



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA: INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN DE ARTES
AUDIOVISUALES**

TÍTULO:

“Producción, dirección y realización de un videoclip de género musical,
aplicando alternativas de producción y post-producción de bajo presupuesto”

AUTORES:

Molestina Jalil Ricardo Alberto

Moreira Montesdeoca Daniel Alberto

TUTOR:

Msc. David Choez

**Guayaquil, Ecuador
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA: INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN DE ARTES
AUDIOVISUALES**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Ricardo Alberto Molestina Jalil y Daniel Alberto Moreira Montesdeoca**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniería en Producción y Dirección de Artes Audiovisuales**.

TUTOR

MSC. DAVID CHOEZ

DIRECTOR DE LA CARRERA

MSC. VICTOR HUGO MORENO

Guayaquil, al 7 del mes de Octubre del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA: INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN DE ARTES
AUDIOVISUALES**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

**Yo, Molestina Jalil Ricardo Alberto
Moreira Montesdeoca Daniel Alberto**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: “Producción, dirección y realización de un videoclip de género musical, aplicando alternativas de producción y post-producción de bajo presupuesto” previa a la obtención del Título **de Ingeniería en Producción y Dirección de Artes Audiovisuales**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, al 7 del mes de Octubre del año 2014

EL AUTOR (A)

Molestina Jalil Ricardo Alberto

Moreira Montesdeoca Daniel Alberto



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA: INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN DE ARTES
AUDIOVISUALES

AUTORIZACIÓN

Yo, **Molestina Jalil Ricardo Alberto**
Moreira Montesdeoca Daniel Alberto

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Producción, dirección y realización de un videoclip de género musical, aplicando alternativas de producción y post-producción de bajo presupuesto**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, al 7 del mes de Octubre del año 2014

EL (LA) AUTOR(A):

Molestina Jalil Ricardo Alberto

Moreira Montesdeoca Daniel Alberto

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

MSC. MARIO MONCAYO

DOCENTE DELEGADO

MSC. VÍCTOR HUGO MORENO DÍAZ
DIRECTOR DE CARRERA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA: INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN DE ARTES
AUDIOVISUALES**

CALIFICACIÓN

MSC. DAVID CHOEZ

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN (ABSTRACT)	14
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	16
1.1. Justificación del tema	26
1.2 Determinación del problema	31
1.3 Pregunta/Problema de Investigación.....	31
1.4 Objetivo General y Específico.....	31
CAPÍTULO II. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN APLICADO	32
2.1 Instrumentos de Investigación	32
2.2 Resultados.....	34
CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O PRESENTACIÓN	42
3.1 Organigrama	42
3.2 Cronograma	43
3.3 Presupuesto.....	44
3.3.1 Recursos técnicos	45
3.3.2 Recursos operativos	47
3.4 Propuesta artística.....	48
3.4.1 Guión Literario	50
3.4.2 Guión Técnico.....	54
3.4.3 Story Board	60
3.4.4 Casting.....	65
3.4.5 Plan de Rodaje.....	66
3.4.6 Escaleta	67
3.5 Gestión de proyección del producto artístico	67
TABLA 9.....	68
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	71
ANEXOS	73
Anexo 1 –Formato Encuestas	73
Anexo 2 – Resultados Encuestas	75

ANEXO 3 - HOJA DE VIDA ARTÍSTICA DE TURBO BIELA 86

ÍNDICE DE TABLAS

1. Resultados de la Encuesta dirigida a músicos dentro del contexto nacional.....	40
2. Resultados de la Encuesta dirigida a productores audiovisuales dentro del contexto nacional.....	41
3. Organigrama de equipo de trabajo.....	42
4. Cronograma de actividades.....	43
5. Presupuesto del videoclip.....	44
6. Recursos Operativos de rodaje	47
7. Guión Técnico del videoclip.....	54
8. Plan de Rodaje.....	66
9. Propuesta del Sitio Web.....	68

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Grafico de Resultados de la Encuesta dirigida a músicos dentro del contexto nacional	39
2. Grafico de Resultados de la Encuesta dirigida a productores audiovisuales dentro del contexto nacional	40
3. Grafico Storyboard.....	60
4. Gráfico Storyboard.....	60
5. Gráfico Storyboard.....	60
6. Gráfico Storyboard.....	60
7. Gráfico Storyboard.....	61
8. Gráfico Storyboard.....	61
9. Gráfico Storyboard.....	61
10. Gráfico Storyboard.....	61
11. Gráfico Storyboard.....	61
12. Gráfico Storyboard.....	61
13. Gráfico Storyboard.....	61
14. Gráfico Storyboard.....	61
15. Gráfico Storyboard.....	62
16. Gráfico Storyboard.....	62
17. Gráfico Storyboard.....	62
18. Gráfico Storyboard.....	62
19. Gráfico Storyboard.....	62
20. Gráfico Storyboard.....	62

21. Gráfico Storyboard.....	62
22. Gráfico Storyboard.....	62
23. Gráfico Storyboard.....	63
24. Gráfico Storyboard.....	63
25. Gráfico Storyboard.....	63
26. Gráfico Storyboard.....	63
27. Gráfico Storyboard.....	63
28. Gráfico Storyboard.....	63
29. Gráfico Storyboard.....	63
30. Gráfico Storyboard.....	63
31. Gráfico Storyboard.....	64
32. Gráfico Storyboard.....	64

RESUMEN (ABSTRACT)

En nuestro país el número de artistas y bandas musicales ha ido creciendo con el paso de los años, y el talento de muchos de éstos no ha sido aprovechado en su totalidad por falta de presupuesto, difusión o inclusive por mal asesoramiento en la socialización de sus creaciones.

Una de las características más importantes del videoclip es que nos enseña de una manera directa la imagen y estética del artista.

Este proyecto busca ofrecer un videoclip de alta calidad con una inversión económicamente viable de parte del músico, y así crear competencia en el desarrollo integro de los artistas y aportando a la industria musical del país.

Muchos artistas de gran talento pierden la oportunidad de dar a conocer sus trabajos por la falta de presupuesto y promoción de los mismos. Haciendo un videoclip económico y con la difusión correcta en medios de comunicación como portales en internet y redes sociales muchos músicos pueden verse beneficiados.

Nuestros principales y más famosos artistas nacionales usan cantidades excesivas de dinero en el exterior para producir todo lo relativo a su música, ese dinero puede ser invertido dentro del Ecuador, alcanzando inclusive mejores resultados.

Muchos artistas nacionales creen no contar con el capital para un producto de calidad, al desconocer que en la actualidad existe la tecnología DSLR(cámara fotográfica del tipo réflex de único objetivo) de cámaras compactas con precios más accesibles con las cuales se puede lograr una imagen profesional con los cuidados necesarios. El crear productos audiovisuales con un presupuesto de menor alcance pero de alta calidad es posible gracias a la gran cantidad de locaciones accesibles con las que contamos en el país, al grabar en locaciones exteriores podemos reducir el presupuesto de alquiler de un estudio.

Otro de los aspectos más llamativos de la producción de videoclips es la flexibilidad de su género audiovisual, al ser muy parecido al videoarte en sus características como: no cumplir necesariamente con las convenciones del cine, emplear o no actores, diálogos, narrativa, entre otras; esto nos permite ser más experimentales, tener mayor libertad para jugar con las realidades planteadas dentro de cada storyboard, y romper con los cánones de belleza establecidos, manteniendo la estética de cada imagen.

Con el conocimiento puesto en práctica podemos ser capaces de mostrar una imagen independiente del país, diferente a los escenarios turísticos ya reconocidos. Siempre teniendo en cuenta que el fin máximo del arte es lograr una reacción, poder desencadenar pensamientos con la proyección de imágenes a nuestros receptores. Nuestro objetivo es despertar sentimientos dentro de nuestro espectador.

Palabras Claves:

- Videoclip
- Producción
- Presupuesto
- Locaciones
- Videoarte
- Storyboard

Capítulo I. Introducción

El videoclip también conocido como video musical es un cortometraje realizado bajo el propósito de ser difundido por distintos medios de comunicación según su objetivo específico. En un sentido estrictamente literal, La Real Academia de la Lengua Española lo define como un cortometraje generalmente de tipo musical compuesto por secuencias breves y formalmente inconexas, usado regularmente para fines publicitarios. Ana María Sedeño Valdellós, experta en Comunicación Audiovisual y autora del libro: El videoclip como mercanarrativa, lo define como "un formato audiovisual fundado y alentado por la industria discográfica como estrategia de marketing". Recuperado en: *Cine y Educación* <http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/anamariasedenovaldellos.htm>.

El videoclip es uno de los campos donde se desempeña la producción audiovisual y en el ámbito musical es una producción netamente dinámica, compuesta por efectos visuales y electrónicos que permite poner en marcha la creatividad y metodología aplicada, jugando con los planos, iluminación y movimientos de cámara.

El presente proyecto pretende mostrar que el videoclip también es un excelente recurso comunicativo para exponer un trabajo profesional a nivel musical, presentando la estética del artista y el concepto del enfoque artístico en el que basa su obra. Encontrando limitantes en la capacidad de inversión de algunas bandas musicales en el Ecuador que buscan darse a conocer por medio de la realización de videoclips, que luego debieran ser difundidos a través de los principales medios de comunicación; surge esta propuesta de brindar una opción en la realización de estos proyectos de alta calidad con un presupuesto viablemente económico para el artista, promoviendo como medio principal de difusión el internet, herramienta eminentemente efectiva y de bajo costo en este fin.

Antecedentes

El videoclip como lo conocemos hoy en día ha sufrido una transformación y una evolución constante y ha sido un elemento importante en la transformación del lenguaje audiovisual.

A continuación un resumen de la historia del videoclip que expone claramente su nacimiento y consagración hasta cómo lo concebimos hoy en día, realizada por un estudiante ecuatoriano en la universidad de Palermo en Buenos Aires, Argentina en el 2009.

Primeras referencias audiovisuales

1850 a 1860, El Music Hall:

El Music Hall fue una forma de espectáculo muy popular en Inglaterra; ya que mezclaba la canción popular, la comedia y el baile; además, se incorporaban adecuadas diapositivas que pretendían ilustrar el tema de las canciones, enriqueciendo la puesta en escena de la obra.

1877, El Fonógrafo:

Thomas Alva Edison aportaría al mundo la invención del “fonógrafo”, instrumento que podía grabar sonidos en cilindros de diferentes materiales, para ser luego reproducidos.

1888, El Gramófono:

Emile Berliner inventaría el “gramófono”, instrumento muy similar al de Edison, pero que a diferencia de aquél, podía registrar el sonido en discos planos. Se lo utilizó años más tarde para sonorizar películas cinematográficas.

Otro antecedente histórico importante son las experiencias sinestésicas que ciertos compositores mantenían con renombrados pintores poniendo en escena una perfecta combinación de imagen, música, color y sonido.

Alrededor de 1920, Música Visual:

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 gran mayoría jazz y obras visuales de carácter abstracto.

1927, El Cantante de Jazz:

Aparece la primera película con diálogos sonoros, El Cantante de Jazz, de Alan Crosland. En este filme se utilizó el sistema vitaphone (grabación de sonido en un disco); con la cual, la producción cinematográfica toma un nuevo giro.

Desde entonces, las comedias musicales en el cine se multiplicaron considerablemente, asegurando así a Hollywood como una de las potencias culturales y comerciales más grandes del mundo, lo que avizoraba un futuro prometedor para el videoclip, puesto que demostró que a la audiencia le fascinaba la combinación de lo visual y lo musical.

1930, Diez canciones filmadas:

Se realiza la primera filmación sonora en América del Sur, mediante el sistema movietone; en la que la imagen y el sonido eran grabados al mismo tiempo en una cinta. La película Diez canciones filmadas de Carlos Gardel, se convertiría en pionera en Sudamérica en cuanto a videoclips se refiere.

De igual manera, en esta época, en los musicales aparece un elemento importante para el desarrollo del videoclip actual; esto fue el baile y la coreografía, mismos que aparecen como fantasía o una forma de escape de la realidad, trayendo diferentes cargas emocionales y tensiones en la obra cinematográfica.

A partir de 1940:

En la década de 1940, aparece el Panoram soundies. Fue una especie de caja musical e imagen fabricada por la Mills Novelty Company de Chicago. Estas historias musicales eran proyectadas en pantallas de 12 pulgadas,

que por una moneda dejaban ver imágenes con sonido. Las canciones fueron Mano a mano, Viejo smoking, Rosas de otoño, Tengo miedo, Padrino pelado, Añoranzas, Canchero, Enfundá la mandolina, El carretero y Yira, yira. La película fue filmada en Buenos Aires, producida por Federico Valle y dirigida por Eduardo Morera. Por lo general, estos cortos han sido exhibidos juntos o separadamente, o compaginados con fragmentos de otras películas o de noticieros blanco y negro. Estos productos serían los primeros antecedentes directos del videoclip; en Latinoamérica se lo conoció como Rockola Visual.

En 1960 apareció en Francia una nueva versión del Panoram llamada Scopitone, técnicamente ofrecía ciertas innovaciones como una pantalla de mayor tamaño (16 pulgadas) y proyección de películas de 16 mm a color. Este nuevo aparato fue de gran impacto en la generación joven europea, pues se sentían grupos marginados y apartados por la televisión, encontrando en el Scopitone un espacio para poder expresar visualmente sus ideas. Aunque este artefacto no pudo soportar la competencia de la televisión, queda como uno de los más importantes registros en la evolución del videoclip musical a nivel mundial.

El Cine Musical, la Televisión y la industria del Rock and Roll

Años 50, El Cine Musical:

En 1953, el rock irrumpe en escena cinematográfica con gran éxito; la película El Salvaje, dirigida por Laslo Benedeck fue de gran impacto para los jóvenes de la época, porque se identificaron con el líder de la banda, que era interpretado por Marlon Brando. Basada en un acontecimiento real de 1947; en la cual, una banda juvenil de motociclistas somete a una población. Esta película dio origen a varias otras que mostraban temáticas juveniles y contaban con la participación de estrellas de la música popular como Chuck Berry, Little Richards, Fats Domino, Bill Haley y Elvis Presley.

1954, Rock Around the Clock:

La película Blackboard Jungle dirigida por Richard Brooks incluyó la canción Rock Around the Clock interpretada por Bill Haley y The Comets.

1957, Jailhouse Rock:

Con esta película inicia la era de Elvis Presley en el cine musical. Este cantante interpretaría más de veinte largometrajes a lo largo de su carrera.

1958-1962, Primeros programas musicales en televisión:

La televisión británica inventa una nueva forma de programas televisivos que tenía la finalidad de presentar grupos de música pop, tales como: 6'5 Special, Top of the Pops y Ready-Steady-Go.

1964, A Hard Day's Night:

Surge otro gran acontecimiento que cambiaría el enfoque de los directores de películas musicales, la cinta musical A hard day's night, del grupo inglés The Beatles.

Sin duda, los recursos utilizados por Lester para este trabajo revolucionarían la industria y sentarían un gran precedente para lo que hoy conocemos como videoclip. La utilización de una puesta en escena al inicio de cada canción, efectos de cortina, cuadro dentro de cuadro, filmación fotograma por fotograma, foto-collage, utilización de máscaras, inversión de valores tonales en la imagen, pronunciamiento de contornos y otros recursos aumentaron el grado de imprevisibilidad, fragmentación y dinamismo de la propuesta cinematográfica.

1965, Portapak Sony y el Video Arte:

Comienza la historia del video arte de la mano de Nam June Paik, cuyos primeros trabajos son considerados los primeros en el movimiento iconoclasta¹⁴ junto con George Maciunas; de ahí en adelante el video arte se dividió en varias ramas que ayudaron al desarrollo de la televisión y del videoclip.

Entre estas ramificaciones tenemos el Pop Art (Andy Warhol y Paul Wesselman), el Happening (Allan Kaprow y Robert Rauschenberg).

Esta proliferación de nuevos talentos se debió a la comercialización del Sony DV-2400 Video Rover, conocido como Portapak. Fue el primer sistema de grabación portátil de video casero, contaba con dos piezas integradas: una cámara de blanco y negro y la unidad de grabación (era un bolso aparte que contenía, además, rollos de película de 8 mm). Este novedoso invento, permitió a los jóvenes iniciar el movimiento del cine experimental y el video arte, mismo que sería una especie de combate directo a la televisión comercial, porque daba paso a una televisión comunitaria.

Mientras aparecían nuevos formatos, los artistas incorporaron a sus obras: la infografía, la paleta gráfica, el CD-ROM, las instalaciones multimedia, etc.

Paralelamente los programas de televisión, tales como el Talk Show, comienzan a presentar a artistas invitados, pero con una simplificación escénica; es así como nace el playback que permitió al artista desconcentrarse de tocar o cantar bien y de expresar más escénicamente sus interpretaciones, dando énfasis al movimiento, vestuario, expresión facial y corporal; materializando en cámara un primer intento de implicación y seducción del espectador hacia el artista.

También se empezaron a distribuir en los programas de televisión videos grabados con las actuaciones de los artistas, esto permitió que los músicos no viajen tanto y, por ende, pudieron promocionarse más efectivamente.

Pioneros de este método de distribución fueron otra vez el grupo The Beatles con la distribución de videos conceptuales de las canciones Paperback Writer, Rain, Strawberry Fields Forever y Penny Lane.

1970, Promos musicales en televisión:

La industria discográfica comienza a distribuir Promos. Eran videos que sustituían las presentaciones en vivo de los artistas, permitiendo que se presentaran sus canciones en forma simultánea y repetida en varios canales y programas de televisión. Se han considerado como otros pioneros del género al grupo ABBA con canciones como Ring Ring y Waterloo.

En ese mismo año (1970), la película Performance de Donald Cammel buscó mostrar otro ángulo de los artistas, es por ello que, la actuación de Mick Jagger de los Rolling Stones es importante, ya que el director presentó una fragmentación de la historia para favorecer siempre al cantante y a su presentación.

1971, Live at Pompeii:

Se realiza otro avance importante para la consolidación del video musical, la filmación del concierto Live at Pompeii de Pink Floyd. Su comercialización da un precedente tanto para los modernos videos de larga duración, como para promocionar giras.

1975, Bohemian Rhapsody:

Bruce Gowers realiza lo que hoy se considera como el primer videoclip formal: Bohemian Rhapsody, del grupo Queen, concebido por su director para promocionar el álbum A Night at the Opera. Este primer sencillo dio más que buenos resultados, luego de su emisión en el programa Tops on the Pops de la cadena BBC, disparó las ventas de manera impresionante y llevó a esta canción a la posición número uno en los charts de música inglesa durante nueve semanas consecutivas, convirtiéndola en un himno del rock que marcaría un antes y un después en la promoción de este género.

La industria discográfica, la del cine y la televisiva miraron con asombro el éxito obtenido por este clip y buscaron expandir la idea, incrementando la producción, poniendo al aire programas dedicados a promocionar los videos musicales y dando una ventana abierta a los artistas para que ingresen a miles de hogares con su propuesta; sin embargo, no es sino hasta la siguiente década (1980) que aparece el más importante desarrollo para el video musical y su industria.

La era MTV, el Boom definitivo y la consolidación del Videoclip

1981, MTV Music Television:

El servicio Nickelodeon de la cadena Warner Cable emitía semanalmente un programa de videos musicales llamado Popclips. Por lo que, la división de música de la cadena de cable reconoció la capacidad de promoción que este formato tenía y la cantidad de audiencia que captaba y decidieron crear un proyecto para un canal de cable con sonido estéreo que transmita y promocióne videoclips las 24 horas del día y es así que nace el proyecto llamado Music Television, también conocido como MTV, con un número inicial de 4 millones de suscriptores.

El 1 de agosto de 1981, la MTV dio inicio a su imperio con la transmisión del primer video elegido por la cadena: Video killed the Radio Star del grupo The Buggles. La aparición de la cadena impulsó un profundo cambio en la forma de promoción y difusión de la música, en la historia de la industria discográfica y en la televisiva. Este nuevo canal competía incluso con las radios FM que se dedicaban a promocionar los éxitos de temporada. MTV se convirtió en la principal forma de promocionar imagen y música de artistas nuevos; ya que llegaba a hogares, colegios, bares, entre otros; logrando obtener la atención y captación de una audiencia joven, tanto que para la actualidad tiene más de 400 millones de suscriptores y cadenas MTV en Europa, Asia, y América Latina.

Por otro lado, los videoclips producidos en los años 80 tienen mucho colorido debido a la estética pop desarrollada en gran medida en la década anterior. Su factor común era una escenografía simple: tomas en diferentes planos de los músicos (priorizando siempre al cantante principal), colores pasteles y una gran dosis de seducción y arte de quienes los concebían; a pesar de los escasos recursos técnicos y económicos con los que se contaba para este fin.

El trabajo de los directores de videoclips no fue inicialmente reconocido, hasta que la MTV insertara a partir de 1995 al director responsable de la

realización de este video en los respectivos créditos. Iniciando de este modo una competencia en la creatividad, algunos de sus representantes más conocidos son Zelda Barron, Brian De Palma, Nick Morris, Nigel Dick, Julie Temple, entre otros.

Varios videos como Wild Boys (1984) de Duran Duran; Take on me (1985) de A-ha; This is Radio Clash (1981) de The Clash; Undercover (1983) de Rolling Stones fueron parte de este desarrollo videográfico; pero no fue hasta que John Landis, un talentoso cineasta fuera contratado para realizar Thriller de Michael Jackson cuando aportó un nuevo y sorprendente giro al videoclip.

Thriller (1983) con una duración de aproximadamente 15 minutos daría un antes y un después a la concepción artística en cuanto a la realización de videos musicales. Landis inauguró una forma de relato complejo y elaborado dentro de un videoclip, destacando una gran historia, coreografías, maquillaje y efectos impresionantes que marcarían a una generación. Asimismo, llevó a esta canción y su disco a ser el más vendido de la historia. Thriller reorientó el videoclip hacia el cine poniendo una regla no escrita, pero bien presente en el espíritu de los directores de este género audiovisual: “cuanto más parecido fuese el clip a una película, mejor”.

1990, En adelante:

El videoclip tiene un declive después de su gran desarrollo en la década de los 80's. Parecía que esta industria había tocado fondo, tal vez por una falta de interés en el espectador o por la falta de creatividad en la realización de los mismos, pero es cuando la tecnología informática vino en su ayuda.

Antes ya había un precedente de ello con el video Hard Woman de Mick Jagger (1985), que incorporaría la animación en el género. Ese sería el nuevo rumbo de los realizadores, porque lograron resucitar la industria; tanto que hoy en día el video musical no puede prescindir de efectos por

ordenador, que potencien en algún grado la imagen analógica o digital original; otro ícono de esta época fue el video de Peter Gabriel, Sledgehammer (1986), que utilizó la técnica del stop motion photograph.

Otro gran aporte en los últimos años ha sido la gran diversificación de la música y sus géneros, ya que el videoclip se ha convertido en un arma de extrema eficiencia publicitaria, marcando modas en el público y atendiendo sus expectativas comerciales.

Un momento importante para el desarrollo del videoclip en América Latina se da cuando la cadena MTV crea el 1 de octubre de 1993 el MTV Latino, lanzando inicialmente el video We Are Sudamerican Rockers del grupo Los Prisioneros de Chile. Antes de ello, la cadena transmitía en varios países un programa en canales locales llamado MTV Internacional conducido por la cubana Daisy Fuentes, donde se daban noticias de la actualidad musical y se transmitían más videos de grupos norteamericanos que latinos.

Por estos años, en Ecuador, la producción de videos musicales comenzó a interesar a jóvenes artistas y grupos; es así que canales locales crean sus propios programas de música, generalmente transmitidos al medio día. Un paso importante para el videoclip del país sería la serie acústica editada por el programa Video Show llamada Video Acústico Vol. 1(1995), donde se grabaron varias canciones en formato Unplugged y, además, se editó un CD.

En la actualidad muchos artistas ecuatorianos están apostando por la promoción de su música en videoclips promocionales, y a pesar que se han perdido los espacios de difusión televisiva, los medios como el internet (youtube, daylymotion.com, google.video.com) u otros alternativos han permitido que esta industria comience a dar pasos firmes para su desarrollo en el país. *Recuperado de: Trabajo sobre el videoclip por David Fierro S. Universidad de Palermo Argentina, (2009).*

1.1. Justificación del tema

Buscamos potenciar un mercado donde los productores puedan brindar servicios en la elaboración de videoclips y todo tipo de productos audiovisuales, ofreciendo proformas de bajo costo basadas en la optimización de tiempo y espacios utilizados, para que de ésta forma se promueva que más bandas locales y artistas independientes se interesen en promocionarse de manera profesional, invirtiendo en un producto de calidad que luego será difundido por medio de herramientas disponibles en internet, las cuales no tienen costos significantes pero si alcance y eficacia.

Gracias a la nueva ley de comunicación registrada el 25 de junio del 2013, está aumentando la competencia dentro del sector audiovisual e impulsando al artista ecuatoriano.

Los siguientes artículos tomados del Capítulo VI de la ley demuestran el impulso que se le va a dar a la producción nacional:

Art. 72.- Espacios para la difusión de producción audiovisual nacional.- A efectos de implementar los espacios para la difusión progresiva de producción audiovisual nacional y nacional independiente, establecida en el Art. 97 de la Ley Orgánica de Comunicación, se seguirán los siguientes parámetros:

1. El porcentaje total de la producción nacional que se difundirá en los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, será mínimo del 60% de la programación diaria de la franja familiar o apta para todo público, que va de 06:00 a 18:00 horas.
2. Son imputables al porcentaje establecido para la difusión de producción nacional, los productos audiovisuales realizados por productores nacionales independientes.
3. El porcentaje total de la producción nacional independiente que se difundirá en los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de

origen nacional, será del 10% de la programación diaria difundida en las tres franjas horarias establecidas en la Ley Orgánica de Comunicación.

Art. 73.- Acreditación de productores audiovisuales independientes.- La acreditación de productores nacionales independientes de cine y televisión establecida en el último inciso del Art. 97 de la Ley

Orgánica de Comunicación, la realizará el Ministerio de Cultura, el cual llevará un registro actualizado de los mismos.

Art. 74.- Registro de producciones nacionales independientes.- El Ministerio de Cultura registrará las producciones audiovisuales nacionales independientes, a pedido de quienes tengan los derechos de autor y/o la propiedad intelectual de las mismas. Los medios de comunicación audiovisuales de señal abierta y los prestadores de servicios de audio y video por suscripción usarán este registro para identificar tales producciones a efectos de cumplir con lo establecido en el Art. 102 de la Ley Orgánica de Comunicación.

Art. 75.- Difusión de los contenidos musicales.- La difusión del 50% de los contenidos musicales producidos, compuestos o ejecutados en el Ecuador que se efectúa en cada programa de radiodifusión sonora, podrá realizarse de forma secuencial y alternativa de piezas musicales, o alternando segmentos de música nacional con segmentos de música internacional.

La difusión de contenidos musicales producidos, compuestos o ejecutados en el Ecuador, deberá incluir de manera equitativa a autores, ejecutantes e intérpretes noveles y reconocidos. *Recuperado de: Ley Orgánica de Comunicación, Ecuador 2013.*

Este formato revolucionó la industria musical y el lenguaje cinematográfico, también cambió la forma en que se aprecia la música ya que una canción se liga eternamente a unas imágenes en movimiento y le dan una segunda lectura.

En el siguiente texto podemos ver la naturaleza del videoclip, sus principales características, la dinámica de su distribución y su importancia para las industrias.

El vídeo musical se presenta como un formato audiovisual fundado y alentado por la industria discográfica como estrategia de marketing para favorecer la venta de discos, modo publicitario que recibe y suministra rasgos e influencias desde y hacia otros ámbitos de lo audiovisual: el cine, la televisión, el vídeo de creación y la publicidad audiovisual tradicional.

Su naturaleza 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. La variedad formal y narrativa que viene desarrollando lo convierten en el mensaje o formato audiovisual más definidor de la cultura posmoderna, un modelo de objeto cultural, porque a través de él gran parte de la población consume y experimenta la música pop y rock, la música popular contemporánea de mayor alcance, además de las siguientes razones:

1. Porque irrumpió en el mercado cultural para promocionar el estilo de música popular imperante en la segunda mitad de siglo: el pop-rock (y sus sucesivas variantes y/o mezclas: punk, heavy, trash, etc.). No obstante, más tarde se extendió a otros tipos de música (y actualmente existe toda una variedad genérica en este sentido) y sus fórmulas de representación han sido adquiridas por otros formatos audiovisuales cercanos.

2. Por la variedad formal y narrativa que viene desarrollando el vídeo musical en los últimos años, es fruto de la constante investigación en materia audiovisual (recursos electrónicos, infográficos) y responsable de un lenguaje único, cercano al audiovisual publicitario, pero que va mucho más allá porque se le permite mayor innovación, y que lo convierte en modelo de la vanguardia audiovisual contemporánea, junto al video de creación.

El vídeo musical es una mezcla inteligente de publicidad, cine y televisión (como ya lo fue su precedente más influyente, el videoarte), y devuelve sus influencias, enriquecidas, a todos los demás formatos y medios audiovisuales. Se cumple su voluntad de “formato periférico”, participante y miembro del grupo de las artes “de garaje”, de investigación tecnológica y

estética (Leguizamón, 2001). Las características más sobresalientes que definen al videoclip actual:

- Tiene fines publicitarios: su objetivo principal y medianamente manifiesto es la venta de un disco, una canción o tema determinado y, más sutilmente, la imagen y personalidad de un grupo o solista. Aunque este tipo de formato nació íntimamente ligado con la publicidad, los grandes presupuestos que mueve permiten múltiples posibilidades de creación, así como la contratación de los mejores equipos técnicos, lo que ha hecho posible la consecución de otro tipo de logros: a través de él se crean ideología y modos de comportamiento, estereotipos sociales y referencias culturales y vitales.
- 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 clip se basa en asociar unas imágenes a una canción siempre preexistente, anterior. Esta condición adquiere rango fundamental y diferencia al vídeo musical de las demás producciones audiovisuales.
- 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 ya expuestos y que establece un permanente juego de referencialidad cultural.

En lo que respecta a este artículo, se trata de enfocar el vídeo musical como producto, elaboración intencional de un conjunto de entidades empresariales, económicas y sociales para cubrir unos objetivos lucrativos, con el consiguiente peso e influencia socio-político-económicos. Es decir, nos encontramos ante un objeto o mercancía fabricado por un determinado tipo de industrias, denominadas en terminología socioeconómica industrias culturales o industrias de la cultura.

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. "Existe

industria cultural cuando la representación de alguna obra se transmite o reproduce mediante técnicas industriales” (Flichy, 1982, 37). La aparición de las industrias culturales hizo posible el concepto de cultura de masas y de medios de comunicación masivos: “productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebida para un trabajo creativo, organizada por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social.” En el caso del videoclip, las industrias implicadas son la discográfica, la de producción audiovisual y la televisiva, que conforman el producto en todas sus fases de producción, realización y distribución.

En primer lugar, la industria discográfica se encarga del proceso productivo por el cual se coordina la contratación del grupo o artista, el acuerdo con la editorial que posee los derechos de las obras, la grabación, la reproducción de la cinta maestra (master soundtrack) en productos físicos (Cedes, cassettes, etc.), el proceso de distribución de estos hasta la cadena de consumo minoristas y, por supuesto, la promoción de la obra a través de los medios masivos de comunicación (Buquet, 2003, 59). Como parte de esta última función promocional, se encarga realizar un videoclip a una agencia o productora audiovisual, pieza clave inserta en una campaña de lanzamiento de un tema musical de un determinado cantante/grupo. Más tarde, será retransmitido por televisión, dirigido a un *target* potencial que determina su inserción en una cadena y su horario, dependiente de cuestiones como el precio de emisión, en caso de que éste exista. Algunos estudios han demostrado cómo la percepción musical a través del videoclip influye en el comportamiento del consumidor joven (Burnett, 1999).

Como toda mercancía, el videoclip sufre procesos de estandarización de sus formas, y de socialización de sus contenidos. El objetivo de estos procesos es la venta (de tracks /canciones y/o álbumes), gracias a la creación de bienes con alto contenido simbólico que satisfacen necesidades culturales y que, por tanto, adquieren un valor de uso.” Recuperado de: *Tesis videoclip musical: desarrollo industrial y últimas tendencias internacionales*. Ana María Sedeño Universidad de Málaga España.

1.2 Determinación del problema

La escasa producción de videoclips en el país y la creciente demanda de los músicos, los mismos que no cuentan con el debido presupuesto para invertir en un video musical.

1.3 Pregunta/Problema de Investigación

¿Cómo producir un videoclip de alta calidad con un presupuesto de menor alcance?

1.4 Objetivo General y Específico

Objetivo General

- Producir y dirigir un videoclip de un artista ecuatoriano con un presupuesto de menor alcance.

Objetivos Específicos

- Utilizar los escasos recursos de manera eficaz.
- Producir un videoclip de un artista.
- Dirigir un videoclip de un artista.
- Post-producir un videoclip con un optimo resultado.

Capítulo II. Método de Investigación aplicado

Se utilizarán dos métodos, el cualitativo y cuantitativo. El cualitativo para obtener una descripción completa y detallada sobre la situación actual de la producción de los videoclips en el país, por otra parte el método cuantitativo se utilizará para medir la necesidad de este producto por parte de músicos y la posibilidad de ese mercado por parte de productores audiovisuales

2.1 Instrumentos de Investigación

Se realizará una entrevista no estructurada a tres profesionales del medio audiovisual que han estado relacionados de diferentes formas con la creación de videoclips musicales de varios artistas ecuatorianos.

La entrevista tiene como propósito exponer la realidad del videoclip en el mercado ecuatoriano y consta de dos preguntas abiertas que serán contestadas en base a las vivencias y punto de vista de los expertos. La primera se centra en sus experiencias en el medio y la segunda se enfoca a su percepción personal de la situación de la industria de los videoclips en nuestro país en base a su experiencia en este campo de acción.

Para la recolección de datos desde una mirada cuantitativa y que refleje la temática del videoclip dentro del contexto musical y de producción de este recurso comunicativo, se harán encuestas a alumnos de la carrera de música y de la carrera de producción audiovisual de la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Encuesta dirigida a músicos

Formato de la encuesta: Estructurada

Cantidad de preguntas: Ocho

Cantidad de la muestra: Diez

Objetivo de la encuesta: Conocer si dentro de las bandas locales o músicos independientes hay un interés por realizar videoclips para promocionar su producto musical, siempre y cuando esto sea a costos razonables y ofreciendo una buena calidad de producto.

Encuesta dirigida a productores audiovisuales

Formato de la encuesta: Estructurada

Cantidad de preguntas: Ocho

Cantidad de la muestra: Diez

Objetivo de la encuesta: Identificar las probabilidades que de productores audiovisuales estén dispuestos a ofrecer costos económicos por la realización de videoclips de buena calidad a las bandas musicales y artistas independientes locales que por falta de presupuesto, no han realizado la inversión en este tipo de proyectos que potencien sus cualidades artísticas.

2.2 Resultados

Entrevista a Patricio Rodríguez – Productor Audiovisual

Patricio Rodríguez tiene 28 años, es un productor audiovisual que estudió producción de cine en la universidad de San Francisco de Quito, realizó una maestría en marketing cinematográfico en la ESCAC (Escuela de Cine y Audiovisuales de Cataluña).

Tiene 5 años de trayectoria, en los cuales entre otros trabajos sobresalen:

- “sin otoño sin primavera” locaciones
- “mejor no hablar de ciertas cosas” locaciones
- “Quito 2023” producción de campo
- Jefe de relaciones de visión uno
- Jefe de prensa del lanzamiento de sin otoño sin primavera
- Productor ejecutivo carnaval cine, productora de Sebastián Cordero
- Productor del videoclip centrifugaba de cadáver exquisito

“Mi experiencia como productor audiovisual ha sido más enfocada al cine, una industria que está en pañales en el país. La producción es muy compleja ya que a pesar de que ahora existen fondos concursables que el gobierno ofrece como ayuda, este fondo se ha vuelto la única forma de financiamiento que algunas películas tienen, se vuelve un lío poder levantar tu proyecto.

El proyecto en el que estoy trabajando ahora (la última película de Sebastián Cordero) por llevar el nombre de Sebastián se ha levantado en 80% por inversión privada, pero pocos corren esa suerte y menos en el caso de un productor primerizo. La empresa privada tiene recelo de invertir por los tiempos de rodaje del cine.

Un videoclip es un elemento promocional que acompaña al artista, para producir un videoclip necesitas que el artista sea rentable, para el videoclip “Centrifugaba” teníamos la ventaja de que la banda (Cadáver Exquisito)

tenía un éxito comercial en Guayaquil, lo que hicimos fue incluir la presencia de marcas en el video para que estas apadrinen la producción del video. La banda tenía un fondo destinado a la realización del video, con este fondo se cubrió un 60% de los gastos, el 40% restante se consiguió con el apadrinamiento.

La productora Visión 1 nos ayudo con los equipos y personal del rodaje además de la postproducción, cerrando el costo total de toda la producción en \$20000.

Para mí todo depende de la rentabilidad del artista, si el artista no es muy rentable la dimensión de la producción del videoclip no va a ser muy grande, ahora tienes la ventaja que puedes producir un buen videoclip con una idea buena gracias a la accesibilidad a las tecnologías por ejemplo con una Gopro (cámara para deportes extremos) que te vale \$500 podrías hacer un video bajo el agua y si es bueno se puede viralizar ya que el medio de exposición de este producto es distinto al de hace 10 años, antes todo el mundo quería llegar a Mtv, ahora este canal no te sirve para ver música, ahora se busca viralizar el videoclip en redes sociales.

Como en el caso del cine, en Ecuador todavía no hay una industria musical casi todos los artistas son independientes, no existe un comportamiento de mercado que te permita negociar un videoclip, el músico tiene que financiar su videoclip y eso limita la producción.” **Patricio Rodríguez.**

Entrevista a Guido Bajaña – Realizador Audiovisual

Guido Bajaña tiene 22 años, es un Realizador Audiovisual egresado en la carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, trabajó durante un año en el proyecto audiovisual Hidrante verde (adaptaciones de micro cuentos de 150 caracteres a un formato audiovisual).

Entre sus trabajos más importantes resaltan:

- Producción del videoclip “Despierta” de Ricardo pita
- Realización del videoclip “Canción para el resto de los días”
- Realización del videoclip “Todos los lugares de este mundo” de la banda Salú
- Asistente de arte en el videoclip “Centrifugaba” de la banda Cadáver Exquisito
- Director de fotografía “En las Vegas estoy muerto” Cactus Gamarra
- Dvd “En vivo: desde la cueva del tigre” del concierto de Cactus Gamarra

“Creo q hay presupuestos que te dan para hacer videoclips como el de cadáver exquisito que se hizo con un esfuerzo enorme para lograrlo, o para hacer videoclips más sencillos que no son malos, por ejemplo Chanteoma de Fabrikante, es un videoclip relativamente económico con una propuesta audiovisual muy buena entonces quizás es eso, más que la producción o la inversión, es la imaginación de los realizadores es decir ver como con poco dinero se hace una obra buena.

Yo creo que no hay mas videoclips porque las bandas no quieren invertir cierto dinero en ciertas producciones, por lo general te dicen, bueno no hay plata o bueno estamos chiros, te podemos pagar este mínimo, etc., entonces los videoclips dependen de las bandas, si las bandas se toman el proyecto musical en serio es evidente que incluye el producto audiovisual.

Últimamente está aumentando la elaboración de videoclips, ya que la comunión entre el video y la música es cada vez mas inevitable gracias al internet que es un canal que te permite llegar a mucha gente alrededor del

mundo sin tener q esperar a sonar en una radio o que te pasen en un canal de música lo cual sería optimo, que los medios tradicionales te tomen en cuenta, van incluyendo a las bandas nacionales de calidad. El videoclip ha ganado su espacio y va ganando importancia en el mundo audiovisual ya que este es una puerta y representación poderosa para los artistas.

En los proyectos que he tenido a cargo hemos optimizado el guión ya que han sido producciones de escaso presupuesto y hemos tenido resultados satisfactorios tanto para los artistas como para mí como realizador.”

Guido Bajaña

Entrevista a Ernesto Yturalde - Realizador Audiovisual

Ernesto Yturalde tiene 26 años, es un Realizador Audiovisual, colorista y compositor de Efectos Visuales. Ha trabajado para varias empresas de producción como Visión1, Levector, Fly Productions entre otras.

En 2011 fundó con unos amigos GkillCity.com, el primer medio liberal, digital y alternativo del Ecuador, y pasó a encargarse de la parte de producción audiovisual. Dirigió las varias entrevistas que se realizaron a personalidades del ámbito político ecuatoriano entre los cuales figura: el presidente Rafael Correa y Guillermo Lasso, las mismas que fueron transmitidas en vivo por Ecuador TV.

Entre sus trabajos más importantes aparecen:

- Dirección del documental “Guayaquil Informal”
- Dirección del talk show político “La Descarga”
- Dirección del videoclip “Joda Punk” de la banda Zabandijas de la 18
- Composición y colorización del videoclip “Centrifugaba” de Cadáver Exquisito
- Composición y colorización del videoclip “Quiero una Noche” de Olga María
- Composición y colorización del videoclip “Tenemos” del Gobierno Nacional del Ecuador.

“Sobre la producción nacional en general, creo que se puede dividir en dos grandes categorías. Las grandes ligas, donde participan empresas contadas con los dedos, y el resto del mundo. En las grandes ligas, como Visión1 y Vértigo de Quito, la producción es muy profesional, los directores son impecables y todo está súper bien estructurado. En el resto del mundo, con productoras o estudios más pequeños, aún falta mucho profesionalismo. No es un mal solamente de la industria local pero sí es más marcada la brecha. Las agencias que piden todo 'para ayer', los clientes que no saben lo que piden, los creativos que copian la misma idea cien veces, etc. Creo que la

Ley de Comunicación ha obligado a que muchas empresas más pequeñas suban de nivel para poder competir con las grandes. Esto se debe a la prohibición de importación de spots publicitarios. Ahora se están haciendo todos los remakes en Ecuador, por lo que estás obligado a alcanzar una calidad igual a la de un comercial hecho en Brasil o Argentina, o no puedes entrar a competir. Igual creo que a la mayoría le falta más que nada en el sentido de organización. Específicamente en mi campo, sería planificar con el post-productor, que el director de fotografía hable con el colorista antes de rodar, que todos estén conversando en la mesa de preproducción, que existan Jefes de Efectos Visuales, Supervisores, etc., que todo el equipo esté coordinado. En Ecuador aún se quiere 'arreglar en post' cosas que no fueron planificadas y se cree que cortar un croma es cuestión de un clic.

Sobre la producción de videoclips, no te podría asegurar qué tan poca hay. Yo he visto muchos videoclips de muchas bandas. Creo que lo que no existe es una buena difusión de esos videoclips. Pero por ej. Cadáver Exquisito tiene, Los Corrientes, La Rocola Bacalao, GOE, Ricardo Pita, se me vienen a la cabeza en este instante. Hasta bandas hardcore (género musical de rock pesado) tienen su videoclip ahí maltrecho. Quizás la pregunta sea ¿por qué no hay producción de videoclips profesionales? y eso creo que se debe a la falta de recursos. La mayoría de bandas no tienen los recursos suficientes para sacar su disco y grabar un videoclip. Eso está cambiando ahora que se puede filmar con cámaras DSLR pero igual falta. No hay suficiente mercado como para conseguir un auspicio. Cadáver Exquisito me parece uno de los pocos casos que ha conseguido un auspicio para grabar un videoclip y sacar su disco. Ese me parecería el modelo adecuado pero lo veo muy poco factible en un medio donde ninguna banda nacional llena un local de más de 2000 personas. Creo que ser original es el camino pero hay que aprender que 'independiente' no implica 'a la patada', como muchas veces parece.”

Ernesto Yturralde

- Encuesta dirigida a músicos dentro del contexto nacional

RESULTADOS GENERALES

Preguntas	Si	No
1	7	3
2	6	4
3	6	4
4	7	3
5	3	7
6	7	3
7	10	0
8	9	1
TOTAL	55	25

Si:	6.8
No:	3.2

Tabla 1

Resultados de la Encuesta dirigida a músicos dentro del contexto nacional.

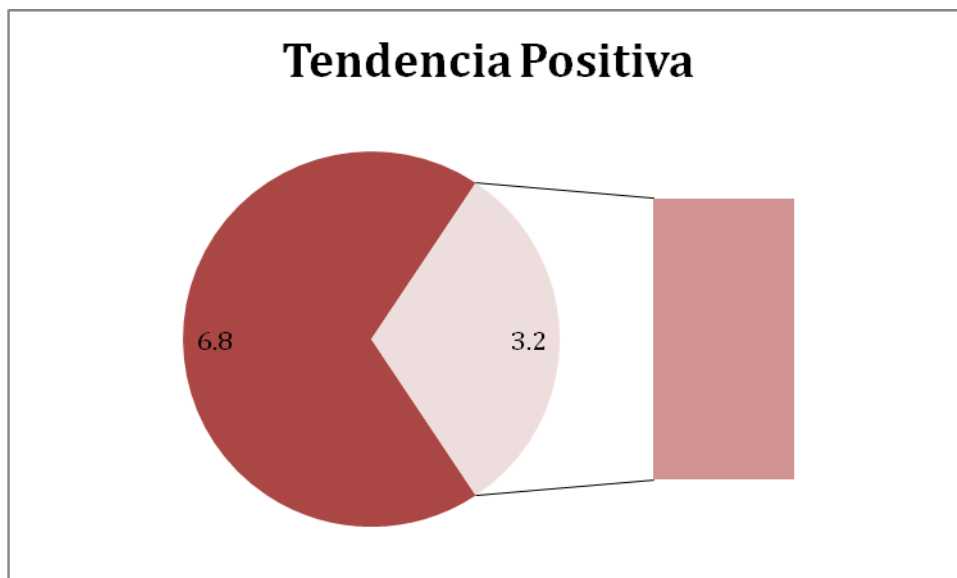


Gráfico 1

- Encuesta dirigida a productores audiovisuales dentro del contexto nacional

RESULTADOS GENERALES

Preguntas	Si	No
1	8	2
2	10	0
3	6	4
4	7	3
5	6	4
6	8	2
7	10	0
8	10	0
TOTAL	65	15

Si:	8.2
No:	1.8

Tabla 2

Resultados de la Encuesta dirigida a productores audiovisuales dentro del contexto nacional.

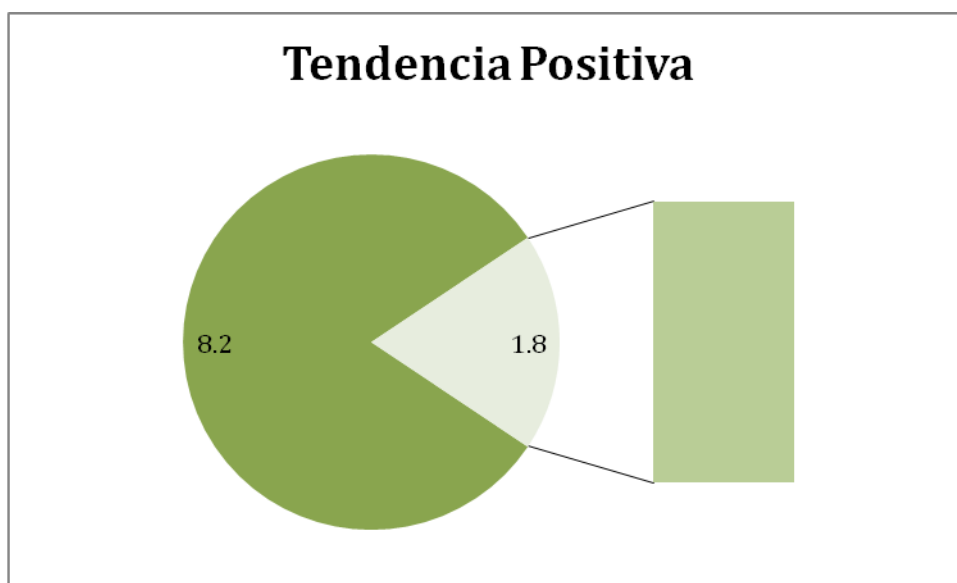


Gráfico 2

Capítulo III: Descripción del producto o presentación

3.1 Organigrama

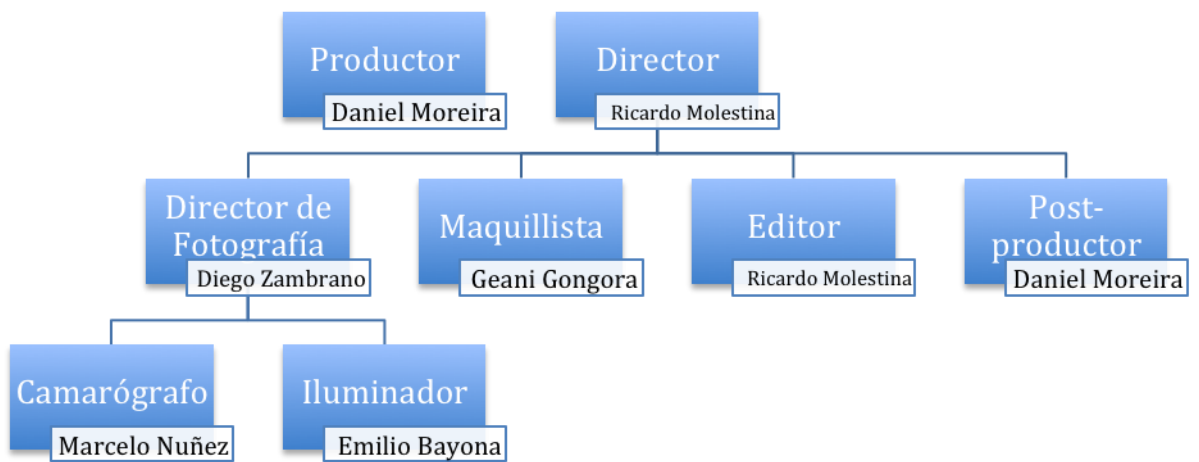


Tabla 3
Organigrama de equipo de trabajo

3.2 Cronograma

MES	Nº	ACTIVIDADES	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
JUNIO	A	Reunión con la banda y selección de canción							1
	B	Reunión de ideas para el guión	2	3	4	5	6	7	A 8
	C	Creación del guión				B			
	D	Muestra del guión a la banda	9	10	11	12	13	14	15
	E	Reunión de producción						C	
			16	17	18	19	20	21	22
								D	
		23	24	25	26	27	28	29	
		30			E				
JULIO	A	Scouting	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
	B	Elaboración del guión técnico		1	2	3	4	5	6
	C	Elaboración del storyboard				A	A		
	D	Reunión para ultimar detalles de dirección de arte	7	8	9	10	11	12	13
								B	
			14	15	16	17	18	19	20
								C	C
		21	22	23	24	25	26	27	
							D		
		28	29	30	31	27	28	29	
AGOSTO	A	Rodaje	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
	B	Revisión del material					1	2	3
			4	5	6	7	8	9	10
			A	A	A	A	A	A	B
			11	12	13	14	15	16	17
			18	19	20	21	22	23	24
			25	26	27	28	29	30	31
SEPTIEMBRE	A	Edición primer corte	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
	B	Edición segundo corte	1	2	3	4	5	6	7
	C	Edición corte final						A	A
	D	Post y colorización	8	9	10	11	12	13	14
					B	B		C	C
			15	16	17	18	19	20	21
			D	D	D	D	D	D	D
		22	23	24	25	26	27	28	
		D	D	D	D	D	D	D	
		29	30						

Tabla 4
Cronograma de actividades

3.3 Presupuesto

PROYECTO BALAS				
RESUMEN				
1. TOTAL PREPRODUCCIÓN				\$60,00
2. TOTAL PRODUCCIÓN				\$1.058,00
3. TOTAL POSTPRODUCCIÓN				\$200,00
GRAN TOTAL				\$1.318,00
1. PREPRODUCCIÓN				
			Unidad	Precio/U
			Subtotal	Total cuenta
1.1	Investigación			\$60,00
1.2.1	Transporte	2	\$15,00	\$30,00
1.2.3	Alimentación	2	\$15,00	\$30,00
SUBTOTAL PREPRODUCCIÓN				\$60,00
IMPUESTOS				
TOTAL PREPRODUCCIÓN				\$60,00
2. PRODUCCIÓN :				
			Unidad	Precio/U
			Subtotal	Total cuenta
2.1	Gastos generales			\$158,00
2.1.3	Teléfono	2	\$5,00	\$10,00
2.1.4	Impresiones	1	\$3,00	\$3,00
2.1.5	Honorarios Actores			\$145,00
2.2	Honorarios Producción			\$250,00
2.2.1	Productor			\$250,00
2.3	Honorarios Dirección			\$250,00
2.3.1	Director			\$250,00
2.4	Fotografía			\$200,00
2.4.1	Director de Fotografía			\$100,00
2.4.2	Camarógrafo			\$100,00
2.5	Transporte			\$50,00
2.6.3	Gasolina	4	\$10,00	\$40,00
2.6.4	Flete	1	\$10,00	\$10,00
2.6	Alimentación			\$150,00
2.8.1	Alimentación			\$150,00
SUBTOTAL PRODUCCIÓN				\$1.058,00
IMPUESTOS				
TOTAL DE PRODUCCIÓN				\$1.058,00
3. POSTPRODUCCIÓN :				
			Unidad	Precio/U
			Subtotal	Total cuenta
3.1	Edición de imagen			\$100,00
3.1.1	Editor			\$100,00
3.2	Postproducción de Imagen			\$100,00
3.2.1	Post productor			\$100,00
SUBTOTAL POSTPRODUCCIÓN				\$200,00
IMPUESTOS				
TOTAL DE POSTPRODUCCIÓN				\$200,00
TOTAL PREPRODUCCIÓN:				\$60,00
TOTAL PRODUCCIÓN:				\$1.058,00
TOTAL POSTPRODUCCIÓN:				\$200,00
GRAN TOTAL:				\$1.318,00

Tabla 5
Presupuesto del videoclip

3.3.1 Recursos técnicos

Por la naturaleza del proyecto se busca abaratar costos al máximo, la mayoría de los recursos a utilizar pertenecen a personas involucradas en el proyecto.

- Cámara DSLR Canon 7D
- Cámara DSLR Canon T3i
- Lente fijo de 30 mm Sigma
- Lente zoom de 18 a 135mm Canon
- 2 Trípodes para cámaras de video
- Rebotadores
- Kit de luces
- Carro1 Capacidad: 5 personas más instrumentos
- Carro2 Capacidad: 5 personas
- Parlante
- Pendrive con la canción "Balas"
- Maquillaje
- Marcadores
- Pintura en lata
- Esténcil con molde de ojo de Horus
- Botella de licor

Utilería:

- Pirámide Cristal
- Vajilla Honda para comida
- copas de cristal
- Olla con tapa metálica + cucharon negro
- Mesa de cristal con dos sillas de metal
- Sangre y viseras falsas preparadas con antelación
- Granada de Guerra Falsa
- Parlantes para decorado

- Maletín Negro
- Llantas viejas
- Sillón
- Televisor
- Cables de electrocardiogramas con succionador
- Cables con pinzas sujetadoras azules
- Control remoto
- Instrumentos Musicales:
 - Batería
 - Bajo
 - Guitarra
 - 2 Pedestales

Vestuario:

- DAMA: Vestido negro largo, aretes, collar y pulsera de Brillantes verde, zapatos altos negros.
- CABALLERO: Terno negro con corbata, lentes y anillos.
- COCINERO: Camisetilla Blanca, delantal negro, pañuelo naranja.
- EMBARAZADA: Bata medica azul abierta en el medio, collar de búho, ropa interior o traje de baño, aretes de perlas blancas.

3.3.2 Recursos operativos

En el rodaje se contará con la ayuda de amigos de la banda e interesados en ser parte de un videoclip para reducir gastos de presupuesto. A continuación una tabla con el equipo básico que se utilizará en esta producción.

Cargo	Nombre	Función
Productor	Daniel Moreira	Planeación y administración de todo el proyecto. Está presente en todas las etapas desde la idea inicial hasta la distribución.
Director	Ricardo Molestina	Guiones, encuadres, dirección de actores y personal. Se encarga del ámbito artístico del proyecto
Director de Fotografía	Diego Zambrano	Composición de los encuadres e iluminación
Camarógrafo	Marcelo Núñez	Manejo de la cámara
Iluminador	Emilio Bayona	Luces y rebotadores
Maquillaje	Geani Góngora	Corregir imperfecciones faciales y efectos de sangre.
Editor	Ricardo Molestina	Revisar el material con el director y editar el videoclip
Postproductor	Daniel Moreira	Colorización y efectos especiales.

Tabla 6
Recursos operativos de rodaje

3.4 Propuesta artística

La banda musical Turbobiela se fundamenta en el género Punk Rock, por ello hemos buscado a través de la selección de locaciones, colores y encuadres, contar una historia de rebeldía que denuncia su inconformidad frente a la injusticia de una sociedad que respecto de su mirada, pretende programarnos y hacernos vivir mecánicamente sin cuestionar las acciones habituales que conforman nuestra existencia como individuos. Con metáforas y símbolos buscamos crear un videoclip que exponga la temática musical y que además tenga un mensaje oculto y una segunda lectura.

Utilizamos encuadres imperfectos que en la mayoría van a tener una composición asimétrica dándole un aspecto sucio con tomas movidas, un juego de enfoque y desenfoco y que recrea un aspecto de película antigua, esto con el propósito de realzar la suciedad.

Las locaciones escogidas fueron: el mercado de Tarqui de la ciudad de Manta, un parterre de una calle central (se visualiza en medio del tráfico), una casa abandonada y "La Poza" (lugar popular en Manta que cuenta con botes abandonados); todas las locaciones son antiestéticas y podrían considerarse desagradables, sin embargo, son sitios referenciales de la cultura y el contexto social próximo a la banda, por ello tiene un componente psicológico y social preponderante, y es precisamente allí donde éstas locaciones son consideradas bellas.

Los símbolos principales utilizados a lo largo del videoclip son:

- Pirámide: esta forma geométrica tiene varios significados desde los inicios de la humanidad, uno de ellos es el poder.
- El ojo de Horus: en la cultura egipcia era un símbolo mágico de sanación, se lo consideraba uno de los amuletos más poderosos.
- Búho: animal que simboliza sabiduría, tristeza, ocultismo, buena suerte y la noche dependiendo de la cultura que lo utiliza.

El búho, la pirámide y el ojo de Horus son símbolos muy utilizados en teorías modernas de conspiración universal, como por ejemplo: la de los Illuminati (una sociedad secreta cuyo objetivo es dominar al mundo acabando con cualquier creencia y con todos los gobiernos creando el “nuevo orden mundial”).

- La escena de la pareja elegante comiendo desagradablemente simboliza el especismo: “Discriminación contra aquellos que no están clasificados como pertenecientes a una o más especies determinadas”. Recuperado de: <http://www.especismocero.org/que-es-especismo>.

El concepto de especismo fue escogido porque hace referencia a que la mayoría de las personas justifican el comer animales por el sabor cuando este acto no es necesario para vivir y además genera una variedad de atrocidades hacia seres sintientes, contribuyendo a un sistema social de desigualdad que no solo se limita a los animales, sino al derroche de recursos naturales que está acabando con el planeta y el desequilibrio en la distribución de alimentos en todas las poblaciones del mundo. Esta escena será en blanco para acentuar el retroceso moral que implica comer carne.

3.4.1 Guión Literario

BALAS

1 ESC

CASA ABANDONADA

EXT DÍA

En una pared, de una construcción en estado de demolición, podemos leer la palabra “Balas” escrita con aerosol.

2 ESC

MERCADO

EXT DÍA

Tres personas en medio de una calle transitada de un mercado, ellos están bloqueando la corriente de personas que pasan a su alrededor, hasta que son separados por gente que pasa entre ellos.

3 ESC

HABITACION

INT DÍA

Los tres miembros de la banda están parados en la mitad de una calle muy transitada del mercado de Tarqui de la ciudad de Manta mientras personas caminan a su alrededor en todas las direcciones algunas inclusive chocando contra ellos.

4 ESC

POZA (BARCO HUNDIDO)

EXT DÍA

El bajista de Turbobiela sobre un barco abandonado, camina de un lado al otro del bote, el baterista hace un gesto y se arregla el cabello como esperando la hora de tocar, La calma antes de la tormenta.

5 ESC	CASA ABANDONADA	EXT DÍA
--------------	------------------------	----------------

En medio observamos una pirámide de cristal, como omnipresente en todo el video, siendo más directos a la hora de presentar la pirámide. En primer plano se encuentra la pirámide, y en el fondo los integrantes de Turbobiela.

6 ESC	MERCADO	EXT DÍA
--------------	----------------	----------------

Gente caminando por las calles del mercado. Todo sigue su curso normal.

7 ESC	PARTERRE	EXT DÍA
--------------	-----------------	----------------

Guitarrista y Bajista tocando la canción

8 ESC	CASA ABANDONADA	EXT DÍA
--------------	------------------------	----------------

Todos los integrantes de Turbobiela tocando, se visualiza el fondo de la casa abandonada.

9 ESC	HABITACION	INT DÍA
--------------	-------------------	----------------

Mano de la embarazada con un control remoto cambiando de canal, con cables a su alrededor. Podemos observar su barriga conectada a cables. Y su mirada perdida como último cuadro.

10 ESC	PARTERRE	EXT DÍA
---------------	-----------------	----------------

Los integrantes de Turbobiela en medio de los carros tocando su música, los carros los rodean, ellos siguen tocando sin importarles la normalidad a su alrededor.

11 ESC

CASA ABANDONADA

EXT DÍA

Pared escrita con las palabras: "Se Jodieron". Luego vemos un maletín. Una pareja está haciendo un brindis, el festín que ordenaron es traído a su mesa por un mesero de aspecto sangriento. El mesero les sirve en el medio de ellos una masa sangrienta de viseras. Con los integrantes de Turbobiela tocando de fondo. Ellos se sirven directamente del plato en el centro de la mesa, con sus manos, como animales salvajes alimentándose de carroña. Podemos ver sus bocas alimentándose y sintiendo la satisfacción falsa del alimento fácil.

12 ESC

MERCADO

EXT DÍA

Los integrantes de Turbobiela en medio del mercado con gente pasando a su alrededor, todo sigue normal pero la velocidad de lo que pasa a su alrededor ha aumentado.

13 ESC

PARTERRE

EXT DÍA

Los integrantes de Turbobiela tocando en el parterre, nos acercamos un poco más a cada uno, para tener detalles de los instrumentos de forma individual.

14 ESC

MERCADO

EXT DÍA

El baterista juega con una granada lanzándola de arriba a abajo, la deja caer, y se agacha a recogerla. Luego vemos a los integrantes de Turbobiela golpeando una botella de alcohol en el tradicional movimiento para "sacarle los diablos a una botella".

15 ESC

HABITACION

INT DÍA

Observamos el vientre de la mujer embarazada con cables, llegamos hasta a su mirada, para que nuestro recorrido sea parado violentamente justo antes de llegar a sus ojos, al retomar el camino de su mirada podemos observar directamente sus ojos, en ese momento una sucesión de imágenes rápidas nos invaden, cables, televisores vacíos, movimientos de manos aplastando botones , como una lluvia de mensajes subliminales .

16 ESC

CIERRE

EXT DÍA

Mostramos saliendo de nuestro cuadro de realidad a los integrantes de la banda, salen de nuestra pantalla para volver a su normalidad, luego mostramos a la dama volviendo a consumir felizmente su porción de viseras, para cerrar con un detalle del ojo de Horus.

3.4.2 Guión Técnico

IMAGEN			AUDIO	
ESCENA	PLANO		ACCIÓN	TEXTOS
ESCENA 1 CASA ABANDONADA EXT. DÍA	1	Plano General	<i>Una casa derrumbada, vemos en una pared la palabra balas escrita con aerosol</i>	Intro Bala
ESCENA 2 MERCADO EXT. DÍA	2	Plano Americano	3 personas en medio de una calle transitada de un mercado, la gente choca con ellos, son los integrantes de la banda Turbobiela	Intro Balas
ESCENA 3 CUARTO INT. DÍA	3	Primer Plano	<i>Una chica en un sofá, de fondo el bajo siendo tocado por el bajista de Turbobiela</i>	Intro Balas
ESCENA 4 POZA EXT. DÍA	4	Plano General	Bajista y Baterista en un bote abandonado	Intro Balas
ESCENA 5 CASA ABANDONADA EXT. DÍA	5	Plano Detalle	Una pirámide pequeña de cristal, de fondo los integrantes de Turbobiela con sus instrumentos	Intro Balas
ESCENA 6 MERCADO EXT. DÍA	6	Plano General	Gente caminando por las calles del mercado	Intro Balas
ESCENA 7 PARTERRE EXT. DÍA	7	Plano Medio	Guitarrista y Bajista tocando la canción, movimientos de cámara suelta.	Intro Balas
ESCENA 8 CASA ABANDONADA EXT. DÍA	8	Plano General	Los integrantes de Turbobiela tocando la canción de fondo se ve el grafiti "balas"	Intro Balas

ESCENA CUARTO INT. DÍA	3	9	Plano Detalle	Mano de la embarazada con un control remoto cambiando de canal, con cables a su alrededor.	Intro Balas
ESCENA CUARTO INT. DÍA	3	10	Primer Plano	Embarazada con la mirada perdida	Intro Balas
ESCENA CUARTO INT. DÍA	3	11	Plano Detalle	Mano de la embarazada con un control remoto cambiando de canal	Intro Balas
ESCENA CUARTO INT. DÍA	3	12	Plano Detalle	Barriga de la embarazada con cables conectados	Intro Balas
ESCENA CUARTO INT. DÍA	3	13	Plano Detalle	Mano de la embarazada con un control remoto cambiando de canal	Intro Balas
ESCENA PARTERRE EXT. DÍA	5	14	Plano General	La banda tocando mientras vehículos circulan con normalidad	Balas para el mundo
ESCENA PARTERRE EXT. DÍA	5	15	Primer Plano	Vocalista cantando	Intolerable sociedad
ESCENA PARTERRE EXT. DÍA	5	16	Plano Medio	Bajista tocando	Gente reprimida
ESCENA PARTERRE EXT. DÍA	5	17	Primer Plano	Baterista tocando	Para mí no hay lugar
ESCENA PARTERRE EXT. DÍA	5	18	Plano General	La banda tocando mientras vehículos circulan con normalidad	Seré lo que yo quiera ser, nadie nos va a joder

ESCENA PARTERRE EXT. DÍA	5	19	Plano Medio	Bajista tocando	Seré lo que yo quiera ser
ESCENA PARTERRE EXT. DÍA	5	20	Plano General	La banda tocando mientras vehículos circulan con normalidad	Nadie nos va a joder
ESCENA CASA ABANDONADA EXT. DÍA	6	21	Plano Detalle	Grafiti “se jodieron”	Solo instrumental
ESCENA CASA ABANDONADA EXT. DÍA	6	22	Plano Detalle	Maletín a los pies de un señor que viste de etiqueta	Solo instrumental
ESCENA CASA ABANDONADA EXT. DÍA	6	23	Plano Medio	Mientras las copas de una pareja vestida elegantemente para la ocasión chocan en brindis, con una pirámide como centro de mesa, llega el mesero con una olla llena de vísceras sangre y muerte, de fondo la banda Turbobiela tocando	Solo instrumental
ESCENA CASA ABANDONADA EXT. DÍA	6	24	Plano Detalle	Comida grotesca cayendo en el plato	Solo instrumental
ESCENA CASA ABANDONADA EXT. DÍA	6	25	Plano Detalle	Las Manos de la dama y el caballero se acercan al plato y cogen comida	Solo instrumental
ESCENA CASA ABANDONADA EXT. DÍA	1	26	Plano General	La banda tocando en la casa abandonada, parte del encuadre es el grafiti “balas”	Solo instrumental
ESCENA CASA ABANDONADA EXT. DÍA	6	27	Primer Plano	Dama grotescamente comiendo	Solo instrumental




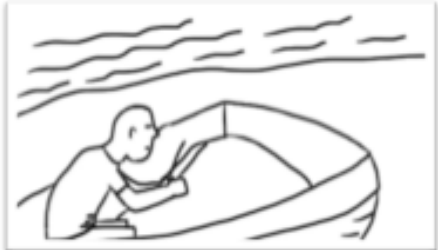
ESCENA CASA ABANDONADA EXT. DÍA	6	28	Primer Plano	Caballero comiendo grotescamente	Solo instrumental
ESCENA MERCADO EXT. DÍA	2	29	Plano General	Los integrantes de Turbobiela parados en el medio de la calle del mercado mientras gente los choca Efecto: Cámara Rápida	Solo instrumental
ESCENA PANTERRE EXT. DÍA	5	30	Primer Plano	Vocalista cantando	Balas para el mundo, así es la puerca sociedad
ESCENA CASA ABANDONADA EXT. DÍA	1	31	Plano General	La banda tocando en la casa abandonada, parte del encuadre es el grafiti "balas"	Gente reprimida, para mí no hay lugar
ESCENA MERCADO EXT. DÍA	2	32	Plano Medio	Baterista jugando con una granada en medio del mercado	Seré lo que yo quiera ser
ESCENA PARTERRE EXT. DÍA	5	33	Primer Plano	Vocalista cantando	Nadie nos va a joder, seré lo que yo quiera ser
ESCENA MERCADO EXT. DÍA	2	34	Plano Detalle	Los integrantes de Turbobiela sacándole los diablos a una botella , en una esquina del mercado	Seré lo que yo quiera ser
ESCENA CUARTO INT. DÍA	3	35	Primer Plano	Un tilt up que empieza en la barriga de la embarazada y termina en el primer plano	Nadie nos va a joder
ESCENA CUARTO INT. DÍA	3	36	Plano Detalle	La barriga de la embarazo en ángulo 3/4	Remate batería




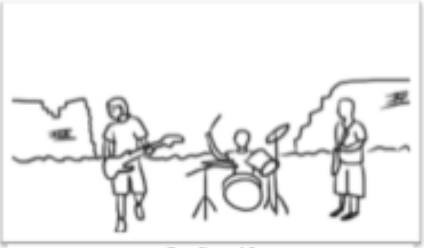
ESCENA CUARTO INT. DÍA	3	37	Plano Detalle	Mano de la embarazada con un control remoto cambiando de canal	Remate batería
ESCENA CUARTO INT. DÍA	3	38	Plano Detalle	Mano de la embarazada conectada a unos cables	Remate batería
ESCENA CUARTO INT. DÍA	3	39	Plano Detalle	Barriga de la embarazada desde arriba	Remate batería
ESCENA CUARTO INT. DÍA	3	40	Plano Detalle	Mano de la embarazada con un control remoto cambiando de canal	Remate batería
ESCENA CUARTO INT. DÍA	3	41	Over Shoulder	Embarazada viendo al televisor	Remate batería
ESCENA CASA ABANDONADA EXT. DÍA	1	42	Plano General	La banda tocando en la casa abandonada, parte del encuadre es el grafiti "balas"	Nadie nos va a joder
ESCENA CASA ABANDONADA EXT. DÍA	6	43	Primer Plano	Dama comiendo grotescamente	Nadie
ESCENA CASA ABANDONADA EXT. DÍA	1	44	Plano General	Los integrantes de Turbobiela reposando en los escombros cerca del grafiti "balas"	Nos va a joder
ESCENA MERCADO EXT. DÍA	2	45	Plano Medio	Los integrantes de Turbobiela caminando entre la multitud del mercado	Nadie
ESCENA POZA EXT. DÍA	4	46	Plano General	Los integrantes de Turbobiela segundos después de tocar la canción sobre el bote	Nos va a joder



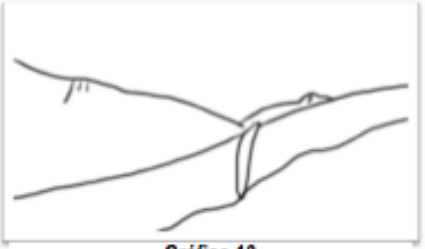

ESCENA CASA ABANDONADA EXT. DÍA	6	47	Primer Plano	Caballero comiendo grotescamente	Cierre
ESCENA CASA ABANDONADA EXT. DÍA	1	48	Plano Detalle	Tilt Down empieza con la banda desenfocada y termina con el ojo de Horus.	Cierre





Tabla 7
Guión técnico del videoclip





3.4.3 Story Board

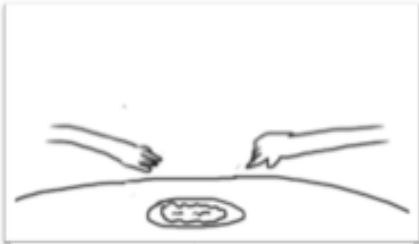



 <p>Grafico 3</p>	 <p>Grafico 4</p>
<p>Audio: Intro Bala</p>	<p>Audio: Intro Balas</p>
 <p>Grafico 5</p>	 <p>Grafico 6</p>
<p>Audio: Intro Balas</p>	<p>Audio: Intro Balas</p>

 <p style="text-align: center;">Grafico 7</p>		 <p style="text-align: center;">Grafico 8</p>
<p style="text-align: center;">Audio: Intro Balas</p>		<p style="text-align: center;">Audio: Intro Balas</p>
 <p style="text-align: center;">Grafico 9</p>		 <p style="text-align: center;">Grafico 10</p>
<p style="text-align: center;">Audio: Intro Balas</p>		<p style="text-align: center;">Audio: Intro Balas</p>

 <p style="text-align: center;">Gráfico 11</p>		 <p style="text-align: center;">Gráfico 12</p>
<p style="text-align: center;">Audio: Intro Balas</p>		<p style="text-align: center;">Audio: Intro Balas</p>
 <p style="text-align: center;">Gráfico 13</p>		 <p style="text-align: center;">Gráfico 14</p>
<p style="text-align: center;">Audio: Intro Balas</p>		<p style="text-align: center;">Audio: Intro Balas</p>

 <p data-bbox="560 551 651 573">Gráfico 15</p>	 <p data-bbox="1182 566 1273 589">Gráfico 16</p>
<p data-bbox="520 618 679 640">Audio: Intro Balas</p>	<p data-bbox="959 618 1469 663">Audio: Balas para el mundo , Intolerable sociedad , Gente reprimida</p>
 <p data-bbox="560 931 651 954">Gráfico 17</p>	 <p data-bbox="1182 943 1273 965">Gráfico 18</p>
<p data-bbox="360 992 839 1014">Audio: Para mí no hay lugar , Seré lo que yo quiera ser</p>	<p data-bbox="1102 992 1350 1014">Audio: nadie nos va a joder</p>

 <p data-bbox="539 1350 635 1373">Gráfico 19</p>	 <p data-bbox="1177 1350 1273 1373">Gráfico 20</p>
<p data-bbox="480 1408 695 1431">Audio: Solo instrumental</p>	<p data-bbox="1110 1408 1326 1431">Audio: Solo instrumental</p>
 <p data-bbox="555 1704 651 1727">Gráfico 21</p>	 <p data-bbox="1177 1704 1273 1727">Gráfico 22</p>
<p data-bbox="480 1760 695 1783">Audio: Solo instrumental</p>	<p data-bbox="1110 1760 1326 1783">Audio: Solo instrumental</p>

 <p style="text-align: center;">Gráfico 23</p>	 <p style="text-align: center;">Gráfico 24</p>
<p style="text-align: center;">Audio: Solo instrumental</p>	<p style="text-align: center;">Audio: Solo instrumental</p>
 <p style="text-align: center;">Gráfico 25</p>	 <p style="text-align: center;">Gráfico 26</p>
<p style="text-align: center;">Audio: Balas para el mundo, así es la puerca sociedad</p>	<p style="text-align: center;">Audio: Gente reprimida, para mi no hay lugar seré lo que yo quiera ser</p>


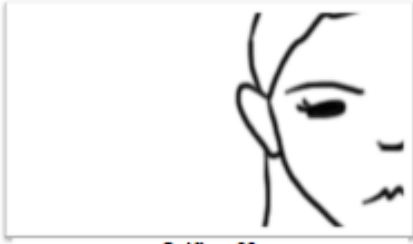


 <p style="text-align: center;">Gráfico 27</p>	 <p style="text-align: center;">Gráfico 28</p>
<p style="text-align: center;">Audio: Nadie nos va a joder, seré lo que yo quiera ser</p>	<p style="text-align: center;">Audio: Seré lo que yo quiera ser , Nadie nos va a joder</p>
 <p style="text-align: center;">Gráfico 29</p>	 <p style="text-align: center;">Gráfico 30</p>
<p style="text-align: center;">Audio: Solo instrumental</p>	<p style="text-align: center;">Audio: Nadie nos va a joder</p>



Gráfico 31

Audio: Nos va a joder Nos va a joder



Gráfico 32

Audio: cierre

3.4.4 Casting

Para disminuir el alcance del presupuesto, el cual se sabe es reducido, se busco contar una historia con la mínima interpretación de parte de los actores para así poder pedir ayuda a amigos de los miembros de la banda o que estén ligados al proyecto por cualquier razón, a continuación el detalle:

Participantes:

Christian Villavicencio Chávez	Caballero
Natacha Andrea Cedeño Cantos	Dama
Fernando Ariel Dilernia	Chef
Génesis Liliana Salguero García	Embarazada

Integrantes de Turbobiela:

Daniel Hernando Andrade Jadán	Baterista
Favio Baldeón Calderón	Vocalista
Mario Jadán Murgueitio	Bajista

3.4.5 Plan de Rodaje

Día 1 - Escena Habitación Embarazada- Lunes 4 de Agosto		
HORA	LOCACION	ACTIVIDAD
8:00	Habitación	Acomodar Habitación
9:00	Habitación	Pruebas de cámara, iluminación
10:00	Habitación	Recoger Actriz Embarazada
10:30	Habitación	Pruebas de Cámara, Luces con actriz
11:00	Habitación	Ensayo general
11:30	Habitación	Comienzo grabación
13:00	Habitación	Descanso y Alimentación
14:00	Habitación	Reanuda grabación
16:00	-	Transporte para bajista de Turbobiela con instrumento
18:00	-	Transporte para talentos y equipo de producción
Día 2 – Escenas Poza y Parterre – Martes 5 de Agosto		
HORA	LOCACIÓN	ACTIVIDAD
8:00	-	Recoger a los talentos e instrumentos
9:00	Poza	Marcación de espacio y ubicación de elementos
10:00	Poza	Ensayo
10:30	Poza	Comienzo grabación
12:30	-	Transporte a locación Parterre
13:00	Parterre	Alimentación y dirección a banda
14:00	Parterre	Grabación
15:00	Parterre	Descanso
15:30	Parterre	Grabación
18:00	-	Transporte de regreso a casa
Día 3 - Escena Mercado – Miércoles 6 de Agosto		
HORA	LOCACIÓN	ACTIVIDAD
8:00	-	Transporte miembros de la banda y personal
10:00	Mercado	Ubicación y ensayo
10:30	Mercado	Grabación
12:00	Mercado	Descanso y alimentación
13:00	Mercado	Grabación
15:00	-	Transporte a locación casa abandonada
16:00	Casa abandonada	Preparación Locación

18:00	-	Transporte
Día 4 – Escenas Casa abandonada – Jueves 7 de Agosto		
HORA	LOCACIÓN	ACTIVIDAD
8:00	-	Transporte actores y personal
10:00	Casa abandonada	Ensayo
10:30	Casa abandonada	Grabación
11:30	Casa abandonada	Descanso
12:00	Casa abandonada	Grabación
13:30	Casa abandonada	Alimentación
14:00	-	Transporte actores hacia casa abandonada
15:00	Casa abandonada	Ensayo
15:30	Casa abandonada	Grabación
17:30	Casa abandonada	Recoger utilería y limpieza del lugar
18:00	Casa abandonada	Transporte

Tabla 8
Plan de rodaje del videoclip

3.4.6 Escaleta

Al ser un videoclip musical no es necesario realizar una escaleta ya que con el guión técnico, storyboard y plan de rodaje es suficiente para guiarse en el rodaje.

3.5 Gestión de proyección del producto artístico

Considerando que el proyecto cuenta con un presupuesto de menor alcance y gracias a las múltiples herramientas que nos ofrece el internet, el videoclip será colgado en las diferentes redes sociales y se le ofrecerá a la banda la opción de crear su propio sitio web a un precio accesible.

- Propuesta del sitio Web.

HOSTING Y DOMINIO POR UN AÑO					
Compañía	Dirección	Web	a	Costo	Esto incluye:
	escoger: (sugeridas)	(sugeridas)		anual	
Turbo Biela	www.turbobiela.com			\$80,00	-Un dominio (www.nombre.com)
	www.turbobielaoficial.com			\$80,00	-Un servicio de hosting (espacio en internet) -Publicación de una portada con el Logotipo de la banda, un video y enlaces directos a redes sociales. También se puede añadir "Sitio en construcción" -25 cuentas de correo personalizadas por ejemplo: jandrade@turbobiela.com y alias ilimitados como: contrataciones@turbobiela.com

Nota: Este servicio presenta estos valores por la activación de un año, si es adquirido inmediatamente, el recordatorio de renovación será emitido el próximo año con algunas semanas de anticipación a la fecha de caducidad.

El valor total de hosting y dominio está compuesto por el costo del dominio (si es .com \$20 y si es .ec \$40 dólares) y el costo del hosting (\$60 dólares).

El pago podrá efectuarse en efectivo o con depósito en cuenta.

Tabla 9
Presupuesto del sitio web

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El objetivo principal de realizar un videoclip de género musical, aplicando alternativas de producción y post-producción de bajo presupuesto es crear una opción para los artistas independientes, ofreciéndoles la posibilidad de acceder a un videoclip con un presupuesto de menor alcance sin menguar la calidad del producto final. El número de músicos nacionales independientes es cada vez mayor y el espacio de distribución en los medios tradicionales como radio y televisión es poco accesible, por ello encontramos en la difusión por la web la alternativa adecuada para que estos artistas puedan canalizar sus proyectos.

Los resultados de las encuestas realizadas en el presente trabajo evidencian que los músicos están interesados en obtener servicios en desarrollo de videoclips a costos accesibles y de buena calidad. No están informados sobre Productoras Audiovisuales locales que brinden este tipo de servicios potenciando el desarrollo de material nacional artístico, sin embargo, muestran una postura optimista a acceder a ellos y a utilizar herramientas de internet para promocionarse de forma económica y efectiva por medio de páginas webs y redes sociales.

Concluimos que la escasa producción de videoclips musicales en el país es evidente y el poder ofrecer una alternativa más accesible a los músicos que a la vez cuente con una opción de distribución efectiva y ahorrativa es necesaria y no solo beneficiará a los artistas sino también a los productores audiovisuales que proponen un nuevo mercado, aumentando las alternativas de ejecutar proyectos destacables y viables.

Dentro de nuestras recomendaciones, consideramos que para elaborar videoclips de bajo presupuesto pero con óptimos resultados en su calidad,

debemos ser creativos y estrictamente profesionales, es decir, valernos de recursos naturales para escoger las locaciones por ejemplo, hay muchos lugares atractivos dentro de nuestro país, inclusive en nuestra ciudad; es cuestión de investigarlos, conocerlos y ampliar las opciones. Grabar en sitios públicos nos permitió hacer uso de lugares adecuados sin inversión económica, pero es importante resaltar que estos sitios también tenían un significado intrínseco para la banda musical y la canción. Por ello es necesario conectar nuestra creatividad y uso de recursos, al propósito que demanda el artista, así el producto final será de satisfacción mutua.

Otra recomendación es guardar la disciplina dentro de la planificación del videoclip, debe elaborarse un plan de rodaje que abarque en detalle todo lo que vamos a requerir, simultáneamente trabajando en la redacción de recursos técnicos y operativos, ya que dentro de cualquier proyecto pueden surgir inconvenientes de última hora, que serán más fácilmente resueltos y nos sujetamos a un formato previamente establecido que guíe nuestro trabajo, esto no quiere decir que dicho formato sea inflexible, podríamos estar ante la necesidad de modificar ciertos aspectos durante el rodaje, pero al mantener un orden en el que todo el equipo esté coordinado, podremos controlar efectivamente éstos imprevistos.

Como última recomendación sugerimos contar historias sencillas en los videoclips, esto no significa que serán simples, podemos crear escenas donde no se requiera la participación profesional de actores ya que esto elevaría el presupuesto, sin embargo, podríamos elaborar situaciones interpretativas donde personas relacionadas al proyecto participen y recreen personajes en planos específicos sin demandar una actuación difícil, además el número de personas que intervienen en el videoclip también será tomado en cuenta en base al presupuesto. En nuestra propuesta elaborada con pocos participantes logramos crear un escenario social compuesto por una trama compleja.

Referencias Bibliográficas

Libros

- Jane Barwell, (2009) *“Fundamentos de la creación cinematográfica”*. Barcelona España. Parramòn Ediciones S.A.
- Ana María Sedeño Valdellós, (2006) *Tesis videoclip musical: desarrollo industrial y últimas tendencias internacionales*. Universidad de Málaga
- Charlotte Worthington, (2010) *“Bases del cine: Producción”*. Barcelona España. Parramòn Ediciones S.A.
- Robert Edgar-Hunt, (2010) *“Bases del cine: Dirección”*. Barcelona, España. Parramòn Ediciones S.A.
- *Robert Edgar-Hunt, John Marland y James Richards, (2010) “Bases del cine: Guión”*. Barcelona, España. Parramòn Ediciones S.A.

Internet

- Ana María Sedeño Valdellós, *Cine y Educación*. Link: <http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/anamariasedenovaldellos.htm> (9 de Agosto 2014).
- David Fierro S., (2009) *Conociendo el videoclip*. Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina. Link: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/10108_29107.pdf (13 de julio del 2014).
- Jennifer Rodríguez López y J. Ignacio Aguaded Gómez, (2003) *Propuesta metodológica para el análisis del vídeo musical*, Cataluña, España. Link: http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q39_Rodriguez_Aguaded_ES.pdf (16 de junio del 2014).

- *Ley de Comunicación de la República del Ecuador, (2013) Ecuador.*
Link: <http://www.comunicacion.gob.ec> (Consultado el 15 de Agosto del 2014).
- Richard D. Ryder, *Especismo.* Link:
<http://www.especismocero.org/que-es-especismo> (Consultado el 22 de julio del 2014).
- *La Orden de los Illuminati: sus orígenes, sus métodos, y su influencia en los acontecimientos mundiales.* Link:
<http://elnuevodespertar.wordpress.com/2011/12/05/la-orden-de-los-illuminati-sus-origenes-sus-metodos-y-su-influencia-en-los-acontecimientos-mundiales/> (Consultado el 27 de Julio del 2014).

Anexos

Anexo 1 –Formato Encuestas

Encuesta dirigida a músicos

Responda SI o NO a las siguientes preguntas

- 1) ¿Considera que el mercado musical se ha expandido en los últimos años?
- 2) ¿Cree usted que los músicos cuentan con suficiente apoyo por parte de entidades gubernamentales para promocionarse?
- 3) ¿Considera que los músicos tienen el apoyo de las radiodifusoras en la difusión de su material musical?
- 4) ¿Cree usted que la ciudad cuenta con espacios públicos donde los músicos puedan realizar espectáculos?
- 5) ¿Tiene usted conocimiento de productoras audiovisuales que ofrezcan costos accesibles por desarrollar videos musicales?
- 6) ¿Cree usted que es viable realizar videos musicales a bajo costo y de buena calidad?
- 7) ¿Le interesaría conocer sobre los servicios d productoras musicales que realicen videoclips de buena calidad a bajo costo?

- 8) ¿Considera usted que las redes sociales y páginas web son un buen escenario para la difusión de videoclips musicales?

Encuesta dirigida a productores audiovisuales

Responda SI o NO a las siguientes preguntas

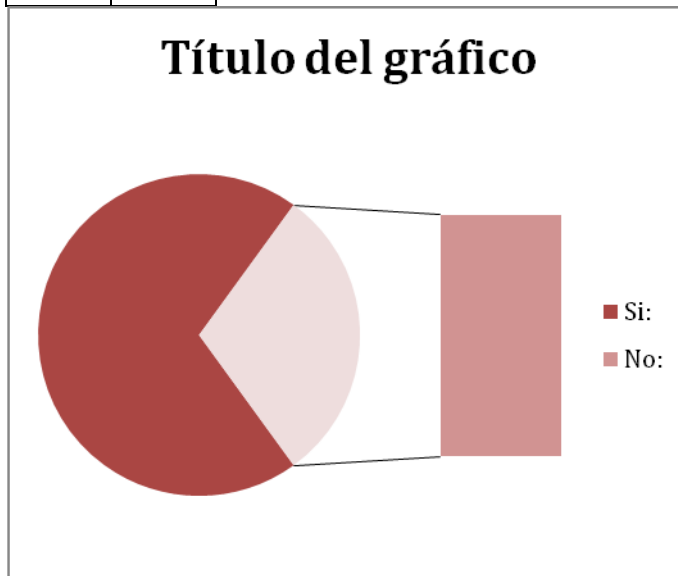
- 1) ¿Considera que el mercado musical se ha expandido en los últimos años?
- 2) ¿Cree usted que las bandas musicales requieren de productoras audiovisuales que ofrezcan servicios de calidad a bajo costo?
- 3) ¿Usted considera que las bandas musicales están interesadas en invertir en la realización de videoclips?
- 4) ¿Cree usted que las bandas musicales no invierten en la realización de videoclips por falta de presupuesto?
- 5) ¿Cree usted que las bandas musicales no invierten en videoclips profesionales por el alto costo de las productoras audiovisuales?
- 6) ¿Cree usted que es viable brindar bajos costos y buena calidad en la producción de videoclips?
- 7) ¿Considera usted que si las bandas musicales contarán con precios accesibles para la realización de videoclips, harían la inversión?
- 8) ¿Considera usted que las redes sociales y páginas web son una forma económica y eficaz para promocionar videoclips?

Anexo 2 – Resultados Encuestas

Encuesta dirigida a músicos

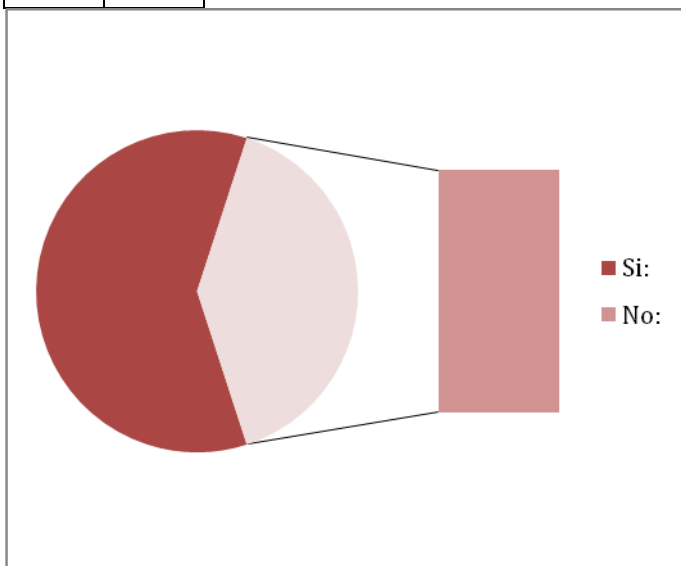
1) ¿Considera que el mercado musical se ha expandido en los últimos años?

Si:	7
No:	3



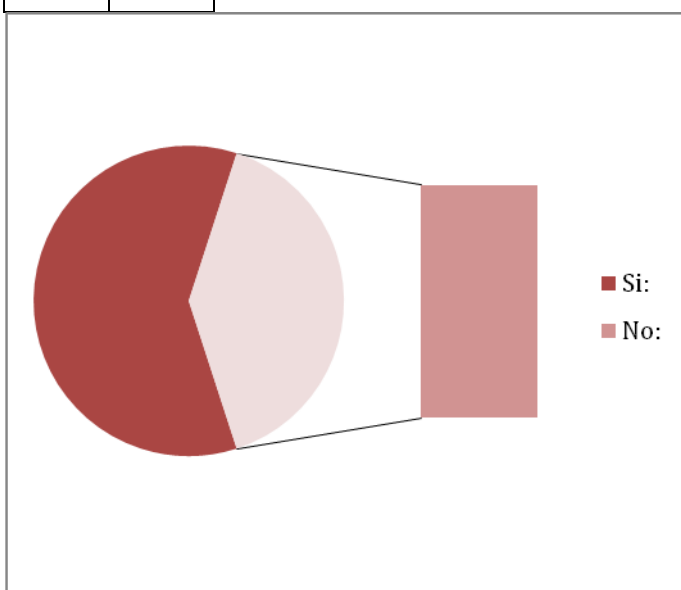
2) ¿Cree usted que los músicos cuentan con suficiente apoyo por parte de entidades gubernamentales para promocionarse?

Si:	6
No:	4



3) ¿Considera que los músicos tienen el apoyo de las radiodifusoras en la difusión de su material musical?

Si:	6
No:	4



4) ¿Cree usted que la ciudad cuenta con espacios públicos donde los músicos puedan realizar espectáculos?

Si:	7
No:	3

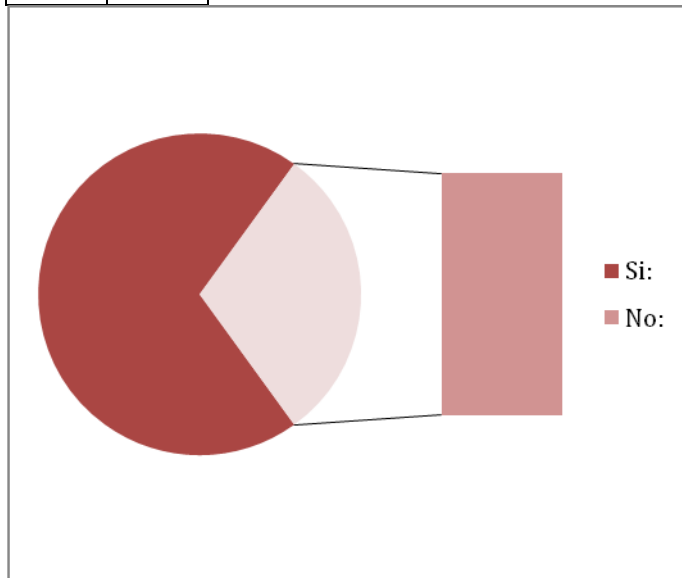
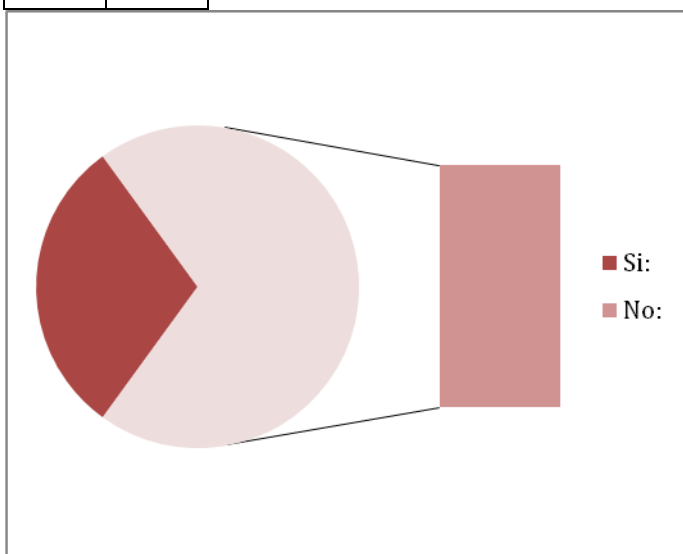


Grafico 36

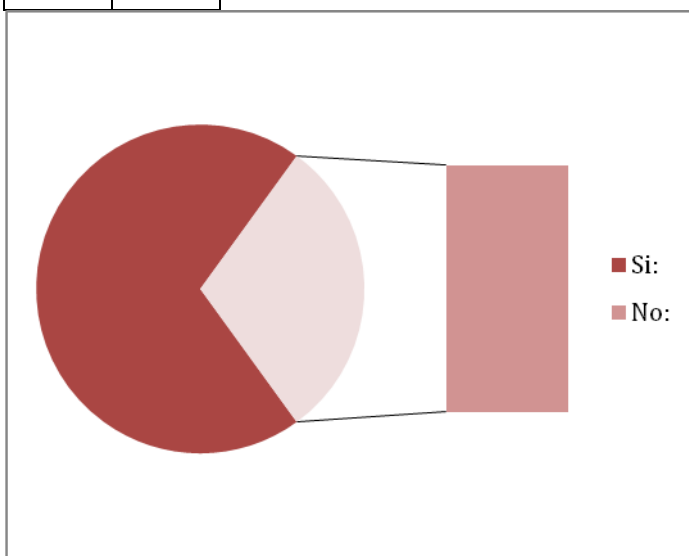
5) ¿Tiene usted conocimiento de productoras audiovisuales que ofrezcan costos accesibles por desarrollar videos musicales?

Si:	3
No:	7



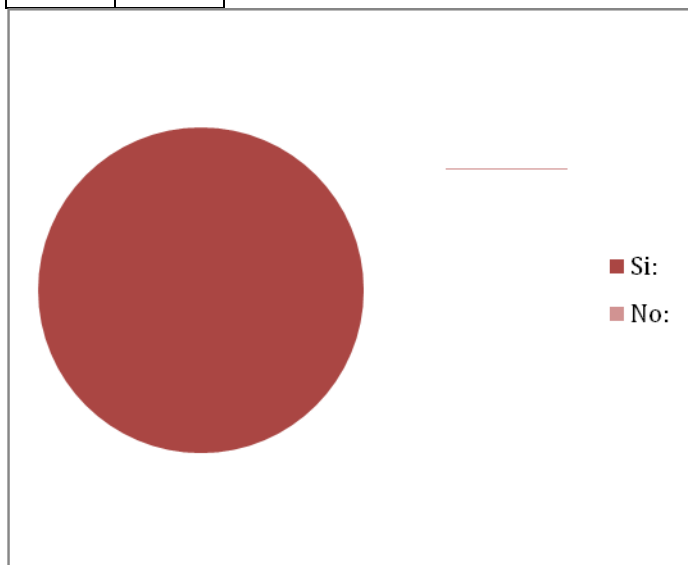
6) ¿Cree usted que es viable realizar videos musicales a bajo costo y de buena calidad?

Si:	7
No:	3



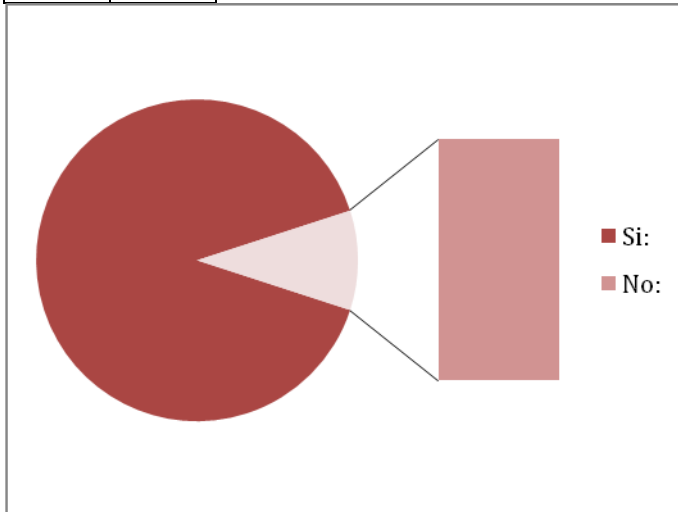
7) ¿Le interesaría conocer sobre los servicios d productoras musicales que realicen videoclips de buena calidad a bajo costo?

Si:	10
No:	0



8) ¿Considera usted que las redes sociales y páginas web son un buen escenario para la difusión de videoclips musicales?

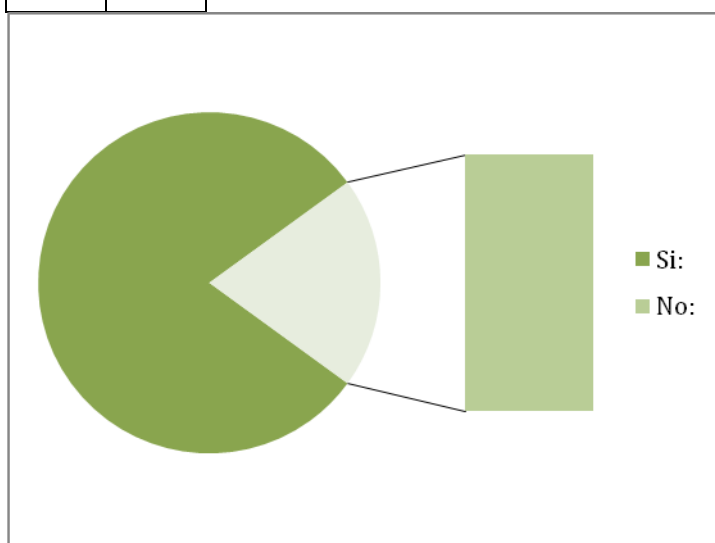
Si:	9
No:	1



Encuesta dirigida a productores audiovisuales

1) ¿Considera que el mercado musical se ha expandido en los últimos años?

Si:	8
No:	2



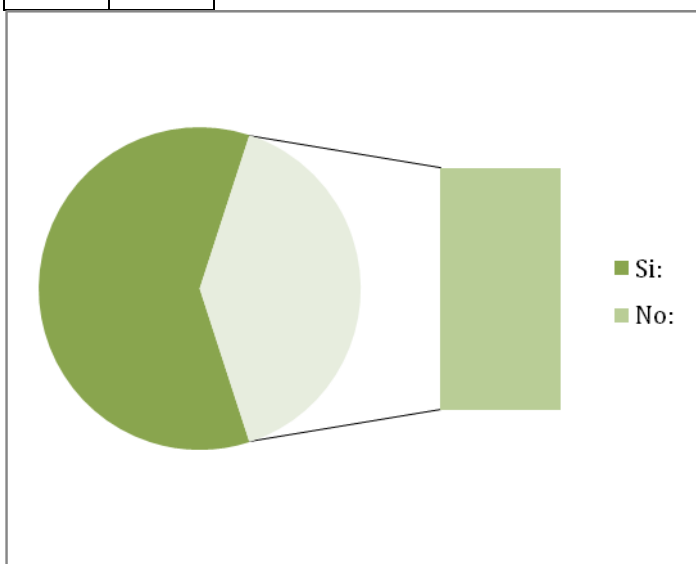
2) ¿Cree usted que las bandas musicales requieren de productoras audiovisuales que ofrezcan servicios de calidad a bajo costo?

Si:	10
No:	0



3) ¿Usted considera que las bandas musicales están interesadas en invertir en la realización de videoclips?

Si:	6
No:	4



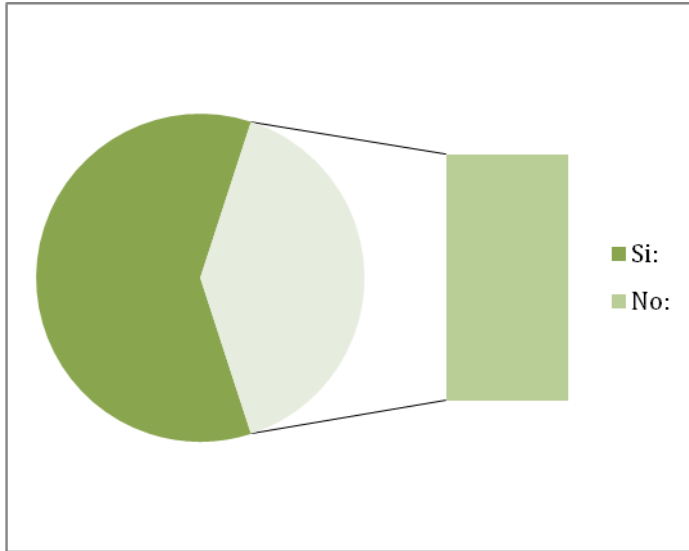
4) ¿Cree usted que las bandas musicales no invierten en la realización de videoclips por falta de presupuesto?

Si:	7
No:	3



5) ¿Cree usted que las bandas musicales no invierten en videoclips profesionales por el alto costo de las productoras audiovisuales?

Si:	6
No:	4



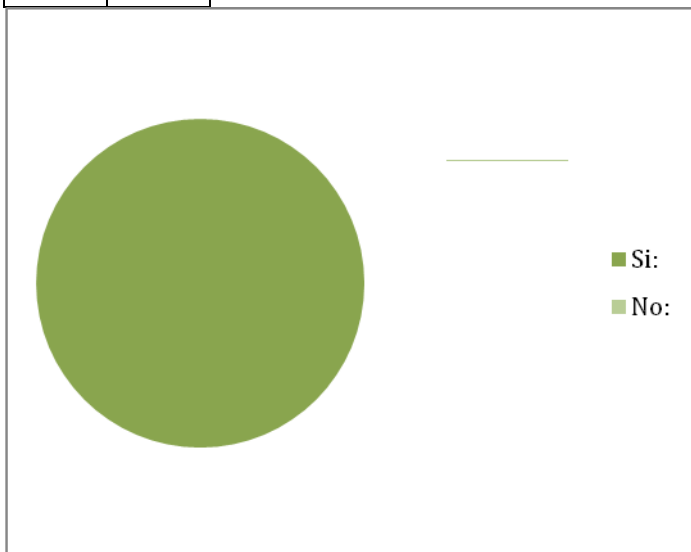
6) ¿Cree usted que es viable brindar bajos costos y buena calidad en la producción de videoclips?

Si:	8
No:	2



7) ¿Considera usted que si las bandas musicales contarán con precios accesibles para la realización de videoclips, harían la inversión?

Si:	10
No:	0



8) ¿Considera usted que las redes sociales y páginas web son una forma económica y eficaz para promocionar videoclips?

Si:	10
No:	0



Anexo 3 - Hoja de vida artística de TURBO BIELA



Banda punk rock de la ciudad de Manta y ha tocado desde el 2006 hasta la actualidad. Su estilo está influenciado por el punk Californiano que surgió a inicios de los 80, conocido como Neo Punk o Hardcore melódico del cual ha sacado su sonido básico, teniendo como principal idea musical la innovación y el mezclar géneros para poder crear un sello propio.

En el año 2014 grabaron su primer disco que fue titulado "SIN ESPACIO" el cual consta de 5 canciones inéditas, las cuales fueron grabadas, mezcladas

y masterizadas en el estudio Pelagatos Records a manos del sonidista Fernando Dilernia.

En este proyecto fusionaron varios estilos en las canciones, siendo estos: ska, reggae, rock alternativo y Hardcore, catalogándonos como una Banda Punk Rock.

INTEGRANTES DE TURBOBIELA:

Favio Baldeón: voz y 2da guitarra

Johnny Molina: Guitarra y coros

Daniel Andrade: Batería

Mario Jadán: Bajo

BIOGRAFÍA DE LOS INTEGRANTES

Favio Baldeón: Nace el 25 de marzo de 1990, es vocalista y 2da guitarra de Turbobiela, a los 16 años se unió a la banda, iniciando como bajista y vocalista en lo que se mantiene hasta la actualidad. Es uno de los integrantes fundadores de la banda, sus influencias se derivan del neo punk, punk melódico, reggae, ska y Hardcore, teniendo como influencias musicales a las bandas: The Offspring, Nofx, Bad Religion, Pennywise, Rancid, No use for a name, Green day, Blink 182, Sum 41, Ramones y Sex pistols, entre otras. En la actualidad es el 2do guitarrista y vocalista de la banda, ha participado en varias tocaditas y festivales importantes dentro y fuera de la ciudad de Manta.

Johnny Molina: Nace un 26 de agosto de 1993, es 1ra guitarra y coros de Turbobiela, se integra a la banda a los 19 años de edad, siendo uno de los fundadores de la banda, se mantiene hasta la actualidad y sus influencias se basan en punk melódico, reggae, rock alternativo, Hardcore punk, teniendo

como bandas referentes a: Nofx, Bad Religion, Pennywise, No use for a name, Bad brains, 2 minutos, Misfits, Incubus, Pearl Jam entre otras, ha participado en varias tocaditas importantes dentro y fuera de la ciudad de Manta.

Mario Jadán Murgueitio: Nace un 27 de septiembre de 1990. Activo desde el 2006. Es el bajista de Turbobiela, empezó tocando en bandas de colegio y su primer concierto lo dio junto a los extintos Coitus Interruptus. En el 2008 pasa a ser parte de TurboBiela, como bajista del grupo. Sus influencias musicales son: NoFX, Ramones, The Offspring, Bad Religion, Misfits, Descendents, Nekromantix, Deviates, Alice in Chains, Interpol, Type o Negative, Paradise Lost, Napalm Death, Impaled Nazarene, Velvet Acid Christ, entre otros. Ha sido parte de la gran mayoría de conciertos de la Banda.

Daniel Andrade Jadán: Nace un 27 de diciembre de 1993, es el actual baterista de Turbobiela, paralelamente con Creamshot.

Sus inicios en la música empiezan en el colegio, donde forma parte de varias bandas de garaje. A partir del 2013, debido a la salida del anterior baterista, es llamado a ser parte de Turbobiela como baterista, dándole un nuevo concepto musical al grupo. Sus influencias musicales son: Rancid, Millencolin, HIM, Amorphis, Ramones, entre otros.

EVENTOS

Turbobiela ha participado en varios eventos realizados en la ciudad de Manta, siendo los más reconocidos:

- Festival Unidos por el Rock (2007).
- Concursos de Skate realizados por el Municipio de Manta en el año 2008, 2009 y 2012.
- Festival por el Día del Skate (Manta, junio del 2013).

- Festival “Escena Punk Rock” (Manta, junio 2013).
- Festival “La Matine de Don Gluterio” (Manta, abril 2013).
- Currincho Fest en el cual compartieron el escenario con la banda hardcore punk de Chile “Pateando Asfalto” (Manta, julio 2013).

Eventos Particulares:

- Festival de Música Independiente por los espacios públicos e independientes (Montecristi, octubre 2013).
- Festival Manta Rock Fest (octubre, 2013).

FOTOS DE EVENTOS



CONCURSO DE SKATE (MANTA, NOVIEMBRE 2012)



TOCADA EN TROSKY BURGUER (BAR RESTAURANT MANTA, MAYO 2013)



ESCENA PUNK ROCK (MANTA, JUNIO 2013)



CONCURSO DE SKATEBOARD (MANTA, 23 DE JUNIO 2013)



CURRINCHO FEST (MANTA, JULIO 2013)



THE BISTRO ROCK (20 SEPTIEMBRE 2013, MANTA)



MANTA ROCK FEST (MANTA, 21 SEPTIEMBRE 2013)





FESTIVAL DE MUSICA INDEPENDIENTE (MONTECRISTI, OCTUBRE 2013)





NO A LAS POLITIQUERIAS (MANTA, ENERO 2014)



NO A LAS
POLITIQUITERIAS

SI A LAS
PROPUESTAS
JUVENILES

VIERNES, 24 DE ENERO
DIRECCION: CALLE 14 AV. 26
HORA: 7PM ENTRADA GRATIS



BANDAS

SLEP VERCHET



Y MUCHAS MAS...



INVIERNO ATOMICO (WHITE RABBIT, GUAYAQUIL 7 FEBRERO 2014)



The image is a screenshot of a mobile phone displaying a tweet. At the top, the status bar shows a battery icon, signal strength, Wi-Fi, and the time 2:14 p.m. Below this is a blue header with a back arrow, the Twitter bird icon, the word "Tweet", a magnifying glass search icon, and a three-dot menu icon. The tweet is from the user "Somos Rock EC" with the handle "@SomosRockEC". The profile picture is a red square with a white rabbit face and the text "SOMOS ROCK EC". The tweet text reads: "Este viernes 7 @Jardin_Atomico presenta en @barwhiterabbit show con @Pavimento98 @TurbobielaPunkr y #Warhead". Below the text is a colorful illustration. It features a grey building with a satellite dish on the roof. The building has a sign that says "Jardin Atomico presenta INVIERNO ATOMICO" in pink and red. A green, alien-like creature with a large eye and antennae is in the foreground. The sky is blue with white clouds and yellow circles. The building has yellow windows with black markings. The word "CON" is visible at the bottom of the building.

Responder a Somos Rock EC 140 TWITTEAR



