

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**



**Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual**

Realización de una propuesta de video musical  
para la cantante Chloe Silva

**PROYECTO INTEGRADOR**

Previo la obtención del Título de:

**Licenciado en Producción para Medios de Comunicación**

Presentado por:

Doménica Lisbeth Andrade Huerta  
Kalley Melanie Peñafiel Betancourt

**GUAYAQUIL - ECUADOR**

Año: 2023

## **DEDICATORIA**

Este proyecto está dedicado a mi familia, ellos me han apoyado y motivado durante toda mi carrera, son los que me han inspirado a llegar hasta aquí y hasta el último día del proyecto estuvieron presentes. Así mismo, se lo dedico a mi mejor amiga Lilibeth Solis que ha visto mi evolución y ha esperado ansiosamente este proyecto, esto es para ti. Y, por último, pero no menos importante, a todos los artistas ecuatorianos... no hay que tener miedo a experimentar.

### **Kalley Peñafiel Betancourt**

Dedico este trabajo a mis padres, Ricardo y Ángela, quienes con su confianza y amor incondicional me inspiraron a completar mi carrera profesional. A mis hermanas, Patricia y Ashley, quienes han sido mi soporte en momentos de angustia. A mi abuelita Ninfa cuyo cariño me ha dado fuerza para seguir adelante. A mis abuelos que no tuvieron la oportunidad de estar a mi lado, pero me acompañan en mente y corazón. A una persona muy especial, mi ahijado Santiago. Esto va dedicado a ustedes.

### **Doménica Andrade Huerta**

## **AGRADECIMIENTOS**

A mi madre Paola Betancourt por estar en mis mejores y peores momentos, todo esto te lo debo a ti, has sido mi motivación para hacer lo que me gusta y dar lo mejor de mí. A Bernardo Rivera por ser mi soporte todos los días, creer en mí y siempre acompañarme.

A Rodrigo Valle por ser mi mayor crítico para pulirme profesionalmente, a Josevan Álvarez y a Víctor Cantos.

**Kalley Peñafiel Betancourt**

Agradezco a Dios por darme salud y fuerzas para superar cada desafío. A mis padres por enseñarme a trabajar por mis sueños y buscar oportunidades. A Cristhian, por ser mi soporte durante estos meses y compartir conmigo alegrías y fracasos. De igual forma, agradezco a mis amigos por su constante apoyo, especialmente a Marcela por depositar su confianza en mí. A mis tutores por reconocer el esfuerzo y dedicación en este proyecto. Y aquellos, que de una u otra forma, contribuyeron en la realización de este proyecto.

**Doménica Andrade Huerta**

## DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; (*Doménica Lisbeth Andrade Huerta y Kalley Melanie Peñafiel Betancourt*) y damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"



Autor 1



Autor 2

## EVALUADORES

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Mario Moncayo', enclosed within a circular scribble.

---

**Msc. Omar Rodriguez**

PROFESOR DE LA MATERIA

---

**Msc. Mario Moncayo**

PROFESOR TUTOR

## RESUMEN

A pesar de que los videos musicales son reconocidos por su naturaleza experimental, en el contexto contemporáneo, uno de cada veinte videos ecuatorianos logra destacar por su originalidad. Mayormente siguen estructuras repetitivas o performativos, lo que resulta en una proliferación de videos de baja calidad o estereotipados.

El siguiente trabajo busca incentivar a los productores audiovisuales y artistas ecuatorianos, a explorar la experimentación en videos musicales, combinando técnicas poco convencionales con enfoques transgresores para lograr una fusión de innovación y viabilidad comercial. Se investiga video musicales de referencia para comprender la construcción del concepto, se analiza la canción elegida para definir el enfoque visual, y se realiza la producción en tres fases para crear el videoclip.

Para el desarrollo del audiovisual se seleccionó la canción “Redacted” de la cantante ecuatoriana Chloé Silva. Mediante análisis se definió la narrativa conceptual, seleccionando diversas técnicas, paletas de colores y atributos para capturar las sensaciones emocionales presentes en la canción.

El resultado fue un videoclip experimental viable en aspectos artísticos, comerciales y económicos. Las decisiones tomadas fueron beneficiosas, y el proyecto se finalizó dentro del plazo planificado en la preproducción.

De esta manera, se fomenta la apreciación e inspiración de la diversidad artística en nuestro país, ayudando a los artistas ecuatorianos a salir de sus esquemas y romper con la monotonía que con frecuencia prevalece en este tipo de contenido audiovisual con el fin de captar la atención, un mayor interés y curiosidad entre los espectadores a través de enfoques visuales poco convencionales.

**Palabras Clave:** Videoclip, Experimentación, Artistas ecuatorianos, Audiovisual.

## **ABSTRACT**

*Even though music videos are recognized for their experimental nature, in the contemporary context, one in twenty Ecuadorian videos manages to stand out for its originality. They mostly follow repetitive or performative structures, which results in a proliferation of low-quality or stereotyped videos.*

*The following work seeks to encourage Ecuadorian audiovisual producers and artists to explore experimentation in music videos, combining unconventional techniques with transgressive approaches to achieve a fusion of innovation and commercial viability. Reference music videos are investigated to understand the construction of the concept, the chosen song is analyzed to define the visual approach, and production is carried out in three phases to create the video clip.*

*For the development of the audiovisual, the song "Redacted" by the Ecuadorian singer Chloe Silva was selected. Through analysis, the conceptual narrative was defined, selecting various techniques, color palettes and attributes to capture the emotional sensations present in the song.*

*The result was an experimental video clip viable in artistic, commercial, and economic aspects. The decisions made were beneficial, and the project was completed within the time frame planned in pre-production.*

*In this way, the appreciation and inspiration of artistic diversity in our country is encouraged, helping Ecuadorian artists to get out of their schemes and break with the monotony that often prevails in this type of audiovisual content to capture attention, increased interest, and curiosity among viewers through unconventional visual approaches.*

*Keywords: Video clip, Experimentation, Ecuadorian artists, Audiovisual.*

## ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES.....	5
RESUMEN.....	I
<i>ABSTRACT</i> .....	II
ÍNDICE GENERAL .....	III
ÍNDICE DE FIGURAS .....	VI
ÍNDICE DE TABLAS.....	VII
ABREVIATURAS.....	VIII
GLOSARIO.....	IX
CAPÍTULO 1.....	10
1.    Introducción .....	10
1.1    Problemática por tratar desde el audiovisual .....	11
1.2 Justificación del problema o propósito del proyecto.....	12
1.3 Objetivos .....	13
1.3.1 Objetivo General .....	13
1.3.2 Objetivos Específicos.....	13
1.4 Marco referencial.....	14
1.4.1 Publicidad audiovisual.....	14
1.4.2 La Audiovisión.....	14
1.4.3 Tipología de videoclips.....	14
1.4.4 Metáforas visuales .....	15
1.4.5 VFX .....	15
1.4.6 Animación .....	16
1.4.7 Psicología del color .....	16
1.4.8 Aplicación de técnicas no convencionales en videos musicales. ....	17

CAPÍTULO 2.....	20
2. Metodología.....	20
2.1 Matrices de análisis.....	20
2.2 Videoclip.....	21
2.2.1 Commodity.....	21
2.2.2 Redacted.....	23
2.2.3 Presupuesto.....	24
2.2.4 Moodboard.....	24
2.2.5 Guion técnico.....	25
2.2.6 Styleframes.....	27
2.2.7 Storyboard y animática.....	29
2.2.8 Plan de rodaje.....	30
2.2.9 Material utilizado.....	31
2.3 Producción.....	31
2.3.1 Rodaje.....	31
2.3.2 Técnicas aplicadas.....	33
2.4 Postproducción.....	35
2.4.1 Montaje.....	35
2.4.2 Exportación.....	36
2.4.3 Teaser.....	36
2.4.4 Difusión.....	36
CAPÍTULO 3.....	37
3. Resultados y análisis.....	37
CAPÍTULO 4.....	39
4. Conclusiones Y Recomendaciones.....	39
4.1 Conclusiones.....	39

4.2 Recomendaciones.....	40
BIBLIOGRAFÍA.....	42
APÉNDICES.....	44
Entrevistas .....	44
Plan maestro .....	45
Presupuesto real y proyectado .....	45
Guión técnico .....	51
Styleframes .....	55
Storyboard.....	56
Resultado final .....	63
ANEXOS.....	65

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Fragmento de Losing Sleep (Videoclip). Cyn (2023). .....	17
Figura 2. Fragmento de Cold Heart (Videoclip). Elton John, Dua Lipa (2022). .....	17
Figura 3. Fragmento de Float On (Videoclip). Modest Mouse (2010). .....	18
Figura 4. Fragmento de Clarity (Videoclip). Zedd (2013). .....	18
Figura 5. Fragmento de Go with the flow (Videoclip). Queens of The Stone (2010)..	19
Figura 6. Fragmento de Crazy (Videoclip). Gnarls Barkley .....	19
Figura 7. Matriz de análisis de Redacted basado en el sistema comunicativo. ....	20
Figura 8. Interpretación y análisis de la canción Redacted. ....	21
Figura 9. Identidad visual. ....	22
Figura 10. Creaturas surrealistas de “Commodium” .....	22
Figura 11. Captura del álbum COMMODIUM en Spotify.....	23
Figura 12. Presupuesto real del proyecto.....	24
Figura 13. Moodboard del proyecto.....	25
Figura 14. Evidencias de reunión y desglose de letras con palabras claves. ....	26
Figura 15. Paleta de colores seleccionadas.....	27
Figura 16. Diseño del primer Styleframe en Photoshop.....	28
Figura 17. Producción en pantalla verde del segundo styleframe.....	28
Figura 18. Modelado 3D en Blender del segundo styleframe. ....	29
Figura 19. Diseño del tercer Styleframe en Photoshop.....	29
Figura 20. Presentación de la animática por Zoom.....	30
Figura 21. Plan de Rodaje para videoclip.....	30
Figura 22. Fotografías backstage del día de grabación .....	32
Figura 23. Fotografía con Chloe al culminar día de grabación.....	32
Figura 24. Capturas de pantalla del software Animated y After Effect. ....	33
Figura 25. Capturas de pantalla del software After Effect. ....	34
Figura 26. Capturas de pantalla de primer escenario 4 caras del juzgado. ....	34
Figura 27. Captura de pantallas del software Blender .....	35
Figura 28. Captura de pantalla del montaje final en Premiere .....	35
Figura 29. Interfaz del software Reaper .....	36

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Desarrollo del Moodboard .....	25
Tabla 2. Equipos y Atrezos para rodaje .....	31
Tabla 3. Guion técnico.....	51

## **ABREVIATURAS**

ESPOL Escuela Superior Politécnica del Litoral

MTV Music Television

VFX Visual effects

EP Extended Play

FPS Frames per second

## **GLOSARIO**

- Streaming    Acceso a contenido audiovisual por medio del internet, sin necesidad de descargarlo.
- Spots        Anuncio publicitario emitido a través de televisión o cine.
- Motion Graphics    Gráficos en movimiento

# CAPÍTULO 1

## 1. INTRODUCCIÓN

El intento de combinar música e imágenes ha estado presente desde que nació el cine. Sin embargo, esta combinación no fue explorada a mayor profundidad hasta que destacados compositores y artistas visuales empezaron a experimentar la sinergia entre música, color e imagen, en experiencias cinestésicas.

Este concepto se alinea perfectamente con una frase célebre del pintor Wassily Kandinsky, quien afirmó: “El artista debe tener algo que decir, ya que el dominio sobre la forma no es su objetivo, sino la adaptación de la forma a su significado interno.”

Lo que dio inicio a la construcción del concepto de la música visual, donde las vanguardias artísticas y los avances tecnológicos desempeñaron un papel fundamental, llegando a ser lo que hoy en día se conoce como videos musicales o videoclips. Como (Álvarez Ramírez, 2020) define al videoclip:

“Es un cortometraje con una pieza musical que se usa para promoción de un disco o producción artística. Es un género audiovisual muy creativo...”.

Desde sus inicios, los videoclips se han utilizado como medio de comunicación por los artistas, con el objetivo de transformar sus obras en una pieza lógica y sensorial. Para así lograr transmitir no solo la melodía y la letra de sus canciones, sino también una narrativa visual que enriquece la experiencia. De esta forma el espectador tiene otras alternativas para conectarse con el autor a través de su visión más profunda.

El video arte, una corriente vanguardista, ha tenido un impacto significativo en el desarrollo del concepto de video musical. Aprovechando los avances tecnológicos, el video arte busca resultados innovadores y versátiles, brindando oportunidades y libertad creativa en la experimentación artística. Los artistas del videoarte generan rupturas en las normas culturales establecidas, la narrativa es esencial para lograr esta estructura rizomática, es decir mediante símbolos, metáforas, discontinuidad y otras (Bracamonte, 2019).

Inicialmente, las discográficas no veían este formato como una inversión rentable. Sin embargo, con la evolución de los movimientos musicales, se comprendió que no se trataba solo de tener una voz y un estilo distintivo, sino de proyectar una imagen propia que debía ser promocionada a través de todos los medios de comunicación. Fue en ese

momento cuando surgió cadenas cruciales para la promoción masiva de nuevos artistas y bandas, como es el caso de MTV.

La importancia del videoclip nació en los años sesenta como un elemento clave promocional en la industria musical, especialmente dirigido al mercado juvenil, el principal consumidor en aquel momento. (Feijoo, 2014). Esta relevancia ha generado una creciente demanda y, a su vez, ha llevado a la creación de videos musicales con un nivel de exigencia mayor. Sin embargo, esta mayor demanda también ha dado lugar a una proliferación de producciones audiovisuales con una notable falta de creatividad.

La elaboración del videoclip ha ido evolucionando constantemente, retando a los artistas a crear nuevos conceptos, economizando recursos y a su vez adaptándose a las nuevas plataformas de reproducción. Hoy en día el streaming es uno de los medios más utilizados para consumir música y videos. (Vega, 2019)

En el mercado musical, se observa una división entre dos grupos en cuanto a la concepción de los videos musicales. Por un lado, están aquellos que ven los videos únicamente como herramientas de comercialización y optan por repetir un mismo formato establecido. Por otro lado, existe un grupo de artistas que, además de buscar esta vocación, dejan ese perfil publicitario para convertirse en un producto de consumo propio, abierto a la experimentación con técnicas no convencionales y buscan ofrecer una experiencia única a su audiencia. (Feijoo, 2014)

### **1.1 Problemática por tratar desde el audiovisual**

Dentro del mercado ecuatoriano, los videos musicales se limitan a estructuras repetitivas y no buscan romper con las convenciones establecidas y ofrecer una experiencia visual única que se diferencie de los demás, mucho más a aquellos géneros alternativo, no convencionales. Como lo menciona la solista colombiana Madrigal en las entrevistas personales:

“En un ambiente audiovisual colaborativo, para los artistas de géneros alternativos no es tan sencillo conseguir el presupuesto para hacer videos de alta calidad o con equipos gigantes como pasa en otros géneros... Siempre hay que buscar como enriquecer ese contenido por el que trabajaste un montón...”

En Ecuador, la industria musical aún no ha alcanzado la solidez deseada, según lo evidencia una encuesta llevada a cabo por el (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2022): Del 89,3% de ecuatorianos que escuchan música, solo 21,2% prefiere escuchar artistas nacionales. Por lo que al hablar sobre estas industrias de videoclips no existe una formación estructurada de la misma, ni producciones masivas especializadas en estas. Su nivel es bajo y afecta la calidad de las pequeñas producciones. Sin embargo, el crecimiento de las industrias creativas en Ecuador, especializadas en lo audiovisual ha ido mejorando y creciendo. En palabras de Ana Piñeres, presidenta de Egeda Colombia (El Universo, 2022):

*“...Sentimos con Egeda Colombia que Ecuador tiene todo por darlo, tiene unas locaciones espectaculares y una industria en crecimiento con todos sus talentos, así que ojalá puedan seguir de los pasos bien hechos en nuestro país (Colombia)”.*

Nuestra cultura carece de las herramientas necesarias para destacar en este ámbito, ya sea por desconocimiento o porque “El cine –y en menor medida el spot publicitario– goza de numerosos estudios y propuestas metodológicas para su estudio pormenorizado. Sin embargo, el vídeo musical carece de una plantilla analítica que se ajuste a sus particularidades como género audiovisual.” (Rodríguez, 2013).

## **1.2 Justificación del problema o propósito del proyecto.**

Los videos musicales han sido considerados como un formato audiovisual de carácter experimental por la libertad de proponer y la exploración de técnicas, narrativas y estéticas innovadoras, que ha evolucionado y heredado de otros medios desde sus comienzos, como el video arte, publicidad y cine. Lo que considera a los videos musicales como un formato postmoderno y vanguardista (Rodríguez & Aguaded, 2014).

Según (Gómez Alonso, 2001), entre otros autores: “la repetición, la velocidad, la parodia y la cita a otros medios, la intertextualidad, el recargamiento, la autorreferencialidad, la sorpresa y el impacto como estrategias de seducción, la simultaneidad, la yuxtaposición y el collage visual, formando parte todas estas singularidades del género de la estética de los discursos audiovisuales

postmodernos”. Al hablar de los videoclips, se intenta reflejar como una pieza audiovisual artística que se consume igual que una película, está abierta y dispuesta a cualquier tipo de experimentación y búsqueda de nuevos recursos, principalmente ligada a la corriente surrealista y videoarte. (Feijoo, 2014).

Lo principal es la búsqueda de la diferenciación dentro de un mercado saturado de videos musicales repetitivos, con el fin de captar la atención, un mayor interés y curiosidad entre los espectadores. En consecuencia, una mayor apreciación en cuanto a estos tipos de videos musicales, aunque sea minorista. El propósito es fomentar la apreciación e inspiración de la diversidad artística en nuestro país, ayudando a las personas a no solo salir de sus esquemas sino convertirse en un producto de consumo propio.

La propuesta de este proyecto es realizar el video musical para la canción “Redacted”. de cantante ecuatoriana Chloe Silva, el cual pertenece a su nuevo álbum “Commodium” que combina géneros como Trip Hop, neo soul y pop alternativo. Lo particular de este proyecto es utilizar la versatilidad de la canción seleccionada para proponer un proyecto abierto a la experimentación con técnicas y un lenguaje transgresor y así mantener un equilibrio entre lo experimental y su función comercial.

Chloe reconoce la existencia del talento ecuatoriano y valora la diferenciación al proyectar su marca:

“Quiero algo diferente, no solo destacar, sino también un video que represente lo que soy yo y pueda transmitírsele a todos...”

## **1.3 Objetivos**

### **1.3.1 Objetivo General**

Realizar el video musical para la canción “Redacted” del nuevo álbum de Chloe Silva a través de técnicas poco convencionales y herramientas de postproducción.

### **1.3.2 Objetivos Especificos**

1. Investigar referencias de videos musicales con el propósito de comprender cómo conceptualizar el video musical.
2. Analizar la canción seleccionada para armar el concepto de la pieza audiovisual.

3. Realizar las tres fases de producción para la creación del video musical.

## **1.4 Marco referencial**

### **1.4.1 Publicidad audiovisual**

Según lo que Requena comenta tanto un spot publicitario como un video musical presentan objetos visuales de gran impacto, acompañados de una puesta en escena hiperrealista y una fotografía de alta calidad que destaca por su definición y riqueza cromática. Sin embargo, el objeto en cuestión experimenta un proceso de desrealización, volviéndose inverosímil al no ser introducido en un contexto real, sino imaginario. (Sedeño, n.d.).

### **1.4.2 La Audiovisión**

La edición del vídeo musical se diferencia de las funciones tradicionales de edición cinematográfica, que se basan en la relación *causa-efecto*. En cambio, se enfoca en mostrar las conexiones entre la banda icónica y la música, reflejando las propiedades sensoriales y no solo las rítmicas típicas de la “edición en el beat”. Esta conexión profunda permite que la música actúe como una especie de base para las imágenes. Por lo que los clips recogen de la música esa libertad espacio-tiempo como comenta Michel Chion en su libro de *La audiovisión* (Chion, 1993):

*“Se habrá reconocido aquí la fórmula del clip, que sirviéndose de una base musical que reina sobre el conjunto, y con la única limitación de sembrar aquí y allá unos puntos desincronización con la intención de casar la imagen y la música de manera flexible, permite a la imagen pasearse a su gusto por el tiempo y el espacio. En este caso límite ya no hay, por decirlo así, escena audiovisual anclada en un tiempo y un espacio reales y coherentes”.*

### **1.4.3 Tipología de videoclips**

Videoclip consiste en la asociación de imágenes a una música preexistente, ya creada, lo que diferencia el videoclip de cualquier otro formato audiovisual. (Feijoo, 2014). Los videoclips abordan mayor información icónico-auditiva que persuade al espectador a consumir el producto musical por lo que se daría paso a estos tipos de videoclips (Sedeño, n.d):

- **Performance:** Testigo del acontecimiento musical, entre conciertos en vivo o una sesión de estudio. El objetivo es vivir la experiencia del concierto. Estos videoclips muestran al espectador que la interpretación de la música es el elemento más relevante.
- **Dramático o narrativo:** Se narra una historia a base de la estructura dramática clásica, ocurre una secuencia de eventos, poseen desarrollos muy convencionales donde en ocasiones el cantante es protagonista de la historia.
- **Conceptual:** Se construye de forma poética, principalmente en metáforas con estética de tipo abstracto o surrealista, busca crear de manera semiótica el sentir de la música con ayuda de los colores y formas.

#### 1.4.4 Metáforas visuales

La imagen se crea mediante la combinación de elementos seleccionados para interactuar en entorno, creando relaciones visuales entre ellas. Estas relaciones de combinación actúan como guías para dirigir la mirada del espectador. (De la Rosa, 2006).

“Los elementos específicos de la imagen pueden vincularse a respuestas particulares del consumidor; y más importante, la paleta disponible de elementos de la imagen tiene una estructura interna tal que la ubicación de un elemento de la imagen en esta estructura indica la clase de impacto que se espera que tenga el elemento visual”. (Phillips & McQuarrie, 2004)

#### 1.4.5 VFX

Los efectos visuales (VFX) son procesos mediante el cual se integran tomas de *acción en vivo* con imágenes generadas posteriormente, con el objetivo de crear entornos que parezcan realistas, para evitar el costo o la imposibilidad de capturarlas en la grabación (Armenteros, 2011).

Existen técnicas como:

- **El chroma key:** Es una técnica audiovisual que se utiliza para reemplazar un fondo de color sólido y mate (como el rojo, verde o azul) mediante herramientas que generan una variedad de niveles de transparencia. (Armenteros, 2011).
- **El tracking:** En español seguimiento, consiste en colocar marcas o series de puntos en un objeto o sujeto en movimiento. Estas marcas permiten que el

ordenador pueda rastrear la posición antes del movimiento de la cámara, lo que facilita la posterior inclusión de elementos y efectos visuales de manera precisa. (Armenteros, 2011)

- **Rotocospia:** Consiste en calcar o reproducir una acción filmada para imitar el movimiento de la persona. En las tecnologías actuales, se reinterpreta un fotograma utilizando otro como guía de referencia. (Portillo & García, 2020)

#### 1.4.6 Animación

Según Kit Laybourne, el concepto de animación se refiere a el “arte en movimiento. Pero más aún: es el arte del movimiento”. (Castro & Sánchez, 1999)

Existe tipos de animación como:

- **Animación tradicional:** Este tipo de animación se dibuja fotograma por fotograma para realizar una secuencia de animación. (Adarmes, 2020)
- **Animación digital:** Surge a través del avance tecnológico, estas utilizan dispositivos avanzados y se clasifican en animación 2D y animación 3D. (Adarmes, 2020)

#### 1.4.7 Psicología del color

*Sólo vemos lo que sabemos.* (Heller, 2008). El color representa más que un fenómeno físico. Estos se clasifican en colores primarios, secundarios y sus respectivas mezclas subordinadas. Los colores comunican en su propio lenguaje, tienen la capacidad de generar una respuesta emocional, lo que lleva al espectador a experimentar diferentes sensaciones. (Rivas, 2016).

Basándonos en el estudio de (Heller, 2008), algunos colores poseen diversas connotaciones o significados asociados a ellos. En esta ocasión explicaremos tres de los treces colores psicológicos:

- Verde: Se caracteriza por ser un tono intermedio que puede evocar tanto lo sagrado como lo venenoso. Asociado a la naturaleza, transmite vida y salud, así como frescura y juventud.
- Rojo: Representa todas las pasiones extremas y opuestas desde el amor hasta el odio, así como lo positivo y negativo de la vida. Además de ello, el rojo evoca la feminidad y la sensualidad.
- Azul: El azul se encuentra dentro de la paleta de colores fríos y se asocia a menudo con lo inmaterial. Es comúnmente vinculado con la reflexión, el mundo

de los sueños y lo infinito como un espacio distante y amplio, simbolizando las dimensiones ilimitadas.

#### 1.4.8 Aplicación de técnicas no convencionales en videos musicales.

##### Referencia Estética:

En estas referencias se puede apreciar técnicas experimentales que incluyen animación 2D y pantalla verde, además de collage. Figura 1. Al igual que combinación de técnicas visuales tanto 2D como 3D. Además, el video se caracteriza por su paleta de colores para transmitir diferentes emociones y crear distintas atmósferas. Figura 2. A demás de varias animaciones hechas con 2D, recortadas para que tengan un look 3D, y maniobrarlas y darle personalidad. Utiliza una paleta de colores adecuadas para el concepto de la canción y la animación es muy atractiva visualmente.

<https://www.youtube.com/watch?v=fDe0VG2-7ec>



Figura 1. Fragmento de Losing Sleep (Videoclip). Cyn (2023).

<https://www.youtube.com/watch?v=qod03PVTLgk>



Figura 2. Fragmento de Cold Heart (Videoclip). Elton John, Dua Lipa (2022).



Figura 3. Fragmento de Float On (Videoclip). Modest Mouse (2010).

### Referencia Narrativa:

La idea narrativa de combinar formas y colores similares, respetando un criterio de edición coherente y captando la curiosidad del espectador, narración a través del ritmo de la melodía, cortes y las velocidades para seguir la evolución de la canción. Figura 4. A demás de representar a través de metáforas, representación simbólica y en el uso de figuras retóricas para transmitir un mensaje impactante del mismo autor. Figura 5. Y juega con la experiencia emocional de la persona a través de objetos representativos. Figura 6.

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



Figura 4. Fragmento de Clarity (Videoclip). Zedd (2013).

<https://www.youtube.com/watch?v=DcHKOC64KnE>



Figura 5. Fragmento de Go with the flow (Videoclip). Queens of The Stone (2010).

<https://www.youtube.com/watch?v=-N4if6rtyuw>



Figura 6. Fragmento de Crazy (Videoclip). Gnarlis Barkley

# CAPÍTULO 2

## 2. METODOLOGÍA

En la elaboración de este proyecto, se consideraron diversos elementos metodológicos que debían abordarse para lograr el cumplimiento de los objetivos propuestos. Para lograrlo, se usaron diversas disciplinas que guiaron el proyecto: animación, efectos especiales, metáforas visuales, psicología del color, edición, montaje y, finalmente, posproducción. Para esto, este proyecto se dividió en dos etapas: la recopilación de información basada en videoclips similares y al estilo de la cantante, y el desarrollo de un videoclip utilizando técnicas poco convencionales para promover la experimentación de técnicas en cualquier género musical.

### 2.1 Matrices de análisis

Como uno de los objetivos específicos se realizó correctamente la investigación de referencias de técnicas poco convencionales en los videos musicales, en donde cada una de ellas utiliza una matriz de análisis (Tovar, 2017) dividida en dos dimensiones: semántica y estética, la cual cohesiona el discurso interno con la estructura de su forma. (Ráfols & Colomer, 2006). Figura 7.

FICHA TÉCNICA		PALETA DE COLORES:	
NOMBRE DEL VIDEOCLIP: Redacted		Ya que el videoclip cuenta con 3 diferentes sensaciones, cada transformación cuenta con una gama cromática diferente, pero propia de la sensación sensorial.	
ARTISTA: Cibiel Silva		ESTILO GRÁFICO:	
ÁLBUM: COMMODUM		El estilo del videoclip es alusivo a una transformación de los tres colores como referencia a su estado de ánimo. La protagonista se muestra en todos los escenarios, transformándose en los tres moods, donde encontramos mundos bizarros, orgánicos, ojos, escenarios abstractos	
AÑO: 2023		FORMA:	
DIRECTOR: Peñafiel, Andrade		En el videoclip predomina patrones, recortes, degradados y halos.	
GÉNERO MUSICAL: Trip Hop, neo soul y pop alternativo		NARRATIVA VISUAL:	
DURACIÓN: 2:57 min		Esta propuesta pretende ser una experimentación sensorial con ayuda de la combinación de imágenes y técnicas. Basándose en el análisis e interpretación de la canción seleccionada para conceptualizarla y convertirla en un prólogo para que el espectador pueda jugar con su percepción. Los principales recursos que predominan: serpenteo, ojos y objetos bizarros y abstractos.	
SISTEMA COMUNICATIVO	CARÁCTER ESTÉTICO	TIPO DE ANIMACIÓN:	
	FORMA ESTÉTICA	Tradicional <input type="checkbox"/> Rotoscopia <input type="checkbox"/> Puppet animation <input type="checkbox"/>	
		Digital 2D <input checked="" type="checkbox"/> Stopmotion <input checked="" type="checkbox"/> Silhouette animation <input type="checkbox"/>	
		Digital 3D <input checked="" type="checkbox"/> Clay animation <input type="checkbox"/> Otros <input checked="" type="checkbox"/>	
		Cuasic: <input type="checkbox"/>	
	DISCURSO ESTÉTICO	HELO CONDUCTOR:	
		Una transformación metafórica de la inocencia de la protagonista a causa del ego, narcisismo y las voces de la injusticia; convirtiéndose en una femme fatale hasta llevarla a un ciclo con final incierto.	
CARÁCTER SEMÁNTICO	DISCURSO SEMÁNTICO	SONIDOS VISUALES:	
		En el videoclip de la canción, la protagonista pasa de contar su sufrimiento, a adoptar una actitud más agresiva tipo 'femme fatale', para finalmente llegar a una catarsis que puede representar un avance o una recada en la misma situación.	
	FORMA SEMÁNTICA (signos)	SONIDOS VERBALES:	
		It's the poison on your tongue It's the burning in your lungs I don't want what I can't have You try regardless — to the fact — That you do No harm in your eyes And you do no harm In your eyes Set the record straight Wipe the guilt Off your face Oversized and parted lips Well aren't you such a masochist	You haven't had a bite in days I look at you You look away Feeling faded but memory staves And I don't love you anyway
	DISCURSO SEMÁNTICO	SONIDOS AUDITIVOS:	
		Es una melodía con un ritmo volátil, inocente, agresivo y de renacimiento.	
		Sorpresa <input type="checkbox"/> Narración <input checked="" type="checkbox"/>	
		Sátira <input checked="" type="checkbox"/> Surrealismo <input type="checkbox"/>	
		Humor <input type="checkbox"/>	
CONCLUSIONES	La parte semántica y estética se basaron para transmitir un mensaje en el videoclip que permite una amplia interpretación por parte del espectador. Aunque el enfoque principal es el dolor experimentado por la protagonista, los colores empleados se seleccionan cuidadosamente para constatar emociones en formas abstractas y peculiares, siguiendo la teoría del color.		

Figura 7. Matriz de análisis de Redacted basado en el sistema comunicativo.

Se realizó un ejercicio con este sistema para mejorar la manera de analizar los videos musicales, para eso se seleccionó algunas canciones analizadas (vea el anexo A). Luego se observó el video musical completo y se determinó conclusiones. Finalmente, se comparó con la matriz de análisis previo del autor.

Adicional con este ejercicio, se revisó distintas técnicas como animación, rotoscopia, stop motion y otras que se utilizaron en cada uno de estos videos musicales.

Mediante este proceso de análisis, se llevó a cabo una escucha minuciosa de la canción en más de 10 ocasiones, con el objetivo de captar las características distintivas de cada una de sus secciones. Durante este proceso, se percibieron atributos a la sensación emocional, los matices tonales y los pequeños elementos visuales presentes en la canción. Este esfuerzo culminó en la siguiente conclusión:

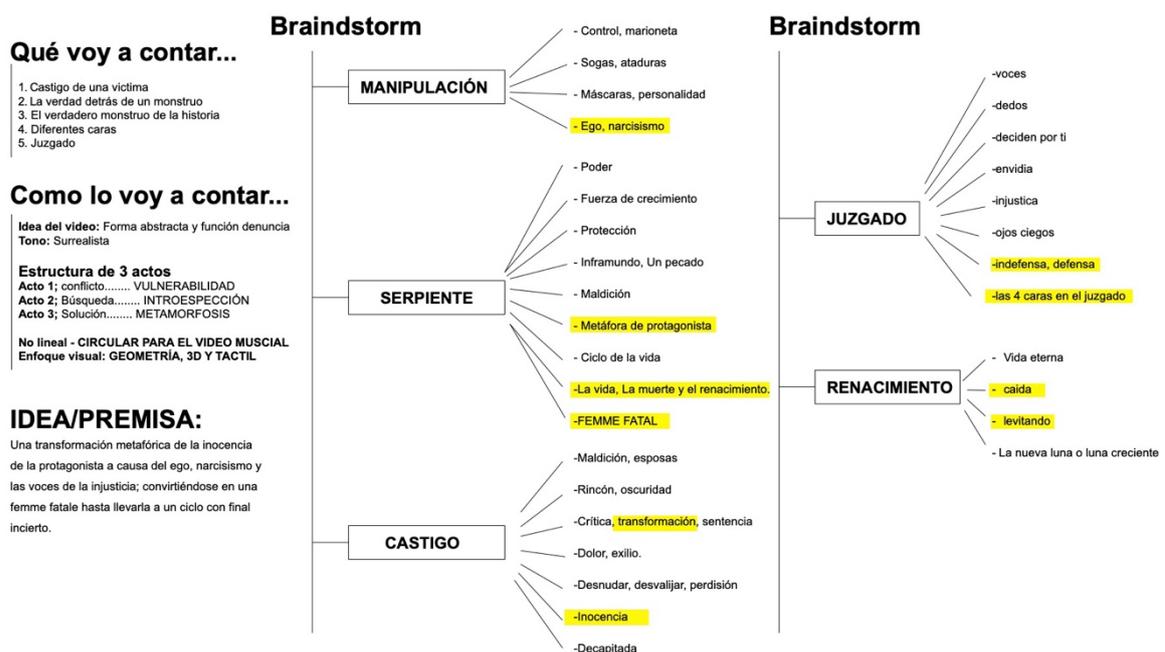


Figura 8. Interpretación y análisis de la canción Redacted.

## 2.2 Videoclip

### 2.2.1 Commodity

Chloe Silva, cantante ecuatoriana de 26 años, empezó en el 2020 realizando su primer EP y lanzamiento durante la pandemia, el cual fue todo un éxito. En la actualidad cuenta con 1 video musical oficial realizado en 2022; Redacted sería su segundo. Ha recorrido el mundo desde su infancia, explorando estilos e

influencias que han dado forma a su personalidad y a la esencia de su música en la actualidad. En 2023, con ayuda del ilustrador Carlos Loor crea su identidad visual a través de personajes, el principal con aspecto de payaso que representa un boceto que realizó en el inicio de su larga trayectoria. Figura 8. Y otras creaturas surrealistas, realizadas manualmente, que acompañan su último álbum “Commodium” como una personificación de los traumas y miedos que atormentan. Figura 9.



Figura 9. Identidad visual.



Figura 10. Creaturas surrealistas de “Commodium”

“Commodium” combina géneros como Trip Hop, neo soul y pop alternativo. Su lanzamiento fue el 23 de junio del 2023 a través de varias plataformas streaming. Figura 10. Chloe marca un notable contraste con los proyectos previos de la artista, al destacarse como un esfuerzo sumamente profesional y perdurable. Este logro ha catapultado su trayectoria artística ecuatoriana hacia un avance significativo y prometedor.

“Yo soy sensible, una persona super vulnerable... creo que le meto mucho de mis emociones y de como yo me siento, pienso y veo el mundo...”

Chloe encuentra en su propio drama, melancolía y nostalgia una fuente inagotable de inspiración que plasma en su música. Estos elementos no solo conforman la esencia de su identidad personal, sino que también constituyen pilares fundamentales de su expresión artística. Cada canción dentro de este álbum actúa como un poderoso reflejo de los temores, traumas e inseguridades que resuenan en la experiencia de muchos. Su aspiración en este álbum radica en conferir vida a cada una de sus composiciones, de manera que, al escucharlas, el público reconozca inmediatamente el distintivo sello artístico de Chloe Silva.

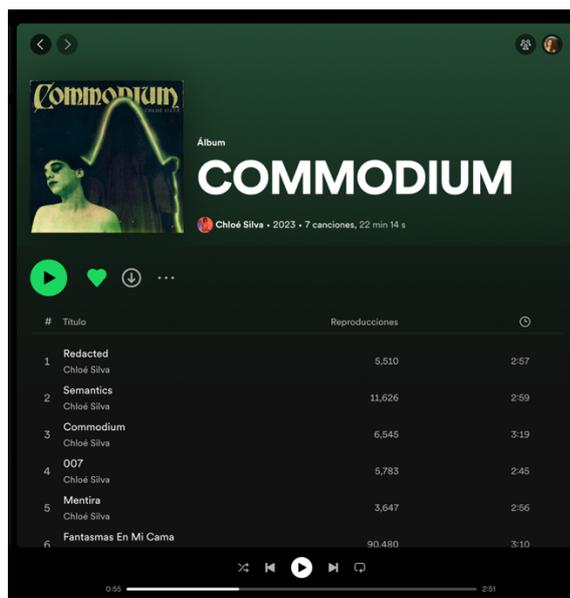


Figura 11. Captura del álbum COMMIDIUM en Spotify.

### 2.2.2 Redacted

Redacted es la primera canción del nuevo álbum Commidium, con una duración de 2 minutos 57 segundos; al igual que sus contrapartes, esta canción se sumerge en las profundidades de las inseguridades internas que todos enfrentamos. En este caso, la artista ha tejido una composición intencionadamente abierta a la interpretación, permitiendo que quienes la escuchen se vean reflejados en sus propias experiencias. No obstante, el trasfondo personal de la cantante se entrelaza con las realidades que las mujeres contemporáneas experimentamos

cotidianamente. La canción evoca la injusticia que sufre nuestro rol, la falta de voces que clamen por igualdad y, sobre todo, cómo aún nos vemos constreñidas por un mundo que persiste en su visión machista.

### 2.2.3 Presupuesto

El proceso de Preproducción inició mediante la elaboración de un plan maestro para determinar el tiempo de inversión en la realización del videoclip, seguido por la construcción del presupuesto real y proyectado. Para eso se procedió con los niveles I, II y III (Ver Apéndice B). En los resultados se obtuvo que para un presupuesto proyectado se alcanzó la cifra de \$24.423. A diferencia del presupuesto real que alcanzó la cifra de \$7380,5. Lo que indica un ahorro de casi 16 mil dólares en este proyecto. Figura 12.

PRESUPUESTO REAL			
		<b>DESARROLLO</b>	
	precio	personas	Total
Transporte	13,5	2	27
Insumos	11,75	2	23,5
		<b>TOTAL</b>	<b>50,5</b>
		<b>PREPRODUCCIÓN</b>	
	costo	cantidad	total
Membresias programas	17	2	34
	35	2	70
Utilleria	10	3	30
Insumos	30	2	60
Tableta Gráfica	159	1	159
Computadora	60	20	1200 dias
Laptop	20	20	400 dias
iMac	45	20	900 dias
Memoria SSD	149	2	298
Otros	15	1	15
		<b>TOTAL</b>	<b>3166</b>
		<b>PRODUCCIÓN</b>	
	costo	cantidad	total
Membresias programas	17	2	34
Cámara sony alpha	70	1	70
Lente	50	1	50
Accesorios de cámara	67	1	67
Tripodes de fondo	30	2	60
Luz led	20	1	20
Luz 60 w	50	1	50
Fondo verde	20	1	20
2 softbox	55	2	110
Monitor 4k	45	1	45
Tripodes de luces	10	4	40
Estudio	45	2	90
Octabox	40	1	40
Estabilizador	30	6	180
Insumos	50	2	100
Transporte	25	5	125
Agua	4	1	4
		<b>TOTAL</b>	<b>980</b>
		<b>POSTPRODUCCIÓN</b>	
	costo	cantidad	total
Computadora	60	50	3000 dias
Insumos	40	2	80
Transporte	35	2	70
Membresias programas	17	2	34
		<b>TOTAL</b>	<b>3184</b>
		<b>PRESUPUESTO TOTAL</b>	<b>7380,5</b>

Figura 12. Presupuesto real del proyecto.

### 2.2.4 Moodboard

Otra etapa crucial durante la fase de preproducción, después de haber recopilado los puntos de referencia, es la creación de un moodboard. Este consiste en reunir

de forma visual un conjunto de imágenes provenientes de diversas fuentes que contribuyan a delinear el estilo deseado para el proyecto y establecer una guía estética y visual a la cual recurrir, la cual servirá como fuente de inspiración y orientación para definir el resultado que buscamos alcanzar (De Lamo, 2016). Por este motivo, para desarrollar un moodboard específico para el proyecto, se definió a base de lo siguiente:

**Tabla 1. Desarrollo del Moodboard**

<b>Estructura</b>	irregular
<b>Grados de abstracción</b>	estilizado
<b>Recursos gráficos</b>	patrones / recortes
<b>Luz y sombra</b>	degradado / brillo /halos
<b>Composición</b>	Perspectiva/diagonal (profundidad, punto de fuga)

Una vez definido estos puntos se construyó el moodboard, el cual se visualiza de la siguiente manera:



Figura 13. Moodboard del proyecto

### 2.2.5 Guion técnico

El video musical de la canción principal del álbum *Commodium* se ha construido visualmente a partir del concepto íntegro de la propia canción. El videoclip narra

una transformación metafórica de la inocencia de la protagonista a causa del ego, narcisismo y las voces de la injusticia; convirtiéndose en una femme fatale hasta llevarla a un ciclo con final incierto. Toda esta propuesta pretende ser una experimentación sensorial con ayuda de la combinación de imágenes y técnicas. Basándose en la interpretación de la canción seleccionada para conceptualizarla y convertirla en un preámbulo para que el espectador pueda jugar con su percepción.

Se llevó a cabo una reunión con la artista Chloe con el propósito de clarificar nuestra interpretación de cada línea de la canción. Como resultado de esta reunión, se establecieron palabras clave que serán fundamentales en la construcción de la trama para el videoclip.

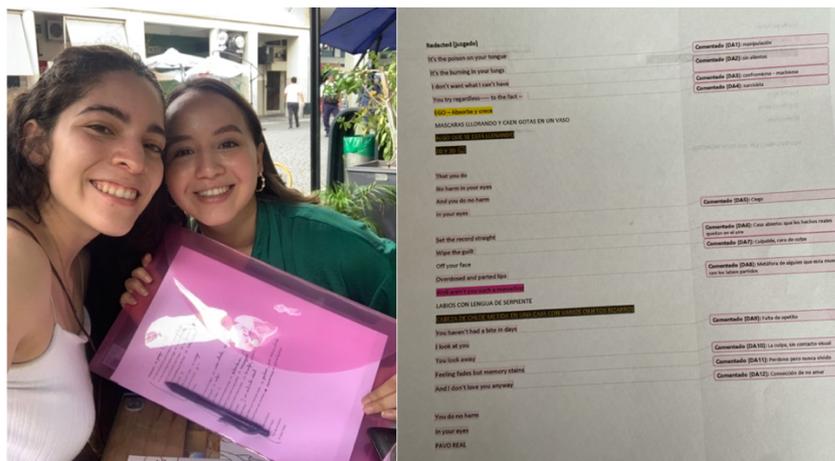


Figura 14. Evidencias de reunión y desglose de letras con palabras claves.

Con ayuda de la información obtenida se procedió a desarrollar la trama de la canción, creando un guion técnico con cada fragmento de la canción y lo que se mostrará en pantalla (Ver Apéndice C).

La canción se divide en tres enfoques: comienza con la vulnerabilidad de alguien incomprendido frente al sufrimiento, luego adopta un tono desafiante encarnado en una femme fatale que reclama el dolor con agresión y presencia de ojos juzgadores. Finalmente, explora una transformación que oscila entre avance y retroceso, reflejando un trauma en curso.

Entre los tres enfoques radica el tono verde, rojo y azul. Como se observa en las siguientes paletas de colores:

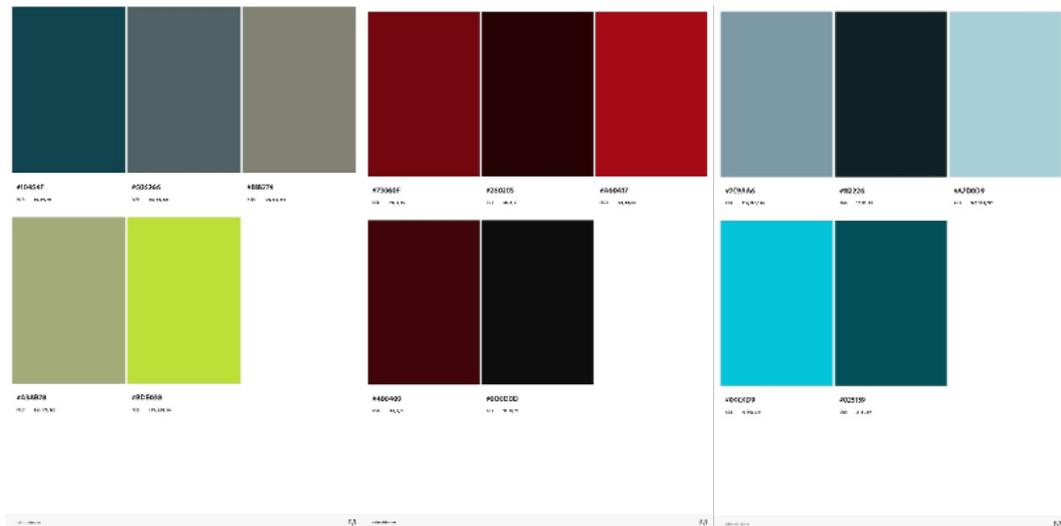


Figura 15. Paleta de colores seleccionadas

### 2.2.6 Styleframes

Después de establecer el concepto del video musical, explorar ideas y redactar la trama, así como crear el moodboard para guiar la propuesta estética de los momentos clave del video, se desarrollan los styleframes. Estos styleframes, también llamados hojas de estilo, se incorporaron como layouts en el video final, siendo fundamentales en su presentación visual.

Las propuestas que se presentan a continuación como ejemplo, corresponden a 3 partes claves de la canción, en los tres moods: Verde, rojo y azul. (Ver Apéndice D).

El primer styleframe corresponde al fragmento “You try regardless to the fact” del minuto 00:00:00:47 que representa el narcisismo de la persona al no admitir el error o daño que causa hacia su víctima, por lo que sus piernas van creciendo hasta romper la pecera.

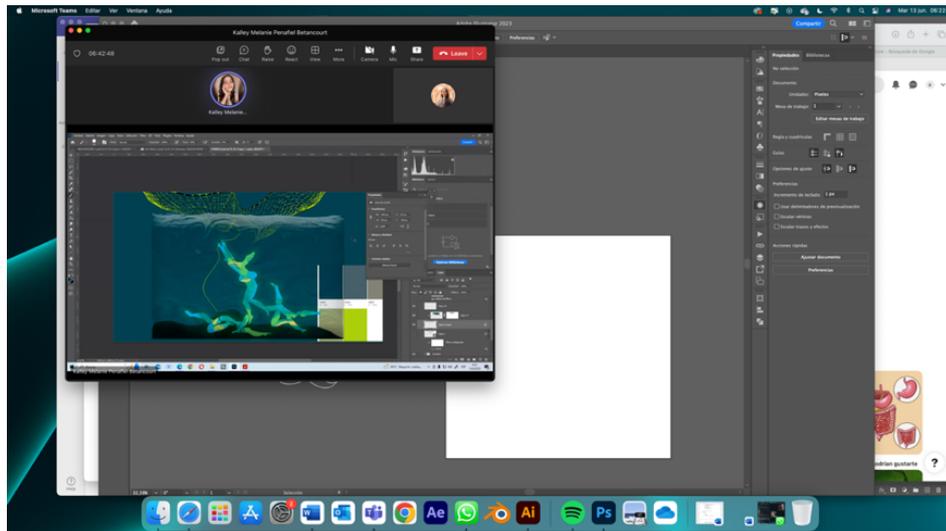


Figura 16. Diseño del primer Styleframe en Photoshop

El segundo styleframe corresponde al fragmento “Well aren’t you such a masochist” del minuto 00:00:01:33 que representa la ira de la víctima por todo el daño que le causo, su cambio de mood va hacia tonos más rojos y negros. En este caso, se tuvo que modelar en Blender las piezas necesarias y luego realizar una pequeña sesión de fotos con pantalla verde para luego montarla en postproducción.



Figura 17. Producción en pantalla verde del segundo styleframe.

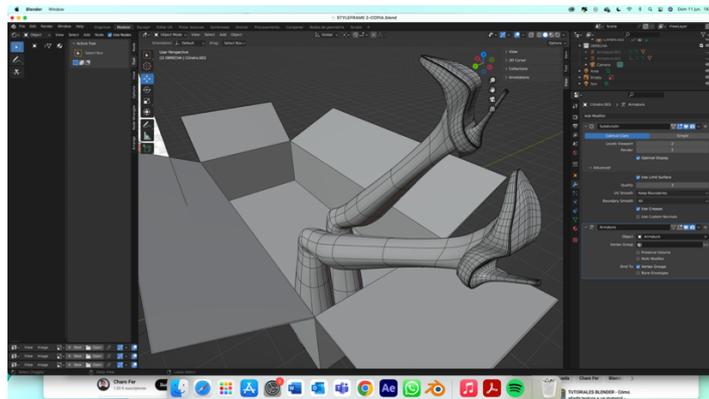


Figura 18. Modelado 3D en Blender del segundo styleframe.

Finalmente, el tercer styleframe corresponde al fragmento “You do no harm, In your eyes” del minute 00:00:02:08 que representa todo el daño que comete ante los ojos de la persona y no es capaz de admitirlo, por lo que, de manera metafórica las serpientes atacan al ojo hasta explotarlo.

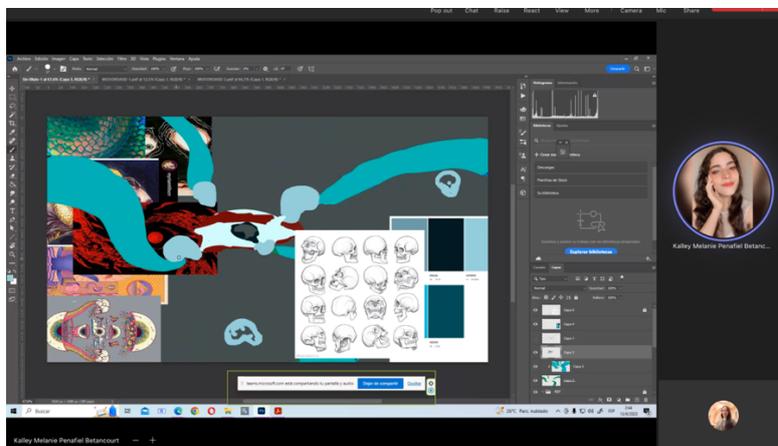


Figura 19. Diseño del tercer Styleframe en Photoshop

## 2.2.7 Storyboard y animática

Se define al Storyboard como un guion gráfico que contiene dibujos e ilustraciones que explica de manera detallada y visual, lo que se ha descrito en el guion técnico (De Lamo, 2016). Después de desarrollar la trama del videoclip gracias a la estructura de un guion técnico, se desarrolla el storyboard. Una vez realizada, se realizó un montaje rápido con Premiere, es decir la animática. (Ver Apéndice E)

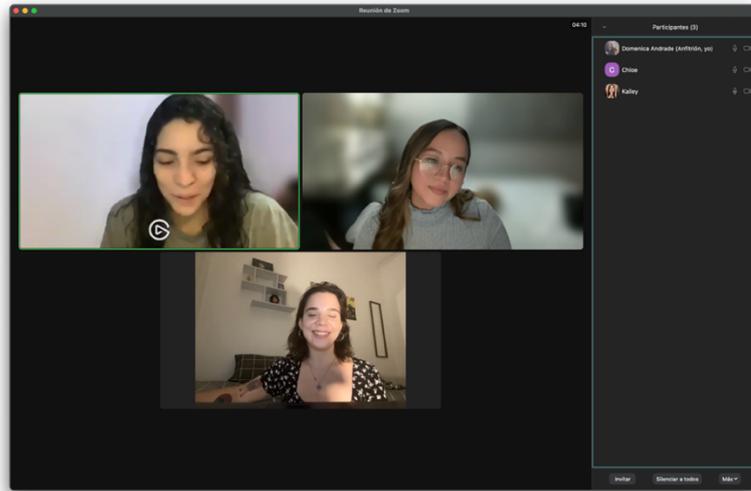


Figura 20. Presentación de la animática por Zoom

## 2.2.8 Plan de rodaje

Durante la etapa de planificación, se determinó de que las tomas a grabar se enfocarían en la artista frente a un fondo verde en algunas instancias, así como en otras tomas con un fondo convencional. Estas grabaciones posteriormente serán editadas en la fase de postproducción para lograr el efecto deseado. Se planificó un solo día de rodaje desde las 10h00 – 15h00 dentro de un estudio fotográfico en la principal de Entre ríos, segundo piso.

HORA	N° PLANO	DESCRIPCIÓN	NOTAS	EQUIPO ARTÍSTICO	ATREZZO	Referencia
NOMBRE DEL RODAJE:		Videoclip "Redacted" para Chloe Silva				hora de llegada dome y kalle : 8:30
DÍA DE RODAJE: Domingo, 2 de julio 2023						hora de llegada chloe: 9:30:00 maquillaje: 9:30
10:00	1	La protagonista se mantiene sentada con cuerpo extendido	Plano cenital	Cámara, fondo verde suelo	top beige / short beige	
10:10	2	Rostro de la protagonista en diferentes planos	Planos variados	Cámara, fondo verde	top beige / short beige	
10:30	9	Protagonista mira la cámara fijamente y canta	Primer Plano	Cámara, fondo verde sentada	top beige / short beige	

Figura 21. Plan de Rodaje para videoclip

### 2.2.9 Material utilizado

Como uno de los objetivos específicos de este proyecto es realizar las tres fases de producción para la creación del video musical, se debe manejar el equipo necesario, sin depender en su mayoría de alquileres u otros profesionales para realizarlos. Se utilizaron:

**Tabla 2. Equipos y Atrezos para rodaje**

Cámara sony alpha
Pantalla verde
Estabilizador Weebill
Monitor 6" 4K F5 PRO
2 trípodes
Tubos para pantalla verde
Luz led 60 wats octabox
Softbox luces continuas de focos
Papel fill
Tabaco
Pinza
Top beige y short beige
Vestidos hongos
Traje negro y chaqueta
Gel e invisibles
Peinilla, ligas
Maquillajes

### 2.3 Producción

En la fase de producción, se lleva a cabo la ejecución de lo planificado previamente en la preproducción. Aquí es donde se graba todo el material fundamental para el proceso de montaje y en caso de animación empezar a realizar las animaciones bases para después refinarlas en la postproducción. (Botella & Forés López, 2018)

#### 2.3.1 Rodaje

Como se planificó previamente en el plan de rodaje, todas las grabaciones de Chloe iban a ser un solo día, aprovechando toda la mañana hasta la tarde. A pesar de un retraso inicial de una hora, con la organización eficiente se logró recuperar el tiempo a lo largo del día. Se realizaron 20 tomas, con tres cambios de vestuario y maquillaje según las distintas escenas. La utilización de un plan de rodaje digital a través de una Tablet resultó de gran ayuda, ya que proporcionó una guía

estructurada para gestionar los tiempos de filmación. Se realizó una grabación a 60 FPS en formato horizontal, una resolución de 1920 x 1080 píxeles MP4.



Figura 22. Fotografías backstage del día de grabación

Se registraron fotografías y videos detrás de escena durante todo el proceso de grabación. Estos elementos se utilizarían posteriormente para crear un video de “making of”. Al concluir, se realizó una breve sesión de fotografías para obtener imágenes que podrían utilizarse como parte de la imagen promocional en el póster de la tesis o para promocionar el videoclip en redes sociales, previos al lanzamiento del videoclip.



Figura 23. Fotografía con Chloe al culminar día de grabación

### 2.3.2 Técnicas aplicadas

Antes de comenzar a crear las piezas utilizando técnicas poco convencionales, se llevó a cabo una reunión con el cotutor de la materia integradora. Durante esta reunión, se compartió todo el proceso de preproducción, poniendo énfasis en las ideas que se tenían para la trama del videoclip y así recomendar diferentes técnicas de animación que podrían ser utilizadas y recursos que nos facilitarían el montaje como Adobe Stock.

Se utilizó técnicas de animación 2D y 3D, y stopmotion utilizando herramientas digitales como: Illustrator, Photoshop, Animated, After Effect, Blender, entre otras.

#### Animación

Para reducir la complejidad, se usó Frame to Frame solo como base de animación en ciertas piezas del proyecto. Luego, en After Effects, se aprovechó las herramientas como “puppet” para animar las piezas siguiendo la guía establecida. Figura 24. Se priorizó el orden de realizar la estructura de la animación para tener el esqueleto del video y luego hacer el wip de animación, es decir la animación ya pulida con un color base.

Por otro lado, se para retiró el chroma de las grabaciones seleccionadas previamente con el efecto “KEYLIGHT” y otras “MOCA PRO”, al igual que otros efectos para mejorar la estabilización de la pieza. Figura 25.

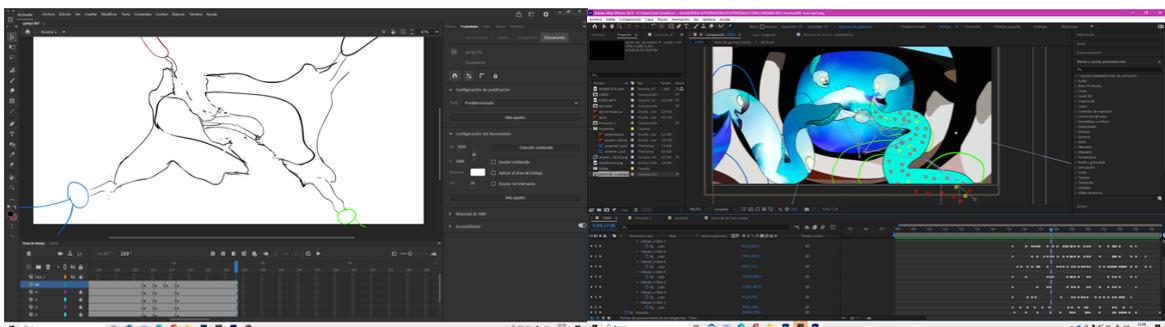


Figura 24. Capturas de pantalla del software Animated y After Effect.

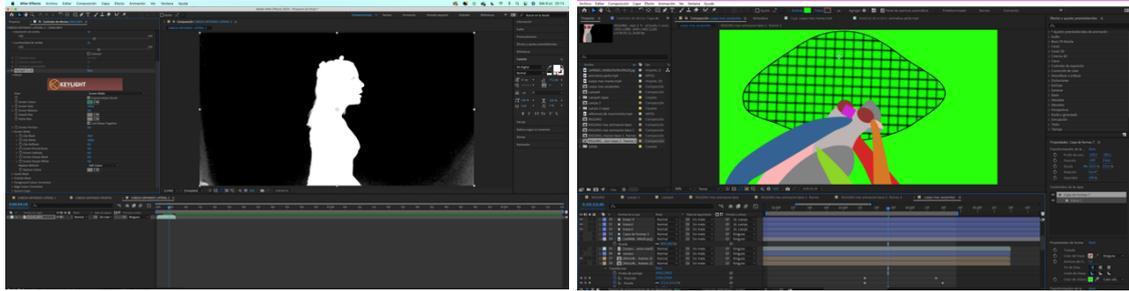


Figura 25. Capturas de pantalla del software After Effect.

Se diseñaron escenarios abstractos que encapsulan el concepto delineado para las partes de la canción. Uno de los escenarios principales creados fue las 3 caras del juzgado a base del concepto definido. Para eso se construyó composiciones dentro de After Effects con sólidos y otros elementos, representando: juez (balance), opositor (luna), actor (sol) y espectadores (cámaras). Este escenario se repite tanto al principio como fin para dar sensación de bucle.



Figura 26. Capturas de pantalla de primer escenario 4 caras del juzgado.

Por otro lado, escenarios llenos de elementos visualmente relacionados con el concepto de los fragmentos de la canción, los cuales incluyen los elementos y recursos del concepto creado. Para lograr esto, se emplearon ilustraciones y, Además, se ajustaron los Keyframes de sus propiedades para perfeccionar la animación.

### **Blender**

Se llevó a cabo la creación de los componentes indispensables para la etapa de montaje. Con este propósito, se desarrolló un flujo de trabajo fundamentado en diversas etapas: Modelado, animación, configuración de cámaras, ajuste de iluminación y, en última instancia, renderizado de piezas finales en forma de

imágenes individuales (frames). Estas imágenes resultantes fueron posteriormente integradas en After Effects como secuencias de imágenes, completando así el workflow.

Se renderizó en 60 fps. Esto significa que Blender generará 60 imágenes por cada segundo de la animación con un formato de 1920x1080 px.

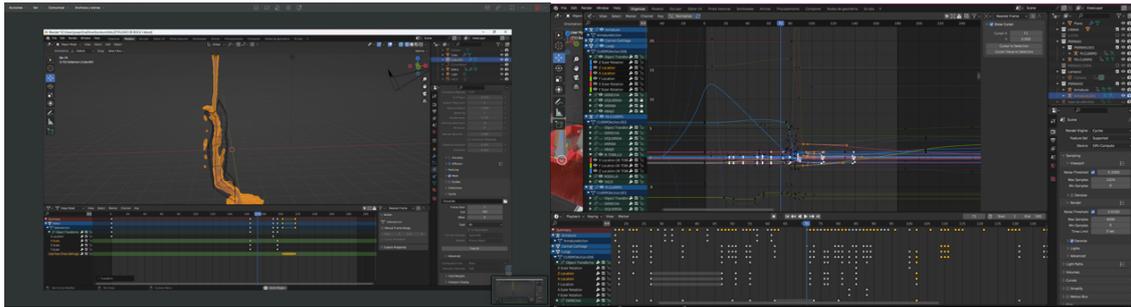


Figura 27. Captura de pantallas del software Blender

## 2.4 Postproducción

### 2.4.1 Montaje

Este vídeo se ha construido escena por escena a través de animación en distintos softwares, lo que resultó en secuencias prácticamente completas. En la etapa de postproducción, se llevó a cabo el montaje de las piezas renderizadas, animadas y descargadas desde Adobe Stock usando After Effects y Premiere. Algunas escenas se mejoraron mediante efectos en After Effects aplicando efectos de ruido, halos y degradados o ajustes en otros softwares para realzar la luz, el color y el encuadre. (Ver Apéndice F).

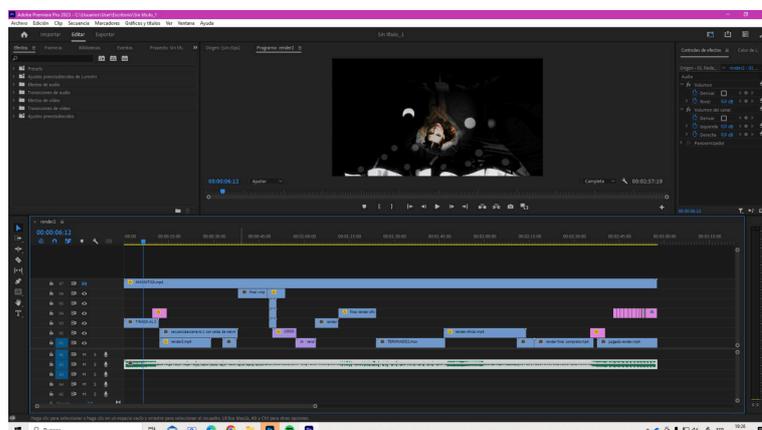


Figura 28. Captura de pantalla del montaje final en Premiere

## 2.4.2 Exportación

En esta última sección, se llevaron a cabo exportaciones generales utilizando la herramienta Adobe Media Encoder, Las especificaciones son:

- Códec H.264
- 1920 x 1080 px
- 60FPS
- Audio a 24 bits, 48KHZ

Video exportado: [VIDEO FINAL](#)

## 2.4.3 Teaser

Para el toque final, se editó la canción en Reaper, acortándola para crear el Teaser del videoclip con una duración de 33 segundos. Se seleccionó fragmentos del video musical. Y se exportó para resultar en: [TEASER](#)

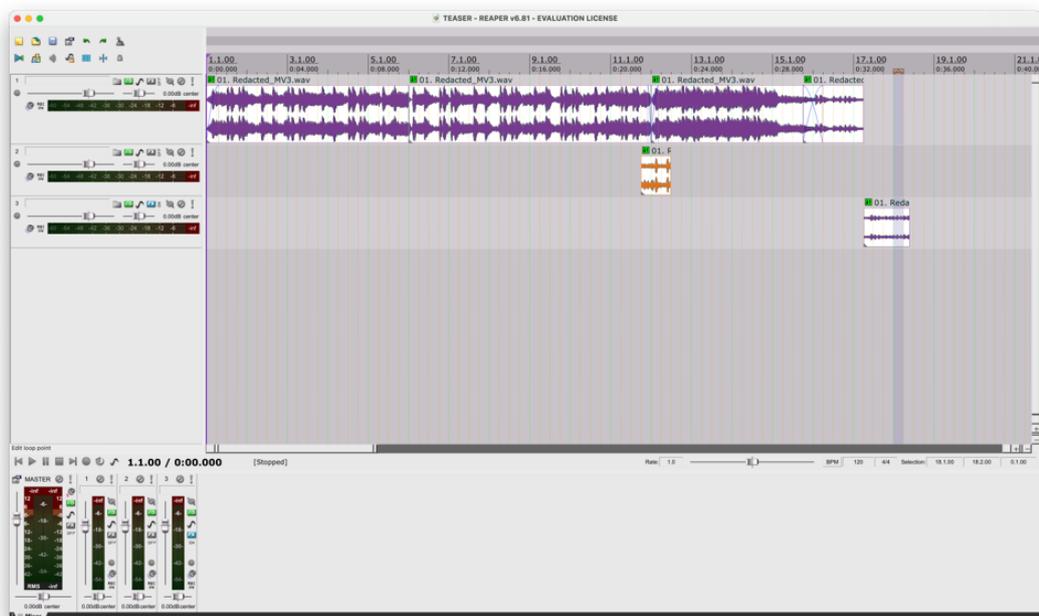


Figura 29. Interfaz del software Reaper

## 2.4.4 Difusión

El videoclip elaborado será publicado en el canal oficial de Youtube de la cantante Chloe Silva. Además, se promocionará en sus redes sociales mediante el Teaser, siguiendo la fecha prevista por la cantante para su lanzamiento.

# CAPÍTULO 3

## 3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Como resultado del proyecto, se creó un videoclip poco convencional de dos minutos y cincuenta y ocho segundos. Se desarrolló a lo largo de un período de cuatro meses, abarcando las tres fases del proceso audiovisual: 6 semanas de Preproducción, 8 semanas de Producción y 7 en la Postproducción. Aproximadamente 20 a 50 horas por semana.

Durante la fase de Preproducción, se llevó a cabo la búsqueda de la cantante ecuatoriana que se alinearía con el propósito del proyecto. Se llevaron a cabo reuniones previas con la artista para presentarle la propuesta y para familiarizarse con su identidad artística. Se seleccionó una canción con versatilidad lírica y perfecta para la experimentación de técnicas poco convencionales y los conceptos visuales sin perder la personalidad de la cantante. Se realizó tableros con referencias de proyectos similares y luego se procedió a la construcción del MoodBoard. El concepto fue construido basándose en la interpretación y análisis de cada parte de la canción mediante el ejercicio de distintas técnicas para percibir atributos a la sensación auditiva, los matices tonales y los elementos visuales presentes en la canción. Se seleccionó los tres momentos claves para hacer los styleframes y luego realizar el storyboard y animática para tener los tiempos controlados. Durante la etapa de Producción, se realizó la estructura de la animación para tener el esqueleto del video y luego se hizo el wip de animación con un color base. Al igual que el día de rodaje para capturar todas las tomas esenciales destinadas a ser fusionadas con las imágenes generadas digitalmente; y en la Postproducción se hizo el montaje final, texturización, VFX y uso de recursos gráficos para darle el toque final a la pieza audiovisual, y finalmente realizar el Teaser.

Mediante la elaboración de un plan maestro, se calcularon los tiempos de cada fase y se llevaron a cabo estimaciones desglosada de los gastos, los cuales se reflejan en el presupuesto proyectado y en el presupuesto real. En relación a los costos, cabe señalar que el proyecto puede considerarse económicamente viable, ya que en comparación con otras producciones audiovisuales figurativos y cinematográfico, el costo no excede los \$8000. No obstante, es fundamental considerar que este proyecto empleó opciones de

técnicas poco convencionales en los límites de tiempo establecidos para este semestre. Esto implica que, en caso de continuar con el proyecto en el futuro, el costo real aumentaría de acuerdo a las técnicas seleccionadas y a la manera en que se desee concebir y desarrollar la estética visual.

Para validar la aprobación del proyecto por parte de la artista, se realizó una reunión en la cual se buscó su perspectiva en relación al videoclip que había sido completado. De manera específica, se presentó el videoclip, recibiendo una retroalimentación favorable junto con algunas observaciones puntuales para mejorar la pieza audiovisual.

# CAPÍTULO 4

## 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1 Conclusiones

Este proyecto dio lugar a una concepción inspiradora: la creación de videoclips que se desvían d

ve las convenciones establecidas en la industria musical ecuatoriana. Esta iniciativa complementa los conocimientos adquiridos en las disciplinas de producción audiovisual al presentar una propuesta que utiliza enfoques visuales poco tradicionales, particularmente a través de la versatilidad del artista, construyendo una pieza que siga la personalidad de su música hacia lo audiovisual. Una de las principales ventajas reside en que se logró obtener un trabajo de buena calidad con pocos recursos y sobre todo la apreciación e inspiración de la diversidad artística en nuestro país.

“Quiero algo diferente, no solo destacar, sino también un video que represente lo que soy yo...” (Silva, 2023). Desde antes del inicio de este proyecto, artistas como Chloe Silva han buscado la diferenciación, apartándose de las convenciones establecidas y rompiendo la monotonía que con frecuencia prevalece en este tipo de contenido audiovisual. Este esfuerzo tiene como objetivo captar la atención, suscitar mayor interés y curiosidad entre los espectadores a través de enfoques visuales poco convencionales. Indudablemente, un videoclip figurativo a partir de la filmación de personas reales desempeña un papel importante al difundir mensajes que establecen un vínculo emocional con el espectador.

No obstante, es innegable que técnicas como la animación 2D, animación 3D, collages, Stop motion, rotoscopia, entre otras, ofrecen la sensación de experimentar y jugar con la curiosidad del espectador, atrayendo a nuevos consumidores y aumentando con el tiempo debido a su carácter distintivo del artista. En consecuencia, se concluye que la experimentación en los videoclips es importante, no solo como recurso comercial, sino también para un grupo de artistas y productores que buscan convertirse en un producto de consumo propio por su apertura a la experimentación y la capacidad de ofrecer una experiencia única a la audiencia.

## **4.2 Recomendaciones**

Si se aspira a emprender un proyecto integrador con rasgos afines, se aconseja realizar una investigación exhaustiva de referencias visuales, para diversificar el panorama en contraposición a la saturación de videos expuestos. Se debe también ejercitar el análisis mediante diversas técnicas y otorgar un énfasis mayor a la conceptualización de la idea. Esto se debe a que, como afirmó (Quijano, 2012), “Si la idea es buena, el cómo está rodando es más secundario”.

Aunque la realización de diversidad de técnicas conlleva más tiempo durante su proceso de producción. Estas particularidades apuntan hacia alternativas viables para la realización audiovisual de agrupaciones musicales, específicamente la animación con la correcta organización de preproducción, producción y postproducción para afinarse al producto propio del artista.

Al iniciar la búsqueda de información, se constató la ausencia de datos estadísticos referentes al consumo de música y contenido audiovisual por parte de la población del país, y en particular, respecto al estilo musical seleccionado. Esta carencia resultó en la falta de cifras porcentuales respaldadas por fuentes fiables para enriquecer la problemática que se busca abordar. Por lo tanto, se recomienda la realización de investigaciones y, además, una colaboración estrecha con el artista para comprender su identidad artística. Para futuros proyectos, sería aconsejable invertir más tiempo en investigaciones exhaustivas, incluyendo aspectos como género musical preferido, grupos etarios, ubicaciones, tiempo dedicado a la escucha, entre otros factores relevantes. Esto desempeñará un papel significativo en proyectos posteriores que busquen segmentar de manera más precisa la audiencia a la cual se dirige el producto. Además, ejercitar el análisis mediante diversas técnicas para priorizar la conceptualización. “Si la idea es buena, el cómo está rodando es más secundario” (Quijano, 2012). La creatividad y originalidad ayudarán a que no se genere en una proliferación de videos de baja calidad.

Así mismo, desde la experiencia de un artista independiente, es importante invertir en la innovación y en la búsqueda de un equipo colaborador que apoye y proponga una forma diferente poco convencional en desarrollar lo audiovisual. Aunque existe un vasto campo de productores audiovisuales, muchos carecen de un marco analítico adaptado a las especificidades de los videoclips. Sin embargo, esta

carencia brinda una oportunidad para sobresalir en el mercado y presenta algo atípico en su género musical y, aún más notablemente, poco común en su entorno local. Más allá de lo que transmiten, cómo comunican y construyen su propia marca es muy importante.

# BIBLIOGRAFÍA

- Adarmes, B. (2020). *Análisis de Evolución: Animación tradicional y animación digital*.
- Álvarez Ramírez, M. N. (2020). Un motor para la música. MTV, los videoclips y la industria musical en la década de 1980. *Metáforas al Aire*, 1–12.
- Armenteros, M. (2011). *Efectos visuales y animación*.
- Botella, P., & Forés López, A. (2018). *Preproducción, producción y postproducción de un perfil audiovisual*.
- Bracamonte, M. A. (2019). *Narrative structures of the videoart*. 1–10.
- Castro, K., & Sánchez, J. (1999). *Dibujos animados y animación. Historia y compilación de técnicas de producción ediciones Ciespal*.
- Chion, M. (1993). *La audiovisión : introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Paidós.
- De la Rosa, A. (2006). *Las figuras retóricas visuales: Apuntes para explorar la metáfora visual* (Issue 4).  
<http://www.ciudadseva.com/textos/cuentos/por/saramago/embargo.htm>
- De Lamo, Y. (2016). *PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN DE UN VIDEOCLIP MUSICAL*.
- El Universo. (2022, August 1). *Ana Piñeres, presidenta de Egeda Colombia, dice Que Ecuador 'tiene todo POR Darlo' en la industria audiovisual a nivel internacional*.  
<https://www.eluniverso.com/entretenimiento/television/ana-pineros-presidenta-de-egeda-colombia-dice-que-ecuador-tiene-todo-por-darlo-en-la-industria-audiovisual-a-nivel-internacional-nota/>
- Feijoo, B. (2014). *El videoclip, una pieza audiovisual abierta a la total experimentación. La estética (hiper)surrealista de Floria Sigismondi* (Vol. 1, Issue 41).
- Gómez Alonso, Rafael. (2001). *Análisis de la Imagen Estética audiovisual*. Ediciones del Laberinto.
- González Requena, J. (1999). *Introducción a una teoría del espectáculo*.  
<http://www.gonzalezrequena.com/resources/1985%20Introducción%20a%20una%20teor%C3%ADa%20del%20espect%C3%A1culo.pdf>

- Heller, E. (2008). *Psicología del color*. Gustavo Gili.  
[https://ia801002.us.archive.org/8/items/psicologiadelcolor\\_201907/Psicologia-del-Color.pdf](https://ia801002.us.archive.org/8/items/psicologiadelcolor_201907/Psicologia-del-Color.pdf)
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2022). *Encuesta de hábitos lectores, prácticas y consumos culturales*. <https://siic.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/2022/06/Bolet%C3%ADn-EHLPRACC-14062022.pdf>
- Phillips, B. J., & McQuarrie, E. F. (2004). Beyond visual metaphor: A new typology of visual rhetoric in advertising. *Marketing Theory*, 4(1–2), 113–136.  
<https://doi.org/10.1177/1470593104044089>
- Portillo, J., & García, J. (2020). *UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA “APLICACIÓN DE LA ROTOSCOPIA COMO TÉCNICA PARA LA CREACIÓN DE UN VIDEO MUSICAL” TRABAJO FINAL DE MÁSTER*.
- Quijano, M. (2012). TELOS 90: Revolución de los museos. *Fundación Telefónica*, 1–169.  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=-KrHCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA43&dq=videoclips+baja+calidad&ots=FWftxA0W2g&sig=A6Mx80KkJT\\_k--YFddW0TD0oiZY#v=onepage&q=videoclips%20baja%20calidad&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=-KrHCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA43&dq=videoclips+baja+calidad&ots=FWftxA0W2g&sig=A6Mx80KkJT_k--YFddW0TD0oiZY#v=onepage&q=videoclips%20baja%20calidad&f=false)
- Ráfols, R., & Colomer, A. (2006). *Diseño Audiovisual*. Gustavo Gili, SL.
- Rivas, M. (2016). *Psicología del color, cómo influye el color a nuestra percepción y emociones en el audiovisual*.
- Rodríguez, J., & Aguaded, J. (2014). Propuesta metodológica para el análisis del vídeo musical. In *Quaderns del CAC* (Vol. 39).
- Sedeño, A. M. (n.d.). *La creatividad en otros formatos audiovisuales: el videoclip musical*.
- Sedeño, A. M. (2007). El videoclip como mercanarrativa. In *Revista Signa* (Vol. 16).
- Tovar, Y. (2017). *Estudio descriptivo de los elementos gráfico visuales presentes en algunos de los videoclips musicales animados de mayor acogida en la cultura pop anglo del 2000 al 2009*.

# APÉNDICES

## APÉNDICE A

### Entrevistas (BORRADOR DE PREGUNTAS Y ENLACE HACIA LA RESPUESTA)

Se realizaron entrevistas a la artista, productores audiovisuales con trabajos previos de animación y colegas de la industria musical.

#### **Chloe Silva – artista ecuatoriana, Guayaquil.**

- ¿Como es el ámbito audiovisual en tu género musical, sabes algo del audiovisual en Guayaquil?
- ¿Como aporta un videoclip a tu música?
- ¿Qué opinas de los videoclips animados, con técnicas variadas? ¿Cuántos conoces?
- ¿Qué recomendaciones darías a las agrupaciones en el manejo de su producto visual?

#### **Carlos Loor – productor audiovisual, Guayaquil**

- ¿Has sido parte de la producción de videoclips de cantantes ecuatorianos?
- ¿Cuánta importancia le dan los cantantes o grupos guayaquileños a su material visual o videoclip?
- ¿A qué factores crees que se deba esta calidad?
- ¿Con respecto a tu técnica, consideras importante usar técnicas no convencionales y por qué?
- ¿Qué recomendaciones darías a las agrupaciones en el manejo de su producto visual?

#### **Madrigal, cantante colombiana, Quito.**

- ¿Como es el ámbito audiovisual en tu género musical, sabes algo del audiovisual en Guayaquil?
- ¿Como aporta un videoclip a tu música?
- ¿Qué opinas de los videoclips animados, con técnicas variadas? ¿Cuántos conoces?

- ¿Qué recomendaciones darías a las agrupaciones en el manejo de su producto visual?

## APÉNDICE B

### Plan maestro

PLAN MAESTRO DE PRODUCCION																						
ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17					
<b>PRODUCTORA EJECUTIVA</b>	Doménica Andrade																					
<b>DIRECTORA</b>	Kalley Peñafiel																					
<b>PRODUCTO</b>	PROYECTO INTEGRADOR																					
<b>ESCALA</b>	TIEMPO EN SEMANAS																					
	TIEMPO EN SEMANAS												1er corte		2da + versión mejorada de primer corte		versión casi final		YA FINAL		FINAL	
<b>DESARROLLO</b>	3																					
Selección de artista	1h																					
Selección de canción	2h																					
Recolección de	3h	12h	4h																			
Revisión con cliente potencial seleccionada	4h	1h																				
Revisión	4h	2h																				
	15 de junio 25 DE JUNO																					
<b>PREPRODUCCION</b>	4																					
Conceptualización visual inicial	8h																					
Guión	2h	4h																				
Presupuestos	2h																					
Scoping	3h																					
Storyboard / Storyboard 2D	5h	5h	2h																			
Storyboard / Storyboard 3D	8h	8h	2h																			
Animática 2D/VIDEO				4h																		
Animática 3D				4h																		
Utilería	3h																					
Planes de rodaje	3h																					
	4 11 18 DE JULIO MARTES 25 1-ago 8 15 22 29 5-sep																					
<b>PRODUCCION</b>	8																					
Montaje de escenografía								2h														
Grabación								6h														
Desmontaje de escenografía								2h														
Modelado y texturizado	5h	12h	10h																			
Ilustración	5h	12h	10h																			
Wip de animación 1	5h	8h	14h	5h	35h	24h	80h	80h														
Wip animación 2																						
<b>POSTPRODUCCION</b>	7																					
Edición													12h	12h	12h	12h	80	80				
Render													RENDER									
Integración													4h	4h	10h	80	80					
Detalles finales																						

### Presupuesto real y proyectado

PRESUPUESTO GENERAL DE GASTOS DE PRODUCCIÓN			
<b>COMPañIA PRODUCTORA:</b>	K&D Producciones	<b>FECHA PRESUPUESTO:</b>	4/6/23
<b>NÚMERO DE PRODUCCIÓN:</b>	1	<b>LOCACIÓN:</b>	ESTUDIO INTERIOR
<b>PRODUCTOR EJECUTIVO:</b>	Doménica Andrade	<b>SEMANAS:</b>	13
	Kalley Peñafiel	<b>MESES:</b>	3
<b>PRO-CODE-II</b>	<b>PRESUPUESTO</b>	<b>ESTIMADO</b>	
10	COSTOS DE DESARROLLO	3.447	
20	COSTOS DE PREPRODUCCIÓN	3.761	
30	COSTOS DE PRODUCCIÓN	8.207	
40	COSTOS DE POSTPRODUCCIÓN	3.559	
<b>SUBTOTAL ABOVE THE LINE</b>			
<b>SUBTOTAL BELOW THE LINE</b>			
<b>GRAN TOTAL</b>		<b>24.423</b>	

**PRESUPUESTO DE LA ETAPA DE DESARROLLO**

<b>10</b>	<b>COMPañÍA PRODUCTORA:</b>	<b>K&amp;D Producciones</b>	<b>ECHA PRESUPUESTO:</b>	<b>4/6/23</b>
	<b>NÚMERO DE PRODUCCIÓN:</b>	<b>1</b>	<b>LOCACIÓN:</b>	<b>TUDIO INTERIOR</b>
	<b>PRODUCTOR EJECUTIVO:</b>	<b>Doménica Andrade</b>	<b>SEMANAS:</b>	<b>13</b>
		<b>Kalley Peñafe</b>	<b>MESES:</b>	<b>3</b>

(en miles)			
PRD-CODE - Nivel III	RUBRO	ESTIMADO	REAL
10-100	PERSONAL	2.162	
10-200	EQUIPAMIENTOS	200	
10-300	INSUMOS Y MATERIALES	715	
10-400	OTROS	370	
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>		<b>3.447</b>	

<b>10-100</b>	<b>COMPañÍA PRODUCTORA:</b>	<b>K&amp;D Producciones</b>	<b>ECHA PRESUPUESTO:</b>	<b>4/6/23</b>
	<b>NÚMERO DE PRODUCCIÓN:</b>	<b>1</b>	<b>LOCACIÓN:</b>	<b>TUDIO INTERIOR</b>
	<b>PRODUCTOR EJECUTIVO:</b>	<b>Doménica Andrade</b>	<b>SEMANAS:</b>	<b>13</b>
		<b>Kalley Peñafe</b>	<b>MESES:</b>	<b>3</b>

Cargo	PRECIO/HORA	Total horas	TOTAL
Productor	25	32	800
Director	30	29	870
Asistente de dirección	12	20	240
Asistente 1	12	21	252
<b>TOTAL PRESUPUESTO DE PERSONAL</b>			<b>2162</b>

<b>10-200</b>	<b>COMPañÍA PRODUCTORA:</b>	<b>K&amp;D Producciones</b>	<b>ECHA PRESUPUESTO:</b>	<b>4/6/23</b>
	<b>NÚMERO DE PRODUCCIÓN:</b>	<b>1</b>	<b>LOCACIÓN:</b>	<b>TUDIO INTERIOR</b>
	<b>PRODUCTOR EJECUTIVO:</b>	<b>Doménica Andrade</b>	<b>SEMANAS:</b>	<b>13</b>
		<b>Kalley Peñafe</b>	<b>MESES:</b>	<b>3</b>

Cargo/Service/Insumo/Equipo	Unidad de medida	Función	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Software	paquete empresarial	ventas	4	10	40
Oficinas	por hora	Desarrollo	32	5	160
<b>TOTAL</b>					<b>200</b>

<b>10-300</b>	<b>COMPañÍA PRODUCTORA:</b>	<b>K&amp;D Producciones</b>	<b>ECHA PRESUPUESTO:</b>	<b>4/6/23</b>
	<b>NÚMERO DE PRODUCCIÓN:</b>	<b>1</b>	<b>LOCACIÓN:</b>	<b>TUDIO INTERIOR</b>
	<b>PRODUCTOR EJECUTIVO:</b>	<b>Doménica Andrade</b>	<b>SEMANAS:</b>	<b>13</b>
		<b>Kalley Peñafe</b>	<b>MESES:</b>	<b>3</b>

Cargo/Service/Insumo/Equipo	Unidad de medida	Función	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Insumo	paquete		10	\$ 20,00	\$ 200,00
Cafetería	paquete		33	\$ 1,50	\$ 49,50
Implementos de baño	paquete		6	\$ 2,00	\$ 12,00
Cañi chica	unidad/Semanas		1	\$ 150,00	\$ 150,00
Cargos Bancarios	unidad/Semana		6	\$ 0,50	\$ 3,00
Gastos Legales	unidad/Semana		1	\$ 300,00	\$ 300,00
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>					<b>\$ 714,50</b>

<b>10-400</b>	<b>COMPañÍA PRODUCTORA:</b>	<b>K&amp;D Producciones</b>	<b>ECHA PRESUPUESTO:</b>	<b>4/6/23</b>
	<b>NÚMERO DE PRODUCCIÓN:</b>	<b>1</b>	<b>LOCACIÓN:</b>	<b>TUDIO INTERIOR</b>
	<b>PRODUCTOR EJECUTIVO:</b>	<b>Doménica Andrade</b>	<b>SEMANAS:</b>	<b>13</b>
		<b>Kalley Peñafe</b>	<b>MESES:</b>	<b>3</b>

Cargo/Service/Insumo/Equip	Unidad de medida	Función	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Director v Equipo Creativo	unidad		1	320	320
Transporte			1	50	50
<b>TOTAL</b>					<b>370</b>

**PRESUPUESTO DE LA ETAPA DE PREPRODUCCIÓN**

<b>20</b>	<b>PRESUPUESTO DE GASTOS DE PREPRODUCCIÓN</b>			
COMPañA PRODUCTORA:	K&D Producciones	FECHA PRESUPUESTO:	4/6/23	
NÚMERO DE PRODUCCIÓN:	1	LOCACIÓN:	ESTUDIO INTERIOR	
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Dominica Andrades	SEMANAS:	13	
	Kalley Peltafaj	MESES:	3	

PRO-CODE- NueIIB	RUBRO	ESTIMADO	REAL
20-100	PERSONAL	2.207,50	
20-200	EQUIPAMIENTOS	376	
20-300	INSUMOS Y MATERIALES	579,50	
20-400	INVENTARIO	579,50	
20-500	CONSTRUCCIONES	18	
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>		<b>3.761</b>	

<b>20-100</b>	<b>PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL</b>			
COMPañA PRODUCTORA:	K&D Producciones	FECHA PRESUPUESTO:	4/6/23	
NÚMERO DE PRODUCCIÓN:	1	LOCACIÓN:	ESTUDIO INTERIOR	
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Dominica Andrades	SEMANAS:	13	
	Kalley Peltafaj	MESES:	3	

Cargo/Servicio/Insumo/Equipo	Unidad de medida	Función	Horas	Precio por	Costo Total
<b>PERSONAL</b>					
Productor	persona/hora	pre-pro	6,3	25	157,50
Director	persona/hora	pre-pro	23,3	30	699,00
Asistente de dirección	persona/hora	pre-pro	15	12	180,00
Asistente 1	persona/hora	pre-pro	3	12	36,00
Director de locación	persona/hora	pre-pro	3	15	45,00
Director de fotografía	persona/hora	pre-pro	14	20	280,00
Ilustrador	persona/hora	pre-pro	14	20	280,00
Artista 3d	persona/hora	pre-pro	22	20	440,00
Supervisor de script	persona/hora	pre-pro	2	15	30,00
Director de arte	persona/hora	pre-pro	4	15	60,00
<b>TOTAL DE PRESUPUESTO DE PERSONAL</b>					<b>2.207,50</b>

<b>20-200</b>	<b>PRESUPUESTO DE EQUIPAMIENTOS</b>			
COMPañA PRODUCTORA:	K&D Producciones	FECHA PRESUPUESTO:	4/6/23	
NÚMERO DE PRODUCCIÓN:	1	LOCACIÓN:	ESTUDIO INTERIOR	
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Dominica Andrades	SEMANAS:	13	
	Kalley Peltafaj	MESES:	3	

Cargo/Servicio/Insumo/Equipo	Unidad de medida	Función	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Oficinas	por hora	desarrollo	63	5	315
Software de informática	paquete	pre-pro	4	10	40
Membresías de programas	paquete	pre-pro	1	21	21
<b>TOTAL</b>					<b>376</b>

<b>20-300</b>	<b>PRESUPUESTO DE GASTOS DE INSUMOS Y MATERIALES</b>			
COMPañA PRODUCTORA:	K&D Producciones	FECHA PRESUPUESTO:	4/6/23	
NÚMERO DE PRODUCCIÓN:	1	LOCACIÓN:	ESTUDIO INTERIOR	
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Dominica Andrades	SEMANAS:	13	
	Kalley Peltafaj	MESES:	3	

Cargo/Servicio/Insumo/Equipo	Unidad de medida	Función	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Insumo	paquete	pre-pro	22	\$ 20,00	\$ 440,00
Cafetera	paquete	pre-pro	45	\$ 1,50	\$ 67,50
Implementos de baño	paquete	pre-pro	6	\$ 2,00	\$ 12,00
Transporte	persona/semana	pre-pro	1	60	60,00
<b>SUBTOTAL</b>					<b>579,50</b>

<b>20-400</b>	<b>PRESUPUESTO DE INVENTARIO (FILM Y MEDIA)</b>			
COMPañA PRODUCTORA:	K&D Producciones	FECHA PRESUPUESTO:	4/6/23	
NÚMERO DE PRODUCCIÓN:	1	LOCACIÓN:	ESTUDIO INTERIOR	
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Dominica Andrades	SEMANAS:	13	
	Kalley Peltafaj	MESES:	3	

Cargo/Servicio/Insumo/Equipo	Unidad de medida	Función	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Memoria ssd	unidad	stock	2	170	340,00
<b>TOTAL PRESUPUESTO DE INVENTARIO (FILM Y MEDIA)</b>					<b>340,00</b>

<b>20-500</b>	<b>PRESUPUESTO DE CONSTRUCCIONES ESTUDIO Y SET</b>			
COMPañA PRODUCTORA:	K&D Producciones	FECHA PRESUPUESTO:	4/6/23	
NÚMERO DE PRODUCCIÓN:	1	LOCACIÓN:	ESTUDIO INTERIOR	
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Dominica Andrades	SEMANAS:	13	
	Kalley Peltafaj	MESES:	3	

Cargo/Servicio/Insumo/Equipo	Unidad de medida	Función	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
<b>MATERIALES/SUMINISTROS/OTROS GASTOS</b>					
Cargo/Servicio/Insumo/Equipo	Unidad de medida	Función	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
<b>TOTAL PRESUPUESTO DE CONSTRUCCIONES ESTUDIO Y SET</b>					<b>18,00</b>

PRO-CODE Nivel III	RUBRO	(en miles)			
		ESTIMADO	REAL		
30-100	TALENTOS	0			
30-200	LOCACIONES	141			
30-300	ATREDO VESTUARIO MAQUILAJE OTROS	48			
30-400	PERSONAL	3.647			
30-500	EQUIPAMIENTOS	4.255			
30-600	INSUMOS Y MATERIALES	116			
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>		<b>8.207</b>			
<b>30-100</b>	<b>PRESUPUESTO DE TALENTOS Y GASTOS</b>				
COMPANIA PRODUCTORA:	K&D Producciones	FECHA PRESUPUESTO:	4/6/23		
NUMERO DE PRODUCCION:	1	LOCACION:	ESTUDIO INTERIOR		
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Domínica Andrada	SEMANAS:	13		
	Kalley Peñaflor	MESES:	3		
<b>Cargo/Servicio/Insumo/Equipo</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Función</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>TOTAL PRESUPUESTO DE TALENTOS Y GASTOS</b>					
0					
<b>30-200</b>	<b>PRESUPUESTO DE LOCACIONES Y GASTOS</b>				
COMPANIA PRODUCTORA:	K&D Producciones	FECHA PRESUPUESTO:	4/6/23		
NUMERO DE PRODUCCION:	1	LOCACION:	ESTUDIO INTERIOR		
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Domínica Andrada	SEMANAS:	13		
	Kalley Peñaflor	MESES:	3		
<b>Cargo/Servicio/Insumo/Equipo</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Función</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Estudio	set	producción	2,3	50	115,00
Parqueo/paqui/gasolina	semana	producción	4	2	8
<b>TOTAL PRESUPUESTO DE LOCACIONES Y GASTOS</b>					
141					
<b>30-300</b>	<b>PRESUPUESTO DE ATREDO, VESTUARIO Y ANIMALES</b>				
COMPANIA PRODUCTORA:	K&D Producciones	FECHA PRESUPUESTO:	4/6/23		
NUMERO DE PRODUCCION:	1	LOCACION:	ESTUDIO INTERIOR		
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Domínica Andrada	SEMANAS:	13		
	Kalley Peñaflor	MESES:	3		
<b>Cargo/Servicio/Insumo/Equipo</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Función</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Fondo verde	set	desarrollo creativo	1	18	18,00
Renta de Vestuario	dia	producción	3	10	30
<b>TOTAL PRESUPUESTO DE ATREDO, VESTUARIO Y ANIMALES</b>					
48					
<b>30-400</b>	<b>PRESUPUESTO DE PERSONAL DE PRODUCCION</b>				
COMPANIA PRODUCTORA:	K&D Producciones	FECHA PRESUPUESTO:	4/6/23		
NUMERO DE PRODUCCION:	1	LOCACION:	ESTUDIO INTERIOR		
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Domínica Andrada	SEMANAS:	13		
	Kalley Peñaflor	MESES:	3		
<b>Cargo/Servicio/Insumo/Equipo</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Función</b>	<b>Horas</b>	<b>Prece por hora</b>	<b>Costo Total \$</b>
<b>MANO DE OBRA</b>					
Productor	persona/hora	producción	8	25	200
Director	persona/hora	producción	22	30	660
Asistente de Director	persona/hora	producción	17	12	204
Asistente	persona/hora	producción	8	12	96
Director de fotografía	persona/hora	producción	7	20	140
Director de arte	persona/hora	producción	4	15	60
Ilustrador	persona/hora	producción	27	15	405
Artista 3d	persona/hora	producción	27	15	405
Animador	persona/hora	producción	91	10	910
Asistente animador	persona/hora	producción	91	5	455
Fotógrafo	persona/hora	producción	4	8	32
Camarógrafo 1	persona/hora	producción	4	10	40
Guion	persona/hora	producción	8	5	40
<b>TOTAL PRESUPUESTO DE PERSONAL DE PRODUCCION</b>					
3.647					
<b>30-500</b>	<b>PRESUPUESTO DE EQUIPAMIENTOS</b>				
COMPANIA PRODUCTORA:	K&D Producciones	FECHA PRESUPUESTO:	4/6/23		
NUMERO DE PRODUCCION:	1	LOCACION:	ESTUDIO INTERIOR		
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Domínica Andrada	SEMANAS:	13		
	Kalley Peñaflor	MESES:	3		
<b>Cargo/Servicio/Insumo/Equipo</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Función</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Camaras	unidad	producción	2	1200	2.400
Tripode	unidad	producción	6	25	150
Iuminación	unidad	producción	4	150	600
Monitor video	unidad	producción	1	45	45
Proyector	unidad	producción	1	60	60
Lente de camara	unidad	producción	2	500	1.000
<b>TOTAL PRESUPUESTO DE EQUIPAMIENTOS</b>					
4.255					
<b>30-600</b>	<b>PRESUPUESTO DE GASTOS DE INSUMOS Y MATERIALES</b>				
COMPANIA PRODUCTORA:	K&D Producciones	FECHA PRESUPUESTO:	4/6/23		
NUMERO DE PRODUCCION:	1	LOCACION:	ESTUDIO INTERIOR		
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Domínica Andrada	SEMANAS:	13		
	Kalley Peñaflor	MESES:	3		
<b>Cargo/Servicio/Insumo/Equipo</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Función</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Materiales/Suministros/Servicios varios</b>					
Hidratación	dia	producción	4	\$ 4,00	\$ 16,00
Almuerzos	dia	producción	9	\$ 2,00	\$ 18,00
Cafetería	paquete	producción	8	\$ 1,50	\$ 12,00
Implementos de baño	paquete	producción	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Transporte	persona/semana	producción	1	\$ 100,00	\$ 100,00
<b>SUB TOTAL</b>					
116					

**PRESUPUESTO DE LA ETAPA DE POSTPRODUCCIÓN**

<b>40</b>	<b>PRESUPUESTO DE GASTOS DE POSTPRODUCCIÓN</b>			
COMPañIA PRODUCTORA:	K&D Producciones	FECHA PRESUPUESTO:	4/6/23	
NÚMERO DE PRODUCCIÓN:	1	LOCACIÓN:	ESTUDIO INTERIOR	
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Doménica Andrade	SEMANAS:	13	
	Kalley Peñafiel	MESES:	3	

(en miles)

PRO-CODE- Nivel III	RUBRO	ESTIMADO	REAL
40-100	PERSONAL	3.140	
40-200	EQUIPAMIENTOS	376	
40-300	INSUMO Y MATERIALES	43	
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>		<b>3.559</b>	

<b>40-100</b>	<b>PRESUPUESTO DE POST-PRODUCCIÓN</b>			
COMPañIA PRODUCTORA:	K&D Producciones	FECHA PRESUPUESTO:	4/6/23	
NÚMERO DE PRODUCCIÓN:	1	LOCACIÓN:	ESTUDIO INTERIOR	
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Doménica Andrade	SEMANAS:	13	
	Kalley Peñafiel	MESES:	3	

Cargo/Servicio/Insumo/Equipo	Unidad de medida	Función	Horas	Precio por hora	Costo Total \$
<b>EDITORIAL</b>					
Supervisor de Post-produccion	persona/hora	post-produccion	7	15	105
Director	persona/hora	post-produccion	25	30	750
Animador	persona/hora	post-produccion	1	1	200
Editor vfx	persona/hora	post-produccion	63	15	945
Editor	persona/hora	post-produccion	76	15	1140
<b>TOTAL PERSONAL</b>					<b>3.140</b>

<b>40-200</b>	<b>PRESUPUESTO DE EQUIPAMIENTOS</b>			
COMPañIA PRODUCTORA:	K&D Producciones	FECHA PRESUPUESTO:	4/6/23	
NÚMERO DE PRODUCCIÓN:	1	LOCACIÓN:	ESTUDIO INTERIOR	
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Doménica Andrade	SEMANAS:	13	
	Kalley Peñafiel	MESES:	3	

Cargo/Servicio/Insumo/Equipo	Unidad de medida	Función	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Oficinas	por hora	Desarrollo	63	5	315
Software de informatica	paquete	Desarrollo	4	10	40
Membresias de programas	paquete	Desarrollo	1	21	21
<b>TOTAL</b>					<b>376</b>
<b>TOTAL PRESUPUESTO DE EQUIPAMIENTOS</b>					<b>376</b>

<b>40-300</b>	<b>PRESUPUESTO DE MATERIALES E INSUMOS</b>			
COMPañIA PRODUCTORA:	K&D Producciones	FECHA PRESUPUESTO:	4/6/23	
NÚMERO DE PRODUCCIÓN:	1	LOCACIÓN:	ESTUDIO INTERIOR	
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Doménica Andrade	SEMANAS:	13	
	Kalley Peñafiel	MESES:	3	

Cargo/Servicio/Insumo/Equipo	Unidad de medida	Función	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cafeteria	paquete	producción	8	\$ 1,50	\$ 12,00
Implementos de baño	paquete	producción	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Transporte	persona/semana	producción	1	\$ 25,00	\$ 25,00
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 43,00</b>



# APÉNDICE C

## Guión técnico

Tabla 3. Guión técnico

LETRA	TIEMPO	ACCIÓN
INSTRUMENTAL	00:00:00:00	<p>La protagonista se encuentra en el centro acostada con el cuerpo extendido, único elemento de color. De fondo están las 4 caras de un juzgado de manera abstracta (<b>juez, opositor, actor y espectadores</b>) en blanco y negro. Mientras las serpientes cambian de colores en los lados.</p> <p>FUNDIDO A NEGRO</p>
INSTRUMENTAL	00:00:00:07	<p>Aparece la palabra "Redacted" con un efecto degradado de colores, en un fondo negro. La palabra empieza a subir con un efecto barrido hasta llegar al centro y reflejarse de manera horizontal.</p>

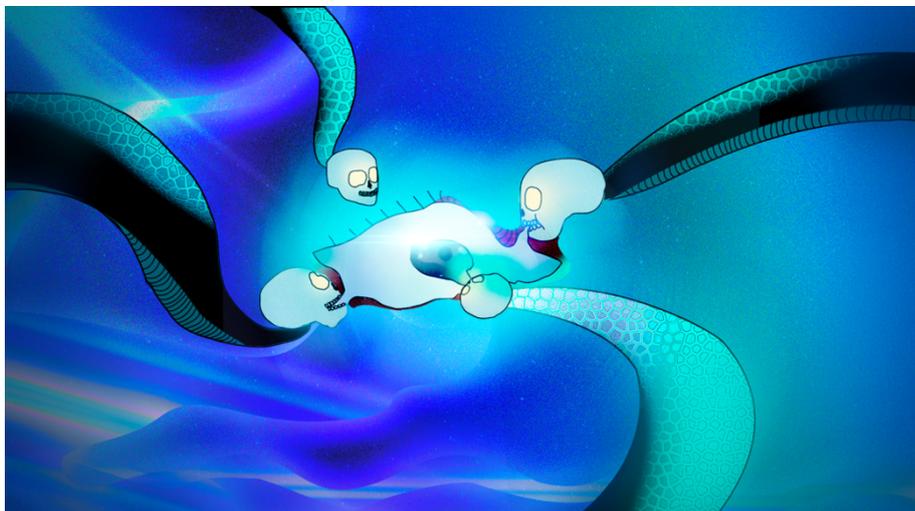
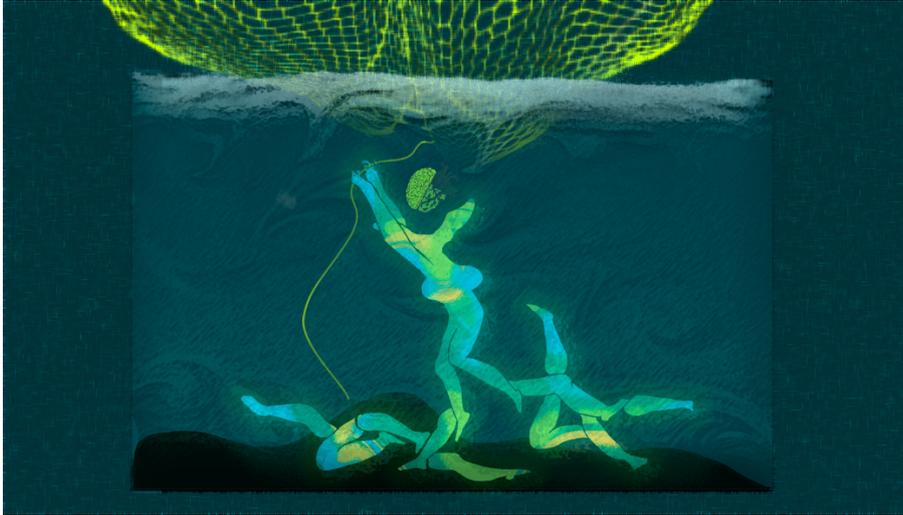
INSTRUMENTAL	00:00:00:12	Se observa un escenario surrealista. Aparece en el encuadre la cara de la protagonista semi sumergida en el agua rodeada de plantas y especies. En la tierra hay árboles y otras plantas. En los laterales hay pilares con serpientes colgando y en las otras plantas con cuerpos en sus pétalos.  PANEEO HACIA ARRIBA
INSTRUMENTAL	00:00:00:14	Plano detalle de árbol de cerebro con efecto de vibración en sus hojas.
INSTRUMENTAL	00:00:00:16	Se observa un camino como secuencia del primero. Hay calaveras volando sobre la escena, plantas carnívoras y otras especies.
INSTRUMENTAL	00:00:00:18	Se refleja 3 caras como un efecto eco en sincronía con el sonido de la canción. De fondo el escenario.
INSTRUMENTAL	00:00:00:20	P.D de planta carnívora con piernas colgando de su boca. Las piernas se mueven.
INSTRUMENTAL	00:00:00:22	Se observa un camino como secuencia del movimiento anterior. Hay un globo aerostático sujetado por una mano, que lleva cargado una caja de serpientes.
It's the poison on your tongue	00:00:00:24 - 00:00:00:30	P.D de hongo con ojo y cuerpo humano. El ojo parpadea
It's the burning in your lungs	00:00:00:30 - 00:00:00:37	P.G de la planta de lenguas con la protagonista sentada sobre una de ellas. La protagonista tiene tronco de esqueleto y piernas de flor. P.D del rostro de la protagonista cantando, luego explota. La pantalla se va transformando hacia un solo fondo.
I don't want what I can't have You try regardless to the fact	00:00:00:37 - 00:00:00:47	Paneo hacia la derecha del cuerpo de la protagonista. Manos aparecen de los laterales hacia el cuerpo empujándola hacia abajo mientras cae y lo absorbe y cae una red de

		<p>pescar. P.D se observa como los órganos caen dentro de la pecera.</p> <p>P.G los órganos van cayendo hacia la bestia del “narcicismo”, mientras le va creciendo más piernas para nunca caer (Styleframe 1). Hasta que se llena y explota la pecera.</p>
<p>That you do No harm in your eyes</p>	<p>00:00:00:47 - 00:00:01:00</p>	<p>El rostro de la protagonista sale hacia la superficie y se vuelve a sumergir.</p>
<p>And you do no harm In your eyes</p>	<p>00:00:01:00 - 00:00:01:12</p>	<p>La protagonista absorbe el líquido que cae hacia ella. Y lo escupe hacia los otros rostros (víctimas)</p>
<p>INSTRUMENTAL</p>	<p>00:00:01:12 - 00:00:01:16</p>	<p>La protagonista acaricia suavemente su hombro con las yemas de sus dedos, transmitiendo una sensación de absoluta delicadeza. La imagen se distorsiona en ecos.</p>
<p>INSTRUMENTAL</p>	<p>00:00:01:16 - 00:00:01:24</p>	<p>Corte por movimiento.</p> <p>Transición de verde a rojo. Caras alrededor en toma contrapicado.</p>
<p>Set the record straight Wipe the guilt</p>	<p>00:00:01:24 - 00:00:01:28</p>	<p>Mujer con cigarrillo en boca, serpiente sale de la espalda y se roba el cigarrillo. Gira.</p>
<p>Off your face Overdosed and parted lips Well aren't you such a masochist</p>	<p>00:00:01:28 - 00:00:01:36</p>	<p>Caja gira y salta.</p> <p>Se abre y sale piernas con tacones. Dentro de la caja hay órganos y la cara de la protagonista cantando (Styleframe 2).</p>
<p>You haven't had a bite in days</p>	<p>00:00:01:36 - 00:00:01:38</p>	<p>Detalle de los órganos dentro de la caja.</p>
<p>I look at you You look away Feeling fades but memory stains</p>	<p>00:00:01:38 - 00:00:01:45</p>	<p>Se quiebran las piernas y levita la cabeza de la protagonista distorsionada.</p>
<p>And I don't love you anyway</p>	<p>00:00:01:45 - 00:00:01:48</p>	<p>Protagonista ahogándose con una funda</p>
<p>You do no harm In your eyes You do no harm</p>	<p>00:00:01:48 - 00:00:02:12</p>	<p>Toma 360 mientras aparecen ojos. Bucle de ojos mientras aparecen serpientes y arrancan el ojo. (Styleframe 3)</p>

In your eyes		
You do no harm In your eyes	00:00:02:12 - 00:00:02:18	Mujer levitando mientras cambian los fondos
You do no harm In your eyes	00:00:02:18 - 00:00:02:25	Tres Rostros en pantalla ubicados de manera estratégica evocando la presencia de un espectro.
You do no harm In your eyes	00:00:02:25 - 00:00:02:31	Mujer levitando
In your eyes	00:00:02:31 - 00:00:02:37	Silueta sobre diferentes fondos
<b>INSTRUMENTAL</b> This information has been redacted x12.	00:00:02:37 – 00:00:02:58	las 4 caras de un juzgado, aparece el payaso (marca personal de Chloe) y hace movimientos de rotación mientras rompe cada cara. Un mazo cae sobre la pantalla y se ve a la protagonista riéndose.

# APÉNDICE D

## Styleframes



# APÉNDICE E

## Storyboard

### SECUENCIA VERDE 1

#### PARTE 1



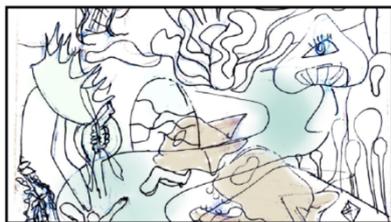
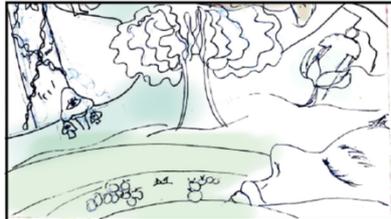
### SECUENCIA VERDE 1

#### PARTE 2



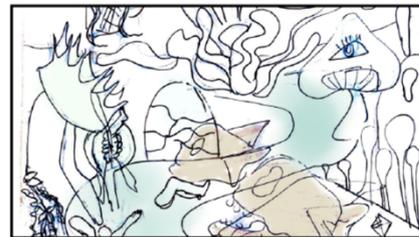
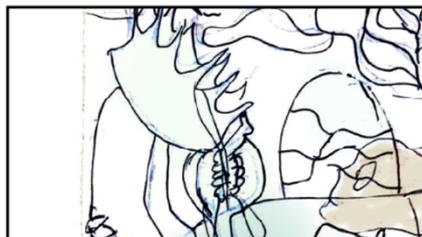
SECUENCIA VERDE 2

PARTE1



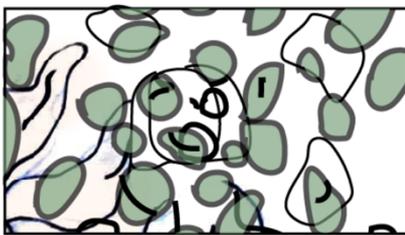
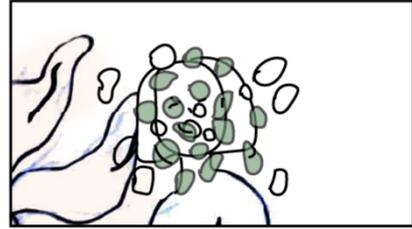
SECUENCIA VERDE 2

PARTE1



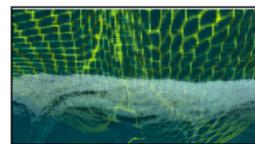
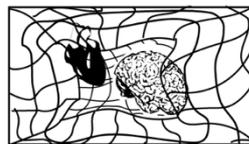
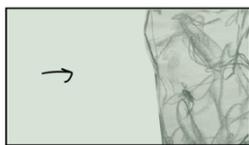
SECUENCIA VERDE 2

PARTE2



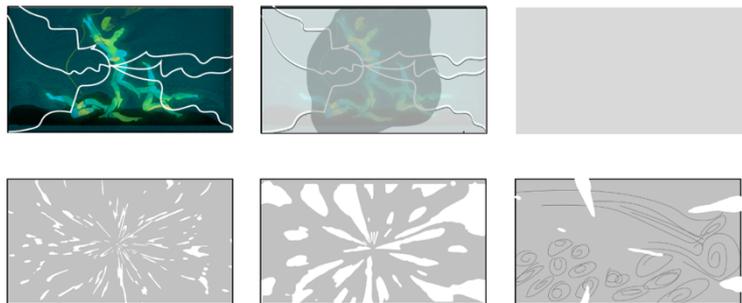
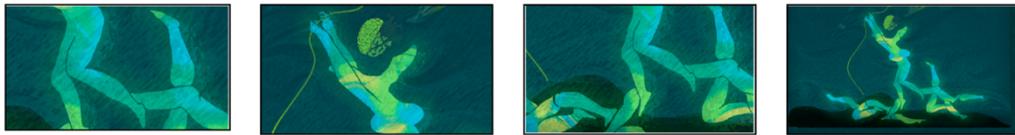
SSECUENCIA VERDE 3

PARTE3



SECUENCIA VERDE 3

PARTE4

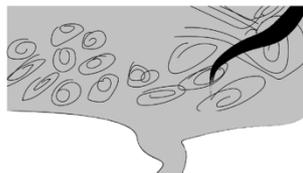


SECUENCIA VERDE 3

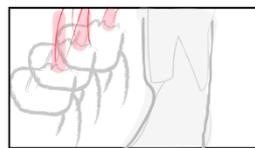
PARTE4



P.D El rostro de la protagonista sale hacia la superficie y se vuelve a sumergir



Al sumergirse. La cámara hace un paneo hacia. El agua se convierte



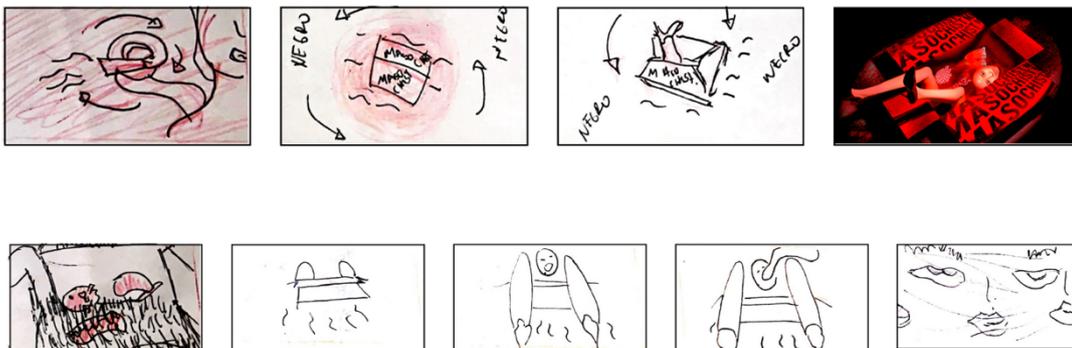
SECUENCIA ROJA 1

PARTE1



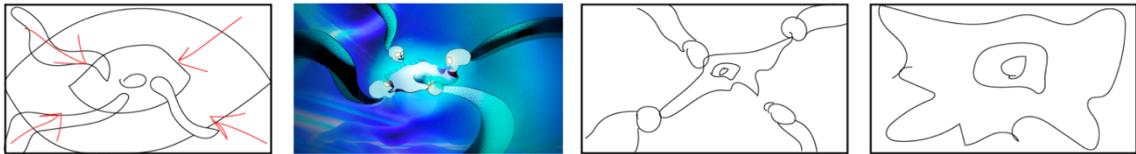
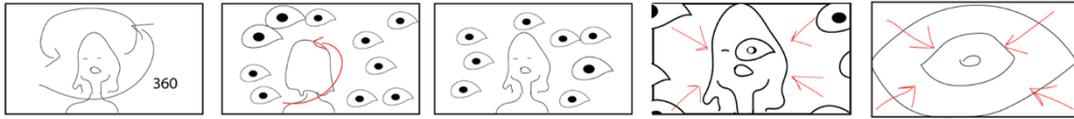
SECUENCIA ROJA 1

PARTE2



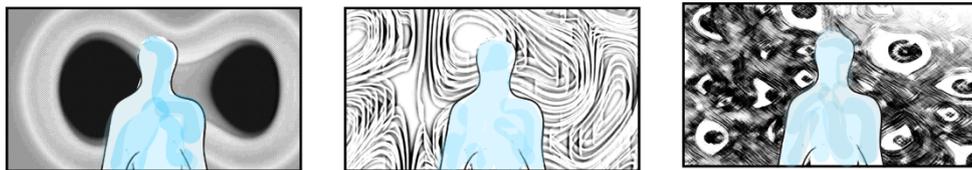
SECUENCIA AZUL 1

PARTE1

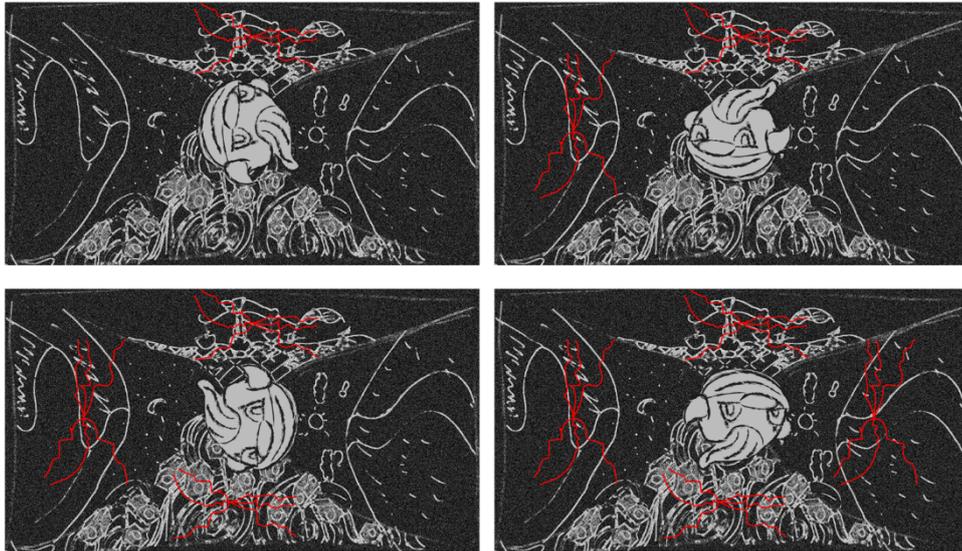


SECUENCIA AZUL 1

PARTE 2



### SECUENCIA FINAL 1



### SECUENCIA FINAL 2

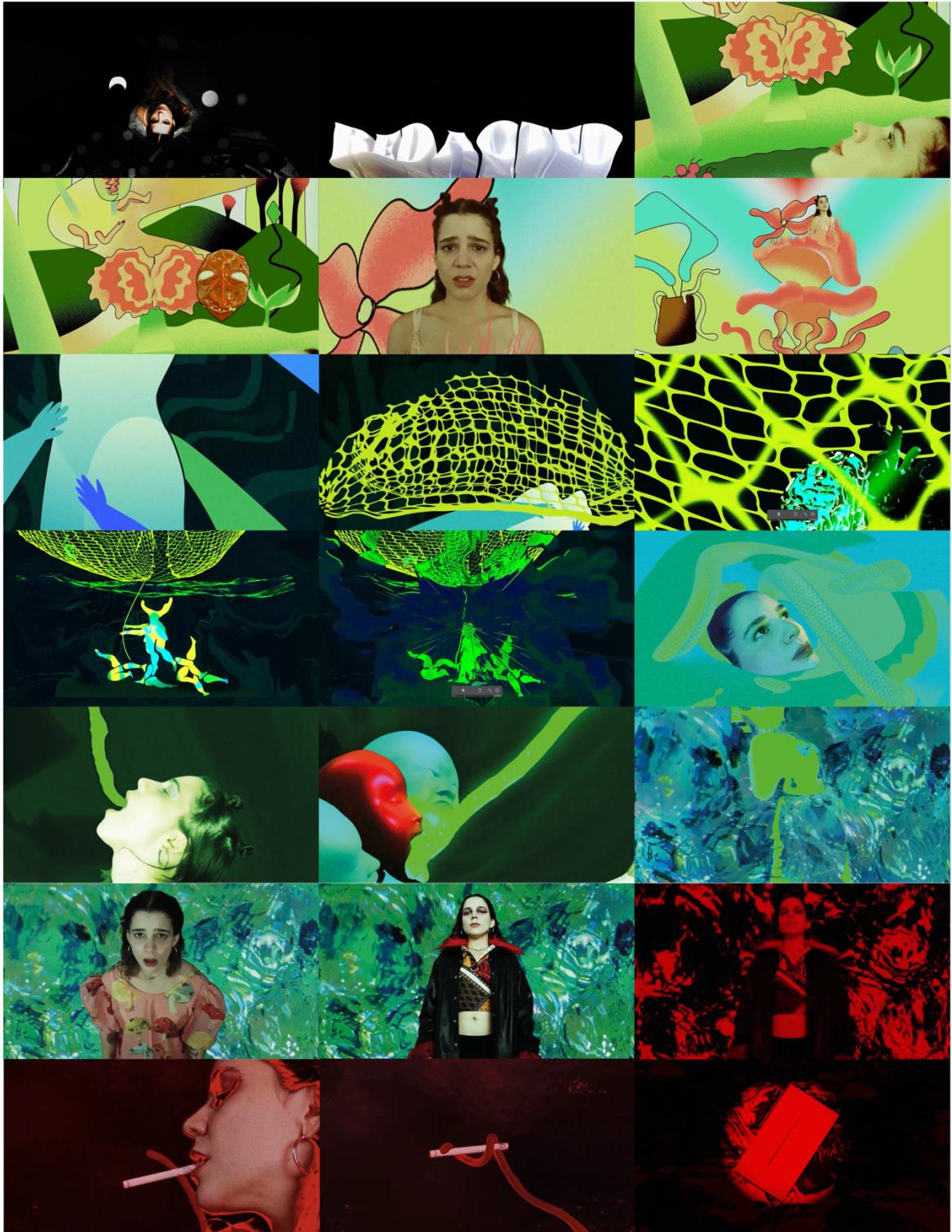


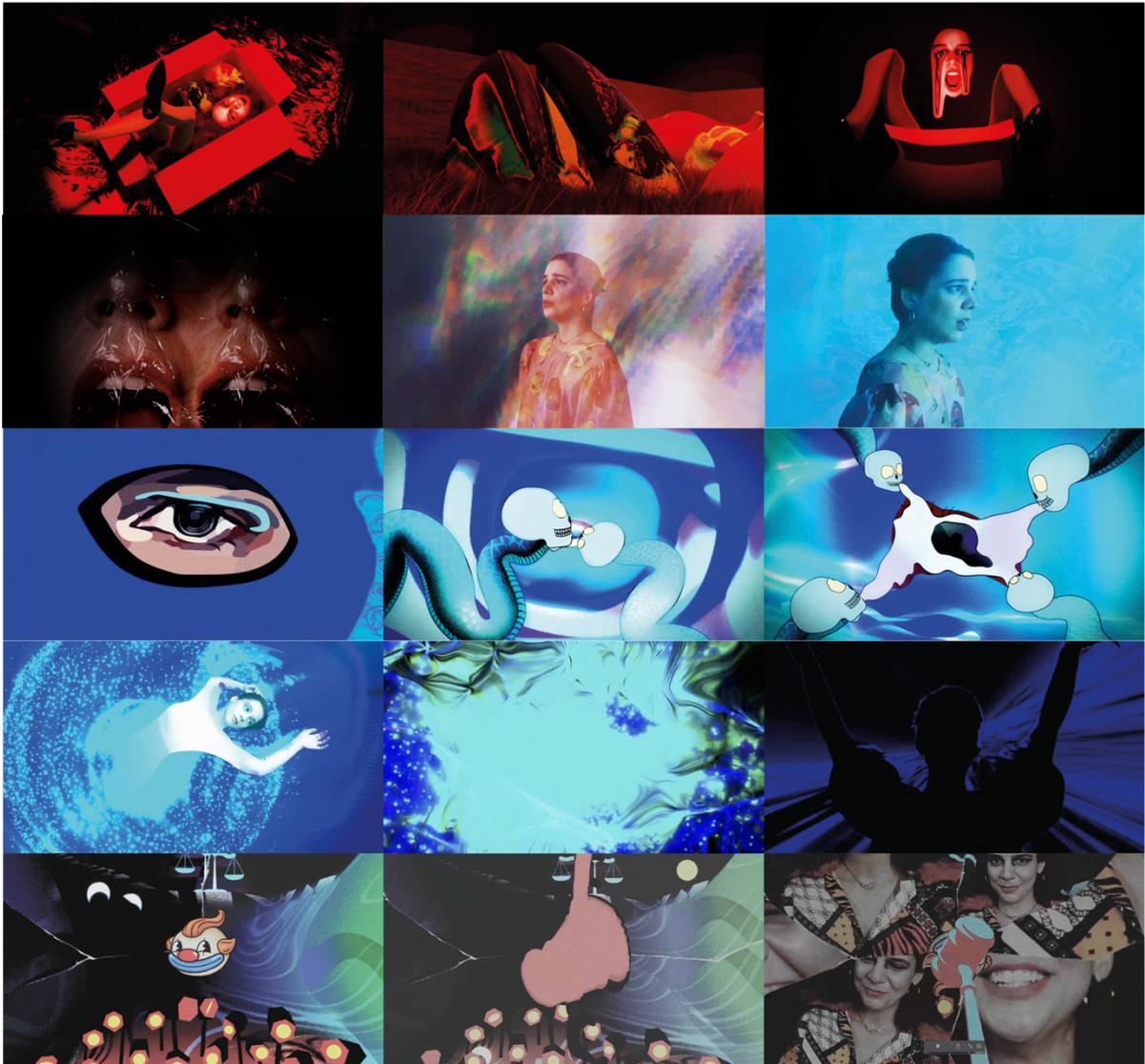
Animática:

[https://espolect-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/dlandrad\\_espol\\_edu\\_ec/ETFGX\\_qJ8rhlpMSToIJyx9sBxpSypraL4\\_RtuY0afyjuAQ?e=6nnd8a](https://espolect-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/dlandrad_espol_edu_ec/ETFGX_qJ8rhlpMSToIJyx9sBxpSypraL4_RtuY0afyjuAQ?e=6nnd8a)

# APÉNDICE F

Resultado final





[VIDEO MUSICAL CHLOE SILVA.mp4](#)

# ANEXOS

## Anexo A

### MATRICES DE ANÁLISIS