

# Me vas a matar



Grado en Comunicación Audiovisual

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Autores/as: Lucas Gallego García

DNI: 20904732-D

Isabella Henríquez López

DNI: 266258560-B

Natalia Grau León

DNI: 44928014-K

Andrea Calvo Campillo

DNI: 209209277-Y

Tutor/a: Antonio Loriguillo López

Mayo, 2022

## RESUMEN

Este Trabajo de Fin de Grado correspondiente a la modalidad C (elaboración de productos audiovisuales terminales) consiste en la preproducción, producción y postproducción de un videoclip. El material sonoro con el que se ha trabajado en este proyecto es *Me vas a matar*, una canción de 2 minutos y 48 segundos cuya autoría pertenece al vocalista del grupo Ataúdes Merche Carlos Bonet. Esta banda de origen castellonense mantiene un estilo que se enmarca dentro del género punk y se caracteriza por una determinada filosofía de creación musical, el *DIY* (hágalo usted mismo), la cual se refleja tanto en el resultado final del videoclip, con una estética imperfecta y nostálgica, así como en los apartados de desarrollo del proyecto. En relación a la imagen, cabe mencionar que durante el rodaje se emplearon dos modelos de cámara: Sony DCR-SX65E, una *handycam*, en pos de la estética de desgaste requerida, y la Sony Alpha 7 III, de una calidad más profesional. Asimismo, para el montaje y la corrección de color se ha recurrido al programa de edición de video Adobe Premiere Pro.

## PALABRAS CLAVE

Videoclip, Punk, Post Punk, Música, Proyecto Audiovisual, *Underground*, Ataúdes Merche

## SUMMARY

This Final Degree Project corresponding to modality C (development of terminal audiovisual products) consists of the pre-production, production and post-production of a video clip. The sound material used in this project is *Me vas a matar*, a 2 minute and 48 second song written by the vocalist of the band Ataúdes Merche Carlos Bonet. This band from Castellón maintains a style that is framed within the punk genre and is characterised by a certain philosophy of musical creation, *DIY* (do it yourself), which is reflected both in the final result of the video clip, with an imperfect and nostalgic aesthetic, as well as in the development sections of the project. With regard to the image, it is worth mentioning that two camera models were used during the filming: Sony DCR-SX65E, a *handycam*, in pursuit of the required worn-out aesthetics, and the Sony Alpha 7 III, of a more professional quality. Adobe Premiere Pro video editing software was used for editing and colour correction.



Videoclip *Me vas a matar*

**KEY WORDS**

Video clip, Punk, Post Punk, Music, Audiovisual Project, Underground, Ataúdes Merche

## Índice:

<b>1. Introducción</b>	<b>1</b>
1.1 Justificación y oportunidad del proyecto	2
1.2 Objetivos	2
1.3 Estructura del trabajo	3
<b>1. Introduction</b>	<b>4</b>
1.1 Justification and timeliness of the project	5
1.2 Objectives	6
1.3 Structure of the work	6
<b>2. Marco teórico: estado de la cuestión</b>	<b>8</b>
2.1 Orígenes y antecedentes del videoclip	8
2.2 Evolución y expansión de la industria del videoclip	10
2.3 Punk: underground y filosofía DIY	13
2.4 Estética underground	15
<b>2. Theoretical framework: state of the issue</b>	<b>24</b>
2.1 Origins and background of the video clip	24
2.2 Evolution and expansion of the video clip industry	26
2.3 Underground punk culture and DIY philosophy	28
2.4 Underground aesthetic	31
<b>3. Argumentación sobre las decisiones discursivas</b>	<b>40</b>
<b>4. Sinopsis del proyecto de producción</b>	<b>42</b>
4.1 Tema	42
4.2 Idea narrativa	42
4.3 Storyline	42
4.4 Sinopsis	43
4.5 Ficha técnica	43
<b>5. Estructura de la producción</b>	<b>44</b>
5.1 Preproducción	44
5.2 Producción	45
5.3 Postproducción	45
<b>6. Guion literario</b>	<b>48</b>
<b>7. Guion técnico</b>	<b>50</b>
<b>8. Desglose del guion</b>	<b>53</b>
<b>9. Plan de rodaje</b>	<b>73</b>
9.1 Primer día	73
9.2 Segundo día	74
<b>10. Memoria de producción</b>	<b>75</b>

## Videoclip *Me vas a matar*

10.1 Preproducción	75
10.2 Producción	77
10.3 Postproducción	78
<b>11. Plan de exportación del producto</b>	<b>79</b>
11.1 Análisis del mercado al que va dirigido el producto	80
11.2 Plan de comunicación y marketing	80
<b>12. Gestión de derechos de autoría. Registro</b>	<b>83</b>
<b>13. Resultados</b>	<b>84</b>
<b>14. Conclusiones</b>	<b>86</b>
<b>14. Conclusions</b>	<b>86</b>
<b>15. Bibliografía</b>	<b>88</b>
<b>16. Anexos</b>	<b>91</b>
Anexo I. Curriculum Vitae	91
Anexo II. Cesión de derechos de imagen	96
Anexo III. Enlace al videoclip	97

## 1. Introducción

Este proyecto aborda las diferentes etapas que implica la realización de un producto audiovisual, concretamente un videoclip. La elección de este formato para la elaboración del presente trabajo reside en que una de las componentes del grupo de trabajo (Andrea Calvo Campillo) ejerce como bajista en Ataúdes Merche, una formación musical de Castelló. De este modo, el resto de integrantes del proyecto de trabajo (Lucas Gallego García, Isabella Henríquez López y Natalia Grau León) entendió que esta coincidencia suponía una gran oportunidad para tener acceso a colaborar de manera profesional con una banda en la creación de un vídeo musical.

El material sonoro del que se ha partido para la invención y posterior materialización del videoclip es *Me vas a matar*, una canción original de Ataúdes Merche y cuya letra fue compuesta por Carlos Bonet (vocalista), con una duración de 2:47 minutos y grabada por los miembros del grupo en su local de ensayo. La música se ha registrado sobre cinta de casete mediante una grabadora multipista Tascam de principios de los años 90 (Tascam Portastudio 424 MKIII), que pertenece a otro de los miembros de la banda (Javier Coloma). Cada pista instrumental ha sido posteriormente transformada a formato digital para su edición.

El presente trabajo consiste en un documento de investigación teórica, a la vez que recoge las notas y documentos necesarios de apoyo para la creación de un videoclip para una banda concreta. En el marco teórico se repasa la historia del videoclip, para profundizar después en ciertos aspectos de la estética *underground*, la idea del error o lo imperfecto, e incidir también en la filosofía *DIY* y el aspecto de los productos que se derivan de la misma. Se han considerado de relevancia estos temas debido a que aluden directamente al estilo y la manera de hacer de Ataúdes Merche. Para esta parte nos han sido de especial utilidad los trabajos de investigación *Views of the unseen: Alternativas e innovación visual a través de tendencias contraculturales* (2017) de Jesús Gómez Arcas, *El videoclip materialista en la era digital: de las aproximaciones matéricas a la estética del error* (2021) de Alberto Hermida y *Do it yourself: Cultura y tecnología* (2009) de Juan Ignacio Gallego Pérez.

En cuanto al trabajo práctico y materialización del videoclip, han sido recopilados aquellos materiales de trabajo que competen a las tradicionales fases de un proyecto audiovisual (preproducción, producción y postproducción), detallando su ejecución en los diferentes documentos técnicos que nos han sido necesarios.

### 1.1 Justificación y oportunidad del proyecto

Desde el punto de vista de Ataúdes Merche, este proyecto supondrá un paso adelante en su trayectoria musical, dado que el videoclip de *Me vas a matar* es la primera canción de su repertorio que adquirirá forma bajo este soporte audiovisual.

Por otro lado, para los integrantes del grupo de trabajo la posibilidad de participar en la realización de un videoclip ejerciendo las labores y procedimientos técnicos propios de una productora puede significar una oportunidad de aprendizaje muy enriquecedora para nuestro desarrollo profesional en el campo de la comunicación audiovisual.

### 1.2 Objetivos

El principal objetivo de este trabajo es la confección de un producto audiovisual acorde a los requerimientos estéticos y narrativos que a lo largo del proyecto transmitan los diferentes componentes de la banda musical.

También es un objetivo esclarecer el porqué de determinadas tendencias estéticas audiovisuales, anteriores y también actuales, que inspiran nuestro producto y son una base desde dónde partimos.

Por otro lado, los objetivos estipulados a nivel académico son elaborar todos los documentos de producción necesarios, encauzando las necesidades y deseos de la banda, y cumplir con los plazos establecidos por la Universitat Jaume I para la entrega del proyecto.

A nivel personal el objetivo que se ha autoimpuesto el grupo de trabajo consiste en servirse de todos los conocimientos adquiridos durante los cuatro años de carrera

para demostrar la valía profesional en el sector de la comunicación audiovisual a través de la elaboración de un producto audiovisual competente.

Finalmente, al ser éste un proyecto en colaboración con una banda punk, la filosofía *DIY* tiene un peso de relevancia. Por tanto, forma parte de los objetivos la experimentación del formato y los medios, saliéndose de lo más académicamente tradicional, operando con una actitud dentro de este modo de hacer, aunque a la vez teniendo en cuenta los conocimientos audiovisuales adquiridos en los años de carrera.

### 1.3 Estructura del trabajo

Para alcanzar los objetivos anteriormente mencionados, el trabajo se estructura de la siguiente manera:

En primer lugar, una introducción donde se contextualiza el proceso que se va a llevar a cabo para conseguir el producto final: el videoclip.

En segundo lugar, en el marco teórico se investiga la historia del videoclip y se profundiza en el tema de la estética *underground*, teniendo en cuenta lo que la banda y este videoclip concreto precisaban. Además, se repasan las ideas y maneras de hacer del punk.

El tercer apartado trata la inspiración y referencias utilizadas para el videoclip, así como qué decisiones se toman para que el proyecto tenga un determinado estilo. Esto se engloba en el apartado de argumentación sobre las decisiones discursivas.

A nivel más técnico, se encuentran los apartados de sinopsis, ficha técnica, guiones, desgloses de guion y plan de rodaje; una documentación que requiere todo proyecto audiovisual, sirviendo como apoyo y previsión para el proceso producción.

Posteriormente, se refleja la memoria de producción, donde el equipo da una explicación detallada de la ejecución del trabajo, dividida en preproducción, producción y postproducción.

Una vez finalizada la memoria, pasamos a hacer el plan de exportación de nuestro proyecto, «analizando el mercado» y explicando el modo de difusión de este vídeo en particular. Para tal cosa se necesita un registro de derechos de autor, apartado que sigue al plan de exportación.

A continuación están los resultados, donde se expone cómo ha evolucionado el proyecto hasta su resultado final; una comparación entre lo que se tenía planteado en primera instancia y el producto resultante, detallando el desarrollo de los acontecimientos y las diferentes decisiones tomadas para su avance.

Seguidamente, se proponen las conclusiones generales que se extraen de la creación del producto audiovisual.

Por último, se especifica la bibliografía utilizada a lo largo del trabajo, así como los anexos necesarios.

## 1. Introduction

This project deals with the different stages involved in the production of an audiovisual product, specifically a video clip. The choice of this format for the elaboration of this work lies in the fact that one of the members of the working group (Andrea Calvo Campillo) is a bass player in *Ataúdes Merche*, a musical group from Castelló. Thus, the rest of the members of the project (Lucas Gallego García, Isabella Henríquez López and Natalia Grau León) understood that this coincidence was a great opportunity to have access to collaborate professionally with a band in the creation of a music video.

The sound material used for the invention and subsequent materialisation of the video clip is *Me vas a matar*, an original song by *Ataúdes Merche*, whose lyrics were composed by Carlos Bonet (vocalist), which lasts 2:47 minutes and was recorded by the members of the band in their rehearsal room. The music has been recorded on cassette tape using a Tascam multitrack recorder from the early 90s (Tascam

Portastudio 424 MKIII), which belongs to another member of the band (Javier Coloma). Each instrumental track has been subsequently transformed into digital format for editing.

This work consists of a theoretical research paper, as well as a compilation of the notes and documents necessary to support the creation of a video clip for a particular band. The theoretical framework reviews the history of the music video, and then delves into certain aspects of underground aesthetics, the idea of error or imperfection, and also focuses on the DIY philosophy and the appearance of the products that derive from it. These themes have been considered relevant because they directly allude to Ataúdes Merche's style and way of making. For this part, the research works *Views of the unseen: Alternativas e innovación visual a través de tendencias contraculturales* (2017) by Jesús Gómez Arcas, *El videoclip materialista en la era digital: de las aproximaciones matéricas a la estética del error* (2021) by Alberto Hermida and *Do it yourself: Cultura y tecnología* (2009) by Juan Ignacio Gallego Pérez have been particularly useful.

As for the practical work and the materialisation of the video clip, it has been compiled those working materials that correspond to the traditional phases of an audiovisual project (pre-production, production and post-production), detailing their execution in the different technical documents that have been necessary.

### 1.1 Justification and timeliness of the project

On the one hand, From Ataúdes Merche's point of view, this project will represent a step forward in their musical career, given that the video clip of *Me vas a matar* is the first song in their repertoire that will take shape under this audiovisual support.

On the other hand, for the members of the working group, the possibility of participating in the making of a video clip, carrying out the technical tasks and procedures of a production company, can be a very enriching learning opportunity for our professional development in the field of audiovisual communication.



## 1.2 Objectives

The main objective of this work is the creation of an audiovisual product in accordance with the aesthetic and narrative requirements that the different components of the band transmit throughout the project.

It is also an objective to clarify the reasons behind certain audiovisual aesthetic trends, both past and present, which inspire our product and are a basis from which we start.

On the other hand, the stipulated objectives at an academic level are to elaborate all the necessary production documents, channelling the needs and wishes of the band, and to comply with the deadlines established by the Universitat Jaume I for the delivery of the project.

On a personal level, the self-imposed objective of the working group is to use all the knowledge acquired during the four years of study to demonstrate their professional worth in the audiovisual communication sector through the production of a competent audiovisual product.

Finally, as this is a project in collaboration with a punk band, the DIY philosophy has a relevant weight. Therefore, one of the objectives is to experiment with the format and the means, moving away from the more academically traditional, operating with an attitude within this way of working, while at the same time taking into account the audiovisual knowledge acquired during the years of study.

## 1.3 Structure of the work

In order to achieve the aforementioned objectives, the work is structured as follows:

Firstly, an introduction where the process to be carried out in order to achieve the final product: the video clip is contextualised.

Secondly, the theoretical framework investigates the history of the video clip and delves into the subject of underground aesthetics, taking into account what the band

and this specific video clip required. In addition, the ideas and ways of doing punk are reviewed.

The third section deals with the inspiration and references used for the video clip, as well as what decisions are made to give the project a certain style. This is included in the section on the argumentation of discursive decisions.

On a more technical level, there are the sections on synopsis, technical specifications, scripts, script breakdowns and shooting plan; a documentation required by any audiovisual project, serving as support and foresight for the production process.

Subsequently, the production report is reflected, where the team gives a detailed explanation of the execution of the work, divided into pre-production, production and post-production.

Once the report is finished, we go on to make the export plan of our project, «analysing the market» and explaining how to disseminate this particular video. This requires a copyright registration, which follows the export plan.

This is followed by the results, showing how the project has evolved to its final outcome; a comparison between what was originally planned and the resulting product, detailing the development of events and the different decisions taken to move it forward.

The general conclusions drawn from the creation of the audiovisual product are then proposed.

Finally, the bibliography used throughout the work is specified, as well as the necessary annexes.

## 2. Marco teórico: estado de la cuestión

### 2.1 Orígenes y antecedentes del videoclip

Desde sus orígenes, el videoclip ha tenido un marco delimitante bastante difuso. Tanto en su definición misma, como en los primeros productos audiovisuales etiquetados bajo este término, surgen perspectivas diferentes que pueden ser interpretadas desde las múltiples disciplinas que lo componen, tales como el consumo, la distribución o la producción (García Soto, 2015: p4). Aun así, es algo innegable que los orígenes del clip musical están estrechamente ligados a intereses publicitarios que fueron impulsados por el asentamiento y expansión de la televisión en los hogares de los años 50. Acompañándose, a la vez, de un auge en la música popular y el consumo televisivo, que fueron ganando cada vez más terreno en los hogares de los jóvenes de una generación considerada rebelde y dispar con sus mayores (Pedrosa González, 2016: p60).

Ligado a estos sucesos, el cine también se ve obligado a seguir subsistiendo por medio de este nuevo rival doméstico que le incita a doblegarse ante ciertos intereses comerciales, dando paso así a una abundante aparición de películas musicales con escenas tal como la de *Jailhouse Rock* (1957) con Elvis Presley, siendo ésta considerada por muchos como el primer video musical de la historia. Esta película será un punto de inflexión que demostrará que la música ayuda a vender los films y que los films ayudan a vender discos (García Soto, 2015: p305). Aunque tampoco hay que obviar que el cine comercial, por su cuenta, ya se encontraba desde los años 30 buscando la armonía musical con la imagen misma, mediante la inserción de piezas bailadas donde todos los elementos estaban a la disposición del tema musical (Sedeño Valdellós, 2002: p4).

Es un poco antes de ello que el cine sonoro asienta sus bases, siendo éste el antecedente más esencial, no sólo del videoclip sino de muchas otras corrientes, estilos y productos audiovisuales. Es *El cantante de Jazz* (1927) de Alan Crosland la primera obra sonora que dio paso a la sinergia entre sonido e imagen. Mientras que por otra parte, en los años 20, también gana importancia el dibujo animado con Oskar Fischinger desde su concepto de *Absolute film*, donde el movimiento, el

sonido y el color se ponían al servicio de la música. Su trabajo más conocido se encontró en la película *Fantasia* (1940) producida por Disney, donde popularizó la unión de imagen y música (García Soto, 2015: p15).

El *Absolute Film* surge en Alemania, como un movimiento ya no sólo de mano de Oskar Fischinger, sino también de Viking Eggeling, Hans Richter y Walter Ruttmann, quienes buscaron implantar un ritmo visual y la unidad de tiempo en el movimiento de las artes plásticas. Muchos de estos filmes mostraban la transformación de formas visuales en figuras geométricas de manera abstracta, y cómo el movimiento era algo incluido en ellas a la vez que su ritmo calculado musicalmente (Sedeño Valdellós, 2002: p2). Estos principios de unión plástica fueron también la meta de diversos movimientos como el surrealismo, el cubismo, el dadaísmo y de las diferentes vanguardias que experimentan un auge en los años 50, 60 y 70.

Durante la década de los 40, surgen también las máquinas de música visuales, los *soundies*, y más tarde, en los años 60, los *scopitones*. Éstas fueron una de las lejanas precursoras del videoclip junto a los anteriores movimientos y avances en el medio, siendo ambas un formato de cortos musicales con una duración aproximada de tres minutos que era reproducida en *jukeboxes* de bares y hoteles (Herzog, 2010: p8-9). Los *soundies*, por su parte, fueron creados en Estados Unidos, siendo unos proyectores con pantallas de 12 pulgadas y altavoces, y que fueron suplantados poco a poco por la televisión, que cada vez más introducía el visionado de películas musicales y de grabaciones de conciertos. Los *scopitones* nacieron en Francia, y a diferencia de sus antecesores, soportaron la llegada de la televisión debido a sus mejoras técnicas, tales como pantallas más amplias y un peso mucho más ligero. Pero tampoco tardaron mucho en desaparecer en los años 70 debido a su baja comercialización a nivel mundial, pues el rock francés no era competencia para el estadounidense. El mayor avance que aportaron estas máquinas músico-visuales de los 60 a la estructura de los videoclips fue que, en su mayoría, se trataban de relatos breves con rupturas espacio-temporales que se mantenían a la vez de manera independiente pero entrelazada con la música (Tarín Cañadas, 2015: p162-165).

En estos mismos años 60, nacieron pensamientos importantes basados en manifestaciones artísticas y culturales como la contracultura y el *underground*, ambos fuertemente basados en las situaciones tanto políticas como culturales de estos años. Al mismo tiempo, la influencia cada vez más creciente del rock como género musical da paso a que aparezcan grupos como The Beatles, siendo estos de gran importancia al transmitir valores del género para todo el público. Tanto este grupo como Elvis Presley fueron de los mayores exponentes de las películas musicales, pero no mucho más tarde, en los años 70, llegaría lo que se consideró el primer videoclip concebido como tal en la industria musical. Concretamente en 1975, *Bohemian Rhapsody* de Queen se crea con un fin totalmente promocional de un single, teniendo la suficiente repercusión para que la industria musical empezase a usar este formato audiovisual con fines comerciales (García Soto, 2015: p44-45).

## 2.2 Evolución y expansión de la industria del videoclip

La consolidación del videoclip como un soporte visual que acompaña y complementa el consumo musical a través de la imagen se sustenta en el nacimiento de la MTV, una cadena temática de origen estadounidense que surge el 1 de agosto del año 1981 con una clara orientación al público juvenil. La parrilla de contenidos de este canal se circunscribe inicialmente a la retransmisión de videoclips musicales de forma ininterrumpida (García Soto, 2015: p2).

El primero de estos productos audiovisuales destinados a la explotación mercantil de los grupos de música que fue televisado por la MTV es *Video killed the radio star*, una canción grabada por The Buggles en 1979 y cuyo videoclip corre a cargo del director Russel Mulcahy. Este canal de televisión, perteneciente al conglomerado de medios de comunicación conocido en la década de los ochenta del pasado siglo bajo el nombre corporativo Time Warner Inc, transformó por completo el consumo de la música. No obstante, con el paso del tiempo la MTV ha renovado su estrategia de contenidos y actualmente retransmite otro tipo de espacios también orientados al entretenimiento, pero a través de fórmulas televisivas relacionadas principalmente con la telerrealidad (Tarín Cañadas, 2015: p168-170).

Desde sus inicios el videoclip se ha visto influenciado por el resto de disciplinas artísticas que parten de la imagen como fundamento para la creación de productos culturales. De este modo, el vídeo musical ha sabido adaptar a la naturaleza de su formato muchos de los rasgos formales y estilísticos del séptimo arte, los *spots* de la industria publicitaria, los programas de televisión, así como ciertas características del arte de la pintura, la cartelería y el cómic. De igual forma, todas estas modalidades artísticas también se han impregnado de las peculiaridades del videoclip (García Soto, 2015: p3-4).

Es en el año 1983 con el estreno de *Thriller* cuando se introducen por primera vez elementos narrativos propios de las producciones cinematográficas en el videoclip musical. La incorporación de la narratividad al formato de los vídeos musicales es una innovación que se le atribuye a John Landis, un cineasta que dos años antes de ponerse a trabajar con Michael Jackson había dirigido una película de terror titulada *Un lobo americano en Londres*. Este realizador se encargó de trasladar el ambiente oscuro y abrumador de su filme a la canción del rey del pop y convertirla en un cortometraje musical que se sitúa en un punto intermedio de hibridación entre el videoclip y el cine (Tarín Cañadas, 2015: p171).

A partir de la segunda mitad de la década de los ochenta, el arte del videoclip alcanza un grado de madurez y profesionalidad que se traduce en una expansión generacional de su consumo, dado que hasta dicho momento el vídeo musical era un producto cultural destinado principalmente al público juvenil. Uno de los aspectos básicos que explican la ruptura de la brecha generacional en relación al visionado de videoclips es la inclusión de elementos autorreferenciales que permitieron construir relaciones de complicidad con diversas capas sociales a través de mensajes estereotipados. Por otro lado, en 1986 a partir del lanzamiento de *Sledgehammer*, un single de Peter Gabriel realizado por Tessa Watts, el video musical comienza a mostrar una faceta simbólica y conceptual que se conjuga con la narratividad instaurada por *Thriller* (Caro Oca, 2014: p140).

En la década de los noventa la industria musical sufre una transformación derivada de la aparición del CD y el inicio de la piratería. Si a este cambio en el paradigma del consumo musical se le suma la pérdida del aura de novedad del videoclip tras

más de dos décadas de evolución, el resultado es una crisis de popularidad del formato. No obstante, las estrellas de la música que habían explotado la fórmula del videoclip hasta este momento como Prince, Madonna, Michael Jackson o George Michael son las encargados de mantener este género audiovisual en el mercado (García Soto, 2015: p145-147).

Uno de los videoclips más representativos de este periodo es el que corresponde a *Freedom! '90*, una exitosa canción de George Michael que en España alcanzó la primera posición de la lista de LOS40 en febrero de 1991. David Fincher fue el encargado de dirigir la parte visual de este video musical que se conecta con el mundo de la moda a través de la participación de cinco modelos que protagonizan el videoclip. Con este trabajo visual George Michael pretendía desvincularse de la imagen que la discográfica Sony había creado de sí mismo en sus anteriores canciones. Éste es el motivo por el que esta estrella de la música no se muestra siquiera en un solo segundo plano durante el vídeo musical de *Freedom! '90* (Garrán, 2021).

Con el cambio de milenio y la llegada de Internet a los hogares el videoclip experimenta una segunda juventud como consecuencia de su presencia en la red. A partir del nacimiento de YouTube en 2005 el modelo de consumo pasivo instaurado por la MTV se subvierte por completo. Esta plataforma de video permite al espectador generar sus propias rutinas de consumo y seleccionar cuándo, cómo y qué videoclips concretamente quiere visionar. De este modo, el consumidor adquiere un papel activo con el que se convierte en el diseñador que programa su propio circuito de consumo en base a sus preferencias personales (Tarín Cañadas, 2015: p117).

En relación a esta etapa cabe mencionar el videoclip publicado por Beyoncé en 2009 *Single Ladies*, esta pieza visual filmada íntegramente en blanco y negro destaca por una coreografía diseñada por Frank Gatson e interpretada por la propia artista junto a las bailarinas Ebony Williams y Ashley Everett. El director de este videoclip, que se realizó conjuntamente con el vídeo musical del tema *If I Were A Boy*, es Jake Nava, un realizador londinense que desde la canción *Crazy in Love*

(2003) mantenía una estrecha relación profesional con esta estrella de la música (Hughes, 2018).

### 2.3 Punk: underground y filosofía *DIY*

La cultura *underground* la conforman aquellas formas de expresión (música, cine, escritura, etc.) que se oponen a los modos de producción de las industrias culturales enfocados a la cultura de masas. En cuanto a los orígenes del concepto *underground*, en la revista *Icono*, Gallego Pérez explica:

«La revolución de la cultura juvenil durante los años 50 americanos, que funcionó como oposición de la “cultura adulta”, desembocó en Elvis Presley y el *Rock And Roll*. Éste, en un momento dado, fue asimilado por el sistema y dio el paso fundamental de ser utilizado por el mundo de la publicidad para vender productos masivos. A partir de aquí es cuando llega el momento de las subculturas que arrancan con los Teddy Boys y se desarrollan durante más de 50 años con los *mods*, *skinheads*, *punks*, *indies*, *hip hop*, *techno*... La música deja de ser un pasatiempo para convertirse en un modo más de comunicar un estilo, una cierta forma de pensar y de enfrentarse a la realidad».

(Gallego Pérez, 2009: p281)

Por otra parte, los orígenes de la propia palabra *underground* cobijan en su etimología la activa actitud ideológica que acompaña a la contracultura:

«Con la Segunda Guerra Mundial, los movimientos de resistencia que luchaban contra la ocupación nazi recibieron el nombre de *Underground* en toda Europa y, por analogía, la palabra comenzó a usarse años más tarde como oposición a la cultura que ocupaba el poder».

(Morató, 2021)

Las producciones *underground* se acogen a la filosofía *Do It Yourself* (hágalo usted mismo). De este modo, el arte se crea a partir de materiales cotidianos y tecnología doméstica, como explica Gómez Arcas en su trabajo sobre el fanzine —siendo también aplicable al proceso creativo de otras artes—, y continúa matizando sobre tales creaciones que es el *DIY*, este *modus operandi*, «lo que les otorga una estética



característica un tanto imperfecta, casera e incluso sucia» (Gómez Arcas, 2017: p40).

En lo ideológico, el *underground* sería inseparable de la actitud *DIY*, y ambos conceptos asientan las entrañas del punk, género musical que atañe al presente trabajo en su forma de videoclip. «En su aspecto musical, la ideología punk rechazó la música que reinaba en la década de 1970, la industria musical y sus procedimientos, las modalidades tradicionales de difusión, los sonidos progresivos y la estética estandarizada reinante» (Guerra 2013, 2014, como citaron Guerra y Straw, 2017: párr.1).

«El punk fue una matriz de reconstrucción identitaria de los jóvenes de la posguerra: más que un movimiento, era un colectivo de individuos que se expresaban, lo que lo hace muy difícil de definir» (Laing 2015[1985], como citaron Guerra y Straw, 2017: párr.3).

El contexto sociopolítico fue decisivo en el nacimiento de las actitudes *underground*. El movimiento punk en Reino Unido tuvo lugar con la crisis socioeconómica y el aumento del precio del petróleo en 1973, tras el conflicto árabe-israelí. En lo que se refiere al *underground* en España, tan asociado a la movida madrileña, Jordi Costa, en su volumen *Cómo acabar con la contracultura*, contextualiza la movida tras el franquismo y define así el movimiento *underground*: «una sensibilidad que se manifestó en formas múltiples y cuyo recorrido vino a coincidir con la agonía de una dictadura, la promesa de un tiempo nuevo y el desencanto que aguardaba a la vuelta de la esquina», citando éste los imaginarios de Iván Zulueta, Eloy de la Iglesia o Carles Mira, entre otros (La Vanguardia, 2018).

Gómez Arcas afirma sobre el término *underground*: «se está banalizando y gastando a través de los medios y las redes sociales». Existe una tensión entre la contracultura y la cultura de masas, de hecho se puede hablar de un fenómeno de retroalimentación entre el *underground* y el *mainstream*, así lo explica Alberto Hermida: «El *underground*, que un principio nace como expresión artística alternativa, fuera del mercado (...) adquiere cierto grado de popularidad (...) utilizada por las grandes industrias propietarias de la producción artística, para convertir esto

en cultura de masas». Así, la industria maximiza sus beneficios y, añade: «consigue eliminar el simbolismo asociado a dichos movimientos, y garantizarse por tanto el control de las tendencias artísticas» (Cisneros Arias, 2020: p24). Por desgracia, los subgrupos culturales se convierten en interesantes nichos de mercado.

En lo audiovisual, la nostalgia por lo analógico y la estética de lo imperfecto, asociadas al *look underground*, se han convertido en tendencia, como se observa en el siguiente apartado dedicado a la estética. Este estilismo deriva de la filosofía *DIY*, y de ese punto de bricolaje<sup>1</sup> del punk, aunque con el tiempo ciertas transgresiones se van asimilando. Por otra parte, la apuesta por la expresividad y la originalidad también es un punto a tener en cuenta en el estilo *underground*.

El *DIY* implicaría tres estadios: el ideológico —una rebelión contra el orden jerárquico establecido—, el industrial —buscando nuevas formas de producción fuera de la cultura de masas, con redes autónomas de producción y distribución— y el estético —en la búsqueda de sonido o imagen que interesa como individuo o grupo subcultural— (Gallego Pérez, 2009: p281).

## 2.4 Estética *underground*

Una vez definido el vínculo indisoluble entre los varios ámbitos culturales del *underground* y la filosofía *DIY*, se puede hablar de una estética reconocible en el arte cultivado en este ambiente. Para ello nos servimos de algunos apuntes del ya citado trabajo de Jesús Gómez Arcas sobre el fanzine —pues «la historia del fanzine siempre ha estado ligada a los movimientos contraculturales y a la transgresión artística»— además, para tratar el tema de la imperfección en la fotografía, explicando la estética del error y la nostalgia por lo analógico en las nuevas tendencias audiovisuales, también tomamos como referencia el trabajo de Alberto Hermida sobre el *glitch*, así como a Juan Ignacio Gallego Pérez en la revista *Icono*.

---

<sup>1</sup> El proceso de hacer punk está al alcance de todos, y cualquiera puede hacer las letras, los instrumentos, las grabaciones, los conciertos, la distribución, la ropa, las carátulas de los discos, los casetes, los fanzines. El punk es bricolaje (McKay 1998, 1996; Moran 2010; Dale 2008, como citaron Guerra y Straw, 2017: párr.13).

Algunos ejemplos en fotografía artística que aluden a la imperfección, concretamente en el marco de la fotografía musical, pueden encontrarse en las fotos para la portada del álbum *Blonde on blonde* (1966) de Bob Dylan. Si bien el fotógrafo Jerry Schatzberg gastó todas las fotos de un carrete de 35mm en que la mayoría de capturas eran nítidas, dos o tres salieron borrosas debido al frío que hacía en las calles de Nueva York y a los movimientos inquietos de Dylan; finalmente el músico escogió una de las fotografías borrosas para la portada (Gómez Arcas, 2017: p31). La imperfección en lo visual, lejos de ser un simple error, cuenta con una notable carga de significado que envuelve al artista, Gómez lo explica con la siguiente cita:

«La famosa fotografía de Schatzberg contiene en esencia los problemas que tuvo Dylan con el álbum y con su propia imagen en aquella época. El disco se hizo en los estudios de Nashville, Columbia, pero aún contando con la presencia de diversos músicos reconocidos en el mundo del Country-Folk americano, *Blonde on Blonde* contiene algunas de las canciones más urbanas e influenciadas por las drogas que Dylan ha compuesto en su carrera. Al igual que la fotografía carece de enfoque, el álbum carecía de título en la portada, sin dar ninguna pista de quién era el autor del disco, sólo una curiosa figura con el pelo largo y una intensa mirada (...). La portada reflejaba perfectamente las cada vez más diluidas fronteras musicales de Dylan y las florecientes influencias psicodélicas del movimiento hippie».

(Miles, Scott & Morgan, 2005: p64,  
como citó Gómez Arcas, 2017: p31-32)

Del mismo modo encontramos que la portada del célebre álbum de The Clash, *London calling* (1979), que emulaba la portada del disco debut de Elvis Presley, muestra la figura del bajista Paul Simonon en un movimiento brusco, sacudiendo el instrumento. Muy lejos de ser una imagen nítida, y lejos también del habitual y procurado perfeccionismo de la fotógrafa Pennie Smith, la banda insistió en elegir esta fotografía como portada, por la rabia que transmite (Gómez Arcas, 2017: p34). La fotógrafa concedió varias entrevistas en las que explicaba que ni siquiera quería tomar esa foto, que «el dedo se fue solo» y que incluso hubiese descartado tal toma

si no hubiera sido por la insistencia, especialmente, del músico Joe Strummer (Esquive, 2021).

Por otra parte, el fotógrafo Mark Sink retrató la escena artística neoyorquina de los 80 a través de una cámara Diana, característica por su cuerpo de plástico y por el resultado de sus fotografías; con viñeta y desenfoque en sus bordes y un formato cuadrado y pequeño, lo que se puede considerar una calidad *lo-fi*. En una entrevista en *Diana F+ More true tales & short stories* (Lomographic Society International, 2007: p144-148), Sink asegura que las estrellas amaban esta cámara, «you can see it in the eyes of your subjects. Plus it gets you close to stars because they see that you are not a journalist with a big-gun camera. It's a 'What's that thing?' camera». El fotógrafo aconseja con cierta romantización al usuario de la cámara Diana que se permita fallar: «Diana works because Diana lets you have happy accidents. Accidents are the key to success. One has to learn to let go and fail. We live too much in a failsafe world».



Fotografías de Mark Sink

Para cerrar con un ejemplo entre muchos, David Godlis, conocido por su fotografía callejera, capturó también la escena punk en calles y locales como el CBGB. Godlis buscaba concienzudamente la imperfección, lo que aportaba un plus a la hora de retratar el movimiento punk; «mientras conversaba con los músicos tomaba las fotografías de ellos. Nunca me he comportado como un fotógrafo de rock. Yo

fotografiaba la escena» (Buckland, 2009: p78, como citó Gómez Arcas, 2017: p35-36). Las nuevas varias formas de expresión ligadas al *underground* podían causar rechazo entre ciertos sectores, sin embargo, Gómez Arcas afirma que «si Godlis no hubiese retratado lo que pasaba dentro y fuera del CBGB (...) sólo nos hubiesen quedado las lejanas fotografías con las que las altas élites de la bohemia, apostadas en la zona VIP, intentaron reflejar el punk».



Blondie. CBGB. 1977



Patti Smith. Bowery. 1976

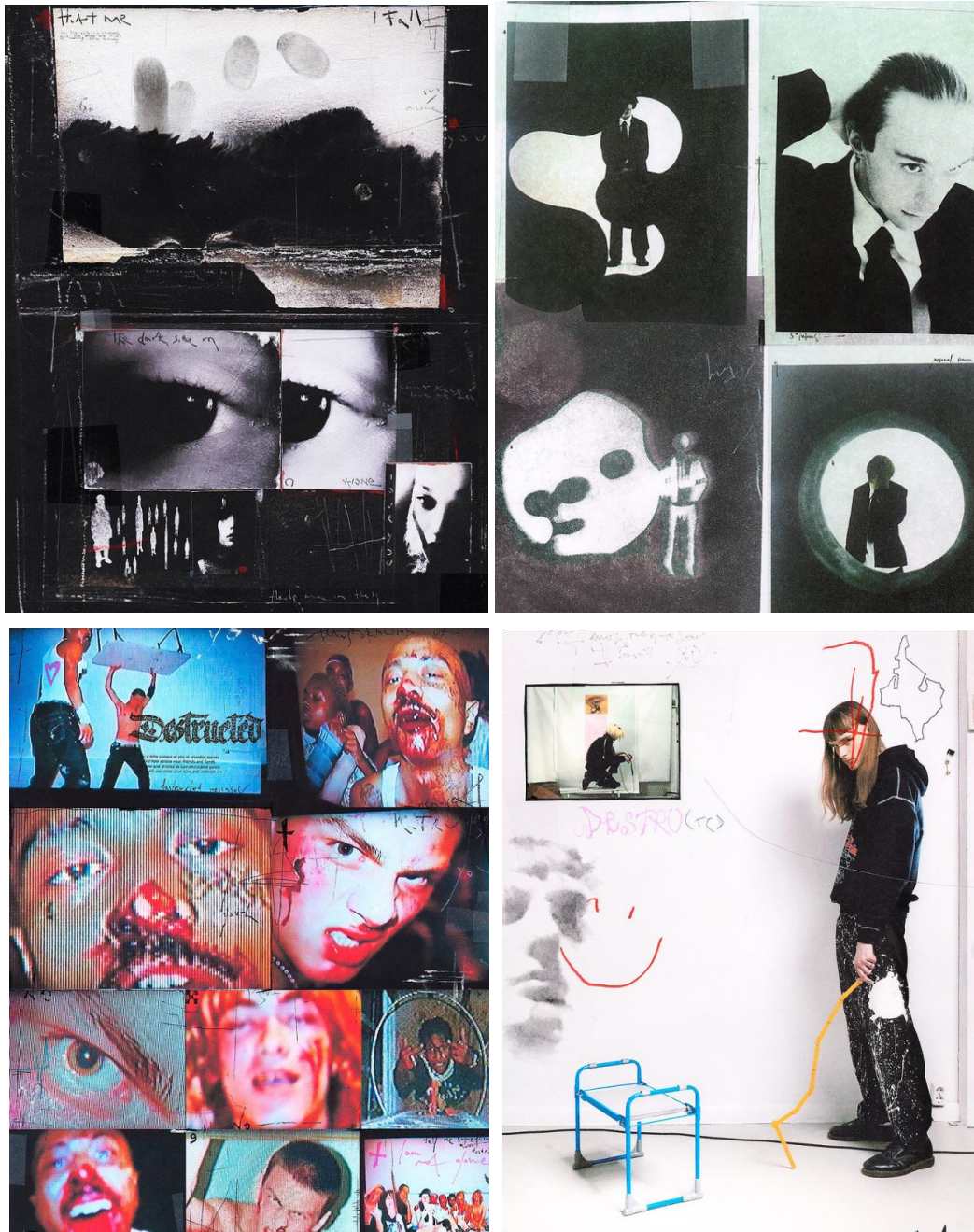
Fotos por David Godlis

Volviendo al presente, en las bodas entre lo analógico y lo digital podemos encontrar de nuevo ejemplos de experimentación con lo imperfecto. Es un caso el trabajo del artista visual Anton Reva, con resultados que fluctúan entre lo antiguo y lo novedoso, Reva «permite una síntesis entre el pasado y el futuro en el arte y la fotografía» (Coeval Magazine, 2017). Este estilo ha proliferado y sirve de referencia también al arte visual de escenas locales, como en el caso del grupo valenciano Duelo, quienes combinan el uso de cámaras analógicas y digitales, o sintetizadores visuales, y que también componen imágenes de forma manual para luego escanearlas y editarlas a través de software, conformando piezas de vídeo originales. En los siguientes fotogramas se puede apreciar esa estética gastada a



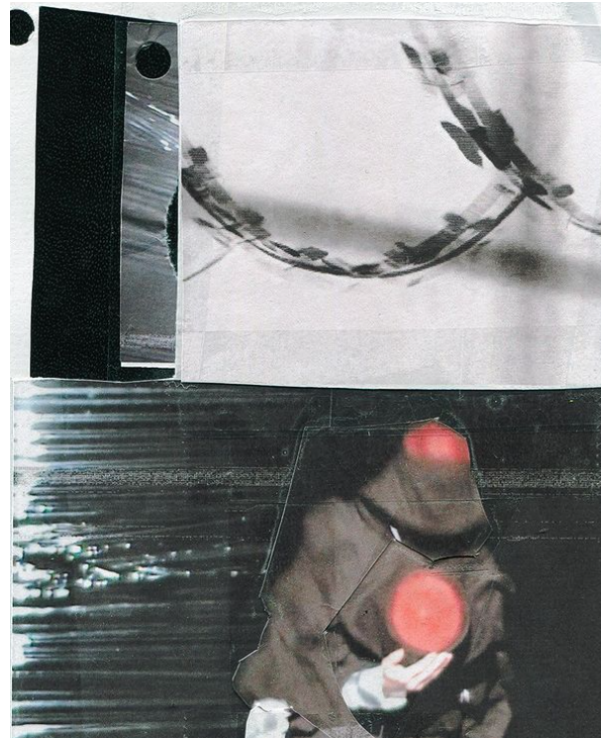
Videoclip *Me vas a matar*

través del grano, interferencias y reencuadres, además de algunos detalles de intervención aparentemente física, del tipo línea de lápiz y otras texturas que reflejan la idea del bricolaje.



Anton Reva  
(@savemymind)

Videoclip *Me vas a matar*



Duelo  
(@duelodueloduelo)

Estas tendencias abrazan la cultura *lo-fi*, una estética que originalmente surge de la idea *DIY* de que producirse y distribuirse uno mismo está por encima de la calidad de la grabación, así como en muchos casos se convierte en una marca estética que revela la autenticidad de un producto o artista por encima de otras piezas con mejor



calidad (Gallego Pérez, 2009: p281). Así lo veíamos en las primeras fotos con «erratas» de la escena musical neoyorquina, aunque cabe mencionar que el desenfoque o los juegos con la exposición se utilizaron —y fueron criticados por las élites— como recurso expresivo mucho tiempo antes<sup>2</sup>.

En nuestra época encontramos piezas de videoclip que, sin apostar necesariamente por sofisticadas construcciones visuales, recurren a las texturas y ruidos característicos de vídeos domésticos para remitir a lo analógico y su materialidad, cuando no se recurre directamente a los propios artefactos analógicos (Hermida, 2021: p62). Algunos ejemplos ilustrativos de esta estética en videoclips de la década pasada pueden ser *The Hunter* (2015) de Slaves, dirigido por Youth Hymns, *Where No Eagles Fly* (2014) de The Voidz, dirigido por Jeramy Gritter y editado por Andy Sonnefeld, *Elephant* (2012) de Tame Impala, dirigido por Yoshi Sodeoka, o *All I Wanna Do* (2012) de Splashh, dirigido por Errol Rainey.

En lo que comprende al videoarte más concretamente, también se encuentran piezas marcadas por estos trazos de interferencia digital-analógica, son algunos ejemplos los trabajos de Denial of Service o Scott Bartlett (Hermida, 2021: p64).

La estética de lo obsoleto y el interés por sistemas desfasados en el imperio de lo digital se apodera de las cintas magnéticas y su reconocible apariencia, obteniendo un catalizador al pasado a través de formatos como el VHS. Esta huella material, explicaba Strachan, se acaba convirtiendo en modas y tendencias que apuestan por lo retro y *vintage*. En trabajos audiovisuales como los citados recientemente prolifera el uso de los efectos de postproducción, que simulan al detalle las texturas e interferencias videográficas, incluso complicando en muchas ocasiones la identificación del verdadero origen de las imágenes (Hermida, 2021: p62).

De la estética del ruido y el error nace también el *glitch art*, vinculado directamente al fallo técnico del procesamiento digital. Entre la innovación y la nostalgia, esta imperfección también ha avanzado en otro camino con corrientes como el *vaporwave*, que recupera los sistemas informáticos de los 90 y el *pixel art* (Hermida,

---

<sup>2</sup> Las fotografías de Julia Margaret Cameron en la segunda mitad del 1800 (Gómez Arcas, 2017).



2021: p56). Un ejemplo de esta estética, que también nació como *underground* —y acabó viralizándose—, es el joven cantante Yung Lean. En el videoclip que acompaña su tema *Ginseng Strip 2002* (2013) vemos una recuperación del formato de vídeo 3:4 y de efectos de edición que ponen de relevancia el estilo más casero o *lo-fi*. Sin embargo, en otros de sus videoclips, como en *Hurt* (2013), se aprecia una mayor postproducción, además de un marcado gusto por los elementos visuales del Internet de los noventa, al más puro estilo *vaporwave*.

El auge de esta estética, la moda de lo desfasado, encuentra su explicación y fundamento en las ideas de Simon Reynolds, Grafton Tanner y, especialmente, Mark Fisher (con consideraciones a Jacques Derrida y *Los espectros de Marx*, 1993), que tratan el tema de la nostalgia contextualizándolo en el actual sistema económico predominante en occidente. Para explicar la nostalgia, Fisher y Reynolds, parten de la escena musical que a partir de los 90 dejó de innovar, convirtiéndose en un impulso recuperador y repetidor de épocas pasadas. Así, esta incapacidad por innovar nos trae la nostalgia por lo pasado, el recuerdo de una infancia idealizada a través de elementos que nos retrotraen (Lafarga, 2021). Fisher ponía como ejemplo la canción *I Bet You Look Good on the Dancefloor* (2006) de los Arctic Monkeys, y cómo ese sonido podría haber sido el de una banda de dos décadas atrás <sup>3</sup> (TheQuietus, 2014).

Con el concepto de «realismo capitalista» Fisher incide también en cómo el sistema económico devora cualquier idea artística, transgresora o no; en el caso de *Star Wars*, se capitalizó la nostalgia sobre los seriales de misma temática de los años 30<sup>4</sup>. Para Fisher vivimos sumidos en una cultura nostálgica porque nuestra imaginación política está más resentida que nunca; «incapaces de imaginar futuros que sean a la vez practicables y deseables hemos vuelto la vista al pasado», idealizando y obviando aquellos elementos más incómodos que requerirían de un

<sup>3</sup> «Everything in the video – the lighting, the haircuts, the clothes – had been assembled to give the impression that this was a performance on BBC2's 'serious rock show' The Old Grey Whistle Test. Furthermore, there was no discordance between the look and the sound. At least to a casual listen, this could quite easily have been a post punk group from the early 1980s. Certainly, if one performs a version of the thought experiment I described above, it's easy to imagine *I Bet You Look Good On The Dancefloor* being broadcast on The Old Grey Whistle Test in 1980, and producing no sense of disorientation in the audience. Like me, they might have imagined that the references to '1984' in the lyrics referred to the future» (Fisher, *Ghosts of my life*, 2014, como citó TheQuietus, 2014).

<sup>4</sup> *Buck Rogers* (1928) o *Flash Gordon* (1934), (Tesoro en AlbaLafarga, 2021).

acercamiento crítico, y taponando en cierto modo nuevas formas de expresión. Si la nostalgia es la recuperación idílica del pasado, Fisher la diferencia de su concepto de «hauntología», siendo ésta una mirada al pasado, no como una recuperación idealizada, sino que busca recuperar y poner de manifiesto las promesas de otros mundos posibles y futuros diferentes<sup>5</sup> que aquel pasado prometía (Tesoro en AlbaLafarga, 2021).

En el equilibrio entre nuevas formas y nostalgias latentes, el videoclip profundiza en la materialidad y maleabilidad de la imagen con un ánimo que compagina la experimentación visual con la captación de la mirada (cautiva) del espectador (Hermida, 2021: p67). En esta dirección, destacan los ejercicios que profundizan en las particularidades materiales del fotograma y el celuloide como soporte, la señal electrónica analógica y su elasticidad, o la máxima flexibilidad de las señales convertidas a datos digitales. Pero también se encuentran los ejercicios de postproducción que buscan la apariencia de los anteriores «a golpe de ratón». Estos recursos podrían considerarse carentes de proceso investigador relacionado con el sustrato de las imágenes, sin embargo, también cabe diferenciar aquí entre los trabajos de valor experimental que se benefician de la libertad estética y creativa que ofrece el formato, y aquellos que son concebidos desde el puro artificio visual, como meras piezas llamativas que buscan captar la atención del espectador. Autores como Menkman o Haijan critican concretamente esta instrumentalización que desprovee de carga crítica y subversiva a prácticas como el *glitch art*, convirtiéndolas en ejercicios carentes del estatus radical originario (Hermida, 2021: p66).

En conclusión, nos encontramos con que en la actualidad puede resultar difícil posicionar un producto de tales características estéticas, pero como Joan Costa dice: «De alguna manera, la contracultura sobrevive porque el enemigo sigue ahí. Theodore Roszak, el inventor del término, lo identificaba como la tecnocracia; hoy lo podemos llamar neoliberalismo, pero prácticamente es lo mismo. Todavía hay

---

<sup>5</sup> La revolución digital de Internet prometía unas posibilidades que nunca llegaron, pues la red fue coartada por el marketing y los intereses económicos de diversas plataformas (Tesoro en AlbaLafarga, 2021).

posibilidades de ganar espacios de libertad creativa, de libertad productiva, en un panorama de precariedad económica casi sistémica para el arte» (Rondón, 2018).

## 2. Theoretical framework: state of the issue

### 2.1 Origins and background of the video clip

Since its origins, the video clip has had a rather diffuse delimiting framework. Both in its definition itself, as well as in the first audiovisual products labeled under this term, different perspectives emerge that can be interpreted from the multiple disciplines that compose it, such as consumption, distribution or production (García Soto, 2015: p4). Even so, it is undeniable that the origins of the music clip are closely linked to advertising interests that were driven by the establishment and expansion of television in the homes of the 1950s, accompanied, at the same time, by a boom in popular music and television consumption, which were gaining more and more importance in the homes of the young people of a generation considered rebellious and at odds with their elders. (Pedrosa González, 2016: p60).

Linked to these events, cinema was also forced to continue subsisting through this new domestic rival that encouraged it to bow to certain commercial interests, thus giving way to an abundant appearance of music films with scenes such as *Jailhouse Rock* (1957) with Elvis Presley, which is considered by many people to be the first music video in history. This film will be a turning point that will prove that music helps to sell films and that films help to sell records (García Soto, 2015: p305). Although it should not be forgotten that commercial cinema, on its own, was already in the 1930s seeking musical harmony with the image itself, by inserting dance pieces in which all the elements were at the disposal of the musical theme (Sedeño Valdellós, 2002: p4).

It was a little before this that sound films laid their foundations, being the most essential antecedent not only of the video clip, but also of many other artistic movements, styles and audiovisual products. Alan Crosland's *The Jazz Singer* (1927) was the first sound film that gave way to the synergy between sound and

image. On the other hand, in the 1920s, cartoons also gained importance with Oskar Fischinger's concept of *Absolute film*, in which movement, sound and colour were placed at the service of music. His best known work was found in the film *Fantasia* (1940) produced by Disney, in which he popularised the union of image and music (García Soto, 2015: p15).

The *Absolute Film* emerged in Germany, as a movement not only by Oskar Fischinger, but also by Viking Eggeling, Hans Richter and Walter Ruttmann, who sought to implant a visual rhythm and unity of time in the movement of the visual arts. Many of these films showed the transformation of visual forms into geometric figures in an abstract way, and how movement was something included in them as well as their rhythm calculated musically (Sedeño Valdellós, 2002: p2). These principles of plastic union were also the goal of various movements such as Surrealism, Cubism, Dadaism and the different avant-garde movements that experienced a boom in the 1950s, 1960s and 1970s.

The 1940s also saw the emergence of visual music machines, the soundies, and later, in the 1960s, the scopitones. These were one of the distant precursors of the video clip alongside the previous movements and advances in the environment, both being a format of musical shorts with an approximate duration of three minutes that were played in jukeboxes in bars and hotels (Herzog, 2010: p8-9). Soundies, on the other hand, were created in the United States, being projectors with 12-inch screens and loudspeakers, which were gradually supplanted by television, which increasingly introduced the viewing of music films and concert recordings. Scopitones were born in France, and unlike their predecessors, they withstood the advent of television due to their technical improvements, such as larger screens and much lighter weight. But they did not take long to disappear in the 1970s due to their low worldwide commercialisation, as French rock was no match for American rock. The biggest advance that these visual music machines of the 1960s brought to the structure of video clips was that, for the most part, they were short stories with spatio-temporal ruptures that were both independent but intertwined with the music (Tarín Cañadas, 2015: p162-165).

In these same 1960s, important thoughts were born based on artistic and cultural manifestations such as the counterculture and the underground, both strongly based on the political and cultural situations of these years. At the same time, the growing influence of the rock music genre gave way to groups such as The Beatles, who were of great importance in transmitting the values of the genre to the public at large. Both this group and Elvis Presley were among the greatest exponents of music films, but not much later, in the 1970s, came what would be considered the first video clip conceived as such in the music industry. Specifically in 1975, *Bohemian Rhapsody* by Queen, was created with a totally promotional purpose for a single, having enough repercussion for the music industry to start using this format for commercial purposes (García Soto, 2015: p44-45).

## 2.2 Evolution and expansion of the video clip industry

The consolidation of the video clip as a visual support that accompanies and complements music consumption through images is based on the birth of MTV, a thematic channel of American origin that was created on 1 August 1981 with a clear orientation towards a young audience. The content schedule of this channel was initially limited to the uninterrupted broadcasting of music video clips. (García Soto, 2015: p2).

The first of these audiovisual products aimed at the commercial exploitation of music groups that was televised by MTV was *Video killed the radio star*, a song recorded by The Buggles in 1979 and whose video clip was directed by Russel Mulcahy. This television channel, belonging to the media conglomerate known in the 1980s under the corporate name Time Warner Inc completely, transformed the consumption of music. However, over the years, MTV has renewed its content strategy and currently broadcasts other types of spaces also aimed at entertainment, but through television formulas mainly related to reality shows (Tarín Cañadas, 2015: p168-170).

Since its beginnings, the music video has been influenced by other artistic disciplines that are based on the image as a foundation for the creation of cultural products. In this way, the music video has been able to adapt to the nature of its format many of the formal and stylistic features of the seventh art, the spots of the advertising

industry, television programmes, as well as certain characteristics of the art of painting, posters and comics. Similarly, all these artistic modalities have also been impregnated with the peculiarities of the video clip. (García Soto, 2015: p3-4).

It was in 1983, with the release of *Thriller*, when narrative elements typical of film productions were first introduced into the music video clip. The incorporation of narrative into the music video format is an innovation attributed to John Landis, a filmmaker who two years before working with Michael Jackson had directed a horror film entitled *An American Wolf in London*. This filmmaker was in charge of transferring the dark and overwhelming atmosphere of his film to the King of Pop's song and turning it into a musical short film that is at an intermediate point of hybridisation between video clip and cinema. (Tarín Cañadas, 2015: p171).

From the second half of the 1980s onwards, the art of the music video reached a degree of maturity and professionalism that resulted in a generational expansion of its consumption, due to the fact that until that moment, the music video was a cultural product mainly aimed at young audiences. One of the basic aspects that explains the rupture of the generation gap in relation to the viewing of video clips is the inclusion of self-referential elements that made it possible to build relationships of complicity with different social strata through stereotyped messages. On the other hand, in 1986, with the release of *Sledgehammer*, a single by Peter Gabriel that was directed by Tessa Watts, the music video begins to show a symbolic and conceptual facet that combines with the narrative established by *Thriller*. (Caro Oca, 2014: p140).

In the 1990s, the music industry underwent a transformation due to the appearance of the CD and the beginning of piracy. If it is added to this change in the paradigm of music consumption the loss of the aura of novelty of the video clip after more than two decades of evolution, the result is a crisis of popularity of the format. However, the music stars who had exploited the music video formula up to this point, such as Prince, Madonna, Michael Jackson or George Michael, are responsible for maintaining this audiovisual genre in the market (García Soto, 2015: p145-147).

One of the most representative music videos of this period is the one corresponding to *Freedom! '90*, a hit song by George Michael that reached the top of the LOS40 chart in Spain in February 1991. David Fincher was in charge of directing the visual part of this music video that connects with the world of fashion through the participation of five models who star in the video clip. With this visual work, George Michael intended to dissociate himself from the image that the Sony record company had created of himself in his previous songs. This is the reason why this music star does not even appear in the background during the music video for *Freedom! '90*. (Garrán, 2021)

With the turn of the millennium and the arrival of the Internet in homes, the video clip experiences a second youth as a consequence of its presence on the net. With the birth of YouTube in 2005, the passive consumption model established by MTV was completely subverted. YouTube allows viewers to generate their own consumption routines and to choose when, how and which video clips they want to watch. In this way, the consumer acquires an active role in which he or she becomes the designer who programmes his or her own consumption circuit based on his or her personal preferences. (Tarín Cañadas, 2015: p117).

In relation to this stage, it is worth mentioning the video clip published by Beyonce in 2009 *Single Ladies*, this visual piece filmed entirely in black and white stands out for its choreography designed by Frank Gatson and performed by the artist herself together with the dancers Ebony Williams and Ashley Everett. The director of this music video, which was made in conjunction with the music video for *If I Were A Boy*, is Jake Nava, a London-based filmmaker who has had a close professional relationship with this music star since the 2003 with the song *Crazy in Love* (Hughes, 2018).

### 2.3 Underground punk culture and DIY philosophy

Underground culture is made up of those forms of expression (music, cinema, writing, etc.) that oppose the modes of production of the cultural industries focused on mass culture. Regarding the origins of the underground concept, in the magazine *Icono*, Gallego Pérez explains:

## Videoclip *Me vas a matar*

«La revolución de la cultura juvenil durante los años 50 americanos, que funcionó como oposición de la “cultura adulta”, desembocó en Elvis Presley y el *Rock And Roll*. Éste, en un momento dado, fue asimilado por el sistema y dio el paso fundamental de ser utilizado por el mundo de la publicidad para vender productos masivos. A partir de aquí es cuando llega el momento de las subculturas que arrancan con los Teddy Boys y se desarrollan durante más de 50 años con los *mods*, *skinheads*, *punks*, *indies*, *hip hop*, *techno*... La música deja de ser un pasatiempo para convertirse en un modo más de comunicar un estilo, una cierta forma de pensar y de enfrentarse a la realidad».

(Gallego Pérez, 2009: p281)

On the other hand, the origins of the word underground itself include in its etymology the active ideological attitude that accompanies the counterculture:

«Con la Segunda Guerra Mundial, los movimientos de resistencia que luchaban contra la ocupación nazi recibieron el nombre de *Underground* en toda Europa y, por analogía, la palabra comenzó a usarse años más tarde como oposición a la cultura que ocupaba el poder».

(Morató, 2021)

Underground productions embrace the Do It Yourself philosophy. In this way art is created from mundane materials and domestic technology, as Gómez Arcas explains in his work on the fanzine —being also applicable to the creative process of other arts—, and goes on to qualify about such creations that it is the DIY, this *modus operandi*: «lo que les otorga una estética característica un tanto imperfecta, casera e incluso sucia» (Gómez Arcas, 2017: p40).

Ideologically, the underground would be inseparable from the DIY attitude, and both concepts lay at the heart of the musical genre of this video clip, punk: «En su aspecto musical, la ideología punk rechazó la música que reinaba en la década de 1970, la industria musical y sus procedimientos, las modalidades tradicionales de difusión, los sonidos progresivos y la estética estandarizada reinante» (Guerra, 2013, 2014, as quoted Guerra y Straw, 2017: párr.1).



«El punk fue una matriz de reconstrucción identitaria de los jóvenes de la posguerra: más que un movimiento, era un colectivo de individuos que se expresaban, lo que lo hace muy difícil de definir» (Laing 2015[1985] cited by Guerra and Straw, 2017: párr.3).

The socio-political context was decisive in the birth of underground attitudes. The punk movement in the UK came about with the socio-economic crisis and rise in the price of oil in 1973, following the Arab-Israeli conflict. As for the underground in Spain (so closely associated with the Madrid movida) Jordi Costa, in his volume *Cómo acabar con la contracultura*, contextualises the movida after Franco's regime and defines the underground movement as «una sensibilidad que se manifestó en formas múltiples y cuyo recorrido vino a coincidir con la agonía de una dictadura, la promesa de un tiempo nuevo y el desencanto que aguardaba a la vuelta de la esquina», citing the imaginary works of Iván Zulueta, Eloy de la Iglesia and Carles Mira, among others (LaVanguardia, 2018).

Gómez Arcas claims about the term underground: «se está banalizando y gastando a través de los medios y las redes sociales». There is a tension between counterculture and mass culture, in fact it can be spoken of as a phenomenon of feedback between the underground and the mainstream, as Alberto Hermida explains: «El *underground*, que un principio nace como expresión artística alternativa, fuera del mercado [...] adquiere cierto grado de popularidad [...] utilizada por las grandes industrias propietarias de la producción artística, para convertir esto en cultura de masas». In this way, the industry maximises its profits and, he adds: «consigue eliminar el simbolismo asociado a dichos movimientos, y garantizarse por tanto el control de las tendencias artísticas» (Cisneros Arias, 2020: p24).

In the audiovisual field, nostalgia for the analogue and the aesthetics of the imperfect, associated with the underground look, have become a trend, as will be seen in the point dedicated to aesthetics. This stylism derives from the DIY philosophy, and from that punk do-it-yourself point<sup>6</sup>, although with time certain

---

<sup>6</sup>The process of making punk is accessible to everyone, and anyone can make the lyrics, the instruments, the recordings, the concerts, the distribution, the clothes, the album covers, the

transgressions are being assimilated. On the other hand, the commitment to expressiveness and originality is also a point to be taken into account in the underground style.

DIY would imply three stages: the ideological —a rebellion against the established hierarchical order—; the industrial —seeking new forms of production outside mass culture, with autonomous networks of production and distribution—; and the aesthetic —in the search for sound or image that interests the individual or subcultural group— (Gallego Pérez, 2009: p281).

## 2.4 Underground aesthetic

Once the indissoluble link between the various cultural spheres of the underground and DIY philosophy has been defined, we can speak of a recognisable aesthetic in the art cultivated in this environment. To do so, we use some notes from the aforementioned final degree thesis by Jesús Gómez Arcas on the fanzine —for «la historia del fanzine siempre ha estado ligada a los movimientos contraculturales y a la transgresión artística»— in addition, to deal with the subject of imperfection in photography, explaining the aesthetics of error and nostalgia for the analogue in the new audiovisual trends, we also take as a reference the work by Alberto Hermida about glitch, as well as Juan Ignacio Gallego Pérez, in the magazine *Icono*.

Some examples in art photography that allude to imperfection, specifically in the context of music photography, can be found in the photos for the cover of Bob Dylan's album *Blonde on blonde* (1966). Although photographer Jerry Schatzberg used up all the photos from a 35mm film in which most of the shots were sharp, two or three were blurred due to the cold weather in the streets of New York and Dylan's restless movements; in the end the musician chose one of the blurred pictures for the cover (Gómez Arcas, 2017: p31). The imperfection in the visual, far from being a simple mistake, has a notable charge of meaning that envelops the artist, Gómez explains it with the following quote:

---

cassettes, the fanzines. Punk is DIY (McKay 1998, 1996; Moran 2010; Dale 2008, as cited by Guerra and Straw, 2017).

«La famosa fotografía de Schatzberg contiene en esencia los problemas que tuvo Dylan con el álbum y con su propia imagen en aquella época. El disco se hizo en los estudios de Nashville, Columbia, pero aún contando con la presencia de diversos músicos reconocidos en el mundo del Country-Folk americano, *Blonde on Blonde* contiene algunas de las canciones más urbanas e influenciadas por las drogas que Dylan ha compuesto en su carrera. Al igual que la fotografía carece de enfoque, el álbum carecía de título en la portada, sin dar ninguna pista de quién era el autor del disco, sólo una curiosa figura con el pelo largo y una intensa mirada (...). La portada reflejaba perfectamente las cada vez más diluidas fronteras musicales de Dylan y las florecientes influencias psicodélicas del movimiento hippie».

(Miles, Scott & Morgan, 2005: p64,  
as cited by Gómez Arcas, 2017: p31-32)

Similarly, we find that the cover of The Clash's famous album *London calling* (1979), which emulated the cover of Elvis Presley's debut album, shows the figure of bassist Paul Simonon in a sudden movement, shaking his instrument. Far from being a sharp image, and also far from the usual and sought-after perfectionism of photographer Pennie Smith, the band insisted on choosing this photograph as the cover, because of the rage it conveys (Gómez Arcas, 2017: p34). The photographer gave several interviews in which she explained that she didn't even want to take that picture, that «el dedo se fue solo» and that she would even have discarded such a shot if it hadn't been for the insistence, especially, of the musician Joe Strummer (Esquive, 2021).

On the other hand, the photographer Mark Sink portrayed the New York art scene of the 1980s through a Diana camera, characteristic for its plastic body and for the result of his photographs; with vignette and blurred edges and a small square format, which can be considered a lo-fi quality. In an interview in *Diana F+ More true tales & short stories* (Lomographic Society International, 2007: 144-148), Sink claims that the stars loved this camera, «you can see it in the eyes of your subjects. Plus it gets you close to stars because they see that you are not a journalist with a big-gun

camera. It's a 'What's that thing?' camera». The photographer somewhat romantically advises the user of the Diana camera to allow himself to fail: «Diana works because Diana lets you have happy accidents. Accidents are the key to success. One has to learn to let go and fail. We live too much in a failsafe world».



Photographs by Mark Sink

To close with one example among many, David Godlis, known for his street photography, also captured the punk scene in streets and venues such as CBGB. Godlis conscientiously sought out imperfection, which was a plus when it came to portraying the punk movement; «mientras conversaba con los músicos tomaba las fotografías de ellos. Nunca me he comportado como un fotógrafo de Rock. Yo fotografiaba la escena» (Buckland, 2009: p78, as cited by Gómez Arcas, 2017: p35-36). The new various forms of expression linked to the underground could cause rejection among certain sectors, however, Gómez Arcas states that «si Godlis no hubiese retratado lo que pasaba dentro y fuera del CBGB [...] sólo nos hubiesen quedado las lejanas fotografías con las que las altas élites de la bohemia, apostadas en la zona VIP, intentaron reflejar el punk».



Blondie. CBGB. 1977



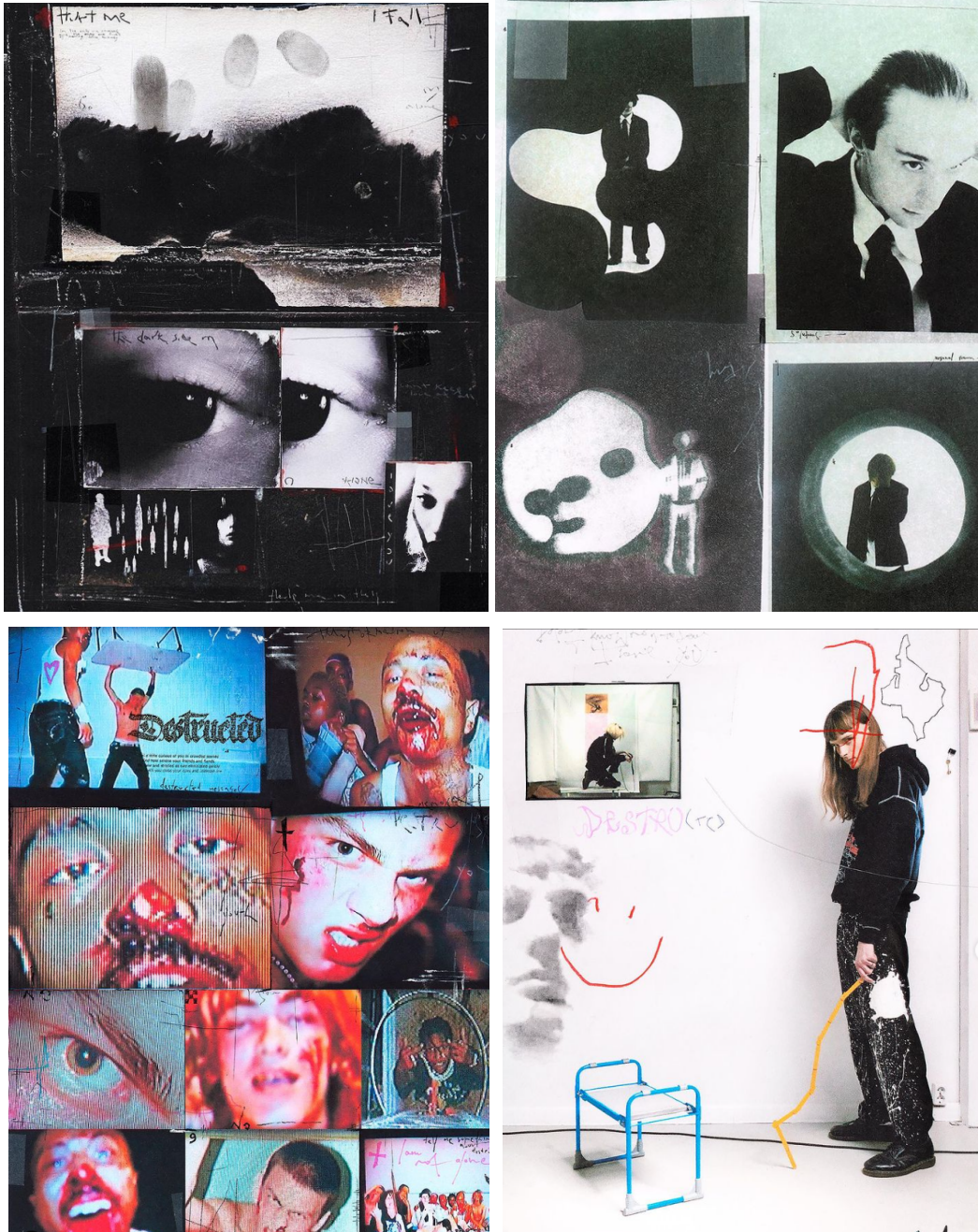
Patti Smith. Bowery. 1976

Photographs by David Godlis

Returning to the present, in the marriages between the analogue and the digital we can again find examples of experimentation with the imperfect. A case in point is the work of visual artist Anton Reva, with results that fluctuate between the old and the new, Reva «permite una síntesis entre el pasado y el futuro en el arte y la fotografía» (Coeval Magazine, 2017). This style has influenced the visual art of more local scenes, such as the Valencian group Duelo, who combine the use of analogue and digital cameras, or visual synthesizers, and who also compose images manually and then scan and edit them through software, forming original video pieces. In the following frames you can appreciate this worn aesthetic through the grain, interferences and reframing, as well as some details of apparently physical intervention, such as pencil lines and other textures that reflect the idea of bricolage.

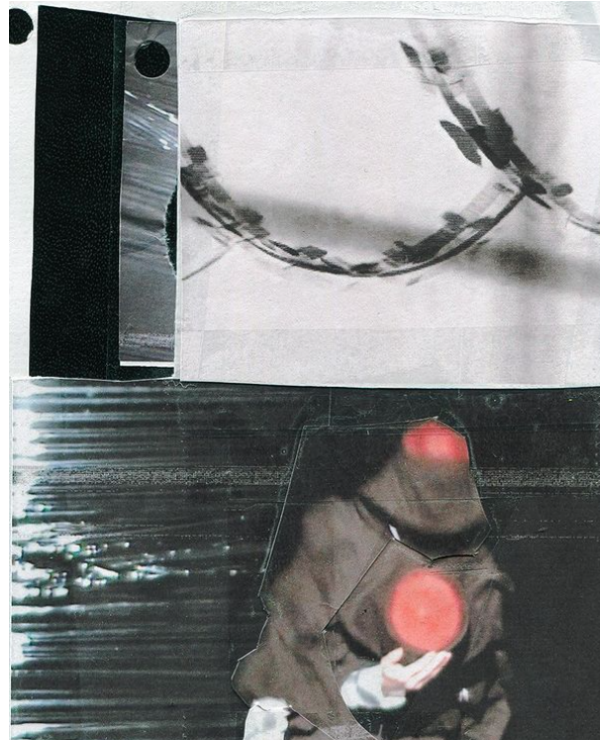


Videoclip Me vas a matar



Anton Reva  
(@savemymind)

Videoclip *Me vas a matar*



Duelo  
(@duelodueloduelo)

These trends embrace lo-fi culture, an aesthetic that originally stems from the DIY idea that producing and distributing oneself is above the quality of the recording, just as in many cases it becomes an aesthetic mark that reveals the authenticity of a product or artist above other pieces of better quality (Gallego Pérez, 2009: p281). We saw this in the first photos with «erratas» of the New York music scene, although



it is worth mentioning that blurring or playing with exposure was used —and criticised by the elites— as an expressive resource a long time before<sup>7</sup>.

In our time we find video clip pieces that, without necessarily opting for sophisticated visual constructions, resort to the textures and noises characteristic of home videos to refer to the analogue and its materiality, when not resorting directly to the analogue artefacts themselves (Gallego Pérez, 2009: p62). Some illustrative examples of this aesthetic in music videos of the past decade are *The Hunter* (2015) by Slaves, directed by Youth Hymns, *Where No Eagles Fly* (2014) by The Voidz, directed by Jeramy Gritter and edited by Andy Sonnefeld, *Elephant* (2012) by Tame Impala, directed by Yoshi Sodeoka, or *All I Wanna Do* (2012) by Splashh, directed by Errol Rainey.

With regard to video art more specifically, there are also pieces marked by these traces of digital-analogue interference, some examples being the works of Denial of Service or Scott Bartlett (Hermida, 2021: p64).

The aesthetics of the obsolete and the interest in outdated systems in the empire of the digital takes hold of magnetic tapes and their recognisable appearance, obtaining a catalyst to the past through formats such as VHS. This material imprint, Strachan explained, ends up becoming fashions and trends that are committed to retro and vintage. In audiovisual works such as those mentioned recently, the use of post-production effects proliferates, which simulate in detail the textures and video interferences, even complicating on many occasions the identification of the true origin of the images (Hermida, 2021: p62).

From the aesthetics of noise and error also comes glitch art, directly linked to the technical failure of digital processing. Between innovation and nostalgia, this imperfection has also advanced in another direction with currents such as vaporwave, which recovers the computer systems of the 90s, and pixel art (Hermida, 2021: p56). An example of this aesthetic, which was also born as underground —and ended up going viral—, is the young singer Yung Lean. In the video clip that

---

<sup>7</sup> The photographs of Julia Margaret Cameron in the second half of the 1800s (Gómez Arcas, 2017).



accompanies his song *Ginseng Strip 2002* (2013) we see a recovery of the 3:4 video format and editing effects that highlight the more homemade or lo-fi style. In other of his video clips, such as *Hurt* (2013), we can appreciate a greater post-production, as well as a marked taste for the visual elements of the Internet of the nineties, in the purest vaporwave style.

The rise of this aesthetic, the fashion for the outdated, finds its explanation and foundation in the ideas of Simon Reynolds, Grafton Tanner and, especially, Mark Fisher (with considerations of Jacques Derrida and *The Spectres of Marx*, 1993), who deal with the subject of nostalgia by contextualising it in the current predominant economic system in the West. To explain nostalgia, Fisher and Reynolds start from the music scene, which from the 1990s onwards ceased to innovate, becoming an impulse to recover and repeat past eras. Thus, this inability to innovate brings us nostalgia for the past, the memory of an idealised childhood through elements that take us back (Lafarga, 2021). Fisher gave as an example the song *I Bet You Look Good on the Dancefloor* (2006) by the Arctic Monkeys, and how that sound could have been that of a band from two decades ago<sup>8</sup> (TheQuietus, 2014).

With the concept of «capitalist realism», Fisher also points out how the economic system devours any artistic idea, transgressive or not; in the case of *Star Wars*, it capitalised on nostalgia for the same-themed serials of the 1930s<sup>9</sup>. For Fisher, we live in a nostalgic culture because our political imagination is more resentful than ever; «incapaces de imaginar futuros que sean a la vez practicables y deseables hemos vuelto la vista al pasado», idealising and obviating those more uncomfortable elements that would require a critical approach, and in a way blocking new forms of expression. If nostalgia is the idyllic recovery of the past, Fisher differentiates it from his concept of «hauntology», this being a look at the past, not as an idealised

---

<sup>8</sup> «Everything in the video – the lighting, the haircuts, the clothes – had been assembled to give the impression that this was a performance on BBC2's 'serious rock show' The Old Grey Whistle Test. Furthermore, there was no discordance between the look and the sound. At least to a casual listen, this could quite easily have been a post punk group from the early 1980s. Certainly, if one performs a version of the thought experiment I described above, it's easy to imagine *I Bet You Look Good On The Dancefloor* being broadcast on The Old Grey Whistle Test in 1980, and producing no sense of disorientation in the audience. Like me, they might have imagined that the references to '1984' in the lyrics referred to the future» (Fisher, *Ghosts of my life*, 2014, como citó TheQuietus, 2014).

<sup>9</sup> *Buck Rogers* (1928) o *Flash Gordon* (1934), (Tesoro en AlbaLafarga, 2021)

recovery, but seeking to recover and highlight the promises of other possible worlds and different futures<sup>10</sup> that the past promised (Tesoro en AlbaLafarga, 2021).

In the balance between new forms and latent nostalgia, the video clip delves into the materiality and malleability of the image with a spirit that combines visual experimentation with the capture of the spectator's (captive) gaze (Hermida, 2021: p67). In this direction, the exercises that delve into the material particularities of the frame and celluloid as a support, the analogue electronic signal and its elasticity, or the maximum flexibility of the signals converted to digital data stand out. But there are also post-production exercises that seek the appearance of the previous ones «at the click of a mouse». These resources could be considered devoid of any research process related to the substrate of the images, however, it is also worth differentiating here between works of experimental value that benefit from the aesthetic and creative freedom offered by the format, and those that are conceived from pure visual artifice, as mere eye-catching pieces that seek to capture the viewer's attention. Authors such as Menkman and Haijan specifically criticise this instrumentalisation that strips practices such as glitch art of their critical and subversive charge, turning them into exercises that lack their original radical status (Hermida, 2021: p66).

In conclusion, we find that nowadays it can be difficult to position a product of such aesthetic characteristics, but as Joan Costa says: «De alguna manera, la contracultura sobrevive porque el enemigo sigue ahí. Theodore Roszak, el inventor del término, lo identificaba como la tecnocracia; hoy lo podemos llamar neoliberalismo, pero prácticamente es lo mismo. Todavía hay posibilidades de ganar espacios de libertad creativa, de libertad productiva, en un panorama de precariedad económica casi sistémica para el arte» (Rondón, 2018).

---

<sup>10</sup> The digital revolution of the Internet promised possibilities that never came, as the network was hobbled by marketing and the economic interests of various platforms (Tesoro en AlbaLafarga, 2021).

### 3. Argumentación sobre las decisiones discursivas

En primer lugar, una de las principales inspiraciones de este trabajo a nivel argumental ha sido el film experimental de Iván Zulueta *Arrebato* (1979). A pesar de que la estética, el montaje y la iluminación no tienen una relación directa, una parte importante de los pilares narrativos en los que se sustenta este proyecto tienen su origen en esta película. La aparición de un proyector durante ciertas secuencias del videoclip y las imágenes que este arroja (algunas de las cuales corresponden con las que se proyectan en *Arrebato*) es una referencia a este largometraje. Asimismo, la existencia de un único personaje perturbado en un espacio desordenado y cutre, así como el pánico que muestra el protagonista ante la presencia de la cámara en cierta secuencia del videoclip, son otras de las influencias del film de Iván Zulueta. El espacio funciona también como una especie de celda para el personaje.

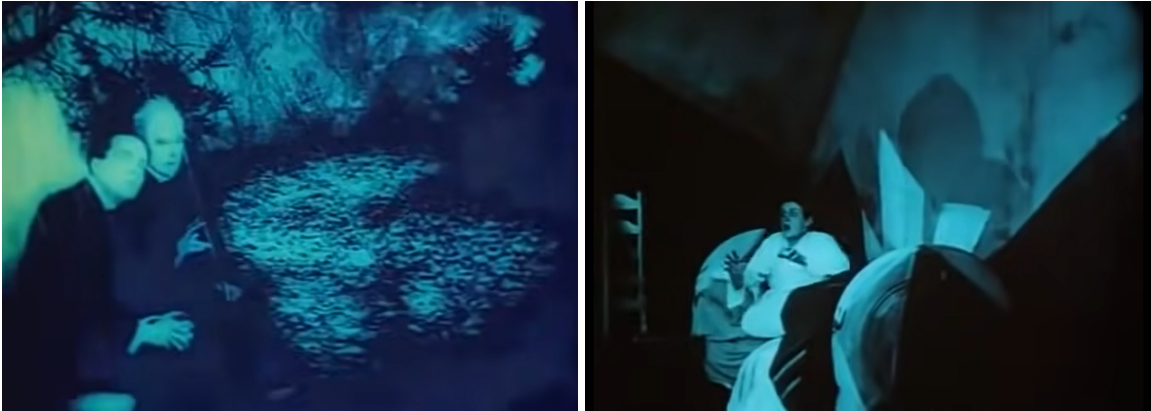
Por lo que respecta a la tonalidad cromática del videoclip también ésta toma inspiración de *Arrebato*, aunque con una intencionalidad más «vampírica» de los azules, también incluye ocasionalmente pequeños puntos más cálidos, como el amarillo de las flores o la llama de la vela. Cabe destacar que se ha pretendido alcanzar un tipo de iluminación en la que el predominio de colores fríos y oscuros obtengan un nivel de protagonismo semejante al que encarna el único actor. De modo que con este tratamiento lumínico se busca que la gama de azules y negros cautiven y atrapen el ojo del espectador. Además, esta atmósfera azulada en que se desarrolla la acción evoca sensaciones relacionadas con los conceptos en los que se sustenta la temática del videoclip, la cual se recoge en el siguiente apartado del trabajo.



*Arrebato* (1979)

## Videoclip *Me vas a matar*

En relación a las referencias cinematográficas en las que se fundamenta la búsqueda de esta iluminación, cabe mencionar que otro de los materiales filmicos en que se inspira este producto audiovisual de forma más directa es la primera película del expresionismo alemán: *El gabinete del Dr. Caligari* (1920), de Robert Wiene. De ésta se toma en cuenta el uso de las sombras, así como la actitud ciertamente perturbadora del propio actor.



*El gabinete del Dr. Caligari* (1920)

En lo referente al aspecto desgastado y de error analógico logrado a través de la edición, se toma inspiración de videoclips como el de *Buenos días Hiroshima* (2019) de Lagartija Nick, dirigido por Laura Ginès y Pepon Meneses, o el recentísimo vídeo de *Cristal* de Ortopedia Técnica (banda contemporánea de la escena local de Castellón), dirigido por Alejandra Pérez. También son referencia otros videoclips originalmente analógicos como *Autosuficiencia* (1984) de Parálisis Permanente, dirigido por Teo Merchán, y que está en consonancia con esa nostalgia por lo pasado, con marcas típicas del soporte de cinta y grabado en un formato 4:3, el estándar utilizado en televisión hasta 2009. De este videoclip también se toman referencias del personaje aislado y de aspecto vampírico que encarna Eduardo Benavente, y que interactúa con el espacio y con su propio reflejo de forma lacia.



*Autosuficiencia* (1979)

Por último, con la conclusión del videoclip se pretende evidenciar la artificialidad del relato mediante una ruptura de la cuarta pared que se consigue revelando al espectador el set de rodaje. De este modo, los focos de iluminación y el proyector, que durante todos los planos previos se habían situado en el fuera de campo, aparecen en la imagen revelando la naturaleza ficticia del producto audiovisual. Este cierre metacinematográfico y autorreferencial tiene como influencia el cine de Jean-Luc Godard; muchas de las películas de este cineasta se caracterizan por incluir escenas en las que se recurre al efecto del distanciamiento creado por Bertolt Brecht para evitar la catarsis del público e inducirlo a una reflexión crítica.

## 4. Sinopsis del proyecto de producción

### 4.1 Tema

Psicosis, soledad, demencia e irracionalidad.

### 4.2 Idea narrativa

La psicosis producida por la soledad que supone estar encerrado en uno mismo deriva en demencia e irracionalidad.

### 4.3 Storyline

Un hombre encerrado en una habitación alcanza tal punto de desesperación que comienza a regirse por actos paranoides.

#### 4.4 Sinopsis

La desesperación de un hombre que se encuentra encerrado en una deteriorada habitación, comienza a verse cada vez más afectado por causas desconocidas, todas ellas producidas por su propia paranoia. Según avanzan los hechos, la situación, junto con el ritmo de la canción, va adquiriendo un mayor frenesí. Llegados al clímax de la insania, acaba culminando en una rotura de la cuarta pared, viéndose el set de grabación y pudiendo comprobar la ficción de la situación, donde el hombre apaga los focos y termina todo.

#### 4.5 Ficha técnica

Título	Me vas a matar
Artista	Ataúdes Merche
País	España
Duración	2 minutos y 48 segundos
Año de grabación	2021
Género	Punk, Post punk
Reparto	Valentí Besó
Guion	Andrea Calvo Isabella Henríquez Lucas Gallego Natalia Grau
Realización	Andrea Calvo Isabella Henríquez Lucas Gallego Natalia Grau
Montaje	Isabella Henríquez
Corrección de color	Isabella Henríquez
Estilismo	Andrea Calvo Isabella Henríquez Lucas Gallego Natalia Grau

## 5. Estructura de la producción

El presente proyecto, como la mayoría de proyectos audiovisuales, está compuesto por las fases de Preproducción, Producción y Postproducción.

Entre los cuatro componentes que somos, hemos podido organizarnos adecuadamente para que dichas fases hayan podido realizarse de la manera más eficiente posible para el equipo.

### 5.1 Preproducción

El proceso de preproducción comenzó el 9 de febrero, donde nos reunimos presencialmente Isabella, Lucas, Andrea y Natalia. Ese día decidimos analizar la canción, pero sobre todo la letra, para así poder hacer un *brainstorming* acerca de cómo iba a ser el guion. Después de unas 2 horas de reunión y unas cuantas ideas, teníamos prácticamente toda la base del guion, y sólo nos faltaba pulir algunas partes.

A partir de esta primera charla, comenzamos a comunicarnos a través de nuestro grupo de WhatsApp y en diversas reuniones online a través de Google Meets.

El siguiente paso importante que ejecutamos fue hacer el guion técnico definitivo y comenzar a buscar la localización que necesitábamos. Una vez hecho el guion técnico, que nos llevó únicamente un par de reuniones para tenerlo terminado, ya pudimos elegir también cuál iba a ser la localización. A continuación, deliberamos acerca del *atrezzo*, cosa que fue bastante sencilla y nos llevó poco tiempo, concretamente una reunión.

Finalmente, tuvimos que concretar quién iba a ser el único actor de nuestro videoclip, pues teníamos dos opciones que nos encajaban en el perfil que buscábamos. Sin embargo, Carlos Bonet tenía incompatibilidad con los horarios que teníamos de grabación por trabajo, por lo que no pudo ser el actor. Llegados a este punto, Valentí, nuestra segunda opción como actor, podía ajustarse sin problema a los horarios que ofrecíamos, y así terminó siendo el actor de *Me vas a matar*.

## 5.2 Producción

La producción fue durante la tarde del viernes 6 de mayo, y la tarde del domingo 8 de mayo. El mismo día 6, antes de acudir al set de rodaje, compramos algunas de las cosas de *atrezzo* que nos faltaban, y, por otro lado, acudimos a la UJI a recoger el material de grabación que alquilamos en el LABCOM. Una vez hecho esto, nos reunimos en la localización. Ya allí, comenzamos a organizar el set y a colocar el *atrezzo* como correspondía, le explicamos al actor todo lo que debía hacer y cómo, se cambió de ropa y le maquillamos.

Una vez hecho todo esto, procedimos a grabar, cosa que el primer día nos llevó aproximadamente cuatro horas. Durante este periodo de tiempo, algunas de las escenas sufrieron algunos cambios a nivel técnico, pues los planos tenían que ir de manera diferente o el actor debía posicionarse de otra manera. A la vez se grabaron planos recurso con una *handycam* Sony de la década anterior, que se acoplaba a la estética casera del *DIY*. Asimismo se tomaron las notas de *script*.

El segundo día de grabación, fue similar en cuanto al procedimiento de vestuario y maquillaje, y nos llevó seis horas grabar lo que nos faltaba.

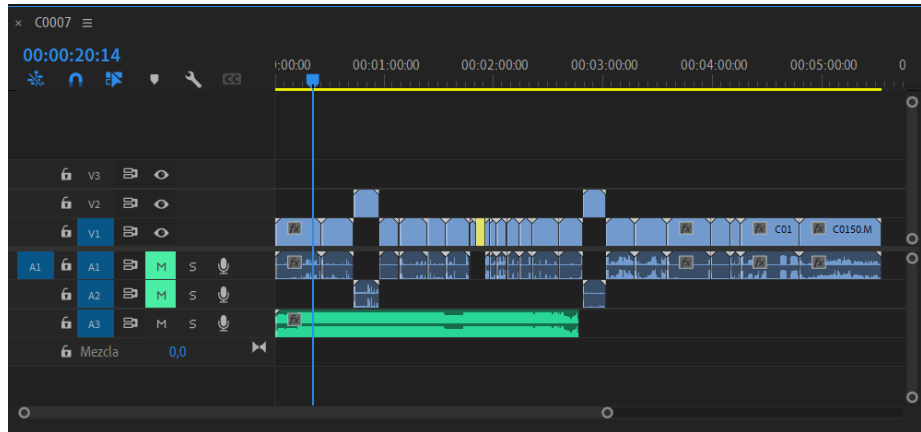
## 5.3 Postproducción

En lo que respecta a la postproducción, esta fue realizada por Isabella Henríquez, pues es la más experimentada en edición con Adobe Premiere del grupo.

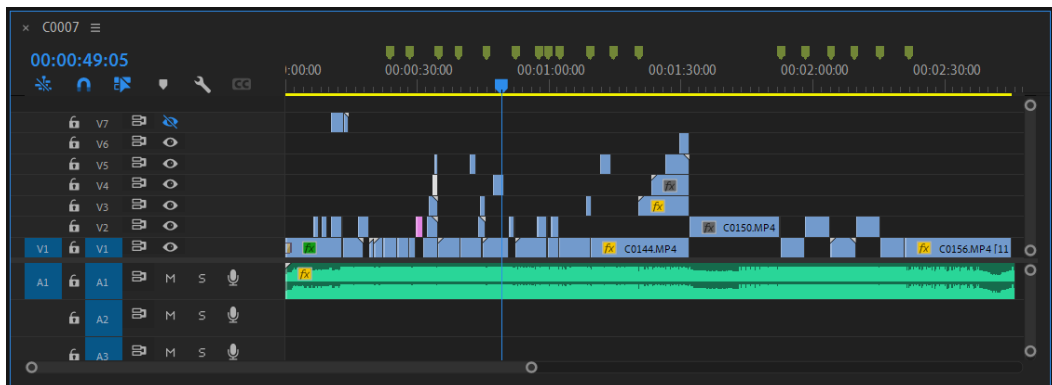
Para ejecutar el montaje, se organizó de manera que, ayudada por el script y el guion técnico, fue añadiendo los clips de manera ordenada en la línea de tiempo, fijándose según el código de la fecha de grabación de los mismos.



## Videoclip *Me vas a matar*



Tras esto, añadió la canción, y escuchando poco a poco cada estrofa, fue marcando y ajustando la imagen a las frases, cortando los clips adecuadamente. Una vez hecha esta base, se iban introduciendo en algunos clips, otras imágenes, recurso para añadir más «movimiento» visual o incluso se modificaba la velocidad, haciendo que el vídeo tuviera más soltura.



A continuación, Isabella, realizó un primer archivo mp4 del videoclip, ya con la corrección de color y el ajuste de brillo en los diferentes clips. Con ese primer producto exportado, la realización de los efectos de desgaste fueron mucho más fluidos a la hora de ser realizados.

Para ello, el clip fue copiado 3 veces con el efecto de RGB (aplicando un color de los tres correspondientes a cada uno de ellos) y fueron puestos en sobreexposición lineal (agregar) para luego mover ligeramente la posición del clip en rojo y verde y así crear esa sensación «3D» antigua. Tras eso se hizo uso de recursos agregados

Videoclip *Me vas a matar*

en ajustes de capas (granulado y desenfoco) y otros en ajustes preestablecidos para dar esa sensación aún más desgastada que se buscaba, típica del VHS.

Sin corrección de color	Corrección de color
	
	
Sin efecto de desgaste	Con efecto de desgaste VHS
	

## 6. Guion literario

### **SEC 1 INT. TARDE. HABITACIÓN**

La habitación se encuentra casi vacía. Las paredes son de ladrillos, el suelo se encuentra lleno de polvo. En el centro hay una mesa con un trozo de carne cruda en un plato, una silla, un cuchillo, una caja de cerillas, un mechero, un espejo circular, un manojo de flores, un espejo, dos velas, una caja metálica con cigarrillos y una copa de vidrio.

Un **HOMBRE** semidesnudo, con aspecto deteriorado, con ojeras y despeinado, vestido únicamente con unos calzoncillos blanquecinos, sentado en un rincón de una habitación con poca iluminación de tonalidades azules. Se arrastra por el suelo tropezando hasta subir en la silla, donde permanece con la mirada perdida.

### **SEC 2 INT. TARDE. HABITACIÓN**

El **HOMBRE** observa la mesa y toma las cerillas para encender una de las velas y dar comienzo a ese ritual de "cena" consigo mismo.

Su mano coge el cuchillo y comienza a apuñalar al trozo de carne con sadismo en su hacer repetidas veces. No para hasta encontrarse satisfecho, para entonces ver su reflejo en el espejo de mano y sonríe vilmente.

El **HOMBRE** coge el manojo de flores, se los introduce en la boca con naturalidad y los mastica con parsimonia.

### **SEC 3 INT. TARDE. HABITACIÓN**

El **HOMBRE** se afeita frente a un espejo roto con indiferencia, para luego sonreír demencialmente bajo una luz azul con la barba mal afeitada.

### **SEC 4 INT. TARDE. HABITACIÓN**

Los sucesos en su frenética mente le confunden y marean, por lo que el **HOMBRE** se aleja del espejo roto mientras tropieza. Caer desplomado en mitad del suelo de la habitación, llevándose la silla consigo. Comienza a dar vueltas en el suelo, peleando con la sensación de opresión.

## Videoclip *Me vas a matar*

### **SEC 5 INT. TARDE. HABITACIÓN**

Dentro de sus sueños, el **HOMBRE** está sentado en la mesa pero con el proyector, sucediéndose la noche y el día de fondo.

### **SEC 6 INT. TARDE. HABITACIÓN**

Aún dentro de su cabeza, el **HOMBRE** adora e incluso acaricia esa ventana a otra realidad que le ofrece la imagen del proyector. Pronto siente la presencia de la cámara sin acabar de poder verla. Lucha contra ese sentimiento de ser acosado y a la vez huye de la opresión que le produce.

### **SEC 7 INT. TARDE. HABITACIÓN**

Referenciando a la muerte, la colilla de un cigarro es apagada en el plato lleno de la sangre de la carne que antes se encontraba allí.

### **SEC 8 INT. TARDE. HABITACIÓN**

Nuevamente referenciando a la muerte, la luz de la vela es extinguida por los dedos del **HOMBRE**.

### **SEC 9 INT. TARDE. HABITACIÓN**

Finalmente, por la misma línea que las anteriores secuencias, el **HOMBRE** figura el apuñalamiento de alguien con el cuchillo mientras la imagen en el proyector parece hacer lo mismo.

### **SEC 10 INT. TARDE. HABITACIÓN**

Tal y como el **HOMBRE** había empezado, se encuentra sentado en la mesa, mirando a la nada. Parece que todo había sucedido en su mente. Ahora se ven claramente los distintos focos de luz que antes daban color y luz a la escena. Se levanta y comienza a apagarlos uno a uno, al igual que al proyector. Cuando acaba vuelve a su sitio en la oscuridad.

## 7. Guion técnico

SEC	PLANO	DESCRIPCIÓN	ESCALA	ANGULACIÓN	MOVIMIENTO	LETRA
1	1	Mostrar habitación y el hombre	Plano general	Normal	Estático	<i>Instrumental</i>
	2	Hombre arrastrándose a la mesa	Plano medio corto	Picado	Con el personaje	<i>Instrumental</i>
2	3	Su mirada perdida	Detalle	Normal	Estático	<i>Instrumental</i>
	4	La mesa intacta y sus objetos	Primer plano	Ligero picado	Estático	<i>Instrumental</i>
	5	Toma las cerillas	Plano general	Normal	Estático	<i>Hoy el pabellón psiquiátrico</i>
	6	Enciende una de las velas	Plano detalle	Picado	Estático	<i>parece tu habitación</i>
	7	Coge cuchillo	Primer plano	Picado	Estático	<i>Has clavado en mis carnes</i>
	8	Apuñalamiento a la cámara	Plano medio	Contrapicado	Estático	
	9	Apuñalamiento a la carne	Primer plano	Normal	Estático	<i>pérdidas de la ilusión.</i>
	10	Apuñalamiento a la carne 2	Plano entero	Cámara baja	Estático	
	11	Apuñalamiento a la carne 3	Plano detalle	Picado	Estático	
	12	Deja el cuchillo y ve el reflejo	Primer plano	Picado	Estático	<i>He observado en</i>

Videoclip *Me vas a matar*

						<i>tus ojos tu malévola actitud</i>
	13	Mira flores y las coge. Se las mete en la boca.	Plano general	Normal	Estático	<i>Devorando poco a poco mi marchita juventud</i>
	14	Boca masticando	Plano detalle	Muy ligero contrapicado	Estático	<i>(repetición) Devorando poco a poco mi juventud</i>
3	15	Hombre afeitándose frente al espejo. Vista desde el espejo.	Plano medio	Normal, diagonal a rostro.	Estático	<i>Y en las lindes de esta carne seca</i>
	16	Hombre afeitándose	Plano detalle	Normal	Estático	
	17	Carcajada azul	Primerísimo primer plano	Normal	Estático	<i>una carcajada azul.</i>
4	18	Se aparta del espejo, se tambalea y cae	Primer plano a plano americano	Cenital a picado	Travelling	<i>Mis pupilas ya se agrietan a la sombra de tu luz.</i>
	19	Hombre cayendo	Plano general	Cámara baja	Cámara en mano	
5	20	Hombre sentado en la mesa pero con el proyector sucediéndose la noche y el día	Plano general	Normal	Estático	<i>Quizá quiebre la mañana; deseo es desesperación.</i>

Videoclip *Me vas a matar*

	21	Hombre viendo el proyector	Plano general	Normal	Zoom in	<i>Cómo servir de almohada</i>
	22	Hombre viendo el proyector	Plano general	Normal	Cámara en mano	<i>al sueño de la razón.</i>
6	23	Hombre adora la proyección y pelea con la cámara	Plano general a plano medio	Normal	Con el personaje	<i>Instrumental</i>
7	24	Cigarro apagado	Plano detalle	Ligero picado	Estático	<i>Me vas a matar</i>
8	25	Vela apagada por dedos	Plano detalle	Normal	Estático	<i>Me vas a matar</i>
9	26	Apuñala con proyector de fondo	Plano americano	Ligero contrapicado	Estático	<i>Me vas a matar</i>
10	27	Apaga los focos y el proyector	Plano general	Normal	Estático	<i>Instrumental</i>

## 8. Desglose del guion

<b>LOCALIZACIÓN:</b> Habitación					<b>Número secuencia:</b> 1
					<b>Número de planos:</b> 2
<b>Exterior</b>	<b>Interior</b>	<b>Día</b>	<b>Tarde</b>	<b>Noche</b>	<b>Pág. Guion:</b> 1
	x		x		<b>Nº páginas:</b> 2/8

<b>DESCRIPCIÓN DE LA SECUENCIA</b>		
Presentamos el espacio y al único personaje.		
<b>PERSONAJES</b>		
<b>Principales</b>	<b>Secundarios</b>	<b>Figurantes</b>
El hombre		
<b>NECESIDADES TÉCNICAS</b>		



Videoclip *Me vas a matar*

<b>Iluminación</b>	<b>Cámara, ópticas, etc.</b>
Panel led de tono azul Panel led de luz blanca + filtro azul	Cámara Sony 7 III Sony Modelo DCR5X65E
<b>Sonido</b>	<b>Otras</b>
	Trípode de Cámara Sony 7 III Trípodes de paneles led
<b>NECESIDADES ARTÍSTICAS</b>	
<b>Atrezzo / Vehículos</b>	<b>Vestuario</b>
Silla, mesa, espejo grande, espejo roto, espejo de mano, trozo de carne cruda, plato, cuchillo, mechero, cerillas, flores en jarra, copa de vidrio, vela, cigarrillos en caja de metal	Calzoncillos blancos de aspecto antiguo, descalzo
<b>Maquillaje y peluquería</b>	<b>Efectos especiales</b>
Ojeras y barba	
<b>OTRAS NECESIDADES DE PRODUCCIÓN Y CONDICIONANTES</b>	
<b>Permisos</b>	<b>Otros (condiciones de la localización, meteorología, transporte, etc.)</b>

Videoclip *Me vas a matar*

	Coche para transporte de material
--	-----------------------------------

<b>LOCALIZACIÓN:</b> Habitación					<b>Número secuencia:</b> 2
					<b>Número de planos:</b> 12
<b>Exterior</b>	<b>Interior</b>	<b>Día</b>	<b>Tarde</b>	<b>Noche</b>	<b>Pág. Guion:</b> 1
	x		x		<b>Nº páginas:</b> 2/8

<b>DESCRIPCIÓN DE LA SECUENCIA</b>		
<p>El hombre prepara el ambiente para sí mismo y ante la frustración de su soledad se desborda mentalmente, apuñala la carne y mastica las flores.</p>		
<b>PERSONAJES</b>		
<b>Principales</b>	<b>Secundarios</b>	<b>Figurantes</b>
El hombre		

Videoclip *Me vas a matar*

NECESIDADES TÉCNICAS	
<b>Iluminación</b>	<b>Cámara, ópticas, etc.</b>
Panel led de tono azul. Panel led de luz blanca con filtro azul.	Cámara Sony 7 III Sony Modelo DCR5X65E
<b>Sonido</b>	<b>Otras</b>
	Trípode de Cámara Sony 7 III Trípodes de paneles led
NECESIDADES ARTÍSTICAS	
<b>Atrezzo / Vehículos</b>	<b>Vestuario</b>
Silla, espejo grande, espejo roto, espejo de mano, mesa, trozo de carne cruda, plato, cuchillo, mechero, cerillas, flores en jarra, copa, velas, cigarrillos en caja de metal	Calzoncillos blancos de aspecto antiguo, descalzo
<b>Maquillaje y peluquería</b>	<b>Efectos especiales</b>
Ojeras y barba	
OTRAS NECESIDADES DE PRODUCCIÓN Y CONDICIONANTES	

Videoclip *Me vas a matar*

<b>Permisos</b>	<b>Otros (condiciones de la localización, meteorología, transporte, etc.)</b>
	Coche para transporte de material

<b>LOCALIZACIÓN:</b> Habitación					<b>Número secuencia:</b> 3
					<b>Número de planos:</b> 3
<b>Exterior</b>	<b>Interior</b>	<b>Día</b>	<b>Tarde</b>	<b>Noche</b>	<b>Pág. Guión:</b> 1
	x		x		<b>Nº páginas:</b> 1/8

<b>DESCRIPCIÓN DE LA SECUENCIA</b>		
El hombre se afeita y ve su reflejo en el espejo roto, ríe de forma perturbadora		
<b>PERSONAJES</b>		
<b>Principales</b>	<b>Secundarios</b>	<b>Figurantes</b>

Videoclip *Me vas a matar*

El hombre		
<b>NECESIDADES TÉCNICAS</b>		
<b>Iluminación</b>	<b>Cámara, ópticas, etc.</b>	
Panel led de tono azul. Panel led de luz blanca con filtro azul.	Cámara Sony 7 III Sony Modelo DCR5X65E	
<b>Sonido</b>	<b>Otras</b>	
	Trípode de Cámara Sony 7 III Trípodes de paneles led	
<b>NECESIDADES ARTÍSTICAS</b>		
<b>Atrezzo / Vehículos</b>	<b>Vestuario</b>	
Espejo roto, cuchillas de afeitarse, brocha	Calzoncillos blancos de aspecto antiguo, descalzo	
<b>Maquillaje y peluquería</b>	<b>Efectos especiales</b>	
Ojeras y barba (modificada)		
<b>OTRAS NECESIDADES DE PRODUCCIÓN Y CONDICIONANTES</b>		

Videoclip *Me vas a matar*

<b>Permisos</b>	<b>Otros (condiciones de la localización, meteorología, transporte, etc.)</b>
	Coche para transporte de material

<b>LOCALIZACIÓN:</b> Habitación					Número secuencia: 4
					Número de planos: 2
<b>Exterior</b>	<b>Interior</b>	<b>Día</b>	<b>Tarde</b>	<b>Noche</b>	Pág. Guion: 1
	x		x		Nº páginas: 1/8

<b>DESCRIPCIÓN DE LA SECUENCIA</b>		
El hombre se desmaya y cae al suelo afectado por su frenética mente.		
<b>PERSONAJES</b>		
<b>Principales</b>	<b>Secundarios</b>	<b>Figurantes</b>
El hombre		

Videoclip *Me vas a matar*

<b>NECESIDADES TÉCNICAS</b>	
<b>Iluminación</b>	<b>Cámara, ópticas, etc.</b>
Panel led de tono azul. Panel led de luz blanca con filtro azul.	Cámara Sony 7 III Sony Modelo DCR5X65E
<b>Sonido</b>	<b>Otras</b>
	Trípode de Cámara Sony 7 III Trípodes de paneles led Proyector
<b>NECESIDADES ARTÍSTICAS</b>	
<b>Atrezzo / Vehículos</b>	<b>Vestuario</b>
Silla, espejo grande, espejo roto, espejo de mano, mesa, plato, cuchillo, mechero, cerillas, flores masticadas, jarra, copa, vela, cigarrillos en caja de metal	Calzoncillos blancos de aspecto antiguo, descalzo
<b>Maquillaje y peluquería</b>	<b>Efectos especiales</b>
Ojeras, barba modificada	Sangre (betadine)
<b>OTRAS NECESIDADES DE PRODUCCIÓN Y CONDICIONANTES</b>	

Videoclip *Me vas a matar*

<b>Permisos</b>	<b>Otros (condiciones de la localización, meteorología, transporte, etc.)</b>
	Coche para transporte de material

<b>LOCALIZACIÓN:</b> Habitación					<b>Número secuencia:</b> 5
					<b>Número de planos:</b> 3
<b>Exterior</b>	<b>Interior</b>	<b>Día</b>	<b>Tarde</b>	<b>Noche</b>	<b>Pág. Guión:</b> 1 y 2
	x		x		<b>Nº páginas:</b> 2/8

<b>DESCRIPCIÓN DE LA SECUENCIA</b>		
El hombre sentado en la mesa ve suceder el día y la noche desde la imagen del proyector, junto con otras secuencias.		
<b>PERSONAJES</b>		
<b>Principales</b>	<b>Secundarios</b>	



Videoclip *Me vas a matar*

El hombre		
<b>NECESIDADES TÉCNICAS</b>		
<b>Iluminación</b>	<b>Cámara, ópticas, etc.</b>	
Panel led de tono azul. Panel led de luz blanca con filtro azul.	Cámara Sony 7 III Sony Modelo DCR5X65E	
<b>Sonido</b>	<b>Otras</b>	
	Trípode de Cámara Sony 7 III Trípodes de paneles led	
<b>NECESIDADES ARTÍSTICAS</b>		
<b>Atrezzo / Vehículos</b>	<b>Vestuario</b>	
Silla y mesa	Calzoncillos blancos de aspecto antiguo, descalzo	
<b>Maquillaje y peluquería</b>	<b>Efectos especiales</b>	
Ojeras, barba modificada		
<b>OTRAS NECESIDADES DE PRODUCCIÓN Y CONDICIONANTES</b>		

Videoclip *Me vas a matar*

<b>Permisos</b>	<b>Otros (condiciones de la localización, meteorología, transporte, etc.)</b>
	Coche para transporte de material

<b>LOCALIZACIÓN:</b> Habitación					<b>Número secuencia:</b> 6
					<b>Número de planos:</b> 1
<b>Exterior</b>	<b>Interior</b>	<b>Día</b>	<b>Tarde</b>	<b>Noche</b>	<b>Pág. Guion:</b> 2
	x		x		<b>Nº páginas:</b> 1/8

<b>DESCRIPCIÓN DE LA SECUENCIA</b>		
<p>El hombre acaricia la imagen del proyector que toma como una ventana a otra realidad, pero luego pelea con la presencia de la cámara que lo oprime.</p>		
<b>PERSONAJES</b>		
<b>Principales</b>	<b>Secundarios</b>	

Videoclip *Me vas a matar*

El hombre		
<b>NECESIDADES TÉCNICAS</b>		
<b>Iluminación</b>	<b>Cámara, ópticas, etc.</b>	
Panel led de tono azul. Panel led de luz blanca con filtro azul.	Cámara Sony 7 III Sony Modelo DCR5X65E	
<b>Sonido</b>	<b>Otras</b>	
	Trípode de Cámara Sony 7 III Trípodes de paneles led	
<b>NECESIDADES ARTÍSTICAS</b>		
<b>Atrezzo / Vehículos</b>	<b>Vestuario</b>	
Silla, 2 espejos, mesa, plato, cuchillo, mechero, cerillas, flores masticadas, jarra, copa, vela, cigarrillos en caja de metal	Calzoncillos blancos de aspecto antiguo, descalzo	
<b>Maquillaje y peluquería</b>	<b>Efectos especiales</b>	
Ojeras, barba modificada		

Videoclip *Me vas a matar*

OTRAS NECESIDADES DE PRODUCCIÓN Y CONDICIONANTES	
Permisos	Otros (condiciones de la localización, meteorología, transporte, etc.)
	Coche para transporte de material

LOCALIZACIÓN: Habitación					Número secuencia: 7
					Número de planos: 1
Exterior	Interior	Día	Tarde	Noche	Pág. Guión: 2
	x		x		Nº páginas: 1/8

DESCRIPCIÓN DE LA SECUENCIA
Un cigarrillo siendo apagado
PERSONAJES

Videoclip *Me vas a matar*

<b>Principales</b>	<b>Secundarios</b>	
El hombre		
<b>NECESIDADES TÉCNICAS</b>		
<b>Iluminación</b>	<b>Cámara, ópticas, etc.</b>	
Panel led de tono azul. Panel led de luz blanca con filtro azul.	Cámara Sony 7 III Sony Modelo DCR5X65E	
<b>Sonido</b>	<b>Otras</b>	
	Trípode de Cámara Sony 7 III Trípodes de paneles led	
<b>NECESIDADES ARTÍSTICAS</b>		
<b>Atrezzo / Vehículos</b>	<b>Vestuario</b>	
Mesa, Cigarrillo, flores masticadas, plato		
<b>Maquillaje y peluquería</b>	<b>Efectos especiales</b>	
<b>OTRAS NECESIDADES DE PRODUCCIÓN Y CONDICIONANTES</b>		

Videoclip *Me vas a matar*

<b>Permisos</b>	<b>Otros (condiciones de la localización, meteorología, transporte, etc.)</b>
	Coche para transporte de material

<b>LOCALIZACIÓN:</b> Habitación					Número secuencia: 8
					Número de planos: 1
<b>Exterior</b>	<b>Interior</b>	<b>Día</b>	<b>Tarde</b>	<b>Noche</b>	Pág. Guion: 2
	x		x		Nº páginas: 1/8

<b>DESCRIPCIÓN DE LA SECUENCIA</b>		
Vela siendo apagada con los dedos		
<b>PERSONAJES</b>		
<b>Principales</b>	<b>Secundarios</b>	

Videoclip *Me vas a matar*

El hombre		
<b>NECESIDADES TÉCNICAS</b>		
<b>Iluminación</b>	<b>Cámara, ópticas, etc.</b>	
Panel led de tono azul. Panel led de luz blanca con filtro azul.	Cámara Sony 7 III Sony Modelo DCR5X65E	
<b>Sonido</b>	<b>Otras</b>	
	Trípode de Cámara Sony 7 III Trípodes de paneles led	
<b>NECESIDADES ARTÍSTICAS</b>		
<b>Atrezzo / Vehículos</b>	<b>Vestuario</b>	
Mesa y vela		
<b>Maquillaje y peluquería</b>	<b>Efectos especiales</b>	
<b>OTRAS NECESIDADES DE PRODUCCIÓN Y CONDICIONANTES</b>		

Videoclip *Me vas a matar*

<b>Permisos</b>	<b>Otros (condiciones de la localización, meteorología, transporte, etc.)</b>
	Coche para transporte de material

<b>LOCALIZACIÓN:</b> Habitación					Número secuencia: 9
					Número de planos: 1
<b>Exterior</b>	<b>Interior</b>	<b>Día</b>	<b>Tarde</b>	<b>Noche</b>	Pág. Guión: 2
	x		x		Nº páginas: 1/8

<b>DESCRIPCIÓN DE LA SECUENCIA</b>		
El hombre ejecuta un apuñalamiento		
<b>PERSONAJES</b>		
<b>Principales</b>	<b>Secundarios</b>	



Videoclip *Me vas a matar*

El hombre		
<b>NECESIDADES TÉCNICAS</b>		
<b>Iluminación</b>	<b>Cámara, ópticas, etc.</b>	
Panel led de tono azul. Panel led de luz blanca con filtro azul.	Cámara Sony 7 III Sony Modelo DCR5X65E	
<b>Sonido</b>	<b>Otras</b>	
	Trípode de Cámara Sony 7 III Trípodes de paneles led	
<b>NECESIDADES ARTÍSTICAS</b>		
<b>Atrezzo / Vehículos</b>	<b>Vestuario</b>	
Cuchillo		
<b>Maquillaje y peluquería</b>	<b>Efectos especiales</b>	
<b>OTRAS NECESIDADES DE PRODUCCIÓN Y CONDICIONANTES</b>		

Videoclip *Me vas a matar*

<b>Permisos</b>	<b>Otros (condiciones de la localización, meteorología, transporte, etc.)</b>
	Coche para transporte de material

<b>LOCALIZACIÓN:</b> Habitación					Número secuencia: 10
					Número de planos: 1
<b>Exterior</b>	<b>Interior</b>	<b>Día</b>	<b>Tarde</b>	<b>Noche</b>	Pág. Guion: 2
	x		x		Nº páginas: 2/8

<b>DESCRIPCIÓN DE LA SECUENCIA</b>		
Se rompe la cuarta pared y el hombre se levanta para apagar los focos de luz y el proyector		
<b>PERSONAJES</b>		
<b>Principales</b>	<b>Secundarios</b>	

Videoclip *Me vas a matar*

El hombre		
<b>NECESIDADES TÉCNICAS</b>		
<b>Iluminación</b>	<b>Cámara, ópticas, etc.</b>	
Panel led de tono azul. Panel led de luz blanca con filtro azul.	Cámara Sony 7 III Sony Modelo DCR5X65E	
<b>Sonido</b>	<b>Otras</b>	
	Trípode de Cámara Sony 7 III Trípodes de paneles led	
<b>NECESIDADES ARTÍSTICAS</b>		
<b>Atrezzo / Vehículos</b>	<b>Vestuario</b>	
Silla, 2 espejos, mesa, plato, cuchillo, mechero, cerillas, flores masticadas, jarra, copa, vela, cigarrillos en caja de metal	Calzoncillos blancos de aspecto antiguo, descalzo	
<b>Maquillaje y peluquería</b>	<b>Efectos especiales</b>	
Ojeras, barba modificada		
<b>OTRAS NECESIDADES DE PRODUCCIÓN Y CONDICIONANTES</b>		

Videoclip *Me vas a matar*

<b>Permisos</b>	<b>Otros (condiciones de la localización, meteorología, transporte, etc.)</b>
	Coche para transporte de material

(\*) En todas las secuencias se utiliza la *handycam* Sony modelo DCR5X65E con el fin de obtener varios planos recurso que dieran ritmo al montaje, además de un aspecto “obsoleto”.

## 9. Plan de rodaje

### 9.1 Primer día

HORA	DUR.	SEC.	PLANOS	LOC.	INT./EXT. DÍA/NOCHE	PERSONAJES
17:00	15 min	1	1 y 2	Habitación	INT/TARDE	Hombre
17:15	60 min	2	3, 4, 5, 6, 7 y 12	Habitación	INT/TARDE	Hombre
18:15	30 min	Descanso				
18:45	90 min	2	13, 14, 8, 9, 10 y 11	Habitación	INT/TARDE	Hombre

Videoclip *Me vas a matar*

20:15	15 min	4	18 y 19	Habitación	INT/TARDE	Hombre
-------	--------	---	---------	------------	-----------	--------

## 9.2 Segundo día

HORA	DUR.	SEC.	PLANOS	LOC.	INT./EXT. DÍA/NOCHE	PERSONAJES	
15:30	30 min	3	15, 16 y 17	Habitación	INT/TARDE	Hombre	
16:00	10 min	7	24	Habitación	INT/TARDE	Hombre	
16:10	10 min	8	25	Habitación	INT/TARDE	Hombre	
16:20	15 min	9	26	Habitación	INT/TARDE	Hombre	
16:35	30 min	Descanso					
17:05	15 min	6	23	Habitación	INT/TARDE	Hombre	
17:20	45 min	5	20, 21 y 22	Habitación	INT/TARDE	Hombre	
18:05	15 min	10	27	Habitación	INT/TARDE	Hombre	

## 10. Memoria de producción

### 10.1 Preproducción

Este proyecto arranca a principios de otoño de 2021 con la oferta de trabajar a modo de productora para Ataúdes Merche. Esta posibilidad es propuesta por Andrea Calvo e inmediatamente aceptada por el resto de los integrantes del grupo de trabajo. En un inicio se decide reunirse de forma presencial para sentar las bases del proyecto y decidir los cauces por los que éste debía transcurrir.

Asimismo, se aprovecha este primer encuentro para pensar en diferentes ideas sobre la sinopsis y estética del videoclip, así como en relación a la posibilidad técnica de emplear ciertos planos y recursos cinematográficos. De la extensa lista de planteamientos que surgen en dicha reunión inicial, muchos se han materializado, aunque otros han sido modificados e, incluso, rechazados como consecuencia de la imposibilidad técnica y/o presupuestaria de ejecutarlos.

En este encuentro también se acuerda la necesidad de crear un grupo de WhatsApp con los componentes de la banda para evitar que toda la responsabilidad de comunicación entre Ataúdes Merche y el grupo de trabajo recayera en Andrea Calvo. De este modo, los diferentes integrantes de la formación musical han tenido la posibilidad de comunicarse con el grupo de trabajo al completo para transmitir sus sensaciones en relación al desarrollo del proyecto y proponer sus propias preferencias estilísticas y narrativas sobre el mismo.

A partir de este momento y debido a que una de las integrantes del grupo reside en Valencia, las siguientes reuniones que se celebran a lo largo de los meses de invierno son de naturaleza online. En estas se comienzan a establecer los diferentes apartados de la sinopsis del proyecto de producción, así como a desarrollar el guion literario. Una vez completado este documento, se procede a su plasmación en forma de guion técnico, así como a la preparación de un plan de rodaje dividido en dos días.

Por otro lado, también se acuerda la necesidad de construir un marco teórico que, además de teorizar sobre el nacimiento y la evolución del videoclip, refleje la filosofía de trabajo de Ataúdes Merche y su apuesta por la estética de la imperfección. De modo que este apartado de investigación del trabajo se divide en los diferentes puntos que se considera indispensable tratar y, posteriormente, se reparte entre los cuatro integrantes del grupo para poder trabajar de forma autónoma.

A continuación, se elabora el desglose de guion para tener en cuenta todo aquellos elementos de *atrezzo*, así como los dispositivos técnicos de grabación e iluminación que demanda el videoclip. De igual modo, se acuerda con Carlos Bonet, vocalista de Ataúdes Merche y único actor del videoclip, las fechas en las que se llevaría a cabo la producción y se solicita el material requerido al Labgest. No obstante, a última hora se tuvo que cambiar de intérprete debido a ocupaciones personales de Carlos Bonet. Por tanto, el peso interpretativo del proyecto termina en manos de Valentí Besó.

De igual modo, la localización del rodaje se ve alterada porque el actual espacio de Cúmulo, asociación local de arte contemporáneo donde inicialmente iba a tener lugar la grabación, tenía programados diversos eventos culturales para los meses de abril y mayo. En consecuencia, se recurre a habilitar el almacén de la vivienda familiar de Andrea Calvo para transformarlo en el set de grabación, a partir de recursos de *atrezzo* y logística propios, así como la equipación técnica necesaria.

A pesar de que se dieron algunas diferencias dentro del grupo de trabajo en cuanto a la elección de actor, fechas, recursos de *atrezzo*, guion técnico y el peso que debía tener cada cámara en el rodaje, finalmente se llegó a un acuerdo que nos permitió trabajar con armonía cediendo en algunos aspectos para el beneficio común.

## 10.2 Producción

El proceso de producción tiene una duración de dos días, concretamente la tarde del viernes 6 de mayo y el domingo 8 de mayo.

El equipo acude al trastero de Andrea y comienza a organizar el set colocando el atrezzo y preparando al actor, para posteriormente darle las indicaciones de actuación al mismo. A nivel de vestuario, solo se necesitan unos calzoncillos blancos bastante deteriorados, y el actor trae unos nuevos, por lo que para ensuciarlos y dejarlos desgastados, se tiran por el suelo, se limpian algunas cosas con los mismos y se manchan a propósito.

Durante el primer día de rodaje surgen los primeros inconvenientes con respecto al material; el trípode de la cámara está deteriorado y las patas no se pueden colocar debidamente, poniendo en peligro la cámara. Otro inconveniente es que contamos con dos focos de color azul, pero con poca iluminación, con lo cual la solución es poner frente a uno de los focos grandes una bandera de la Unión Europea de plástico que nos permite solventar el problema a la perfección, pues tenemos la cantidad de luz que buscamos y con la tonalidad azul adecuada.



Ejemplo de solución con la bandera de la Unión Europea



Por otro lado, de manera casi fortuita y que no nos esperamos, el actor acaba ebrio por unas cuantas cervezas, las cuales están destinadas para los descansos de la comida. Dicha situación lleva a ver que los resultados a nivel de actuación mejoran y se decide que si el actor quiere seguir consumiendo cerveza, se le proporciona.

El último inconveniente que surge durante este día es que la carne utilizada como *atrezzo* no puede ser usada durante el segundo día de grabación debido a que seguramente la carne deja de estar apta para manipularla. Para solventar esto, se recurre a grabar los planos necesarios donde la carne aparece para que durante el segundo día de rodaje ya no deba aparecer. Quitando estos problemas, teniendo solo cuatro horas para rodar, estas resultan bastante provechosas, habiendo tenido incluso un descanso para comer de treinta minutos.

Pasando al segundo día de rodaje, las cosas fluyen bastante mejor, ya que el equipo va advertido de los inconvenientes anteriores y así preparado para solucionarlos. El día transcurre de manera mucho más favorable y de manera más productiva aún que el primero, debido a que el set permanece intacto del anterior rodaje y solamente se invierte tiempo en preparar al actor.

En este día, al tener más horas de grabación, se tienen en cuenta dos descansos, uno para comer, y otro más corto para despejar la mente. Finalmente, se consigue grabar todo antes del tiempo máximo establecido y el equipo queda completamente satisfecho.

### 10.3 Postproducción

Posteriormente a la grabación, el equipo de trabajo se reúne con el tutor Antonio Loriguillo para aclarar ciertas dudas acerca del dossier de trabajo, algunas de ellas en relación a la particularidad de la filosofía *DIY* de la banda y las contradicciones que esto presentaba para apartados como el plan de exportación.

En cuanto al montaje del videoclip, Isabella Henríquez se encarga de realizarlo, pues es la más experimentada en la edición de vídeo. Para dicho montaje, utiliza Adobe Premiere, y comienza la edición colocando los clips en la línea de tiempo de manera ordenada, ayudándose con el script y el guion técnico. También añade

algunos clips que se grabaron con una *handycam*, por encima de otros clips, para que así el vídeo tenga mayor movimiento y se acople al ritmo. Una vez hecho esto, añade la canción de Ataúdes Merche y hace el ajuste de los clips con las frases de la canción. Teniendo ya esta base, procede a mandar este primer borrador al resto del equipo para revisar y decidir si hay que hacer modificaciones. El equipo decide que se necesita algo más de ritmo al principio del vídeo y añadir más imágenes recurso para ello. Isabella procede a ajustar el vídeo a las nuevas sugerencias, y empieza a hacer el etalonaje y el envejecimiento que queremos del vídeo.

Finalmente, el resultado del videoclip, deja al equipo satisfecho con lo obtenido, y con la idea inicial que se tenía, a pesar de los distintos contratiempos que se han sufrido.

## 11. Plan de exportación del producto

Teniendo en cuenta la personalidad de Ataúdes Merche como conjunto musical que se inscribe en el punk y la ideología *DIY*, creemos que lo más adecuado es crear un plan de exportación «alternativo» que se acople a sus necesidades, ajustándose a su manera de hacer y excluyendo la idea de grandes circuitos de promoción marcados por algoritmos capitalistas o de máxima explotación.

Para fundamentar este plan de exportación alternativo, tomamos el punto de vista del *DIY* ante la difusión de productos a través de testimonios de la banda, así como con citas de algunos artistas o autores que han tratado el tema, como el crítico de música Simon Reynolds.

La democratización de las impresiones que llegó de la mano de la empresa Xerox permitió que a partir de los 70 los artistas *DIY* que renegaban de la difusión a través de intermediarios editores pudieran publicar y compartir sus creaciones, principalmente fanzines, pagando por ello precios asequibles. Si bien el *DIY* maneja mucho lo «material» —ese punto de bricolaje— esto no ha de significar necesariamente que esta filosofía cancele internet como herramienta; cabe tener en cuenta que la manera de hacer del *underground* de los 70 es una fuente de base e

inspiración para este proyecto, pero que precisamente en los 70 no se usaba Internet porque no había posibilidad. Y efectivamente, a día de hoy las plataformas y redes sociales son una herramienta también de uso democratizado, por lo que se utilizarán en el plan de exportación, aunque de manera particular.

### 11.1 Análisis del mercado al que va dirigido el producto

En este caso, el mercado al que va dirigido el videoclip no es más que aquellas personas a quienes interese, a quienes llegue. No hay un sesgo de edad o de género para propiciar la recepción de este producto. Probablemente, un grupo de interés que se pueda «clasificar» sería el de aquellas personas que consumen y se interesan por la cultura de manera activa. Igualmente, cabe prestar atención a la escena local de la ciudad de Castellón, a sus participantes y seguidores, mucho antes que intentar buscar una difusión que llegue al máximo público posible.

Este trabajo no ha sido concebido como una especie de *best seller* para un público general, sino que es una forma libre de expresión para que llegue a quien haya de llegar, en consonancia con la opinión de la banda. Existe una narrativa tradicional ante lo artístico de que las obras han de cumplir la misión de ser marcadamente apelativas, transformadoras... Este videoclip se inscribe y toma referencias del ámbito académico y el artístico, pero además es un ejercicio de «terapia» en que un equipo de estudiantes trae al exterior lo que existía en sus cabezas, tomando como inspiración la canción de una banda de punk local —precisamente el trabajo de Guerra y Straw<sup>11</sup> recordaba la dificultad para definir el concepto punk, entendiéndolo como una amalgama de diferentes formas de expresión individuales—.

### 11.2 Plan de comunicación y marketing

Para el diseño de este plan de comunicación se contempla trabajar con herramientas de difusión tanto para el mundo físico como para el universo online.

En primer lugar, el videoclip se lanzará en las plataformas YouTube y Vimeo al mismo tiempo que la banda publique *Me vas a matar* como *single* en Bandcamp a partir del mes de junio de 2022.

---

<sup>11</sup> *I wanna be your punk: O universo de possíveis do punk, do D.I.Y. e das culturas underground* (2017)

Para la promoción del videoclip en redes sociales se utilizarán los perfiles personales en Instagram del equipo de trabajo así como de los integrantes de Ataúdes Merche. Igualmente, el videoclip quedará enlazado en su página de Bandcamp.

En lo referente a las etiquetas en las publicaciones de Instagram, en general, se evitarán, puesto que entendemos que un *hashtag* sirve para categorizar algo dentro de los algoritmos en la comunicación a través de la red, algoritmos que finalmente sirven a intereses mercantiles y económicos, y no a los propios. Al respecto, en palabras del guitarrista de Ataúdes Merche, Javier Coloma: «estamos haciendo que la gente que no nos conoce de nada de repente nos vea e ignore. Si no tenemos lo local aún bien asentado, ¿para qué queremos lo etéreo del mundo digital? Antes nos asociamos con el Bicicas». Es similar a lo que planteaba la artista de fanzine Elodie Amandine Roy: «me gusta saber quiénes son mis lectores. No me interesa tener un millón de lectores a través de la red, porque sólo serían una audiencia distante y sin rostro [...]» (Gómez Arcas, 2017: p46).

Recuperando el tema de la serigrafía, se propone elaborar una cartelería utilizando un estilo estético de aspecto similar al serigráfico, con inspiración en carteles de bandas como Sonic Youth o Fugazi. Inicialmente, no se contempla trabajar con máquinas de serigrafía por no ser posible acceder a través de recursos propios, pero de nuevo se puede recurrir a la combinación de técnicas y posibilidades al alcance, de tipo analógicas o digitales, para elaborar un objeto de promoción en la línea de nuestro trabajo audiovisual y de la personalidad de la banda.

## Videoclip *Me vas a matar*



Flyer para concierto de Fugazi, 1989 y cartel de Sonic Youth, 1986

Para la cartelería se capturarán y editarán fotografías de los miembros de la banda en la escenografía diseñada para el videoclip. Lo que se busca es sacar fotografías que encajen con la imagen que ya mantenía la banda, con un interés en la estética del «error», tanto en sus texturas como en su composición, y en el valor de la expresividad más allá de las fotografías «correctas». Un ejemplo son las portadas de las primeras *demos* de Ataúdes Merche:



Fotografías de Erik Turpin (2021)

Para lograr el efecto de los carteles de referencia, pueden utilizarse medios como la máquina de escribir, el rotulador y el escáner, así como una edición posterior de las fotografías y el texto en *software*, imprimiendo también sobre el cartel un código QR

que conduzca a la plataforma de Vimeo o YouTube, donde se pueda hacer un visionado del videoclip. Lo siguiente será la impresión de suficientes copias para la ciudad de Castellón (se calcula alrededor de 50), y su colocación, al estilo del *agitprop*, en las paredes de unos 10 puntos clave de la ciudad.

También existe la opción de realizar impresiones más pequeñas de tipo *flyer*, con códigos QR al *single* y al videoclip. Para una textura más lograda existe una preferencia por la impresión sobre papel verjurado o similar.

Esta difusión análoga con derivas a lo digital vendría también apoyada por la comunicación boca a boca que pueda producirse dentro de la escena local, a esta forma de comunicación se le otorga un valor importante, a pesar de ser difícil de mensurar.

## 12. Gestión de derechos de autoría. Registro

24/5/22, 10:47

Imprimir información del registro

### Información de la obra

Título *Me vas a matar*

Año: 2022

Duración: 2m 48s

Directores: Lucas Gallego García, Andrea Calvo Campillo, Natalia Grau León, Isabella Henríquez López

País producción: España

Productora: Independiente

Sinopsis: Videoclip de Ataudes Merche

Color: Sí

Sonido: Sí

Tipo de obra Cortometraje

-----

### Información de registro en Safe Creative

Identificador 2205241204639

Fecha de registro 24-may-2022 8:41 UTC

Licencia Creative Commons Attribution 4.0

Información proporcionada por Lucas Gallego Garcia

Información disponible en <https://www.safecreative.org/work/2205241204639-me-vas-a-matar>

## 13. Resultados

Por lo que respecta al resultado final del trabajo en relación a la idea inicial del mismo, cabe mencionar que el proyecto inicial ha sufrido varias modificaciones en diferentes etapas de su desarrollo tanto a nivel técnico como estético. Principalmente la decisión de ejecutar estas alteraciones se explican por la imposibilidad de acceso a determinados materiales de grabación, así como por la inviabilidad de adecuar los horarios de los cuatro componentes del grupo de trabajo con terceras personas. No obstante, a pesar de la serie de impedimentos a los que se ha tenido que hacer frente y que se especifican a continuación, en líneas generales la materialización final del proyecto no se ha alejado en gran medida de la idea original del videoclip.

En primer lugar, la resolución de la imagen que se ha alcanzado corresponde con la estética requerida por el grupo de música acorde al estilo del punk underground. De este modo, desde un primer momento se barajó la idea de grabar con cámaras analógicas para posteriormente transformar el contenido de las cintas al formato digital. De este modo se contactó con los responsables del Laboratorio de Ciencias de Comunicación de la UJI para tener acceso a las cámaras analógicas descatalogadas que se guardan en un almacén. No obstante, estos dispositivos de grabación analógica no funcionaban y la posibilidad de adquirir una cámara de estas características en una tienda de aparatos tecnológicos *vintage* no se ajustaba al reducido presupuesto de producción con el que se contaba. De manera que esta eventualidad inicial se ha suplido en la fase de postproducción a través de un filtro que transforma la resolución original de la imagen hasta que se ha alcanzado una calidad estética similar a la que se buscaba en un origen.

En segundo lugar, la selección del único actor que protagoniza el videoclip también ha sido un proceso complejo en el que se ha tenido que lidiar con un inconveniente derivado de la imposibilidad de cuadrar horarios. El intérprete con el que se quiso contar desde un primer momento fue Carlos Bonet (vocalista de Ataúdes Merche). A pesar de no ser un actor profesional, se consideró que su estrecha vinculación con la banda de música suponía un aval en relación al nivel de implicación en el proyecto. No obstante, una vez que se había reservado todo el material de

grabación, así como se había fijado un plan de rodaje dividido en dos días (6 y 8 de mayo), a Carlos Bonet le surgieron una serie de imprevistos de carácter urgente que impidieron su participación en el rodaje. Ante esta situación, el grupo de trabajo se vió en la obligación de encontrar un sustituto de forma perentoria para poder cumplir con el plan de grabación establecido. De manera que una de las componentes del equipo convenció a su pareja (Valentí Besó) para que interpretara al único personaje del videoclip. Y el conjunto de los integrantes coinciden en que, pese a la peculiaridad de las circunstancias en las que se consiguió al actor, a nivel interpretativo el resultado final del producto ha sido adecuado en relación a la idea original de la que se partió inicialmente.

En tercer lugar, la localización de grabación escogida en un primer momento era el local en el que la asociación de producción artística contemporánea Cúmulo tiene actualmente su taller y espacio expositivo (C/Cronista Muntaner, Num 4). Sin embargo, la apertura de este espacio artístico se celebró el 23 de abril, inaugurando una oleada de eventos culturales que tuvieron lugar durante los siguientes fines de semana, incluyendo aquel que se había seleccionado para la grabación del videoclip. Ante este inconveniente, se tuvo que buscar un nuevo emplazamiento para el rodaje y a una de las componentes del grupo se le ocurrió utilizar un garaje empleado por su familia como almacén. Tras un par de jornadas en las que este trastero se despejó de objetos varios y pesados, el espacio fue totalmente acondicionado por los miembros del equipo para las necesidades del rodaje.

Estos tres inconvenientes han sido los principales obstáculos que han surgido a lo largo del proyecto y a los que el grupo de trabajo se ha tenido que enfrentar para la resolución del videoclip. En líneas generales se estima que, si bien la idea original se ha visto modificada como consecuencia del surgimiento de dichas eventualidades, el resultado final del proyecto no dista en gran medida de aquello que se planteó inicialmente. Por tanto, se puede concluir con que los tres objetivos recogidos al principio de este trabajo se han logrado con éxito.



## 14. Conclusiones

A nivel personal, los cuatro componentes de este grupo de trabajo coinciden en sus sensaciones de satisfacción y de estima hacia el producto audiovisual completo. Pese a las dificultades que se han tenido que afrontar y que han sido detalladas en apartados anteriores del presente documento, la valoración del resultado final, así como del proceso de desarrollo del mismo es positiva.

No obstante, durante ciertas fases de la realización de este proyecto se ha evidenciado la escasa experiencia con la se contaba en la elaboración de productos audiovisuales. Si bien durante los cuatro años de carrera se ejecutan varias prácticas relacionadas con la producción de video, durante la realización de este TFG se ha concluido que sería conveniente incrementar la proporción de proyectos de esta índole en relación a los trabajos puramente teóricos. A pesar de ello, se estima que el nivel de profesionalidad que se ha alcanzado con este videoclip es alto, por lo que se infiere que los alumnos del Grado de Comunicación Audiovisual terminan su periplo universitario con un bagaje de conocimientos técnicos y habilidades prácticas que, sumados al esfuerzo y la motivación, se puede traducir en productos competentes.

Por lo que respecta al futuro laboral, se ha reparado en los beneficios que puede implicar adjuntar al currículum de los cuatro integrantes del equipo de trabajo el resultado final de este proyecto. Por tanto, se agradece a la Universitat Jaume I la posibilidad de realizar un TFG de estas características, dado que puede suponer una ventaja competitiva de cara a labrarse un futuro prometedor en el sector laboral de la comunicación audiovisual.

## 14. Conclusions

On a personal level, the four members of this working group coincide in their feelings of satisfaction and esteem for the completed audiovisual product. In spite of the difficulties that have had to be faced and which have been detailed in previous

sections of this document, the assessment of the final result, as well as of the development process, is positive.

However, during certain phases of this project, the lack of experience in the production of audiovisual products became evident. Although several practices related to video production are carried out during the four years of the degree course, during the course of this dissertation it has been concluded that it would be advisable to increase the proportion of projects of this nature in relation to purely theoretical work. In spite of this, it is considered that the level of professionalism achieved with this video clip is high, so it is inferred that the students of the Degree in Audiovisual Communication finish their university journey with a baggage of technical knowledge and practical skills that, added to effort and motivation, can be translated into competent products.

As far as future employment is concerned, the benefits of attaching the final result of this project to the CVs of the four members of the work team have been considered. Therefore, we are grateful to the Universitat Jaume I for the possibility of carrying out a TFG of these characteristics, given that it can be a competitive advantage for a promising future in the audiovisual communication sector.

## 15. Bibliografía

AlbaLafarga (2021, 13 de septiembre). Qué es la NOSTALGIA millennial y el Realismo Capitalista | Filosofía de la nostalgia MARK FISHER. *YouTube*. Recuperado de: [https://www.youtube.com/watch?v=oyQJ-nVFWIM&ab\\_channel=AlbaLafarga](https://www.youtube.com/watch?v=oyQJ-nVFWIM&ab_channel=AlbaLafarga)

An extract of Mark Fisher's Ghosts of my life (2013, 28 de agosto). *TheQuietus*. Recuperado de: <https://thequietus.com/articles/13004-mark-fisher-ghosts-of-my-life-extract>

Anton Reva (2017, 19 de noviembre). *Coeval Magazine*. Recuperado de: <https://www.coeval-magazine.com/coeval/anton-reva>

Caro Oca, Ana María (2014). *Elementos narrativos en el videoclip: desde el nacimiento de la MTV a la era YouTube (1981-2011)* (Tesis doctoral). Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, España. Recuperado de: [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/63957/P\\_T.D.\\_PROV33.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/63957/P_T.D._PROV33.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Cisneros Arias, (2020) *Subculturas y Tribus urbanas: La contracultura y el underground juvenil* (Trabajo de fin de grado). Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Valladolid, España. Recuperado de: <https://docplayer.es/215422545-Facultad-de-ciencias-economicas-y-empresariales.html>

‘Cómo acabar con la contracultura’, el underground español, según Jordi Costa (2018, 22 de agosto). *La Vanguardia*. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/vida/20180822/451408407677/como-acabar-con-la-contracultura-el-underground-espanol-segun-jordi-costa.html>

Derrida, Jacques (1993) *Spectres de Marx: L'État de la dette, le travail du deuil et la nouvelle Internationale*. Paris: Galilée.

Gallego Pérez, Juan Ignacio (2009, 15 de octubre). Do it yourself. Cultura y tecnología. *Icono14*. Vol 7 (Núm 2). p281. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5298424>

García Soto, Lara (2015). *El videoclip como paradigma de la música contemporánea, de 1970 a 2015* (Tesis doctoral). Facultad de Ciencias de la Información Comunicación Audiovisual y Publicidad I de la Universidad Complutense de Madrid, España.

Garrán, Daniel (2021, 2 de febrero). 30 Años de 'Freedom!', el número 1 de George Michael que unió música y moda para siempre. *Los40*. Recuperado de: [https://os40.com/los40/2021/02/01/los40classic/1612187013\\_726683.html](https://os40.com/los40/2021/02/01/los40classic/1612187013_726683.html)

Gómez Arcas, Jesús (2017). *Views of the unseen. Alternativas e innovación visual a través de tendencias contraculturales*. (Trabajo de fin de grado). Facultad de Ciencias Humanas y Sociales de la Universitat Jaume I, España. Recuperado de: <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/170375>

Guerra, Paula & Straw, Will (2017). I wanna be your punk: O universo de possíveis do punk, do D.I.Y. e das culturas underground. *Cadernos de Arte e Antropologia*. Vol 5, Nº 1. pp5-16. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/315810901\\_I\\_wanna\\_be\\_your\\_punk\\_o\\_universo\\_de\\_posiveis\\_do\\_punk\\_do\\_DIY\\_e\\_das\\_culturas\\_underground](https://www.researchgate.net/publication/315810901_I_wanna_be_your_punk_o_universo_de_posiveis_do_punk_do_DIY_e_das_culturas_underground)

Hermida, Alberto (2021). El videoclip materialista en la era digital: de las aproximaciones matéricas a la estética del error. *Observatorio (OBS) Journal*. Vol 15, Nº 3. pp53-70. Recuperado de: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/125563/1738-6499-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Herzog, Amy (2010). *Dreams of Difference, Songs of the Same: The Musical Moment in Film*. University of Minnesota Press, Londres.

Hughes, Hilary (2018, 26 julio). 10 Years of 'Single Ladies': Beyonce's Director, Choreographers & More Put a Ring on Her Iconic Music Video. *Billboard*.

Recuperado de: <https://www.billboard.com/music/pop/beyonce-single-ladies-put-a-ring-on-it-oral-history-8467159/>

La absurda historia detrás de la portada de London Calling (2021, 23 de marzo). *Esquire*. Recuperado de: <https://www.esquire.com/es/actualidad/a35915796/portada-london-calling-foto-historia/>

Lomographic Society International (2007). *Diana F+ More True Tales and Short Stories. Diana Interviews*.

Morató, Yolanda (2021, 24 de marzo). Lo que la palabra esconde. *Jot Down Cultural Magazine*. Recuperado de: <https://www.jotdown.es/2021/02/palabra-underground-etimologia/>

Rondón, José María (2018, 22 de septiembre). La contracultura fue un imprevisto del franquismo. *El diario de Sevilla*. Recuperado de: [https://www.diariodesevilla.es/ocio/Jordi-Costa-contracultura-imprevisto-franquismo\\_0\\_1284172278.html](https://www.diariodesevilla.es/ocio/Jordi-Costa-contracultura-imprevisto-franquismo_0_1284172278.html)

Sedeño Valdellós, Ana María (2002). Música e imagen: aproximación a la historia del vídeo musical. *Área Abierta*, vol 3, núm 2. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/ARAB0202230002A>

Tarín Cañadas, Marta. (2015). *La evolución del videoclip narrativo: la simbiosis orgánica del relato cinematográfico y el video musical en el videoclip* (Tesis doctoral). Facultad de Ciencias de la Información Comunicación Audiovisual y Publicidad II de la Universidad Complutense de Madrid, España.

## 16. Anexos

### Anexo I. Curriculum Vitae

## LUCAS GALLEGO GARCÍA





Castellón, Comunidad Valenciana  
665140285   
lucasgallegogarcia@gmail.com   
[www.linkedin.com/in/lucasgallegogarcia/](http://www.linkedin.com/in/lucasgallegogarcia/) 



### EXPERIENCIA

  
**Redactor** Revista Digital *Nomepierdoniuna*: del 06/2020 al 12/2020 redacción de noticias, reportajes, entrevistas, crónicas, críticas... y enviado especial para cubrir eventos

**Ayudante de comunicación** *Valencian Music Association*: del 06/2020 al 11/2020 gestión de redes sociales y redacción de noticias



### FORMACIÓN

2016 - 2021  UNIVERSITAT JAUME I  
Graduado en **Periodismo**  
Graduado en **Comunicación Audiovisual**

2021   
Certificado Desarrollo Competencias Técnicas, Personales y Sociales para el Empleo 65 horas



### CONOCIMIENTOS

Permiso de conducción tipo B

 Manejo profesional **Microsoft Office**

Dominio de software **edición de video, sonido e imagen**: Logic Pro, Final Cut Pro, Sony Vegas Pro, Cubase, Adobe Premiere Pro, Adobe PhotoShop, Adobe Indesign...



### IDIOMAS

Nivel inglés **B2** Escuela Permanente de Adultos  
**240 horas / Nota media: 8'9**



Nivel valenciano **Alto**  
**lengua materna**



Nivel castellano **Alto**  
**lengua materna**



# ISABELLA HENRÍQUEZ

*Estudiante de Comunicación Audiovisual*

## PERFIL

Estudiante motivada al aprendizaje tanto de manera autodidacta como por medio de superiores, con nociones varias en programas y dispositivos digitales. Bastante amable, abierta y dispuesta a trabajar de la mejor manera posible en una forma creativa



VALENCIA CENTRO



BELLHENRIQUEZ.LO@GMAIL.COM



NICTEREFLECTIONS.HUBSIDE.ES



697 22 57 40



## FORMACIÓN

Bachiller en San José de Calasanz (Escolapios)

Grado en Comunicación Audiovisual de la Universidad Jaume I

Cursos Domestika de Blender y After Effects

## EXPERIENCIA

Experiencia en otros ámbitos fuera de la carrera de cara al público como camarera (Urban bar) y cuidado de niños como canguro a particulares

## CONOCIMIENTOS

DISEÑO DE PROYECTOS

REDES SOCIALES

EDICIÓN Y CREACIÓN

CONSTRUCCIÓN DE NARRATIVAS

DISEÑO WEB

MANEJO DE CÁMARA

## DESTREZAS

### MANEJO DE PROGRAMAS (EDICIÓN Y CREACIÓN)

- Manejo de Photoshop (avanzado), Indesign (avanzado), Premier (avanzado), Illustrator (medio), Da Vinci (medio), Lightroom (medio), Final Cut (medio), Audition (medio), After effects (medio) y Blender (bajo).

NIVEL DE CASTELLANO NATIVO

### NARRACIÓN

- Facilidad creativa para la creación de narrativas, historias y personajes.

NIVEL DE INGLÉS ALTO

### MANEJO DE CÁMARA

- Experiencia en grabación de proyectos, y nociones avanzadas de fotografía.

### OTRAS DESTREZAS

- Facilidad para aprender de programas, creación de diseño de paginas web/blogs, nociones esenciales de animación y código html, además de una buena capacidad de trabajo en equipo.

NIVEL DE VALENCIANO COMPRENSIÓN ALTA HABLA BAJA-MEDIA



26/08/1998

## Contacto



+34 681 11 36 00



natalia98.ngl@gmail.com



Avenida Rey Don Jaime, 47

## Más información

- Carné de conducir.
- Disponibilidad total.

# Natalia Grau

Fotógrafa y videógrafa

## Experiencia laboral

### Fotógrafa y videógrafa de eventos

**2017 - actualmente**

**Estudio Oskar Grau**

- Fotografía y vídeo de boda
- Spots publicitarios
- Producto

### Dependiente en tienda de ropa

**Septiembre 2018 - Enero 2022**

### Camarera

**Octubre 2016 - Agosto 2018**

Experiencia como camarera en:

- Restaurante
- Comidas para llevar

## Datos académicos

### Universidad Jaume I

**Grado en Comunicación Audiovisual - 2018/2022**

### Bachillerato Humanidades

**IES Francisco Ribalta**

### Cursos fotografía y edición

**Domestika**

**Academia People**

**Crehana**

## Habilidades

- Diseño de páginas web
- Fotografía
- Gestión de redes sociales
- Creación de contenido
- Definición de estrategias
- Alto nivel en manejo de programas de edición de vídeo

## Idiomas

**Castellano y catalán:**  
Nativo.

**Inglés:**  
Nivel medio





## **ANDREA CALVO CAMPILLO**

C/Herrero, Castellón, 12005

Teléfono: 653 703 406

Fecha de nacimiento: 01 / 10 / 1996

E-mail: calvoandrea@gmail.com

---

### **Perfil**

Estudiante en Comunicación Audiovisual de aptitudes versátiles, con experiencia de cara al público y en redacción cultural y creación de carteles collage. Persona curiosa, creativa y social, con interés en el campo de la comunicación y las artes, buscando ampliar la experiencia laboral en diferentes facetas (fotografía, edición, atención al cliente, administración...)

### **Educación**

#### **Grado en Comunicación Audiovisual**

**2015 / 2017 - 2020 /2022**

- Universidad Jaime I (Castellón)

Con asignaturas: fotografía, vídeo, periodismo, dirección de comunicación empresarial y dirección fílmica

#### **TMVO0212 AEROPUERTOS**

**SEP 2018 - JUN 2019**

- CampusFP Emprende Humanes (Madrid)

Certificado de profesionalidad en asistencia a pasajeros, tripulaciones, aeronaves y mercancías en aeropuertos

#### **ESO y Bachillerato de Humanidades**

**2008 - 2015**

Instituto de Educación Secundaria Juan Bautista Porcar (Castellón)

### **Experiencia laboral**

#### **MAKMA revista online** (Valencia)

**FEB 2022 - ABR 2022**

Prácticas profesionales en redacción  
Ruedas de prensa, entrevistas, elaboración de artículos y crónicas de eventos culturales

#### **RENFE - ATENDO** (Madrid)

**JUL 2019 - OCT 2019**

Teleoperadora, atención al cliente.  
Venta, gestión e información de billetes de tren

**Aeropuerto de Madrid-Barajas (INTERSERVE)**

**ABR 2019 - JUN 2019**

Asistencia a pasajeros y tripulaciones  
Información, control de pasaportes,  
filtro Schengen, vigilancia de cinta

**ALCAMPO (Madrid, La Vaguada)**

**OCT 2019 - DIC 2019**

Auxiliar de vigilancia: bienvenida clientes, devoluciones,  
vigilancia pasillo, recepción camiones y compactador

**HORNO SAN ONOFRE (Madrid, Mercado de San Miguel)**

**OCT 2018 - ENE 2019**

**COMLOC (UJI, Castellón)**

**FEB 2017**

Edición y montaje para Congreso de Comunicación Local

**Otras habilidades**

Nivel medio/alto en software Office y herramientas informáticas

Gestión de redes sociales

Conocimientos medios de FinalCut y Photoshop

Nociones básicas en interfaz de sonido y Ableton Live para grabación y producción musical

**Idiomas**

- Español (nativo)
- Catalán / valenciano (nativo)
- Inglés (B2)

## Anexo II. Cesión de derechos de imagen

ME VAS A MATAR	TFG	AUTOIZACIÓN DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN
----------------	-----	---

Yo, *Valentí Besó Ballester*, mayor de edad, titular del DNI 53875413-Y en mi condición de interesado/a, mediante este documento autorizo expresamente a *Natalia Grau*, *Lucas Gallego*, *Isabella Henríquez* y *Andrea Calvo* al uso, la difusión y la explotación sobre las imágenes y declaraciones grabadas el día de la fecha, o parte de las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo ilimitado.

Por ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma:



En Castellón, a 29 de Abril de 2022

Esta autorización de utilización del contenido grabado y de mi imagen, se hace al amparo de lo dispuesto en la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de Protección Civil del Derecho al Honor, a la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen. La autorización que aquí se concede sobre este material tendrá un uso de carácter académico-cultural y la misma no está sometida a ningún plazo temporal ni está restringida al ámbito nacional de ningún país.

### Anexo III. Enlace al videoclip

Haga clic sobre el siguiente hipervínculo para acceder al producto audiovisual:

<https://drive.google.com/file/d/1P147xFg2Yidc9KoHAZ-4WesKuwDFomSr/view?usp=sharing>