

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**

**UNIVERSIDAD DE SEVILLA**



**Trabajo de Fin de Grado**  
**“PROYECTO DE VIDEOCLIP: FIRE ON FIRE”**

**COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

**Alumno: Alejandro Maceda Guerra**  
**Tutor: Antonio Gómez Aguilar**

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>4</b>
<b>2. OBJETIVOS.....</b>	<b>4</b>
<b>3. METODOLOGÍA.....</b>	<b>5-6</b>
<b>4. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>7-11</b>
<b>5. REALIZACIÓN PRÁCTICA (MEMORIA DE PRODUCCIÓN).....</b>	<b>12</b>
<b>a. REFERENCIAS.....</b>	<b>12</b>
<b>i. REFERENCIAS FORMALES.....</b>	<b>12-15</b>
<b>ii. REFERENCIAS VISUALES Y ESTÉTICAS.....</b>	<b>16-21</b>
<b>b. LOCALIZACIONES.....</b>	<b>22</b>
<b>c. GUIÓN LITERARIO.....</b>	<b>22-24</b>
<b>d. GUIÓN TÉCNICO.....</b>	<b>25</b>
<b>e. ARTISTA Y ESTILISMOS.....</b>	<b>25</b>
<b>f. PLAN DE RODAJE.....</b>	<b>25</b>
<b>g. MATERIAL UTILIZADO.....</b>	<b>25</b>
<b>h. ESQUEMAS DE LUCES.....</b>	<b>26-28</b>
<b>6. CONCLUSIÓN.....</b>	<b>29</b>
<b>7. BIBLIOGRAFÍAS.....</b>	<b>30-31</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>32</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1,2,3.</b> Ejemplos de fotogramas extraídos de videoclips del canal de YouTube de Travis Garland	<b>16</b>
<b>Figura 4,5.</b> Ejemplos de fotogramas extraídos del canal de YouTube Colors	<b>17</b>
<b>Figura 6,7,8,9.</b> Ejemplos extraídos del canal de YouTube de Macy Kate	<b>18</b>
<b>Figura 10,11.</b> Fotogramas extraídos de la película The Greatest Showman	<b>19</b>
<b>Figura 12,13.</b> Imágenes extraídas de conciertos de Sam Smith	<b>19</b>
<b>Figura 14,15,16.</b> Fotogramas extraídos del videoclip Lovely de Billie Eilish	<b>20</b>
<b>Figura 17,18.</b> Fotogramas extraídos del videoclip Breathin de Ariana Grande	<b>21</b>
<b>Figura 19,20.</b> Imágenes propias en el estudio de fotografía en la facultad de Comunicación Sevilla	<b>22</b>
<b>Figura 21.</b> Diagrama de luces 1 realizado por Lighting Diagram	<b>26</b>
<b>Figura 22,23.</b> Imágenes propias de ejemplo para esquema de luz 1	<b>26</b>
<b>Figura 24.</b> Diagrama de luces 2 realizado por Lighting Diagram	<b>27</b>
<b>Figura 25.</b> Imagen propia de ejemplo para esquema de luz 2	<b>27</b>
<b>Figura 26.</b> Diagrama de luces 3 realizado por Lighting Diagram	<b>28</b>
<b>Figura 27,28.</b> Imagen propia de ejemplo para esquema de luz 3	<b>28</b>

# 1. INTRODUCCIÓN

Este proyecto se enfoca en la realización de un videoclip, de bajo presupuesto. La razón por la que se decide utilizar este tema es para dar a conocer las nuevas tendencias que a día de hoy existen en el mundo del videoclip. Esta industria deja de ser solamente de artistas de grandes esferas para estar al alcance de muchos, gracias a las nuevas tecnologías y el medio de internet.

La canción que se utiliza para el proyecto es *Fire on Fire*, de Sam Smith (Track perteneciente a la banda sonora de la miniserie *Watership Down*, en Netflix). Escrita a su vez por Sam Smith, y producida por Steve Mac.

Actualmente, la única referencia de videoclip para esta canción es el trailer para la serie *Watership Down*. El contenido del videoclip alude a la temática de la novela y serie, no a la letra que compone la canción.

# 2. OBJETIVOS

Los objetivos principales de este proyecto consisten en:

1. Realizar una aproximación al concepto de videoclip y a su finalidad comercial/promocional.

Para ello, se aluden aspectos que implican a la industria musical, y, se explican nuevos fenómenos en la producción de videoclips (videoclip de bajo presupuesto).

2. Definir factores que definen al videoclip como una herramienta indispensable en la industria musical.

No sólo para artistas influyentes sino también para aquellos que buscan formar parte de la industria musical.

3. En consecuencia a los objetivos anteriores, realizar un proyecto de videoclip de bajo presupuesto, autoproducido.

La intención consiste en lanzar un artista amateur a la industria discográfica.

### 3. METODOLOGÍA

Una vez elegido el tema a tratar, considerado como actual y de interés, se ha elaborado una fase de documentación posterior para profundizar lo máximo posible en los aspectos que conciernen al videoclip.

Como material principal, para la recapitulación de datos, se ha utilizado el libro que propone David Selva Ruiz *“El Videoclip, Comunicación Comercial en la Industria Musical”*. A través de las ideas que se plantean en este libro se ha conseguido acceder a estudios de otros autores que han consolidado las teorías, y reflexiones, que se plantean en este trabajo. También se han utilizado artículos académicos y entrevistas para contrastar la información, siendo Internet un gran factor de relevancia en este proyecto.

Una vez realizada la fase teórica se ha puesto en marcha la realización del videoclip. Para ello, se ha procedido a la grabación de una maqueta, con un productor profesional, utilizando un estudio completamente equipado para obtener un resultado válido. Se han realizado dos sesiones de grabación y otra sesión de postproducción de audio para el resultado final. Este material era indispensable para poder continuar con el resto del proyecto, por lo que se ha considerado bastante el cuidado de la canción. La propuesta ha sido *Fire on Fire*, de Sam Smith. Para adquirir la música instrumental se ha utilizado Internet.

Con la teoría y la música, se ha procedido a rodar el videoclip. El estudio de fotografía de la Universidad de Sevilla ha sido el espacio escogido para la grabación. En la línea de utilizar pocos recursos para la elaboración, se ha contado únicamente con la ayuda de dos personas en el rodaje. Con la intención de encontrar un resultado óptimo, se han realizado varios días de prueba, en los que el director/cantante ha planteado con un “doble de luces” la simulación de la grabación. Para conseguir los planos, parte de los materiales que se han utilizado son aportaciones propias y, la otra parte, los proporciona la facultad (es el caso de los focos de iluminación y el espacio).

La conclusión del proyecto acaba con la edición del material grabado, fundamentado en teorías previas, dando lugar a un videoclip de bajo presupuesto. A través de Adobe Premiere Pro, hacemos el trabajo necesario para dar forma y significado al trabajo que hemos querido construir.

El trabajo queda recogido en una memoria explicativa en la que se detalla todo el proceso de producción del videoclip. Se utiliza la tipografía Times New Roman, a tamaño 12 para el contenido, y tamaño 15 para títulos de apartados y subapartados.

Toda la producción, dirección, grabación y documentación ha recaído sobre el propio cantante, con la intención de adaptarse a los nuevos fenómenos de producción de videoclips.

## 4. MARCO TEÓRICO

Simon Frith plantea un análisis sobre la música popular: “La realidad es que el rock, como toda la música popular del siglo XX es una forma comercial, es música producida como mercancía para sacar provecho de ella, que se distribuye a través de los medios de comunicación como cultura de masas” (2001: 4).

La industria musical, por tanto, se convierte en una industria cultural. En este sentido, la música queda mercantilizada por compañías fonográficas que dominan el mercado: las majors. De acuerdo con Simon Frith: “El negocio discográfico está regido por la lógica de la producción de masas y su finalidad es conseguir un amplio mercado” (1978: 13). Partiendo de esta idea, las discográficas, y videoclips, son exclusivos de aquellos artistas que garantizan las cifras esperadas.

El videoclip, como herramienta fundamental en la estrategia comercial para la promoción de un artista, queda expuesto en un debate sobre su específica definición. Ante esta dificultad, autores como Eduardo Viñuela Suárez se han manifestado:

El videoclip musical es un fenómeno audiovisual que no cuenta con una definición válida y consensuada que lo delimite y lo sitúe dentro de los fenómenos que conforman la industria musical. Esto responde a una suma de factores que han ido configurando y transformando el videoclip, convirtiéndolo en un género audiovisual en constante evolución que exige una continua revisión (2002-2003: 539).

La evolución se traduce en elementos que cambian en cuanto a la producción, promoción, distribución y/o consumo. Por tanto, es necesario tener en cuenta el contexto en el que se consumen y se distribuyen. El mundo de la comunicación está en constante cambio, por la llegada de internet, los nuevos modos de distribución musical y por la crisis que experimenta el sector fonográfico. Todo ello hace que el videoclip, entre otros, cree en sí mismo un nuevo panorama.

Se encuentran diferentes definiciones para el término “videoclip” en función del desglose de algunas de sus características. Como ya se ha comentado anteriormente, el videoclip como herramienta de comunicación comercial compone un rasgo básico para este formato. En este sentido, Pérez Ornia (1991: 127) afirma: “La industria de la música y la televisión necesitan crear el formato de los videoclips, microrrelatos cinematográficos que ilustran las canciones con el fin de promover la venta de discos”.

Otros autores abordan el concepto de videoclip como una pieza audiovisual. En esta línea se encuentra la autora Vernallis: “una forma corta y casi muda cuya finalidad es exhibir a la estrella, realzar las letras y subrayar la música” (2004: 16/TP). Una característica formal que alude al videoclip es la unión de imagen y sonido. Además, el uso de la palabra audiovisual para definir el videoclip desde este punto de vista indica su vinculación con el medio difusor, que componen tanto la televisión como Internet.

Es importante destacar el papel que realiza la industria discográfica con respecto al videoclip. Aunque no se encuentran definiciones que aluden a este sector, la industria discográfica, en su mayor medida, es la que ha financiado en muchos casos estas producciones, configurándose como videoclip.

Por último, el caso de Dean Abt, que define la pieza del videoclip como: “presentaciones visuales de entre tres y cuatro minutos que son diseñadas para unirse artísticamente con una canción para cumplir diversos objetivos de comunicación” (1987: 97 / TP). Esta cuestión se basa en definir el videoclip como la adición de imágenes a una canción que ya existe.

Teniendo en cuenta los distintos factores que se utilizan para abordar el concepto de videoclip, se propone una definición para el concepto que se estudia. El videoclip es un formato audiovisual, utilizado con fines comerciales, basado en la unión de imagen-música, en el que se realiza la adición de imágenes a una canción previa.

Es lícito hacer una pequeña clasificación, en los términos más habituales sobre el videoclip, para entender aún más el término. Basado en la tipología clásica, apoyado por el trabajo de Leguizamón, J.A (2002) sobre el videoclip como formato o género, se realiza una clasificación en cuatro tipos.

El primero corresponde con el dramático o narrativo, donde suceden eventos en los que una historia se narra bajo un hilo conductor que se consolida como estructura base. La sucesión de imágenes con respecto a la música puede variar. El segundo apartado es el videoclip musical o *performance*. El cantante o grupo es el único testigo del hecho, independientemente del espacio, ya sea en un concierto o estudio. Puede darse el caso en el que la única intención sea buscar una estética concreta a la melodía, sin hacer referencia a ningún otro aspecto. En tercer lugar, el videoclip conceptual: Es un tipo de videoclip que se apoya sobre la forma poética, usualmente en la metáfora. Evita el contar una historia de manera lineal para crear una atmósfera abstracta. Y, por último, el videoclip mixto, que es una combinación de las clasificaciones anteriores.

A modo de paréntesis, cabe destacar como el siglo XXI está dominado definitivamente por las redes sociales. La persona individual tiene más poder que nunca, y, por tanto, más exigencias. Esto se debe a la capacidad para la toma de decisiones y el tener herramientas para poder generar influencia.

La sensación de tener libertad gratuita para acceder a mil y un contenidos hace que la labor de monetizar un videoclip sea una tarea complicada. Esto ha llevado a que numerosos artistas adquieran una cantidad irrisoria por trabajos en sus producciones.

Se realiza una analogía en lo que el videoclip se ha convertido a día de hoy, a como comenzó. Los videoclips, en sus inicios, se trataba de producciones muy poco elaboradas:

Estos primeros clips eran esfuerzos de bajo presupuesto que a menudo no implican más que una filmación de los conciertos de un grupo con una sola cámara y una edición en la grabación en pequeñas producciones que representaban canciones individuales. Con frecuencia, el contenido de los clips estaba limitado a simples escenas de estrellas de rock interpretando sus canciones y no incluía la elaborada ilustración visual de historias o conceptos característica de posteriores producciones (Banks, 1996: 29 / TP).

Actualmente, las discográficas multinacionales apuestan únicamente por artistas masivos que garanticen los números que buscan. Existe una “queja” por factores concretos, entre los que se incluyen internet o los nuevos medios de distribución. Blogas Luna comenta: “Gracias a la red cada uno hacemos la programación de nuestro propio canal. Es más: cada uno de nosotros es un canal de televisión. Los analfabetos del siglo XXI serán aquellos que no sepan manejar las imágenes” (Blasco, 2008) . En la misma línea se pronuncia Jesús Ordovás: “Antes era imposible lograrlo por menos de cinco millones de pesetas. Pero en la era de los digital es muy fácil rodarlos, y puedes verlos tantas veces quieras en YouTube o MySpace” (Blasco, 2008).

Si bien las nuevas tecnologías son responsables del bajo coste de producción en videoclips, los artistas “amateurs” comienzan a ver esta posibilidad como nueva forma de difusión en sus trabajos. Surge, entonces, un nuevo fenómeno en la producción de videoclips: videoclips de bajo presupuesto.

Banks, explica, que la falta de presupuesto se puede suplir con el auge de las tecnologías y con una cuidada creatividad y originalidad, a diferencia de otros autores, como Hutchison, Macy y Allen, que equivalen al bajo presupuesto a una baja calidad:

Hemos oído sobre videoclips de bajo presupuesto que obtienen difusión, pero ejemplos como esos son anomalías; el sello debe crear un videoclip para la programación que obtenga un nivel de calidad creativa y técnica que coincida o supere el de los vídeos que se están emitiendo en ese momento en el canal o programa que se tenga por objetivo (2006: 270/TP).

A pesar de la calidad o el éxito que pueda tener el videoclip de bajo presupuesto, su vinculación directa con Internet lo ha convertido en un formato válido para nuevos artistas. Aplicaciones del Internet 2.0, como YouTube, facilitan el marketing viral de estos videoclips y permiten una difusión “fácil” y rápida. Un claro ejemplo de éxito es Leroy Sánchez. Desde que subió su primera canción a YouTube ha recibido más de 400 millones de visitas y más de 4 millones de suscriptores.

Como explica Eduardo Verdú: “La demanda de vídeos musicales por parte de los grupos tanto para hacerse visibles en Internet como para presentarlos a las discográficas junto a su maqueta ha desencadenado toda una industria de bajo coste”.

Y, es que, en Internet, no solo basta con tener música, es necesario crear una imagen, un videoclip, de la misma forma que antes se requería de una maqueta. De este modo, Verdú considera, al videoclip “no es la consecuencia de un disco de éxito, sino el trampolín para lograr ese disco” (Verdú, 2008).

Esta tendencia, propia de los artistas amateurs, especifica otro tipo de videoclip: autoproducido. Los artistas que no cuentan con el respaldo de discográficas aportan sus recursos económicos para la elaboración de estas producciones. De esta forma se desarrollan facetas artísticas personales y, así, una imagen de marca innovadora fuera del mercado comercial.

Surge, así, una nueva expresión, creada por Tim O’Reilly (2005), el *user generated content*. Hace referencia a la capacidad del usuario ya no solo para elegir contenido, sino para participar en la creación de nuevo material y, por tanto, para modificarlo.

Esta expresión ha generado nuevas formas para la creación de contenidos en Internet y, a su vez, ha permitido que contenidos que habían quedado de alguna forma invisibles opten por nuevos métodos de difusión. Es el momento en el que artistas muestran, por ejemplo, sus habilidades musicales a través de las distintas plataformas que se consolidan como medio difusor, como YouTube.

## 5. REALIZACIÓN PRÁCTICA (MEMORIA DE PRODUCCIÓN)

### 5.1 REFERENTES AUDIOVISUALES

Se ha realizado una búsqueda de referencias estéticas y formales para la producción del videoclip. Se seleccionan aquellos ejemplos que sirven de referencia para los aspectos más relevantes que se incluyen en el trabajo. Se ejemplifican con imágenes los casos de referencias estéticas.

#### 5.1.1 REFERENCIAS FORMALES

##### VIDEOCLIP HERE IT GOES AGAIN – OK Go

<https://www.youtube.com/watch?v=dTAAsCNK7RA>

- **Artista:** OK Go
- **Álbum:** *Oh no*
- **Publicación:** 2004 (2005 en UK)
- **Formato:** CD
- **Género:** Rock alternativo
- **Duración:** 3:05
- **Discográfica:** Capitol
- **Autor:** Damian Kulash
- **Productor:** Tore Johanson
- **Visualizaciones:** 48.482.194

Videoclip dirigido por la propia banda y Trish Sie (hermana de uno de los componentes), lanzado en 2005, con un único presupuesto de cinco dólares en su producción. Este videoclip se ha convertido en uno de los vídeos más vistos en la historia de YouTube. La temática del videoclip consiste en realizar una coreografía “peculiar” sobre una cinta de correr. Originalidad frente a presupuesto. En el momento en el que triunfa este videoclip, se comienza a cuestionar el modo en el que se están usando los videoclips, como se están realizando, y cómo se está sacando beneficio a partir de ellos.

## VIDEOCLIP LONELY BOY – The Black Keys

[https://www.youtube.com/watch?v=a\\_426RiwST8](https://www.youtube.com/watch?v=a_426RiwST8)

- **Artista:** The Black Keys
- **Álbum:** El Camino
- **Publicación:** 26 de octubre de 2011
- **Formato:** Descarga, 12”
- **Género:** Garage rock, blues rock
- **Duración:** 3:16
- **Discográfica:** Nonesuch
- **Autor:** Dan Auerbach, Patrick Carney, Brian Burton
- **Productor:** Danger Mouse, The Black Eyes
- **Visualizaciones:** 109.906.313

Videoclip dirigido por Jesse Dylan en 2011. Un único plano fijo focalizado en un guardia de seguridad que baila de forma improvisada la canción. En otro momento este videoclip habría tenido muy poco éxito, pero su resultado hizo ver que el usuario actual comenzaba a cambiar su “gusto” y que se acostumbraba a una nueva estética, la del bajo coste, convirtiéndola en tendencia.

## VIDEOCLIP LA CANCIÓN MÁS FEA DEL MUNDO – Zahara

<https://www.youtube.com/watch?v=SoXWuZ0CilM>

- **Artista:** Zahara
- **Álbum:** La fabulosa historia de...
- **Publicación:** 23 de enero de 2008
- **Género:** Pop
- **Duración:** 3:33
- **Dirección:** Zahara y colaboración de Lucía García Jiménez
- **Visualizaciones:** 649.449

Videoclip dirigido por la propia intérprete, con la colaboración de su amiga Lucía García Jiménez. Este videoclip se toma como referencia formal por ser un videoclip autoproducido de bajo coste, financiado por la propia artista, al margen de cualquier respaldo económico por parte de una discográfica.

### **VIDEOCLIP TURNEDO – Iván Ferreiro**

<https://www.youtube.com/watch?v=tqfZLeHmi30>

- **Artista:** Iván Ferreiro
- **Álbum:** Canciones para el tiempo y la distancia
- **Publicación:** 10 de diciembre de 2009
- **Género:** Pop
- **Duración:** 4:37
- **Visualizaciones:** 460.074

El cantante hace el playback de la canción en una localización que parece ser su dormitorio. Es un único plano fijo. Los pocos recursos que se utilizan para la grabación es lo que se toma como referencia para el proyecto.

## VIDEOCLIP OTRO DÍA EN EL MUNDO – Vetusta Morla

<https://www.youtube.com/watch?v=9K5UrzaKgaY>

- **Artista:** Vetusta Morla
- **Álbum:** Un día en el mundo
- **Publicación:** 1 de mayo de 2008
- **Género:** Indie rock, pop
- **Discográfica:** Pequeño salto mortal
- **Duración:** 5:10
- **Visualizaciones:** 4.073.526

La canción es interpretada en vivo, por el grupo, ante la cámara. De esta forma se agrava la autenticidad del artista. Se toma como referencia el explotar la capacidad musical utilizando los mínimos elementos posibles.

## VIDEOCLIP SEASON'S TREES – Norah Jones

<https://www.youtube.com/watch?v=-bAJM3vGI5M>

- **Artista:** Danger Mouse, Daniele Luppi
- **Artista invitado:** Norah Jones
- **Álbum:** Rome
- **Publicación:** 16 de enero de 2012
- **Género:** Música alternativa / Indie
- **Duración:** 3:10
- **Visualizaciones:** 343.082

El videoclip es la interpretación del tema, por la cantante, en lo que simula un ensayo del grupo, en un local, con el resto de músicos. Se toma como referencia el espacio, el ambiente y el tono en el que está grabado el vídeo.

## 5.1.2 REFERENCIAS VISUALES Y ESTÉTICAS

### TRAVIS GARLAND – CANAL YOUTUBE

<https://www.youtube.com/user/TravisGarlandMusic/videos>

**Ej.: TRAVIS GARLAND - SAY SOMETHING x GOD'S PLAN - Justin Timberlake x  
Drake**

- **Artista:** Travis Garland
- **Fecha de incorporación:** 28 de febrero de 2008
- **Total visualizaciones:** 70.174.746
- **Discográfica:** Independent Recording Artist (Artista independiente)
- **Género:** Pop, Rhythm and blues, Soul
- **Suscriptores:** 494 mil

El canal de YouTube de Travis Garland se toma como referencia estética por la forma en la que produce sus videoclips. Este artista utiliza una localización neutra, donde la importancia recae en la personalidad del artista, el juego de luces y la variación en los planos, en función del ritmo de la música. Es esta dinámica la que se persigue en nuestro proyecto (Figura 1,2,3).



*Figura 1,2,3. Ejemplo de fotogramas extraídos de videoclips del canal de YouTube Travis Garland.*

## COLORS

<https://www.youtube.com/channel/UC2Qw1dzXDBAZPwS7zm37g8g>

- **¿Qué es?:** COLORS es una plataforma de música estética única que muestra talentos excepcionales de todo el mundo, enfocada en promover los nuevos artistas más distintivos y los sonidos originales. En el contexto de una escena cada vez más fragmentada y saturada, se busca proporcionar calidad y tranquilidad, ofreciendo un escenario minimalista para destacar a los artistas y darle la oportunidad de presentar su música sin distracciones.
- **Suscriptores:** 3,88 M
- **Fecha de incorporación:** 2 de febrero de 2016
- **Total visualizaciones:** 1.119.669.587
- **Ej.:** Jorja Smith, Billie Eilish, Mahalia.

El movimiento Colors sirve como referencia estética para nuestro proyecto. Únicamente se busca realzar la posición del artista, de tal forma que lo que tiene que ofrecer vocalmente sea lo más relevante, sin distracción visual alguna. Aún así, el escenario que se ofrece es estético, cuidado y minimalista. El videoclip sirve exclusivamente como base para la maqueta (Figura 4,5).

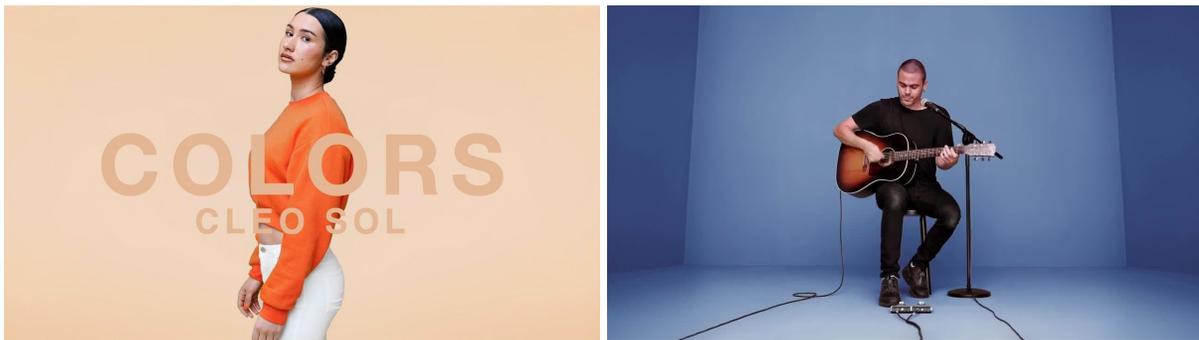


Figura 4,5. Ejemplos de fotogramas extraídos del canal de YouTube Colors.

## MACY KATE – CANAL YOUTUBE

<https://www.youtube.com/user/macykatemusic/featured>

Ej: MACY KATE – SHAPE OF YOU – ED SHEERAN COVER

<https://www.youtube.com/watch?v=p4IOuZE-AN4>

- **Artista:** Macy Kate
- **Fecha de incorporación:** 3 de octubre de 2012
- **Total de visualizaciones:** 104.703.241
- **Género:** Pop, Country, Acústico, Rege
- **Suscriptores:** 1,1 M

El canal de YouTube de Macy Kate se toma como referencia estética. Se continúa en la línea de espacios neutros, con relevancia en los esquemas de luces que se utilizan para enfatizar a la artista y al concepto de la canción (Figura 6,7,8,9).

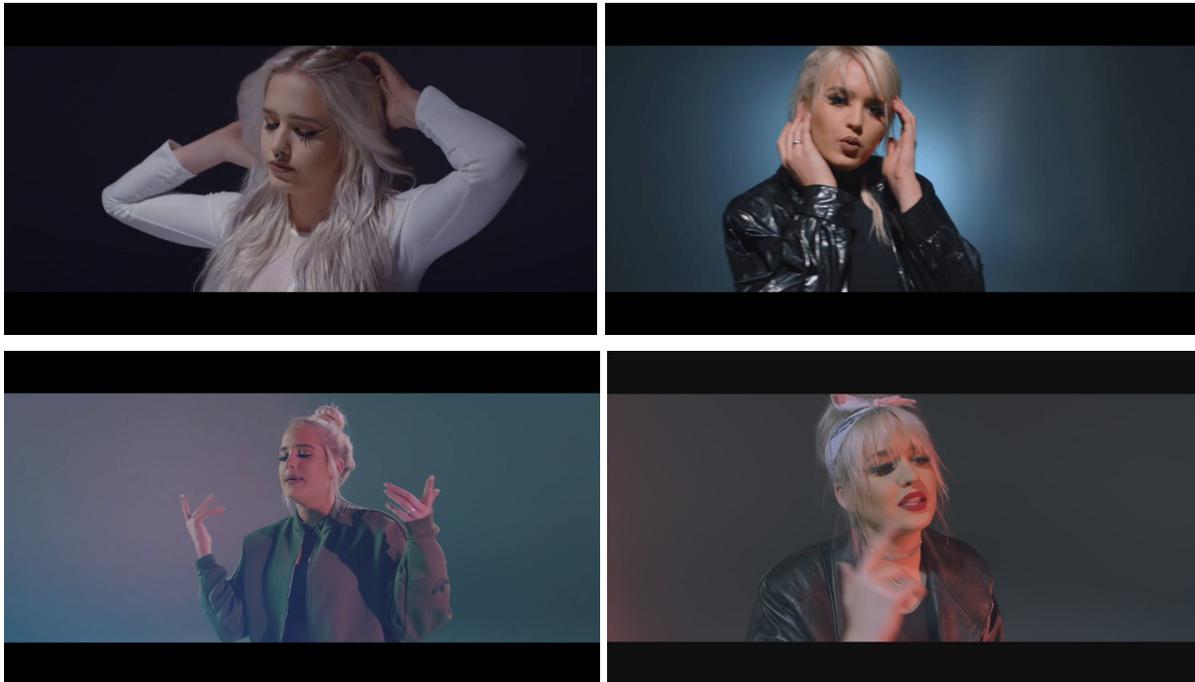


Figura 6,7,8,9. Ejemplos extraídos del canal de YouTube Macy Kate.

## THE GREATEST SHOWMAN – NEVER ENOUGH

<https://www.youtube.com/watch?v=6jZVsr7q-tE>

- **Artista:** Loren Allred
- **Actriz:** Rebecca Ferguson
- **Película musical:** El gran showman
- **Fecha de lanzamiento:** 2017

Esta escena se toma como referencia por la carga interpretativa de la canción. La interpretación contenida que realiza *Rebecca Ferguson* como referencia para el cantante (Figura 10,11).

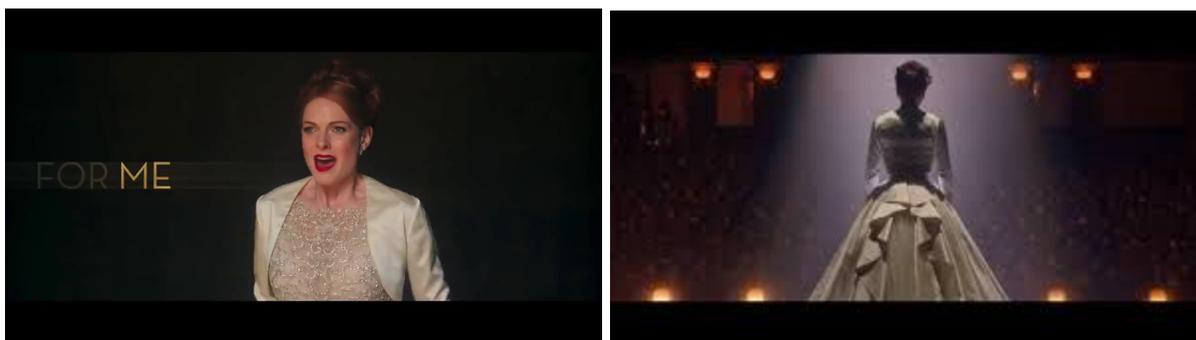


Figura 10,11: Fotogramas extraídos de la película *The Greatest Showman*.

## SAM SMITH LIVES PERFORMANCES

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

Paleta cromática y juego de luces (Figura 12,13)

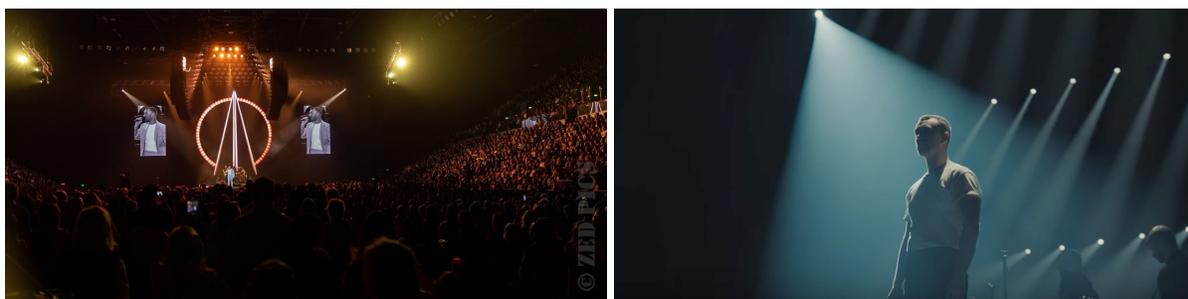


Figura 12,13: Imágenes extraídas de conciertos de Sam Smith.

## BILLIE EILISH – LOVELY

<https://www.youtube.com/watch?v=V1PI8CzNzCw>

- **Artista:** Billie Eilish, Khalid
- **Álbum:** Don't Smile at Me
- **Fecha de lanzamiento:** 2017
- **Compositor:** Billie Eilish; Finneas O'Connell; Khalid
- **Productor:** Finneas O'Connell
- **Sellos discográficos:** Darkroom; Interscope Records
- **Duración:** 3:21
- **Visualizaciones:** 508.469.610

Lovely se toma como referencia estética por la paleta cromática que se utiliza en el videoclip. El juego de sombras y los tonos oscuros crean una atmósfera similar a lo que se busca en el proyecto. Además, el tipo de canción, su ritmo y el tono, que toma a lo largo de su duración, tiene cierta semejanza con Fire on Fire (Figura 14,15,16).

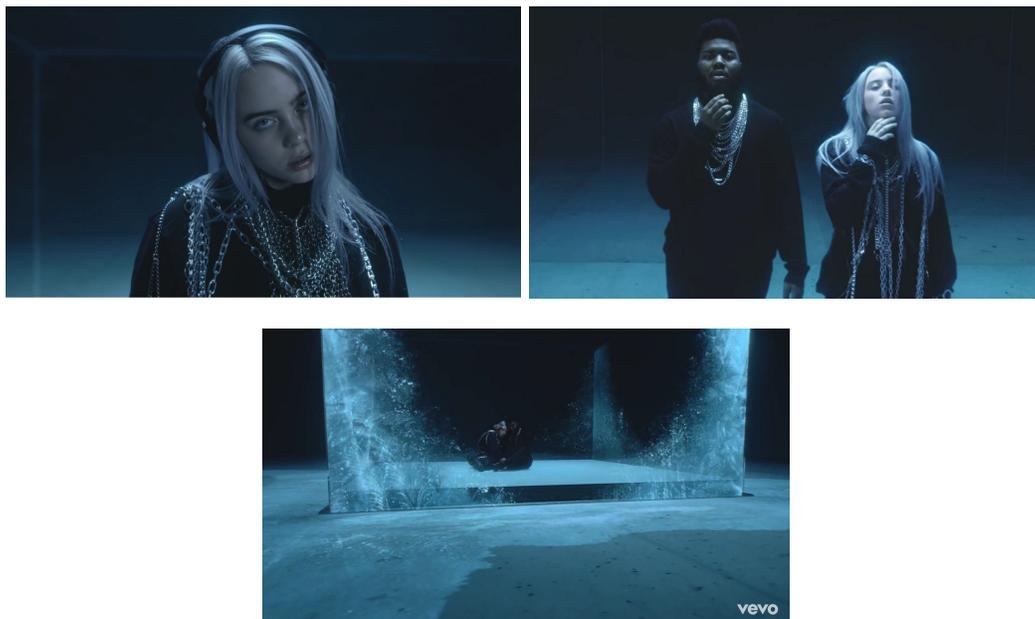


Figura 14,15,16. Fotogramas extraídos del videoclip Lovely de Billie Eilish.

## ARIANA GRANDE – BREATHIN

<https://www.youtube.com/watch?v=kN0iD0pI3o0>

- **Artista:** Ariana Grande
- **Álbum:** Sweetener
- **Fecha de lanzamiento:** 2018
- **Productor:** Ilya
- **Discográfica:** Republic Records
- **Género:** Pop
- **Duración:** 3:22
- **Visualizaciones:** 141.596.888

En este videoclip se alterna una narración con la interpretación de Ariana Grande del tema. Es este aspecto el que interesa. Se realiza en un estudio en el que, únicamente, con algunos elementos como el humo o animaciones, interpreta el tema. Los planos, las luces y el espacio neutro es lo que se toma como referencia estética (Figura 17,18).



*Figura 17,18. Fotogramas extraídos del videoclip Breathin de Ariana Grande.*

## 5.2 LOCALIZACIONES

La localización que se utiliza para la producción del videoclip es el estudio de fotografía que proporciona la facultad de Comunicación de Sevilla. Este espacio cuenta con un ciclorama de distintos colores que permite lograr la localización neutra que se busca (Figura 19,20).

La intención ha sido encontrar una única localización que pueda cubrir todo el proceso de rodaje.



*Figura 19,20. Imágenes propias en el estudio de fotografía en la facultad de Comunicación Sevilla.*

## 5.3 GUIÓN LITERARIO

El guión literario del videoclip corresponde con la letra de la canción “Fire on fire”. Es una canción que alude al amor y a la pasión, sin frenos.

La carga emocional que contiene la canción es potencialmente peligrosa, pero la conexión entre los personajes que interactúan es suficiente como para que sea una relación exitosa. La interpretación personal que hago de la lectura de esta canción es de una mirada desafiante a todas esas personas que se refieren a él y a su compañero como “pecadores”. Sam Smith es de los pocos cantantes internacionales mainstreams abiertamente gay, lo que le ha llevado a recibir numerosas críticas negativas (entre tantas otras, la religión). A pesar de que no hay mención a ningún género, es más que posible que se esté dirigiendo a un hombre y a la gran alianza que construye con él cuando están juntos.

**FIRE ON FIRE – SAM SMITH**

**(TRADUCCIÓN AL ESPAÑOL)**

Mi madre decía que soy demasiado romántico

Decía “estás bailando en las películas”

Casi empiezo a creerla

Entonces te vi y lo supe

A lo mejor es porque me estoy haciendo mayor

A lo mejor es por todo lo que he pasado

Me gustaría pensar que es por cómo te apoyas en mi hombro

Y cómo me veo a mí mismo contigo

No diré una palabra

Pero aun así te llevas mi respiración y me robas las cosas que sé

Ahí estás, salvándome del frío

Fuego en fuego, normalmente somos asesinos

Con todo este deseo, juntos somos ganadores

Dicen que estamos fuera de control y algunos dicen que somos pecadores

Pero no dejes que arruinen nuestros bonitos ritmos

Porque cuando te revelas ante mí y me dices que me quieres

Y me miras a los ojos

Eres perfección, eres mi única dirección

Es fuego en fuego, es fuego en fuego

Cuando peleamos, peleamos como leones

Pero entonces amamos y sentimos la verdad

Perdimos la cabeza en una ciudad de rosas

No acatamos ninguna regla

No diré una palabra

Pero aun así te llevas mi respiración y me robas las cosas que sé

Ahí estás, salvándome del frío

Porque cuando te revelas ante mí y me dices que me quieres

Y me miras a los ojos

Eres perfección, eres mi única dirección

Es fuego en fuego, es fuego en fuego

## 5.4 GUIÓN TÉCNICO

Para la correcta elaboración del videoclip se ha realizado un guión técnico que se adjunta como **Anexo 1**. El guión técnico queda realizado como base, abierto a modificaciones posteriores en el rodaje y en la edición.

## 5.5 ARTISTA Y ESTILISMOS

El protagonista del videoclip será el propio artista de la maqueta: Alejandro Maceda.

El estilo que se utiliza es explotar la esencia y la personalidad del cantante. Para ello, un vestuario informal, acorde con el tono de la canción y con el set de rodaje. Se opta por unos tonos claros que resalten y refuercen un contraste con la escenografía.

El cantante se mantiene constante con el mismo vestuario durante toda la canción: camiseta corta con cuello perkins blanca y pantalón joggin negro. Estará de pie mientras suceda la canción y no contará con ningún elemento de atrezzo.

## 5.6 PLAN DE RODAJE

Para la correcta elaboración del videoclip se ha realizado un plan de rodaje que se adjunta como **Anexo 2**. El plan de rodaje queda realizado como base, abierto a modificaciones posteriores en el rodaje.

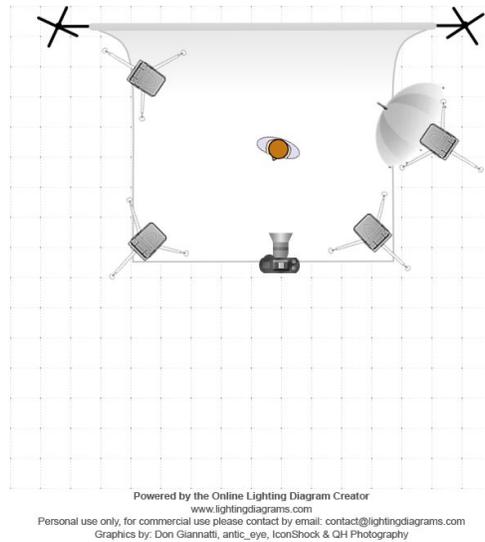
## 5.7 MATERIAL UTILIZADO

- Nikon D3200 (Objetivo 18-55mm)
- Focos LED
- Estudio de fotografía
- Ciclorama de color negro
- Trípode y estabilizador (Steadicam)
- Ordenador MAC y Adobe Premiere Pro

## 5.8 ESQUEMAS DE LUCES

Se realizan tres esquemas de luces diferentes para la producción del videoclip. A continuación se muestran los diagramas correspondientes a cada uno de los esquemas, acompañado del resultado en el rodaje.

**ESQUEMA DE LUZ 1 (Figura 21)**



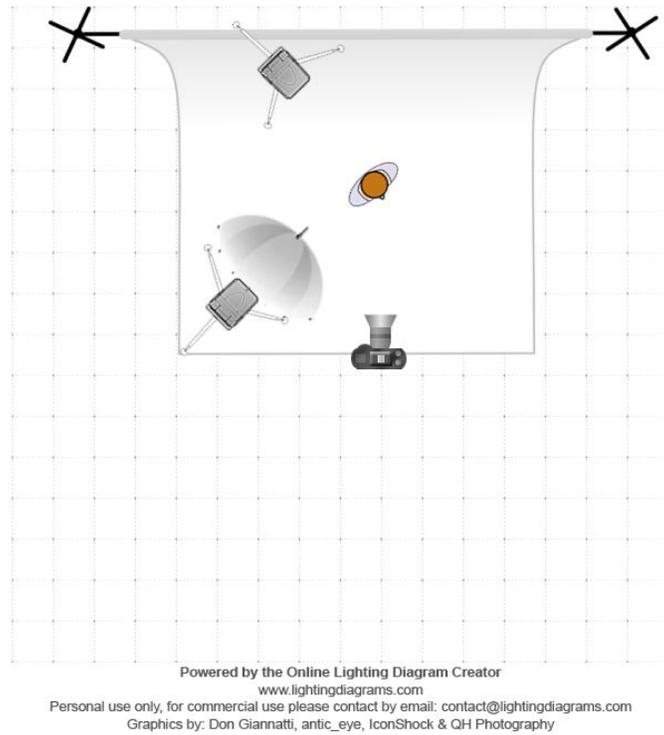
*Figura 21. Diagrama de luces 1 realizado por Lighting Diagram.*

Se muestran dos ejemplos del esquema llevado a la práctica (Figura 22,23).



Figura 22,23. Imágenes propias de ejemplo para esquema de luz 1.

## ESQUEMA DE LUZ 2 (Figura 24)



*Figura 24. Diagrama de luces 2 realizado por Lighting Diagram.*

Se muestra un ejemplo del esquema llevado a la práctica (Figura 25).



*Figura 25. Imagen propia de ejemplo para esquema de luz 2.*

### ESQUEMA DE LUZ 3 (Figura 26)

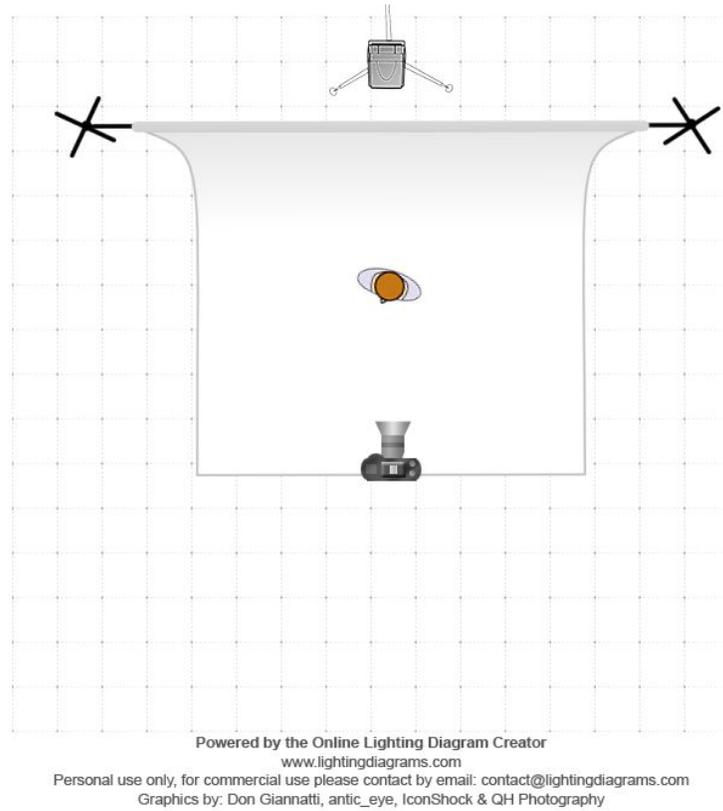


Figura 26. Diagrama de luces 3 realizado por Lighting Diagram.

Se muestran dos ejemplos del esquema llevado a la práctica (Figura 27,28)

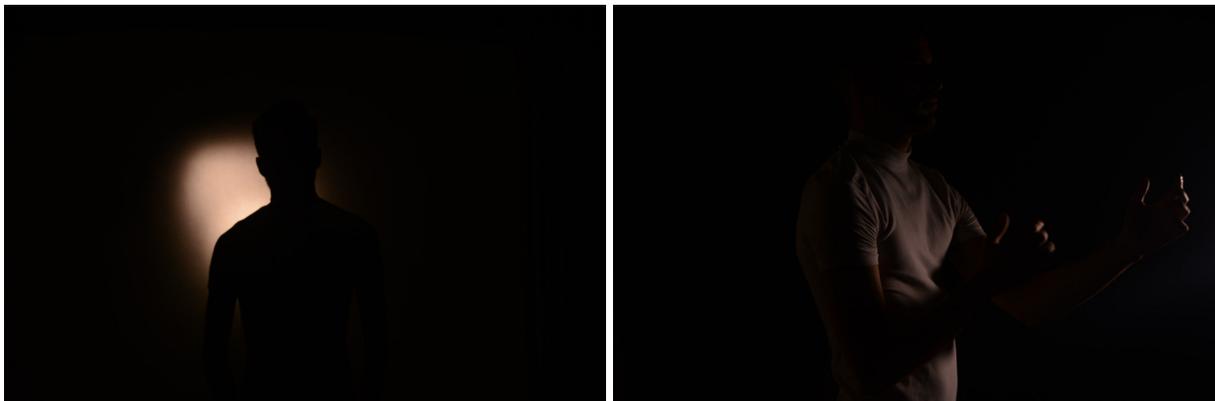


Figura 27, 28. Imagen propia de ejemplo para esquema de luz 3.

## 6. CONCLUSIÓN

Realizar este proyecto me ha supuesto adquirir nuevas competencias, tanto en el sector audiovisual como musical. Haber sido responsable de todo un proceso en la realización de un videoclip me ha hecho ver la dificultad, y necesidad, de tener una planificación, y referencias sólidas, para poder crear contenido de calidad.

De la misma forma, hacer este proyecto era un “reto personal” del que siempre he querido ser partícipe. Entre los puntos más a destacar, como conclusión, diría que se pueden crear videoclips de bajo presupuesto, pero sigue siendo fundamental la colaboración, mínima, del factor humano (un equipo que trabaje contigo) y el factor económico.

El videoclip queda como una herramienta de fácil acceso aunque ligada a un panorama en el que, cada día que pasa, las exigencias del público son cada vez mayores. Ofrecer un contenido diferente y original, ya sea a nivel técnico/visual o musical, son los ingredientes indispensables para poder generar impacto en el público.

Por tanto, se ha respondido a la causa de investigación principal del proyecto: conocer el concepto de videoclip, entender su importancia en el contexto actual y, en consecuencia, realizar un videoclip de bajo presupuesto.

Destacar como conclusión final la importancia de tener una base audiovisual en los trabajos musicales. De esta forma se pueden difundir a través del medio de Internet, que se consolida como un gran medio de promoción.

Estoy satisfecho con el resultado obtenido, sabiendo que siempre se puede mejorar a través del aprendizaje y la práctica. Es enriquecedor, siendo cantante, poder crear y dirigir un proyecto para tus trabajos.

## 7. BIBLIOGRAFÍAS

Selva Ruiz, D. (2000). *El videoclip*. Ediciones Alfar S.A

Frith, S. (1978). *The sociology of rock*. London: Constable.

Frith, S. (2004). *Popular music*. London: Routledge.

País, E. (2019). *Reportaje | El 'videoclip' resurge en España (pero nadie se ha enterado)*.

[online] EL PAÍS. Available at:

[https://elpais.com/diario/2008/05/02/tentaciones/1209752575\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2008/05/02/tentaciones/1209752575_850215.html)

País, E. (2019). *Reportaje | Magos del 'videoclip'*. [online] EL PAÍS. Available at:

[https://elpais.com/diario/2008/06/09/tendencias/1212962401\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2008/06/09/tendencias/1212962401_850215.html)

OndaCero. (2019). *Eduardo Viñuela sobre la industria del videoclip: "las grandes empresas han aprendido a ofrecernos lo que queremos oír"*. [online] Available at:

[https://www.ondacero.es/programas/jelo-en-verano/audios-podcast/eduardo-vinuela-videoclip-empresas-queremos-oir\\_201908295d67e3d60cf234a33d4690f4.html](https://www.ondacero.es/programas/jelo-en-verano/audios-podcast/eduardo-vinuela-videoclip-empresas-queremos-oir_201908295d67e3d60cf234a33d4690f4.html)

Es.wikipedia.org. (2019). *Here It Goes Again*. [online] Available at:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Here\\_It\\_Goes\\_Again#V%C3%ADdeo\\_musical](https://es.wikipedia.org/wiki/Here_It_Goes_Again#V%C3%ADdeo_musical).

Pérez-Ornia, José Ramón (1991). *El arte del vídeo. Introducción a la historia del vídeo experimental*. Barcelona: Serbal y RTVE.

Vernallis, Carol (2004): *Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context*. Columbia, Columbia University Press.

ABT, Dean (1987): "Music Video: Impact of the Visual Dimension", en LULL, James (e d.): *Popular Music and Communication*. Newbury Park, Sage, pp. 98-111.

Leguizamón, J. A. (2002). *El videoclip como formato o género. En la página electrónica*

[http://www.fortunecity.co/victorian/bacon/1244/Le\\_guiz.html](http://www.fortunecity.co/victorian/bacon/1244/Le_guiz.html).

Banks, Jack (1996): *Monopoly Television: MTV's Quest to Control the Music*. Boulder & Oxford, Westview Press.

Viñuela Suárez, Eduardo (2002-2003): “El videoclip como producto de la interacción con otros géneros y medios audiovisuales y lingüísticos”, en *Archivum. Revista de la Facultad de Filología*, n. 52-53, pp.539-550

O'Reilly, Tim (2005): “What Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for the Netx Generation of Software”, en *O'Reilly. Spreading the knowledge of innovators*, 30/09/2005. Consultado en <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

## **ANEXOS**

ANEXO I. GUIÓN TÉCNICO

ANEXO II. PLAN DE RODAJE