videoclip se puede caracterizar como un nuevo formato-producto ya que consiste en un medida intencional de acciones económicas, empresariales, sociales con el fin de verse lucrado, transmitido por medio de industria masivas (SEDEÑO : 9) por esto mismo la fase de producción, realización y distribución se ven enfocadas como cualquier producto industrial. A la misma vez de ser algo mercantil tiene un proceso. Con nuestro proyecto *Báilame de LA MANO DE PARISI* realizamos todo un proceso de marketing en donde se miro que día podría ser publicado el videoclip para que tuviera más audiencia, también qué medidas teníamos que tomar para que la gente se viera interesada en observar el videoclip. Principalmente se tomaron fotos a los protagonistas, dando a mostrar su personaje para crear interés y expectativa. Cada semana se dieron a mostrar 3 fotos de los personajes que se iban a ver en el videoclip. Finalmente el día del estreno ya existía más interés del público hacia que se iba a publicar. Nuestro proyecto manejo el tema de la publicidad, debido a que la intención de este también es netamente publicitaria.

Las imagen fueron tomadas en croma con el fin de poder editarlas mejor y ponerles nuestro diseño, A continuación se muestran las imagen que se publicaron para la campaña de expectativa.



LA MAND DE PARISI



LA MANO DE PARISI



BÁILATME

15 - 10 - 15

LA MANO DE PARISI



BÁILANNE

15 - 10 - 15

LA MANO DE PARISI



LA MANO DE PARISI



BÁILANNE

15 - 10 - 15

LA MANO DE PARISI



BÁILANNE

15 - 10 - 15

LA MANO DE PARISI



BATTANT

15 - 10 - 15

LA MANO DE PARISI



BÁILAMINE

15 - 10 - 15

LA MANO DE PARISI



BAILLANNE

- 15 - 10 - 15

Finalmente la campaña tuvo la acogida esperada, el día del lanzamiento, el 15 de octubre del 2015 a las 7pm, el videoclip tuviera casi 600 vistas. De igual forma los comentarios fueron positivos hacia el videoclip.

16. Conclusiones

Se creó un videoclip conocido como “Báilame” de la Mano de Parisi en donde por medio de una propuesta novedosa se maneja un concepto de deseo, teniendo un estilo narrativo - descriptivo. Por otro lado se logró reafirmar la identidad de la banda en el concepto de que no son la imagen primordial del videoclip.

Continuando con los objetivos planteados, el videoclip logró tener una campaña de expectativa grande, la cual sigue produciendo curiosidad por sus imágenes, logrando así un gran número de espectadores en Youtube.

Báilame fue un proyecto planteado desde un comienzo como una propuesta novedosa que lograra tener un concepto de arte un poco más fuerte y una narrativa que llamara la atención de los espectadores.

Se maneja una pre producción, una producción y una postproducción, en las cuales cada una se cumplió con todas las metas planteadas.

En la pre producción se identificó la canción, se planteó la idea de la narrativa del videoclip en donde un grupo de personas llegan a un bar de los años 20 pero su entretenimiento se ve interrumpido por la presencia de una mujer, una femme fatale, que logra hacerlos enfrentarse entre ellos. Por otro se creó la idea de cómo manejar el concepto de la banda sin romper con su estilo visual, mostrándolos bajo siluetas. En este proceso se plantearon todas las ideas por departamentos, se creó el sistema de como recolectar el dinero para la producción de este, y finalmente se diseñó y construyó el escenario para la producción de este.

En la producción todo se cumplió, no existieron percances pero esto es debido al buen proceso que se tuvo en la pre producción, y finalmente en la postproducción se logró observar todas las propuestas planteadas desde un comienzo, logrando así sacar un producto de calidad cumpliendo con todos nuestros objetivos planteados desde un comienzo.

Bibliografía citada:

Sedeño Baldeños, A. M. (2007). El videoclip como mercanarrativa. *Signa 16*, Málaga: Universidad de Málaga, pp.494-503. Recuperado el 16 de mayo de 2015.

<file:///Users/camila/Downloads/Dialnet-ElVideoclipComoMercanarrativa-2216792.pdf>

BLOCK BRUCE; (S.F). *Narrativa visual, creación de estructuras visuales para cine, video y medios digitales*. Omega

SEDEÑO V; ANA MARIA; (2007) *El videoclip como mercanarrativa*; revista signa 16: Malaga: Universidad de Malaga pags 493-504

TARIN C. MARTA; (2012) *La narrativa en el videoclip "knives out" de michel gondry un ejemplo de un relato en plano secuencia*; Madrid, España; Icono 14, pp 148-167

BONIL, MARTINEZ, BERRIO, (2015) *Como hablarte; (Trabajo de Grado)* Bogotá, Colombia; Universidad de la Sabana

RAMIREZ, M ALEJANDRA; (2011) *Video Isn't a Killer, acercamiento a la estética del videoclip desde MTV (Trabajo de grado)* Bogotá, Colombia; Pontificia Universidad Javeriana

VIÑUELA S, EDUARDO; (2013)*El videoclip del siglo XXI: el consumo musical de la televisión a internet*; Oviedo; España; Musiker. 20, P.P 167-185

Imagen arte 1:

Chessum J. (2014) "Terence Winter and the boardwalk empire team on the mob men's last call" (Fotografía) Recuperado de:

<http://variety.com/2014/tv/news/boardwalk-empire-finale-terence-winter-1201311105/>

CITA ARTE BANDA.

Scolari Carlos (S.F), "Videoclips" numero 9: Barcelona: Universidad de Vic, pp.1-14,
Recuperado el 20 de junio de 2015.

[http://www.agifreu.com/videoclips alumnes/VIDEOCLIPS_TREBALL_SCOLARI.pdf](http://www.agifreu.com/videoclips_alumnes/VIDEOCLIPS_TREBALL_SCOLARI.pdf)

DIRECCIÓN:

Imagen 1 y 32 :

Arctic Monkeys – (2007) Fluorescent Adolescent: recuperado de :

<https://www.youtube.com/watch?v=ma9I9VBKPiw>

Imagen2:

Sia- (2015) Elastic Heart: recuperado de :

<https://www.youtube.com/watch?v=KWZGAEj-es>

Imagen 3:

Fotografía sin título de tuestilodiario.blogspot.com: recuperado de

<http://4.bp.blogspot.com/>

[G9NE3pwyxUM/UZU93WibVZI/AAAAAAAAALWM/x8GnZIAwexQ/s1600/vintage-20s-in-srtajara.jpg](http://4.bp.blogspot.com/G9NE3pwyxUM/UZU93WibVZI/AAAAAAAAALWM/x8GnZIAwexQ/s1600/vintage-20s-in-srtajara.jpg)

Imagen 4:

Fotografía sin título de vcc.cl: recuperado de:

http://vcc.cl/wp-content/uploads/2014/07/2012_2_29_PHOTOGALLERY-67d4bb98d7fdc6e311ac5f7cd65aad2f-1330521015-76.jpg

Imagen 5:

Fotografía sin título de nbcchicago.com: Recuperado de:

http://media.nbcchicago.com/images/1200*900/Al-Capone.jpg

Imagen 6:

Fotografía - Mujer Flapper de los años 20 (S.F)- de artssandcraftss.blogspot.com:

Recuperado de: <http://2.bp.blogspot.com/>

[kysCb51BJqA/TqqEvnqVPbI/AAAAAAAAABA/e1wOaUrDh9U/s1600/felices+veinte.jpg](http://2.bp.blogspot.com/kysCb51BJqA/TqqEvnqVPbI/AAAAAAAAABA/e1wOaUrDh9U/s1600/felices+veinte.jpg)

imagen 7, 41,42,43,44

Imagen: Letty Aronson- Woddy Allen. (2001) Midnight in Paris (Cinta Cinematográfica): Sony Pictures Classic

imagen 8 y 26, 45 :

Imagen: Dan Lin- Duben Fleischer (2013) Ganster Squad (Cinta Cinematográfica): Warner Bross

Imagen 9:

Imagen: Rudd Simmons (2013-2014) Boardwalk Empire (Serie Televisiva) HBO

Imagen 10:

Fotografía - Gangster Squad, Fleischer (2013). de idealmagazine.co.uk: Recuperada de:

http://www.idealmagazine.co.uk/wp-content/uploads/2013/01/b_gangster-squad-emma-stone.jpg

imagen 11:

Fotografía . Great Gatsby, Luhrmann (2013) de: pop.inquirer.net: recuperada de:

http://movies.inquirer.net/files/2013/05/The_Great_Gatsby_21.jpg

imagen 13:

Imagen: Lawrence Bender- Quentin Tarantino (2013) Kill Bill (Cinta Cinematográfica): Miramax

Imagen 15 y 28 :

Imagen: Jennifer Fox- Tony Gilroy (2009) Duplicity (Cinta Cinematográfica): Universal Pictures

Imagen 18:

Imagen sin titulo de parroquiasantarita.org.pe : Recuperado de:

http://www.parroquiasantarita.org.pe/wp-content/uploads/2014/05/dMGL_2_Ascencion.jpg

imagen 21:

Imagen: Vetusta Morla (2013) Un Día En El Mundo. Recuperado de :

<https://www.youtube.com/watch?v=NlmVU0yGcYo>

Imagen 22 y 67

Imagen: Lawrence Bender- Quentin Tarantino (2013) Kill Bill (Cinta Cinematográfica): Miramax

Imagen 24:

Imagen: The Strookes (2009) Reptilia : Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=b8-tXG8KrWs>

Imagen 27:

Imagen : Ed Sheeran (2012) Give Me Love,; Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=FOjdXSrtUxA>

Imagen 29:

Imagen: Tom Odell (2012) Another Love : Recuperada de:

<https://www.youtube.com/watch?v=MwpMEbgC7DA>

Imagen 33:

Imagen: Nucky Thompson (2010-2014) Boardwalk Empire de leonhunt.co.uk:

Recuperado de:

<http://www.leonhunt.co.uk/files/2013/11/Nucky-Thompson-2.jpg>

imagen 34:

Fotografía sin título de pinterest.com: Recuperada de:

<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/236x/9e/78/2c/9e782cda0babf28de3475ea58d7bb6a9.jpg>

Imagen 35:

Imagen: Jimmy Darmody –(2013-2014) Boardwalk Empire de steve-buscemi.blogspot.com.co: Recuperado de:<http://steve-buscemi.blogspot.com.co/2010/08/boardwalk-empire-actores-y-personajes.html>

Imagen 37:

Imagen: Adriana- Allen (2011) Midnight in paris de pinterest.com recuperado de:
<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/236x/5c/cd/cc/5ccdcc1df47253687078074a0d47e347.jpg>

imagen 38:

Imagen: Allen (2011) Midnight in paris de popsugar.com : recuperado de :
http://media4.popsugar-assets.com/files/2012/02/06/3/192/1922283/019fb1fae61f3e1c_mip-thumb.xxxlarge/i/Midnight-Paris-Themed-Oscar-Party.jpg

imagen 39:

Imagen: Allen (2011) Midnight in Paris de wifflegif.com: recuperado de:
http://38.media.tumblr.com/tumblr_lye489hD2J1r6du08o1_500.gif

Imagen 46:

“El increíble Hulk”; de marbel.com,(Imagen) Recuperado de:
<http://i.annihil.us/u/prod/marvel//universe3zx/images/ffe/Hulk13.jpg>

Imagen 47:

“Película inspirada en la obra literaria de
“Dr. Jekyll and Mr. Hyde” de Robert Stevenson”de growingleaders.com, Recuperado
de:
<http://growingleaders.com/blog/wp-content/uploads/2010/08/dr-jekyll-mr-hyde.jpg>

Imagen 50:

Fotografía sin título de descripción de trabajo de [aceshowbiz.com](http://www.aceshowbiz.com), recuperado de:

<http://www.aceshowbiz.com/images/still/red10.jpg>

Imagen 51:

“Personajes de la película “Red” de Robert Schwentke” (Fotografía) (s.f) de [bbcamerica.com](http://images.amcnetworks.com/bbcamerica.com/wp-content/blogs.dir/1/files/2013/07/Red.jpg): Recuperado de: <http://images.amcnetworks.com/bbcamerica.com/wp-content/blogs.dir/1/files/2013/07/Red.jpg>

Imagen 55:

“Zero Moustafa, personaje de la película

“El Gran Hotel Budapest” de Wes Anderson (fotografía) (s.f) de

indiewire.com, recuperado de:

<http://d1oi7t5trwfj5d.cloudfront.net/84/99/940583ea4a76924e6069c09b7d88/tony-revolori.jpg>

Imagen 58:

Boardwalk Empire (Serie Televisiva) (Fotograma) HBO de salon.com recuperada de:

http://media.salon.com/2013/09/jeffrey_wright.jpg

Imagen 61:

Lucy Danziger, “Boardwalk Empire”(Fotograma)

de pinterest.com, recuperada de :

<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/236x/44/29/50/442950a985910e4a7769eac37ee34f85.jpg>

Imagen 64:

Nucky Thompson “Boardwalk Empire” (Fotograma)

de kevinuehle.wordpress.com, Recuperada de:

<https://kevinuehle.files.wordpress.com/2012/12/steve-buscemi-boardwalk-empire-season-3-hbo.jpg>

FOTOGRAFÍA

:

Imagen 1,2,3 y 4:

Branco – Cronenberg (2012) *Cosmópolis* (Cinta Cinematográfica): Entertainment

One

Imagen 5 :

Roben- Ruseel (2013) *American Hustle* (Cinta Cinematográfica)

Imagen 6:

Spielberg- Abrams (2011) *Super 8* (Cinta Cinematográfica): Paramount Pictures

Imagen 7:

Kopelson-Fischer (1995) *Seven* (Cinta Cinematográfica): New Line Cinema

Imagen 8,16 22 y 23:

The Stokes (2003) *Reptilia*: Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=b8-tXG8KrWs>

Imagen 9:

Diesel- Wan (2015) *Rápidos y furiosos* (Cinta Cinematográfica): Universal Pictures

Imagen 10 y 13:

Miller- Ritchie (2009) *300* (Cinta Cinematográfica)v: Legendary Pictures

Imagen 11:

Berman – Ritchie (2009) *Sherlock Holmes* (Cinta Cinematográfica): Warner Bros

Imagen 12 :

Lim- Park: (2013) *Old boy* (Cinta Cinematográfica): Show East

Imagen 14:

Brown- Spielberg (1975) *Tiburón*: (Cinta Cinematográfica): Universal Pictures

Imagen 15:

Boyle (2013) *Trance* (Cinta Cinematográfica): Cloud Eight Films

ARTE

1.1 Moodboard protagonistas

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:

<https://henrithibodeau.files.wordpress.com/2015/04/adriana-and-gill.jp>

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:

<https://drnorth.files.wordpress.com/2012/01/vlcsnap-2012-01-08-01h25m33s170.png>

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:

<https://drnorth.files.wordpress.com/2012/01/vlcsnap-2012-01-08-01h21m56s46.png>

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:

http://blogs.lainformacion.com/alamoda/files/2010/11/10G29XPNK_large.jpg

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:

http://41.media.tumblr.com/1e780dace5ac4571708292771ba65c77/tumblr_nomqooANVC1tjvedko1_1280.jpg

1.2 Moodboard flapper

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:

http://www.joyeriabravo.com/blog/wp-content/uploads/48544_540x360.jpg

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:

http://i.blogs.es/7fb5e6/650_1000_voguecoverjul26_xl/original.jpg

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:
<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/236x/70/5a/2b/705a2b995ccbcf1da5e604b46e23ab34.jpg>

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:
<http://thumbs3.ebaystatic.com/d/l225/m/mVTup8LG1XHtOWQLKotVECw.jpg>

1.3 moodboard mjures:

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:
<https://guillerminaferrer.files.wordpress.com/2013/04/flapper.jpg>

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:
<http://sarifashion.com/wp-content/uploads/2014/03/vestidos-a%C3%B1os-20.png>

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:
<http://1.bp.blogspot.com/-awvfGaiLpUg/UYzTXMNNKTI/AAAAAAAAALA/ZX8pIaTyiaM/s1600/cloch%C3%A9.jpg>

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:
http://4.bp.blogspot.com/-evaP4PbtIYY/UMOgl_QnQ_I/AAAAAAAAAUk/MskzT5B_N5o/s1600/1927flappers.jpg

1.4 mujer mayor

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:
http://1.bp.blogspot.com/-k9J9RD2oMCs/UOf_pgFAOJI/AAAAAAAAAFo/TA2_gC4iG2o/s1600/200.jpg

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:
<https://bbfashionester.files.wordpress.com/2008/06/bb62.jpg>

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:

<https://vestuarioescenico.files.wordpress.com/2013/03/1920.jpg>

1.5 banda

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:

http://4.bp.blogspot.com/_c7F8PuiXxEg/SJGE7nZOjNI/AAAAAAAAAgw/7BIBH2o1B-U/s320/1.jpg

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:

https://vestuarioescenico.files.wordpress.com/2013/05/1919-vintagevictorian_com.jpg

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:

<https://vestuarioescenico.files.wordpress.com/2013/09/1951-three-men-in-evening-wear.jpg>

1.6capo

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:

<https://static.squarespace.com/static/523aec87e4b00be6bfa73bb8/523b2914e4b0756f69e1b59c/523b291be4b0756f69e1b8eb/1334933446657/1000w/boardwalkempire5.jpg>

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:

<https://bamfstyle.files.wordpress.com/2014/09/bebpc-main1.jpg>

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:

http://esq.h-cdn.co/assets/cm/15/06/54d43a72e215e_-_162386377.jpg

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:

<https://hatsdotcomblog.files.wordpress.com/2012/10/boardwalkfedora31.jpg>

1.6 afro

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:

http://www.salon.com/2013/09/14/must_do%E2%80%99s_what_we_like_this_week

11/

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:

<https://politicalfootballs.files.wordpress.com/2013/12/2013-09-16-be-16.jpg>

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:

<http://www.trbimg.com/img-543bf598/turbine/la-et-st-boardwalk-empire-recap-with-2-episodes-remaining-no-ones-safe-20141012>

1.7 bestia

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:

<http://www.seriesdebolsillo.com/wp-content/uploads/2011/11/Boardwalk-Empire-2x10-Jimmy-toma-el-poder-Atlantic-City-616x350.png>

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:

http://media.cleveland.com/tv_blog/photo/10314863-large.jpg

Fotografía sin título de descripción de trabajo, recuperado de:

<https://bamfstyle.files.wordpress.com/2012/12/be-107-pp1-main.jpg>

Imágenes personajes:

“La moda en la historia - los años 20” (Fotografía) (S.F) Recuperado de:

<http://thelookalexa.blogspot.com.co/2013/07/la-moda-en-la-historia-los-anos-20.html>

Referencias:

<http://www.trendencias.com/disenadores/la-evolucion-de-la-moda-durante-el-siglo-xx-ii-de-1920-a-1930>

<http://www.thecult.es/Historia/los-felices-anos-20-y-la-ley-seca.html>

<http://thelookalexa.blogspot.com.co/2013/07/la-moda-en-la-historia-los-anos-20.html>