

Capítulo 2:

ELABORACION DE LA PROPUESTA

www.bdigital.ula.ve

Reconocimiento-No comercial

El Videoclip y su contexto actual.

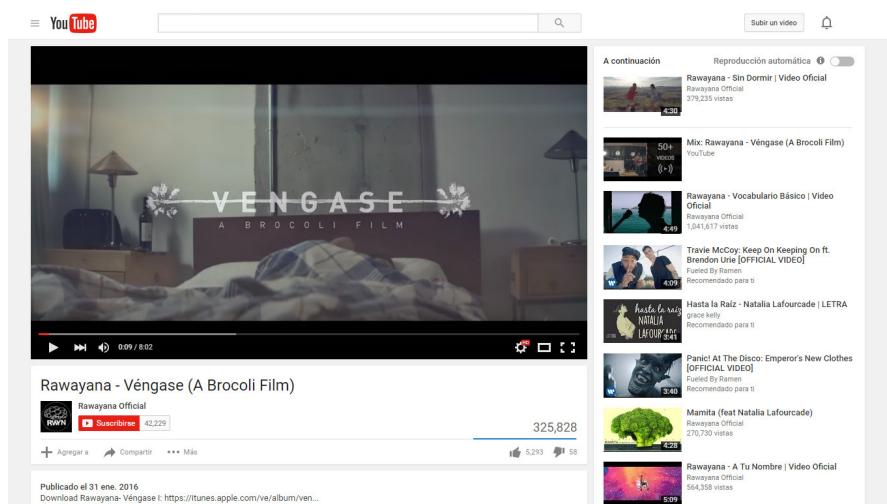
Un videoclip, puede ser descrito de muchas formas según se ha adaptado a través de su historia, en el libro *La dictadura del videoclip* se presenta una definición muy acertada "Un cortometraje basado en el desarrollo de una composición musical previa que fundamenta el despliegue de un conjunto de imágenes, las cuales, unidas a la música, dan lugar a un nuevo discurso estético." (Illescas, 2015), sumándole a este formato más que el valor comercial que generalmente se le otorga, ver al videoclip sólo como un elemento más en el proceso de lanzamiento de un sencillo promocional hoy en día es un error, ya este se ha convertido en el medio para la aparición ante el público consumidor, espectadores que seguramente esperaban por verlo por publicidad previa.

Este escenario se da en internet, principalmente en las redes sociales y en especial en YouTube, la web de alojamiento de videos más importante del mundo, sitio que se convierte en una especie de videoteca de artistas musicales, en donde se reflejan, la cantidad de seguidores y de reproducciones de sus videos, que a su vez evidencia el número de veces que se ha escuchado su canción.

Desde este punto el videoclip es la posibilidad final para que la canción termine de gustar, sin embargo



Promoción del estreno del Videoclip "Véngase"



Videoclip de "Véngase" en YouTube

esta expresión no debe ser causa de preocupación, ya que en la actualidad esa exigencia de consumo ha explotado la figura del video musical. (Lyric Video), (Dance Video), (Videoclip Oficial), (Chord Video), (Making-of), son especificaciones que ya estamos acostumbrados a ver tras el nombre de la canción, esta cadena de formatos presentados en la línea de tiempo de la promoción y difusión de un sencillo promocional de un artista.

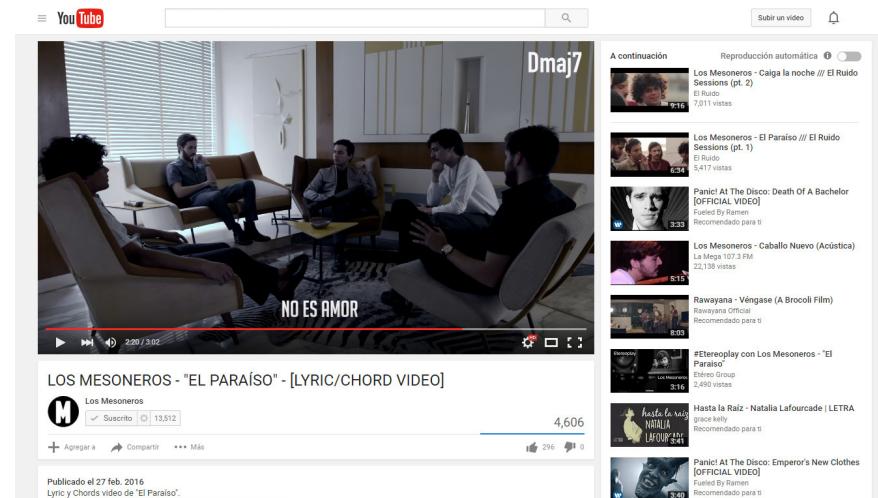
Un Lyric Video básicamente es un video que al tiempo muestra la letra de la canción, con un alto contenido gráfico, el motion graphics es un recurso elemental para la generación de este material. Marca el primer vistazo a ese sencillo que está iniciando su comercialización, también puede ser un abre boca de lo que será el Video Oficial con la utilización de los mismos elementos estéticos

El Dance Video es el formato más reciente, comenzado a usar por cantantes principalmente de música pop cuyas puestas en escena cuentan con grandes coreografías, partes de las mismas pueden servir para acompañar, sin mucha producción, la canción del momento.

Un formato utilizado más comúnmente por bandas de rock es el Chord Video, que permite darle vigencia a su música, mostrando los acordes necesarios para interpretar la canción, lo que seguro producirá nuevos videos de covers de fanáticos de la música.



Lyric Video de "Hoy te dejo de amar" en YouTube



Chord Video de "El paraíso" en YouTube

La aparición del Making-of depende del nivel de producción y seguramente de presupuesto, algunos artistas después de estrenar el Video Oficial muestran el detrás de cámara y el proceso de grabación, con comentarios de sus realizadores que dan pausa rápida a la canción de fondo.

El Videoclip, indudablemente el formato principal dentro de los videos musicales, representa el momento cumbre del lanzamiento del sencillo promocional del artista. Esta pieza audiovisual, puede catalogarse según su contenido en diferentes tipos, un buen ejemplo es la clasificación presentada por Ana Sedeño en su investigación *El Videoclip como Mercanarrativa*:

1 Dramático o narrativo: aquellos en los que se presenta una secuencia de eventos donde se narra una historia bajo la estructura dramática clásica, en los cuales la relación de la imagen con la música puede ser lineal (la imagen repite punto por punto la letra de la canción), de adaptación (se estructura una trama paralela, a partir de una canción) y de superposición (se cuenta una historia que puede funcionar independientemente de la canción, aun cuando en conjunto provoque un significado cerrado).

2 Musical o performance: la banda icónica únicamente es testigo del hecho musical, ya

sea en concierto o estudio, o bien consiste en una ilustración estética de la melodía, con lo que únicamente adquiere un carácter escenográfico sin hacer referencia a nada más. La meta es crear cierto sentido de una experiencia en concierto. Vídeos orientados al performance indican al espectador que la grabación de la música es lo más significativo.

3 Conceptual: se apoyan sobre forma poética, sobre todo en la metáfora. No cuentan una historia de manera lineal, lo que hacen es crear cierto ambiente o estética de tipo abstracto o surrealista. Puede ser una secuencia de imágenes con un concepto en común en colores o formas que, unidos por la música, forman un cuadro semiótico que expresa el sentir de la música, no precisamente la letra de la canción. Tanto los vídeos performances como los conceptuales son una especie de subclasiificación de los descriptivos. (Sedeño, 2007, p. 500)

A todas estas figuras se les ha sacado provecho para ser esa representación visual de una canción y de manera recíproca estas realizaciones audiovisuales logran resaltar el valor de las letras o dado el caso replantear su concepto.

Lo gráfico en lo audiovisual.

Los podemos encontrar en diferentes niveles y utilizando técnicas muy diferentes, pero siempre los elementos gráficos dentro de una propuesta audiovisual como los videoclips, tendrán el objetivo de generar un valor adicional en esa expresión visual, empezando con textos en créditos iniciales, gráficos que lleven de una escena a otra, dibujos que realcen una acción o la incorporación de elementos animados. La producción de un videoclip se vale de muchos recursos gráficos que deben ser pensado para ser utilizados tanto dentro como fuera del video, y con esto nos referimos a la importante campaña promocional para el estreno del videoclip y todo un material publicitado volcado en las redes sociales y en todo lo que conlleve dar a conocer al artista.

La redes sociales demandan una generación de material visual sobre el artista; fotografías, videos, artes sobre su canciones; prácticamente cualquier cosa quiere ser vista por los fanáticos, pero para destacar del resto no se debe mostrar cualquier material, éste debe ser medido y supervisado, para que en todo momentos respete la imagen del artista y su reputación. Se debe demostrar siempre una aptitud de novedad, cada nuevo sencillo promocional junto a su videoclip será una propuesta que refresque al artista o inclusive lo renueve por completo, pero jamás sin perder su esencia, su público fiel está atento



Fotograma de "Lo mejor, lo peor"

An Instagram profile for the account 'somosokills'. The profile picture shows a hand twirling spaghetti with meat sauce. The bio text reads: 'ESTRENO DEL VIDEOCLIP
LO MEJOR, LO PEOR
JUEVES 17 MARZO
20:00 HRS'. Below the bio is a large play button icon over a photo of spaghetti. The stats are 799 posts, 11.6k followers, and 942 following. A green button says '✓ SEGUIDOS'.

Promoción del estreno del Videoclip "Lo mejor, lo peor"

y quiere siempre ver lo que le gusta de la banda pero a su vez quieren observar como cambián y mejorar, se debe manerar una correcta proyección de sus momentos de evolución.

Esta exigencia de las redes sociales se debe manejar al mismo tiempo que las actividades de los músicos, promocionando cada uno de sus pasos. Sin dudas el más importante de ellos es el lanzamiento de un sencillo promocional, que como ya se ha expuesto, representa obligatoriamente el estreno de un videoclip, esto produce fácilmente material para un mes, desde el anuncio de un nuevo video, pasando por la develación de fragmentos de él y hasta llegar al momento del estreno, que en el mejor de los casos será con un VideoCase, un evento que permitirá un nuevo encuentro con el público y también genera todo un material gráfico promocional. Es bueno tener en cuenta que la historia no termina con el estreno, posteriormente se deben generar reproducciones en YouTube, así que se debe seguir mostrando material al respecto, parte de su making-of y anecdotas.

Música

Okills estrena videoclip de “Lo Mejor, Lo Peor”

marzo 18, 2016

Segundo video promocional de su primer LP.

La agrupación venezolana **Okills** presentó el trabajo audiovisual correspondiente a *Lo Mejor, Lo Peor*, más reciente sencillo de su disco *América Supersonica*.

El clip fue rodado en México bajo la dirección del venezolano **Henry Cuicas**, y es protagonizado por **Ariana Nava Saavedra** y los integrantes de la banda, y cuenta con apariciones de **Yurubí Soto**, **Andrea Lacoste**, **Mishel Camacho**, **Albi De Abreu**, **Jean Paul Leroux**, **Luisito Comunica**, **Daniel Peregrino** y **Franco Tintori**.

Aquí pueden verlo:



Okills - Lo mejor Lo peor (Video oficial)



Primer e increíble tráiler de 'Rogue One'
CINE



Rihanna estrena el videoclip de
'Kiss It Better'
MÚSICA



Publicación de "Lo mejor, lo peor" en "Cochinopop"

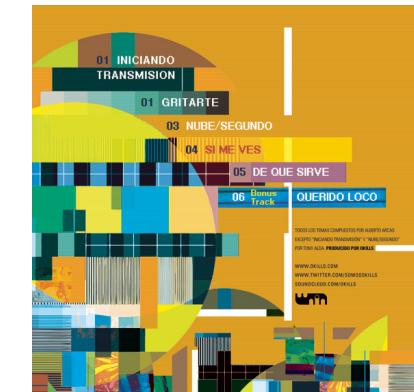


Fotografía del making-of del Videoclip "Lo mejor, lo peor"

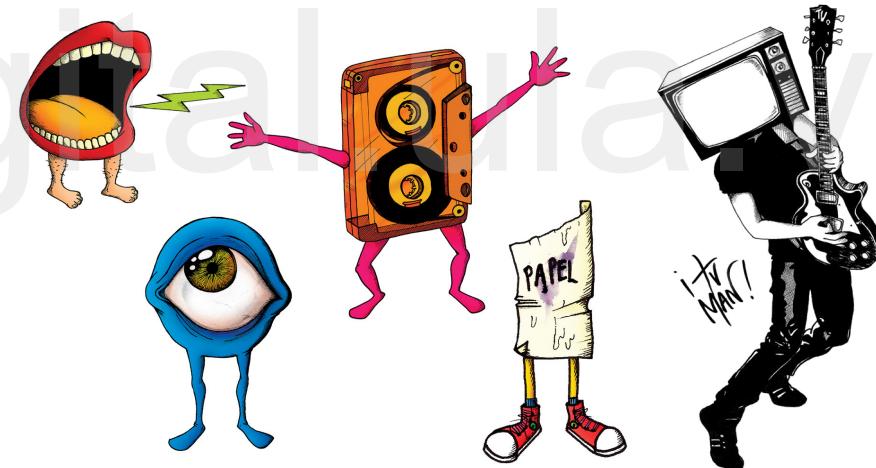
Okills y su contenido visual.

Okills es una agrupación de rock independiente, creada en el año 2010 en Caracas, Venezuela. Desde el lanzamiento de su primer sencillo en las radios venezolanas, "Querido Loco", la banda se posicionó entre los primeros puestos. Un año más tarde, lanzan su primer EP, "Iniciando Transmisión", siendo catalogado por los medios especializados en Venezuela como uno de los mejores trabajos del 2011.

Este material vino acompañado de una propuesta visual bastante nutrida, a partir del su logo creado por el artista francés Thomas Bonniet y una serie de ilustraciones de la pluma del diseñador venezolano Ismael Aguirre, las cuales mostraban desde la inspiración de las letras de las canciones toda la irreverencia, pluralidad y frescura que venía a aportar en su momento la banda Okills a la movida rock nacional. Gráficamente se apoyaron en diversos collages fotográfico e imágenes televisivas que iban de la mano a lo que fue un personaje que marcó la promoción de los inicios de la agrupación, TVman, quien protagonizó el videoclip de "Si me ves", haciendo de las suyas y molestando a diferentes personalidades de la ciudad de caracas en donde se rodó este video, posteriormente lo vimos enamorarse en el videoclip de "Nube", este personaje de apoyo estaba presente desde lo gráfico hasta en las presentaciones en vivo.



Portada y contraportada "Iniciando Transmisión"



Ilustraciones de los O-Monster y de TVman



Fotografía de Okills en 2011

A mediados del 2012 ganan el "Festival Nuevas Bandas", prestigioso evento que ha venido impulsando y proyectando la movida independiente venezolana con artistas de todas las ciudades del país por más de 20 años consecutivos, para luego embarcarse en una nueva gira nacional apoyada por la re-edición de su EP "Reiniciando Transmisión" disponible en el mundo entero a través de todas las tiendas digitales. Con ello se repotenció la imagen de la banda y para evidenciar visualmente esta evolución, se buscó contrastar los excesos de color de la propuesta gráfica de "Iniciando Transmisión" y se transformó en algo más sobrio, pero manteniendo esa diversidad de imágenes ahora trabajadas más en base a texturas.



Arte inicial para 'Reiniciando Transmisión'



Carátula y CD de 'Reiniciando Transmisión'



Fotografía de Okills en 2012

En el 2014 entran de nuevo al estudio de grabación, esta vez de la mano del reconocido artista y productor Mauricio Arcas de Los Amigos Invisibles, para dar vida a su nueva producción llamada "América Supersónica". A medida que se promocionaba su lanzamiento veíamos la nueva propuesta gráfica de la banda, a cargo del equipo de trabajo DDA, mostrando esa apropiación del son tropical dentro del rock pop alternativo compuesto por Okills. Las nuevas imágenes muestran composiciones fotográficas jugando con la flora del caribe y los miembros de la banda formando un hiperespacio irreverente. El mismo arte propuesto para el CD fue el manejado para la gira nacional promocional.

A mediados del 2015 se preparan para tomar por asalto la Ciudad de México, estando allí son firmados por la empresa "Los Manejadores" quienes se encargan del lanzamiento del videoclip de "Lo mejor, lo peor" que vino acompañado de un cambio de imagen, un poco más formal y menos saturada, sin dudas apuntando a su comercialización en el nuevo territorio, donde ya han obtenido grandes logos abriéndole el concierto a la reconocida banda americana Incubus y con presentaciones propias en varias ciudades del país.



Carátula y CD
de "América Supersónica"



Fotografía de Okills en 2014



Flyer en 2015



Flyer en 2016

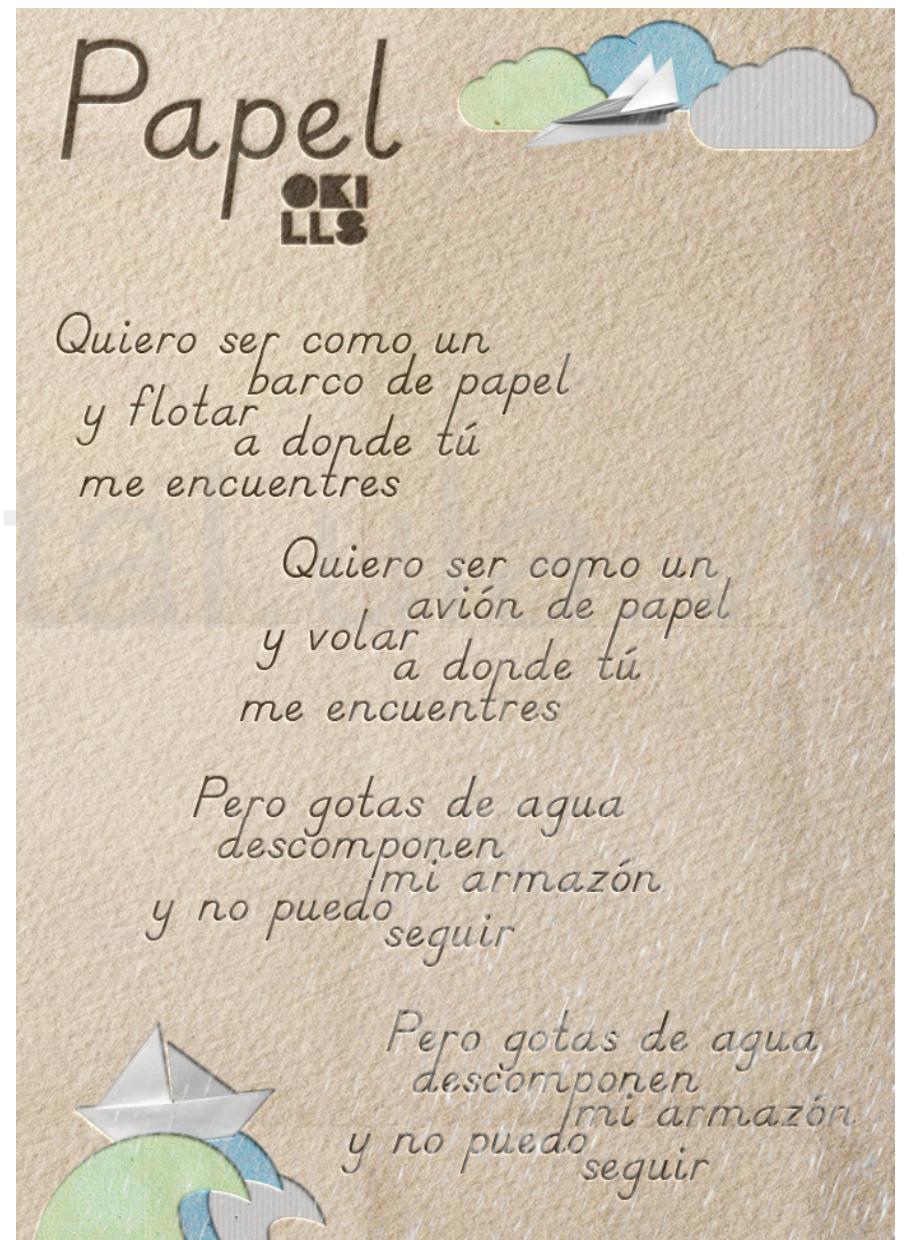


Fotografía de Okills en 2016

Papel y su visualización.

Escrita por Leonardo Jaramillo, guitarrista de Okills, a la canción "Papel" se le realizó una maqueta en acústico para tenerla como opción para el primer EP "Iniciando Trasmisión", sin embargo no entró en este, el público la conoció por las presentaciones de la banda, su suave melodía gustó a fanáticos que en repetidas ocasiones hicieron sus propias versiones presentadas en YouTube y es así como llega a los oídos del Estudio Pararrayos y la introducen a la banda sonora de la película venezolana "Nena saludáme al Diego", por esto es reeditada y grabada en estudio con las voces de Alberto L. Arcas, vocalista de la banda, en compañía de Vanesa Gouveia.

La letra de esta canción es corta y de frases recurrentes, pero cada una de sus estrofas cuenta una historia de aceptación inmediata, no solo es rápida de digerir sino que de forma inmediata podemos imaginarnos esta historia de una manera totalmente visual y descriptiva, todos los elementos pueden ser representados físicamente, sobre todo el barco y el avión de papel, no hay que ser un conocedor del origami para poder saberse estas figuras. Por este contenido visual dentro de la canción es que "Papel" es escogida para ser trabajada en el videoclip a realizar en este estudio, en donde lo gráfico es lo primordial.



Primer acercamiento gráfico y estético con la letra de "Papel"

La historia.

Lo descriptivo de la historia planteada en la canción es causante y se convierte en un objetivo, el realizar un videoclip narrativo lineal, volviendo visual cada verso de la canción, centrándose bajo una estructura dramática clásica, se trazaron algunos ideales que debían estar presentes en la historia, lograr una historia paralela con el barco y el avión, viéndolos como protagonistas pero teniendo claro que hay un sentir detrás de ellos, tener un dinamismo simultáneo con la letra de la canción, que la narrativa pudiera ser enfocada desde distintos puntos de vistas y por último y acción que resulto difícil, romper con ese final desesperanzador original de la canción y proponer un final más emotivo y positivo.

Pensar en un paisaje del mar abierto permite la posibilidad de ver las acciones de nuestros dos protagonistas fácilmente, viendo al horizonte encontramos al barco, subiendo la mirada al cielo divisaremos al avión. El hacer referencia al proceso de realización del origami da espacio a ese agente externo en la historia, mismo agente que de manera sutil permitirá ese final feliz que tanto se quiere

evidenciar. Es imprescindible escenas rápidas y que se desplacen por ese paisaje antes mencionado.

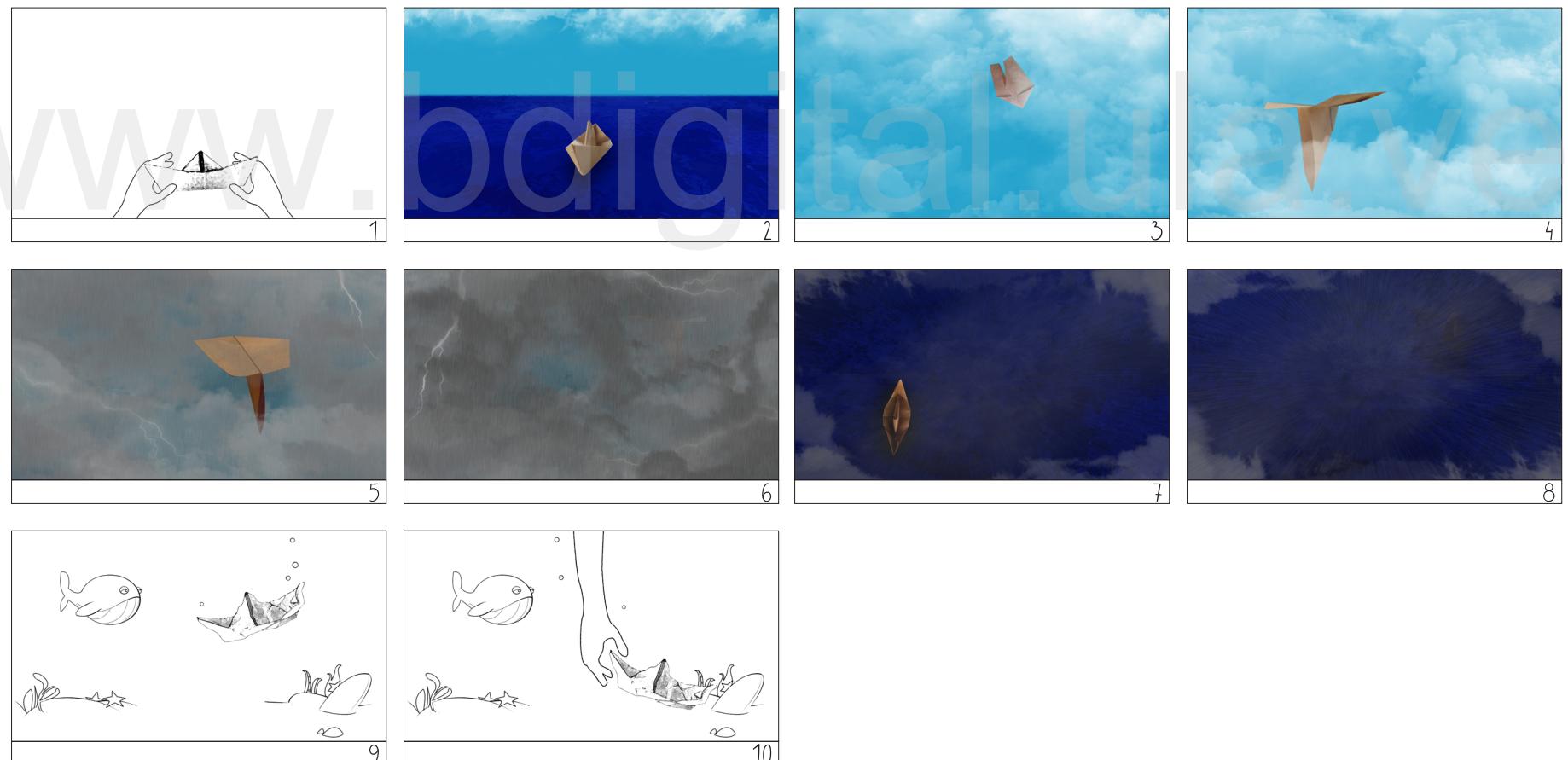
Guión literario:

- 1 Manos de hombre desde una hoja empiezan a armar un barco de papel.
- 2 El barco de papel empieza a navegar hacia delante en el mar.
- 3 Cielo con nubes en donde se ve el avión de papel.
- 4 El avión vuela de derecha a izquierda entre nubes blancas.
- 5 Las nubes oscurecen, truena y relampaguea.
- 6 El avión desaparece entre las nubes.
- 7 El barco navega con problemas entre la marea.
- 8 El barco "colapsa" y se hunde.
- 9 Se ve como el barco se va hundiendo en el mar.
- 10 Una mano de mujer entra, agarra el barco y lo saca del agua.

Lo visual.

Teniendo la historia definida, resulta necesario empezar a visualizarla, para esto y con ayuda de fotografías y construcción de imágenes digitales se componen las primeras aproximaciones visuales de lo que será el video, a su vez aprovechando que desde ya se están manipulando elementos en la computadora se tendrán resultados estéticos primarios.

Guion gráfico:



La especificaciones.

En pro a la mejor ejecución en los procesos de grabación y edición del video es imprescindible revisar todos los detalles necesarios a contemplar al momento de accionar. Evaluando paso a paso cada escena surgen divisiones de las escenas 2 y 6, ahora teniendo 12 donde se especifica lo mejor posible todo lo que pasa en la historia. Se hace relación directa con la letra para identificar los tiempos de una manera precisa en segundos y cuadros de duración de cada escena. Cerrando este esquema con observaciones para esclarecer dudas y no dejar nada a la improvisación.

Guion técnico:

	Inicia desde negro	1"	o lo necesario
1	Intro/Instrumental Manos de hombre empiezan a armar un barco de papel.	13"	cámara desde persona
	Se disuelve el fondo y aparece el paisaje del mar.	1"	fondo y elementos a destiempo
2	Quiero ser como un barco de papel El barco de papel es colocado en el mar empieza a navegar.	6"8	
	Zoom in hacia el barco,		poco movimiento
3	Y flotar a donde tú me encuentres El barco de papel navega de izquierda a derecha.	6"14	cámara frontal fija
	Tilt up apareciendo el cielo.	2"6	
4	Quiero ser como un avión de papel Cielo azul con nubes en donde se ve el avión de papel.	6"14	cámara fija

	Y volar...	2"10	cámara cambia de ángulo
5	...a donde tú me encuentres El avión vuela entre nubes blancas.	6"2	cámara con movimientos del avión
6	Pero gotas de agua descomponen mi armazón Las nubes oscurecen.	6"21	cámara siguiendo al avión
7	Y no puedo seguir El avión empieza a desaparecer entre las nubes.	4"6	cámara se aleja del avión
8	Interludio/Instrumental El avión desaparece entre las nubes.	3"20	cámara fija
	Tilt down hacia el mar.	1"23	cambio de ángulo y un poco de zoom
9	El barco navega con problemas entre la marea.	2"	cámara cenital fija
10	Pero gotas de agua descomponen mi armazón El barco "colapsa" y se hunde.	6"21	cámara cenital fija
	Nueva cámara sumergida en el agua.		puede que con disolución
11	Y no puedo seguir Se ve como el barco se va hundiendo en el mar.	4"16	cámara fija
12	Fin/Instrumental/Suspiro Una mano de mujer entra, agarra el barco y lo saca del agua.	3"15	o lo necesario
	Se funde en negro.		interrumpiendo escena anterior

Los requerimientos iniciales.

Gracias a la naturaleza de los protagonistas de nuestra historia, el barco y el avión de papel, resulta obvio que el camino a tomar para la producción del videoclip es la animación, principalmente por stop motion fotográfico. Definitivamente siempre teniendo presente el objetivo de demostrar las capacidades del Diseñador Gráfico, establecer el género de animación como base de creación es una ventaja que debe ser bien manejada. Por lo mismo, jugar con el compositing es lo más conveniente, entendiendo a este como la obtención de imágenes complejas a través de la combinación de elementos visuales procedentes de fuentes independientes. Entonces se estudiaron las escenas para detectar las técnicas más apropiadas según los elementos y acciones en ellas.

Escena 1, se quiere iniciar con lo más básico, lo elemental de la animación, el dibujo en serie, esto permitirá ocultar fotografías de manos reales que no se quieren como elemento estético del video, también se aprovechará para reducir el tiempo de armado del barco de papel mediante la selección estratégica de fotogramas claves a ser dibujados posterior a la grabación en directo de este proceso.

Escena 2 y 3, es la aparición por primera vez de nuestro barco de papel realista, un objeto inanimado que navegará el mar gracias al efecto de movimiento

generado a través del seriado fotográfico. El acabado del mar es un elemento difícil de tratar, después de una ardua búsqueda de referentes se encontró uno perfecto, quien lo es la artista estadounidense Liz Hickok, famosa por crear "Jell-O World", escenarios paisajistas de gelatina comestible.

Escenas 4 y 5, un cielo es un espacio de cualidad infinita, por ello se recreará digitalmente valiéndose de los programas de animación 3D, que también ayudarán a la creación de nubes con características físicas que permitan que nuestro avión de papel vuela entre ellas, para una correcta fluidez de estos movimientos se decide también modelar el avión en 3D y texturizarlo con imágenes de la misma textura del material utilizado para hacer el barco real. Importante aclarar que en las escenas anteriores se utilizará entonces una pantalla verde para ser eliminada mediante chroma key y agregar nuestro cielo digital.

Escena 6, 7 y 8, seguimos en un paisaje totalmente generado por computadora, cambios de colores y buena utilización de efectos permitirán cambiar a un escenario más oscuro y sombrío con el que deberá luchar el avión.

Escena 9 y 10, volvemos a nuestro escenario real realizado con gelatina y en donde vemos al barco de papel moverse de igual forma por medio de stop motion fotográfico. Sin embargo este está atravesando por una tempestad que se debe agregar digitalmente conservando valores anteriores.

Escena 11 y 12, para este momento del videoclip ya hemos hecho un viaje rápido por la mayoría de las técnicas de animación, escena tras escenas se fue subiendo de nivel de complejidad, pero se acerca el final y resulta armónico cerrar como se empezó, con dibujos lineales que dejen ver ese final esperanzador que a su vez crea un círculo en la historia.

Los elementos:

Para la elaboración del guión gráfico y la primera ilustración de la letra de la canción se esbozaron colores, tipografías, y diferentes versiones de aviones y barcos de papel, esto sirvió para seleccionar de una manera más acertada estos importantes elementos en la composición del videoclip.

En guión gráfico se trabajó con los colores más simbólicos de los elementos graficados, dando valores muy tenues, esto incitó buscar a una gama de colores más diversa para el mar y para el cielo en el resultado final. El avión y el barco en esta prueba fueron armados con papel kraft, que tiene un todo marrón inclinándose hacia el naranja, que no se llevaba bien con todo un paisaje azul, para una mejor armonía se escogió un material de un marrón mas grisáceo.

La tipografía utilizada en la ilustración de la letra de la canción no aportaba ningún valor estético, por ello para el título inicial del videoclip se elaboró por medio de vectores una tipografía la cual asemeja a

una cinta de papel formando los caracteres mediante dobleces. Con la intención de contrastar con la rigidez de la tipografía elaborada se buscó una con formas más orgánica para textos cortos y volviendo a lo geométrico una sin serif para textos largo.

PAPEL
Gramofon
Nexa Light — **Nexa Bold**



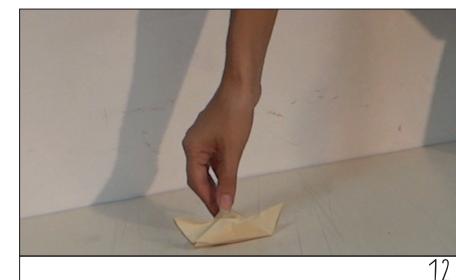
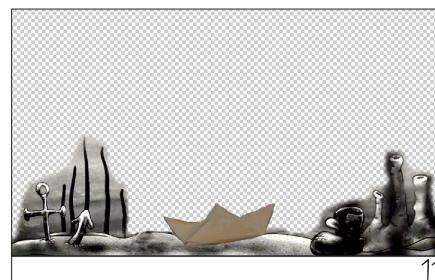
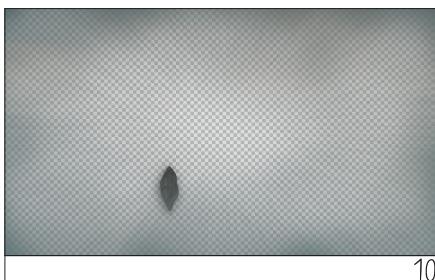
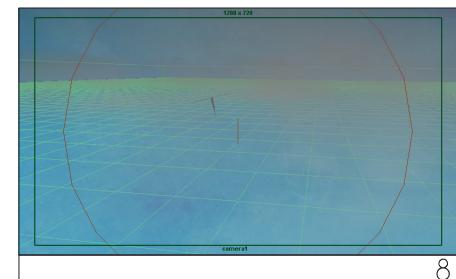
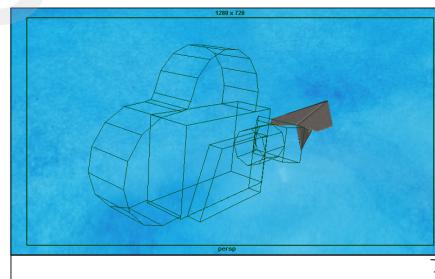
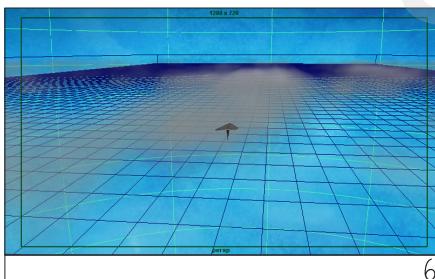
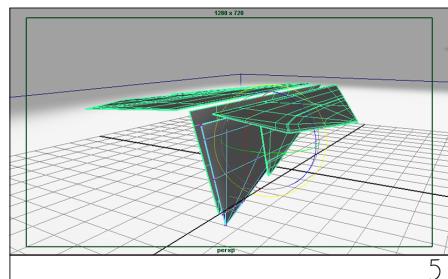
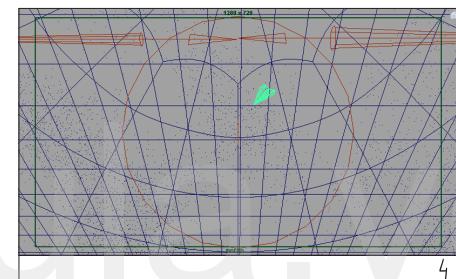
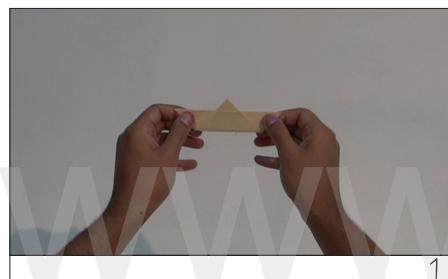
El barco



El avión

La elaboración.

Escena tras escena la historia se va complejizando a nivel técnico, cada una de ellas plantea una inversión de tiempo y pensamiento de manera individual, vemos acá representados diversos momentos del trabajo realizado. Parte de las grabaciones de acción real, procesos de experimentación para el stop motion fotográfico, el trabajo de modelado en el interfaz de animación 3D, diferentes procesos a nivel digital que permitieron poco a poco construir nuestro videoclip.



Los requerimientos finales.

Escena 1, el video del armado del barco se seleccionaron 15 fotogramas, número que concuerda con momentos de notas altas en el inicio de la canción, para ser dibujados con un trazo de lápiz negro sencillo que resaltar en un fondo generado con textura de papel envejecido manipulado digitalmente. La ubicación de estos dibujos esta conjuntamente planificada con la animación de los créditos iniciales del videoclip.

Escena 2 y 3, los resultados obtenidos no se dieron a la primera, algo normal si se une una técnica como el stop motion con un elemento de características efímeras como la gelatina comestible, sin embargo después de controlar, texturas e iluminación en esta se logró el escenario del mar que se quería, otro elemento a trabajar con cuidado fue el movimiento del barco, para lograr una correcta fluidez que diera la sensación de navegación. El cielo en esta escena cumple un papel muy importante, evidenciado en el tilt up, y es el unir la técnica del stop motion fotográfico con la animación en interfaz 3D, para ello el cielo que se visualiza es extraído del entorno 3D generado para las siguientes escenas.

Escenas 4, 5, 6, 7 y 8, gran parte del videoclip se muestra en animación 3D, estas escenas representan varios momentos atravesados por el avión en nuestra

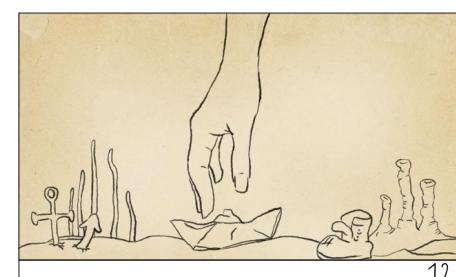
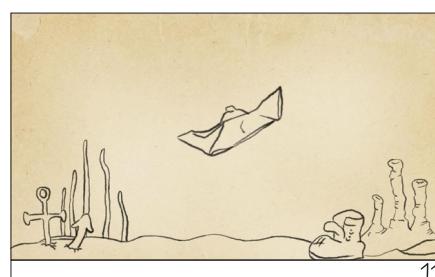
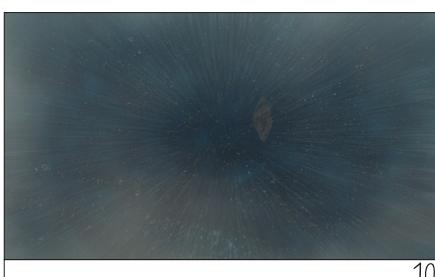
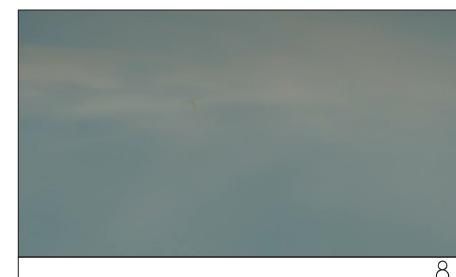
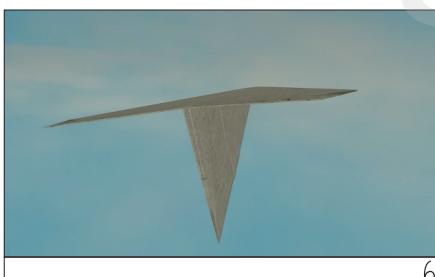
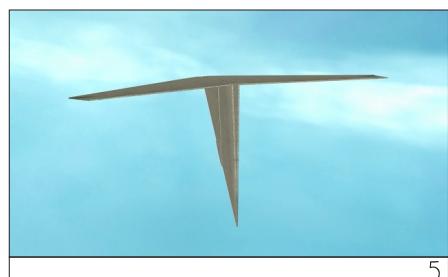
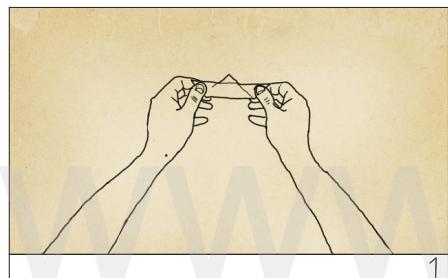
historia, primero vuela entre nubes blancas, después estas van a oscureciendo hasta volverse tan densas que el avión se pierde de nuestra vista. Transiciones que con la ayuda de diversas herramientas digitales crearon temperaturas de color, volúmenes y texturas minuciosamente pensadas para lograr que el espectador que adentre la nuestra historia.

Escena 9 y 10, a pesar de volver al mismo escenario realista, es un encuadre totalmente diferente, esta vez en cenital, las texturas y colores de la gelatina comestible debían alterarse para mostrarnos un mar lluvioso y con oleaje, elemento que fue imposible lograr con movimientos cuadro a cuadro y fue grabado y posteriormente editado para alcanzar lo propuesto, el barco esta vez fue agregado digitalmente, así como efectos de lluvia y nubosidad, un paisaje bastante sombría, que no se aleja de los acontecimientos vividos por el barco.

Escena 11 y 12, el final de nuestra historia se planeó con varias premisas, a niveles técnicos se quería volver al inicio con las propiedades del dibujo a su vez este funciona para homogeneizar estéticamente material referencial fotográfico y de video de acción real, elaborado para dejar ver al espectador ese momento en el que se logra la premisa de un final feliz que funde en negro.

El resultado.

Sirvan las viñetas iniciales del guión técnico para mostrar lo que la bidimensionalidad de este informe no permite por completo apreciar del video. Doce escenas y doce imágenes que juntas son la irrefutable prueba de un objetivo alcanzado.



LA PROPUESTA

49

Sistema gráfico publicitario.

El lanzamiento de un nuevo sencillo promocional en conjunto al estreno de su videoclip es un momento de evolución muy importante en la carrera del artista, actualmente de ese constante proceso de promocionar cada canción producida es que se sustenta el grado de popularidad del cantante, sin dudas se deben avocar múltiples esfuerzos para aprovechar éste momento al cien por ciento y la clave de ello es la buena promoción a través de un elaborado sistema gráfico publicitario, que inicie con una campaña de intriga anunciando poco a poco la venida de un nuevo videoclip, dando información de su producción, de qué forma será su estreno, evidencias de cómo se realizó, todo un material visual que primordialmente se mostrará por las diversas redes sociales del artista, estas son la mejor ventana para lograr la divulgación y propagación de todo lo que queramos entregar a los seguidores del proyecto musical. Por lo tanto, deben saber usarse correctamente y adecuar el material propicio para cada una de ellas.



Cartel sobre Evento

En Facebook.

Lo primero es ajustar el perfil, contamos con foto de portada de formato apaisado y foto de perfil o avatar que se superpone, con este elemento resulta bastante novedoso jugar, vincular de una manera sutil estas dos imágenes. En esta oportunidad se juega con la línea del recorrido del avión.

Las imágenes en formato de intercambio de gráficos (GIF) son actualmente una opción muy popular, estas permiten ver una buena cantidad de información de manera rápida, sin necesidad de esperar un tiempo mayor como lo sería esperar que un video se cargue.



Perfil en Facebook



GIF anunciando nuevo video



Imagen sobre estreno en la web de Cochinopop

En Twitter.

También debemos adecuar nuestro perfil con foto de portada y avatar según sea necesario para el momento gráfico que se esté manejando. Twitter nos permite publicar fotografías, GIF y videos cortos, debemos tratar de no saturar nuestra cuenta ya que la finalidad de esta red es llevar informaciones escritas y breves, es bueno no sólo publicar imágenes, si no valerse de elementos como fragmentos de las letras de las canciones.

www.bdigital.tuleve

Okills
@somosokills
Te deseo lo mejor, lo mejor de lo mejor...
Booking - Management y Booking:
@losmanejadores contacto
wakks@losmanejadores.mx
Caracas, Venezuela
somosokills.com
Se unió en junio de 2010

TWEETS 16.9 K SIGUENDO 1.270 SEGUIDORES 25.1 K MEJORÍA 1.421 LISTAS 1 Siguendo

A quién seguir - Actualizar - Ver todos

- i - VIDEOS @videotv Seguir
- Instagram @music @Instag... Seguir
- Cines Mérida @Cinem_Altop... Seguir

Encontrar amigos

Perfil en Twitter



GIF anunciando nuevo video



Video sobre propuesta de cortometraje

Reconocimiento-No comercial

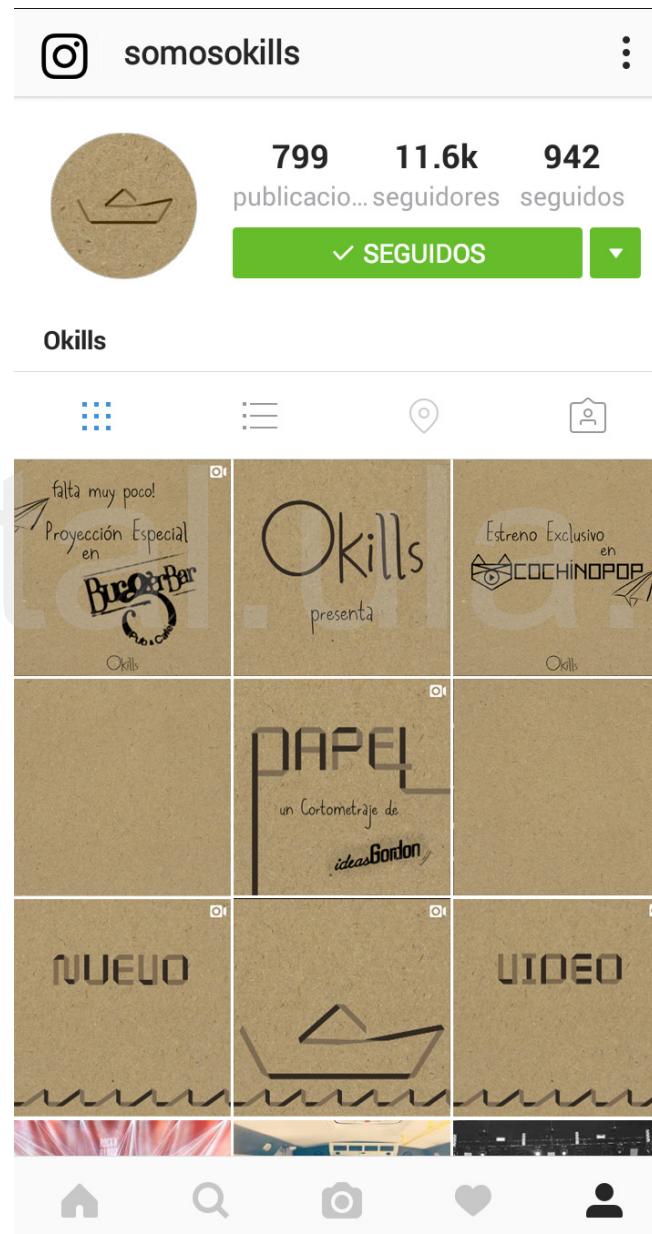
En Instagram.

Instagram es la red social más utilizada actualmente, los usuarios desde sus teléfonos móviles acceden a grandes cantidades de imágenes y videos, debemos mostrar material novedoso y fácil de digerir, llamar la atención de las personas que ven nuestras publicaciones y acceden a nuestro perfil. Una opción que se manifiesta en este trabajo es la creación de un "mosaico" construido a partir de la unión de diferentes publicaciones, tomando en cuenta la manera en que son dispuestas en nuestro perfil.

Un perfil que cuenta con un avatar circular, a que reduce nuestra área de trabajo, en este caso nuestro protagonista se ajusta perfectamente.



Video sobre cercano evento de proyección



Perfil en Instagram

El Videoclip.

Como se ha explicado, para el estreno de un nuevo videoclip se presentan dos posibilidades, la realización de un Video Case para la primera muestra del material junto a una presentación en vivo de la banda, o el lanzamiento virtual del video, comúnmente apoyado por una web que marque las tendencias musicales del momento, por ello ya se han entablado conversaciones con la página venezolana "Cochinopop" para el estreno en exclusiva del videoclip generado en este TEGA.

The screenshot shows the homepage of the website www.cochinopopdigital.com. The header features the site's logo, which is a stylized eye with a play button inside it, followed by the word "COCHINOPOP". Below the header, there are four main categories: MÚSICA, CINE, TV, and GEEK. The MÚSICA section has a sub-section titled "COCHISMES" with two items: "Justin Bieber se las tira de patinero (Mala idea)" and "Hayley Williams de Paramore se casa". It also features four thumbnail images with captions: "Nuevo tráiler de 'Suicide Squad'", "El mágico nuevo tráiler de 'Animales Fantásticos...'", "Cotur: Comunicar por sobre todas las cosas", and "El nuevo disco de Drake ya tiene fecha de estreno". The CINE section has a sub-section titled "SEXYS" with two items: "Una reina Game of Thrones topless" and "El desnudo de Scarlett Johansson". Below these sections is a large, semi-transparent watermark of the website's URL. In the center, there is a large video player with the title "EXCLUSIVA: Okills estrena cortometraje de 'Papel'" and the year "2016". The video player shows the title "Papel - Okills (Cortometraje)" and a play button icon. To the right of the video player, there is a thumbnail image of a man playing drums and a text box that reads "Los 100 mejores bateristas según Rolling Stone" under the MÚSICA category. At the bottom right, there is a small graphic of a pair of sunglasses.

Reconocimiento-No comercial

www.bdigital.ula.ve

Reconocimiento-No comercial

Capítulo 3:

REFLEXIÓN

www.bdigital.ula.ve

Reconocimiento-No comercial

Para concluir el presente Trabajo Especial de Grado, es indispensable la elaboración de un artículo en el cual se manifiestan los conocimientos adquiridos de manera experiencial a través de la producción del videoclip "Papel", video que se mostrará a través la web de Chochinop.com, por ello y sumado al hecho que un artículo es creado con la idea de ser publicado, lo correcto es obtener la divulgación de éste, con la colaboración de la revista web cultural Alternativa Radical se cumplieron los elementos necesarios para éste objetivo, una acción emocionante que expone en el contexto general de la promoción de una propuesta musical, el importante valor que tiene un Diseñador Gráfico.

The screenshot shows a news article from the website www.bdigital.ula.ve. The article is titled "RECITAL DE ARPA CONTEMPORÁNEA CON ANNA DE ROGATIS EN LOS GALPONES". It features a red "VER" button. Below the title, there's a logo for "Alternativa Radical" with the subtext "Música & Cultura Alternativa". The navigation menu includes links for HOME, MÚSICA, INTERNACIONAL, TALENTOS, CULTURA, NACIONAL, and EVENTOS. A search bar is also present. The breadcrumb navigation shows "You are here" followed by "Home > Música". The main content of the article discusses a new song and includes a large image with the text "Viste la nueva canción?". Social media sharing icons for Facebook, Twitter, Instagram, and Google+ are visible on the right side.

Reconocimiento-No comercial

“Viste la nueva canción?”

Con los constantes avances tecnológicos a los que estamos sometidos en la actualidad tal vez no nos sorprendería la existencia de algún nuevo recurso para ver un sonido, sin embargo, no es nada novedoso el proceso de poder visualizar una canción, tenemos desde hace muchos años los videoclips, una pieza audiovisual producida a partir de la canción de un artista, hoy en día esta figura ha cobrado un alto protagonismo influenciado por el internet y las redes sociales, por ellas estamos en todo momento bombardeados de imágenes tras imágenes sin ningún tipo de limitaciones, entonces, ¿cómo destacar entre un sinfín de material visual y audiovisual?. Allí es donde un profesional debe entrar a tomar partido, no cualquier imagen, no cualquier video, es bien recibido por el espectador, son muchos los elementos a tomar en consideración para la correcta creación de imágenes.

Un artista quiere que su música y sus mensajes sean escuchados por todos, se dispone a elaborar una buena propuesta musical y con esto quiere logar difusión, pero la historia no es tan corta, la invasión del internet y las diferentes plataformas de comunicación presentes en él han provocado una compleja línea de tiempo para poder exhibir una producción musical.

Empezamos teniendo por obligación una identidad creada, elementos que hagan reconocer al artista en todos lados donde pueda ser visto, imágenes para los perfiles en las diferentes redes sociales, si es en Facebook pensar que el avatar concuerde con la foto de portada, tener en cuenta que en Instagram siempre el avatar se muestra en un tamaño muy pequeño y lo más conveniente es usar algo sencillo, para esta misma red se deben subir constantemente fotografías en donde se muestre por un lado ese aspecto deslumbrante y profesional del cantante y a su vez esa vida cotidiana como de cualquier persona. Dentro de esta muestra secuencial de material visual es la circunstancia ideal para dar a conocer el lanzamiento de un nuevo sencillo promocional, desde fotografías del artista en estudios de grabación hasta toda una campaña gráfica publicitaria al respecto, en donde se reflejará el día del estreno de la canción.

Ya hicimos saber que lanzaremos una nueva canción, lo normal es que empiece a sonar en diferentes emisoras de radio y también existe la posibilidad de ser comercializada en diferentes páginas web encargadas de esta acción. Pero sabemos que esto no es suficiente, para poder llegar a todos los oídos hay facilitar este proceso, se debe piensar en

las costumbres actuales de la sociedad, la mayoría de nuestro tiempo nos encontramos frente a una pantalla; del televisor del local en donde acostumbramos comer, de la computadora del lugar de trabajo y de nuestros propios celulares. Esto vuelve indispensable el hecho de acompañar nuestra canción de un material visual que entretenga la mirada mientras que los oídos disfrutan de lo que queremos dar a conocer, la figura perfecta para el éxito de este plan es un video musical, pero producto al gran consumo de ésta producción audiovisual cada vez más se abre el espectro de estilos y tipos de video, que en el mejor de los casos son opciones a escoger, sin embargo poco a poco se ha vuelto obligatorio generarlos todos para poder obtener la mayor atención posible en cuanto a cantidad de espectadores como en tiempo de vigencia de este sencillo promocional.

Iniciando nos podemos encontrar con el "Lyric Video", un primer encuentro con esa nueva canción, un recurso muy práctico ya que su producción no conlleva tantos protocolos de elaboración, o eso se pensaba, las primeras referencias muestran al tiempo de la música la letra, gráficos animados que nos permiten aprendernos la canción, pero visto así se podría caer en un vulgar "karaoke" y no, eso no es lo que se quiere, por lo tanto los niveles de producción de estos han subido, se empiezan a ver aportes más importantes visualmente acompañando a la letra de la pieza musical, cada vez las imágenes cobran más

importancia, se le debe mostrar al público lo mejor y propuestas más innovadoras, que produzcan en él dos cosas, que siga y siga viendo este lyric video y que mientras más lo escuche, mas quiera ver pronto el videoclip oficial.

Al parecer nos encontramos más cerca de ver esa historia planteada en la canción, pero tal vez primero veamos algunos pasos de baile, esto si hablamos de cantantes de géneros pop en donde las coreografías forman parte fundamental de esa identidad del artista, el "Dance Video" es la más reciente propuesta en cuanto a videos musicales, esta figura permite que la fanaticada cada vez se vea más involucrada con la música, ver los nuevos pasos que están de moda, aprendértelos, bailarlos cada vez que escuches la canción, reconocer que a alguien le gusta la misma música que a ti al ver que también se sabe los pasos de bailes, todo lo exhibido en internet trae repercusiones que deben ser trabajadas al beneficio de la promoción y comercialización de la música.

Ahora sí puede venir el estreno del Videoclip Oficial, pero antes debemos cerciorarnos que todo tenga que ver al respecto, una foto de perfil en el set de grabación, los créditos iniciales del video marcarán la manera en la que el nombre del artista sale en todas las publicaciones, esto da pie a refrescar la identidad del artista generando nuevo material que siempre exigen las redes sociales. Desde YouTube y con alianzas de diversas webs con contenido musical

reciente se estrena el videoclip y a partir de allí muchas serán las publicaciones al respecto, describiendo la calidad del video, comentarios de en qué nueva faceta vimos al cantante, el nivel de producción en general. Dentro de un videoclip tenemos diversas posibilidades, videos narrativos en donde veremos al artista en una romántica historia de amor, videos de performance que muestran esa virtud de un cantante y su puesta en escena, quien sin más que su carácter puede cautivar al espectador, o bien algo más conceptual en donde apoyándose de metáforas apreciamos un alto contenido estético que con un poder semiótico permiten que colores y formas nos creen una situación placentera con la música que escuchamos.

Por lo rápido que se genera material nuevo desde todos los orígenes no podemos permitir que nuestro sencillo promocional pierda vigencia, por ello la historia no puede terminar en ese lanzamiento del videoclip, el mismo consumo masivo de imágenes con intenciones de sorprender al espectador también produce la curiosidad de saber cómo se realizó ese video, y es allí donde nos apoyamos en un "Making-of" en el cual podremos ver todo ese proceso detrás de cámara que permite darle mucho más realismo y veracidad al artista y a su video.

Finalizando lista de posibilidades y siguiendo el orden de ideas que muestran esa sinceridad del músico, encontramos una figura muy propia de

famosos tutoriales encontrados en YouTube, estos son los "Chord Videos", así como los "Dance Videos" le dan opción a los artistas pop, principalmente dentro del rock son muchos los fanáticos y músicos amateurs que apreciarán infinitamente si su banda favorita les muestra como tocar sus canciones, es así como los chord videos exponen los acordes y diferentes indicaciones para ejecutar las notas musicales de la canción generalmente en guitarra.

Bien, realizamos ya todo un recorrido por todas las posibilidades que tienen músicos de hoy en día de promocionar sus canciones audiovisualmente. Esto es una visión general y planteada en el mejor de los escenarios. Ahora, la realidad económica y social vivida actualmente en Venezuela no es el mejor de los espacios para la proyección a gran escala de una propuesta musical, más si se trata de una banda de música alternativa como el rock indie, que no tiene mucha cabida comercial en los principales medios de comunicación masiva como lo es la televisión. Por ello el apoyo en todas las redes sociales debe ser mayor que en cualquiera de los casos, hay que ser mucho más detallista en todo el sistema de difusión antes explicado. Debe haber mayor esfuerzo en la generación de material visual, que por razones de costos seguramente será mucho mayor que el material musical de la banda.

Y es en ese momento en donde se deben tomar decisiones acertadas provenientes de profesionales

en la material y las bandas venezolanas en estos tiempos se han sabido aliar con artistas, diseñadores gráficos, fotógrafos y demás profesionales formando buenos equipos de trabajo que les permitan hacer valer las inversiones para grabar sus materiales discográficos, realizar sus videoclips y la producción de eventos de presentaciones en vivo para lucrarse y promocionarse cada vez más, todo este proceso conlleva la preparación de diversos sistemas gráficos publicitarios, imágenes de todo tipo que permitan transmitir la información repetidas veces sin parecer molestos, llamar la atención de fanáticos y del nuevo público que ayuden a hacer sustentable su vida musical. En Venezuela tenemos referentes de excelentes trabajos con la identidad de las bandas, agrupaciones que no sólo por su música se han hecho famosos, también sus propuestas visuales con altos contenidos estéticos han captado el gusto del público, videoclips que sin grandes lujos de producción han logrado reconocimiento internacional e incluso premiaciones. Todo esto con respaldo de grandes profesionales que dejan en claro el valor de sus conocimientos.

En definitiva para que la música sea vista se debe contar con alguien que posea conocimientos que permitan decidir desde qué encuadre utilizar para unas fotografías hasta el estilo del vestuario, desde saber que elementos gráficos necesitan incluirse en una grabación clásica hasta la producción de una historia narrada completamente con animación, desde la elección de la tipografía que mostrará el nombre de la canción en los créditos iniciales hasta la composición de los escenarios usados en el video, desde la producción de visuales que acompañen la presentación en vivo hasta el pensar el color del cable del micrófono del vocalista en ese mismo evento. Sin ánimos de parecer un todo poderoso, debo decir que ese alguien es un Diseñador Gráfico.

Ronald Gordon,
septiembre de 2016.

www.bdigital.ula.ve

Reconocimiento-No comercial

BIBLIOGRAFÍA

63

Álvarez, W., (2007). El rey del tap. Videoclip. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=Z02PGmw9ywo>

Bayley y Sarmiento, (2016). Los que se quedan, los que se van. Videoclip. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=4LCWsb_QaPc

Chaves, N., (1999). La imagen corporativa (5ta edi.). México: Editorial Gustavo Gili.

Escobar, G., (2006). Houdini. Videoclip. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=88Vx8BwGPzw&nohtml=1>

Escobar, G., (2010). Malabares. Videoclip. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=0OuDHYrfFFk>

Gorilón, (2004). Videoclip. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=b_qKHd5UuVI

Illescas, J., (2015). La dictadura del videoclip. Industria musical y sueños prefabricados. España: El topo viejo.

Moreno y Abreu, (2012). Tripolar. Videoclip. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=LbZ5YVYavo8>

Mundo porno, (2008). Videoclip. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=ufkXTFp9VEc>

Niño L., (2009). Dialéctica de la sombra. Trabajo de grado. Mérida: Universidad de los Andes.

Okills - Official Website. (20015). Disponible en:
<http://www.somosokills.com>

Romero N., (2012). Diseño gráfico en la producción audiovisual animada Caribay. Trabajo de grado. Mérida: Universidad de los Andes.

Sedeño A., (2007). El videoclip como mercanarrativa. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.

Villasmil, N. (2006). Eres. Videoclip. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=sPnPPVgtnFA#t=35>

Villasmil, N. (2009). Avión. Videoclip. Disponible en:
https://www.youtube.com/watch?v=SJs9Xd5Pc_k

Villasmil, N. (2015). La vida es un tren. Videoclip. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=mhennBWkybY>

Villasmil, N. (2016). La razón de estar aquí. Videoclip. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=TavSRORek60>

Zitelmann C., (2013). The choro dance. Videoclip. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=F6tlQr59MrE>.

Zitelmann y Elster, (2014). Flamingo. Cortometraje. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=xoWRkd3oGcs>.



www.bdigital.ulb.ac.ve

Reconocimiento-No comercial