

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Licenciado en Comunicación Audiovisual



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



ESCUELA POLITECNICA
SUPERIOR DE GANDIA

“Videoclip de la canción That's this feel de Caballo Trípode

TRABAJO FINAL DE CARRERA

Autor/es:

Maria Fuster Embuena

Director/es:

Marina de las Nieves
Segarra García

GANDIA, 2011

ÍNDICE	Pág.
1. Introducción	2
2. Por qué un videoclip?	3
3. Caballo trípode <i>That's this feel</i> : El grupo de música y la canción escogida	3
4. Buscando un tema: idea inicial y contacto con el grupo	4
5. La elaboración del guión	5
5.1 La letra de la canción y su traducción	5
5.2 Análisis de las escenas	7
6 El proceso de Producción	13
6.1 Localizaciones y estilo de la imagen	13
6.2 Equipo artístico y técnico	14
6.2.1 Actores	14
6.2.2 Operador de cámara	14
6.2.3 Vehículos y semovivientes	14
6.2.4 Presupuesto	14
7 El rodaje	16
8 Montaje y edición	18
8.1 Estructura rítmica de la canción	18
8.2 Postproducción: Colorido, tipografía y efectos visuales	19
9 Conclusiones	21
10 Bibliografía	22

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo consiste en la realización de un videoclip para la canción *That's this feel* de *Caballo Trípode*. En esta memoria se encuentra detallado el proceso de creación de este producto audiovisual. Desde el momento en el que surge y se consolida la idea hasta la obtención de la pieza final. Un recorrido por los entresijos de este proyecto, su evolución y la valoración del resultado obtenido.

He querido estructurar la memoria haciendo un eco del proceso, del principio al final. Empezaremos hablando de los motivos de elección de este género, explicando los prolegómenos de su gestación para luego dedicar un amplio bloque al guión, mediante un análisis del desarrollo del concepto y su significado. A continuación, y siguiendo el orden cronológico establecido, nos centraremos en el apartado de producción con el objetivo de abarcar la estética del videoclip y todos los recursos técnicos y humanos necesarios que han hecho posible este proyecto. Seguidamente, nos detendremos en los días de rodaje, sus imprevistos y soluciones, hasta llegar a la sección de montaje y edición para obtener el resultado final sobre el que reflexionaremos en el apartado *Conclusiones*.

2. POR QUÉ UN VIDEOCLIP?

La idea de realizar un videoclip como trabajo final de carrera surge con la búsqueda por explorar un terreno artístico y creativo y el propósito de crear un producto audiovisual de calidad. El formato videoclip se ajusta a mis intención de contar una historia con imágenes, por inventar la película de una banda sonora. Elaborar un videoclip útil y beneficioso para el grupo, definir una estética atractiva que se adecue a la canción y su filosofía mediante una cuidada fotografía, así como perfeccionar mis conocimientos en programas de edición de vídeo, son mis principales objetivos.

3. CABALO TRÍPODE *THAT'S THIS FEEL*: EL GRUPO DE MÚSICA Y LA CANCIÓN

Después de contemplar varias posibilidades, descubrí por casualidad el grupo de música Caballo Trípode gracias a las redes sociales a través de un amigo que colgó en su muro el enlace al contenido de su disco en Bandcamp,. En ese momento yo estaba en plena búsqueda de un grupo, su música me gustó y decidí que con una de sus canciones podría hacer un trabajo interesante.

Los factores decisivos para la elección fueron su cercanía y accesibilidad ya que ambos somos de Gandia. Otro de los motivos que sin duda me llevaron a decantarme por Caballo Trípode fue que su música no era demasiado conocida y no disponían de ningún videoclip. Mi reto era poder dar salida a mi proyecto, dotarle de una utilidad real más allá del ámbito académico y poder difundirlo para reforzar la imagen del grupo.



Caballo Trípode es un grupo de música valenciano. Su estilo de música rock garage mezcla influencias surferas y actitud punk. Según afirma la compañía representante del grupo, Third Eyes Society¹ “Pueden recordar a la inocencia inicial de *Violent*

¹ *Third Eye society*. <http://www.thirdeyesociety.com>

Femmes, The Feelies o *The Replacements*, pero con un toque propio “marciano, melancólico, o de rabia”. La canción elegida para hacer el videoclip *That's this feel* pertenece a su segundo album *Otrosí digo*² editado este mismo año en los estudios Tigruss por *Holy Cobra Society Records*. Su primer disco *Horror Vacui* fue mezclado y masterizado por Bob Weston de Shellac, y ha fue editado en Estados Unidos por *Tick Tack Totally* y en España por *Holy Cobra Society*, cosechando críticas excelente en publicaciones como *Rockdelux* o *Vice Magazine*, y publicando canciones en Campañas de Fanta y *Vice Magazine*.

Han pasado por festivales de música como el *Primavera Club 2009 y 2010*, en Barcelona, junto con bandas como *The soundtrack of our life's* o *Black heart Procession* y que les ha llevado a ser teloneros de bandas como *The wave Pictures* y *Nueva Vulcano*. En la gira de este verano 2011 tocaran en el Festival Internacional de Benicassim.

4. BUSCANDO UN TEMA: IDEA INICIAL Y CONTACTO CON EL GRUPO

Después de escuchar innumerables veces la canción, aparecieron dos ideas iniciales en las que se asienta el videoclip. La primera fue la imagen de un coche circulando sin rumbo fijo al estilo de una *Road movie* y la segunda el sentimiento de rabia e impotencia de un chico enamorado de alguien que no puede llegar a conseguir. El concepto se irá consolidando a partir de este primer planteamiento.

El primer paso antes de empezar a desarrollar por completo la idea fue contactar con el grupo de música para comentarles mi intención de realizar un videoclip de una de sus canciones. El contacto con el cliente fue más complicado de lo que pensaba en un principio. Si bien, accedieron encantados a que llevara a cabo mi trabajo, no tenían demasiado interés en participar activamente en el proyecto. Los miembros del grupo no disponían de mucho tiempo y mostraron cierta reticencia a ser grabados: “es que a nosotros no nos va eso de actuar y de hacer cómo que tocamos la guitarra”- manifestó el cantante. Al final, conseguí convencerles para que actuaran delante de las cámaras de una manera desenfadada que les permitiera sentirse cómodos. Esta hecho que no había previsto, resultó sorprendente porque conseguía aportar más frescura y dinamismo al video, rompiendo con una estructura más manida en la que los miembros del grupo aparecen interpretando su canción en *playback*.

² Los datos del grupo musical y de el tema objeto del presente trabajo se pueden encontrar en <http://caballotripode.bandcamp.com/album/otros-digo>

5. EL GUIÓN

That's this feel trata sobre un amor imposible. Un amor inalcanzable, inconformista y destructivo. La historia se construye a partir de un montaje en paralelo. Así pues, encontramos diferentes acciones que transcurren en tiempos y espacios distintos que se irán alternando adecuándose a la letra y al acelerado ritmo que marca la canción. Las imágenes se graban de manera aleatoria, según la disponibilidad de material, actores y condiciones meteorológicas y probando distintos planos que se determinarán en el montaje.

El proceso de ideación del videoclip surge tanto a partir de la melodía y ritmo de la canción como de su contenido verbal. La letra de *That's this feel* ha influido en gran medida en invención de las imágenes que aparecen en pantalla.

El guión emplea un lenguaje poético lleno de figuras retóricas. Las imágenes están concebidas para que el espectador no las perciba de manera naturalista o denotativa sino que contemple un tratamiento retórico. No deben pues entenderse en sentido literal, sino como una interpretación de la canción con un componente de simbolismo que busca transmitir en el espectador los sentimientos y sensaciones que vive el protagonista. El relato propone un juego con la ambigüedad, busca sugerir, provocar que el espectador se interrogue el significado y saque sus propias conclusiones.

A continuación, encontramos la letra de la canción y un análisis de las escenas.

5.1 La letra de la canción:

All I need in this moment it's become a leader,
be part of your feel,

It's raining chords in my mind
but words are hidden and swing

People say the damage is done
but my shoes thinking the worst is yet to come

That's this feel
That's this feel
Don't worry about me

All I need in this moment it's become a leader,
be part of your feel,

It's raining chords in my mind
but words are hidden and swing

People say the damage is done
but my shoes thinking the worst is yet to come

That 's this feel
That's this feel
Don't worry about me

Traducción

Todo lo que necesito en este momento es convertirme en un lider,
formar parte de tus sentimientos

En mi mente llueven acordes
Pero las palabras se ocultan y nadan

La gente dice que el daño ya está hecho
Pero mis zapatos piensan que lo peor está aun por llegar

Eso es lo que siento
No te preocupes por mí

5.2 Análisis de las escenas

- Conducción de un coche sin rumbo fijo. El protagonista comienza a pensar en todas las imágenes que irán aconteciendo.



Fotograma 1

Fotograma 2

- Un niño vestido de superhéroe que representa la inocencia y valentía que necesita el protagonista enfrentándose contra “adversidad”. Existe un juego con la letra de la canción y la figura del niño para transmitir la angustia. La letra dice *“people saying the damage is done”* y encontramos al crío intentando quitarse la capa sin éxito en un fondo más oscuro y tétrico, más adelante al ritmo de *“The worst is get to come”*, la desesperación de este se incrementa.



Fotograma 3

Fotograma 4

- Muñeca hinchable tirada en la playa como imagen del puro objeto superficial y sexual. La renuncia al enamoramiento, a los sentimientos y complicaciones.



Fotograma 5

Fotograma 6

- La violencia y agresividad de un perro de presa descuartizando la muñeca hinchable por no ser un optima “substituta”. Esta escena acompaña el estribillo de la canción “That’s this feel” a modo de video sensación para reflejar la irritación del protagonista.



Fotograma 7

Fotograma 8

- Rabia y ansiedad contenida de unas manos apretando bolitas de plástico para envolver piezas delicadas y encendiendo un zippo dispuesto a quemar lo que más adelante el espectador averiguará, la mansión Barbie.



Fotograma 9

Fotograma 10

- Protagonista con máscara de gas . Otro símbolo de agobio y de necesidad de un artificio para sobrevivir a la angustia. El protagonista se dirige al mar en referencia a de nuevo a la letra *“hidden and swim”*



Fotograma 11

Fotograma 12

- Cráneo de perro como representación de la muerte, la tragedia de la vida. Aparece como plano adyacente al busto del perro situado en la misma posición.



Fotograma 13

Fotograma 14

- El caballo es una metáfora del amor indomable. Aparece en relación con los primeros planos de la actriz para transmitir ese amor salvaje e incontrolable.



Fotograma 15

Fotograma 16

- La figura de la actriz aparece idolatrada por el protagonista. La encontramos en planos en un trono de leopardo dorado en la playa, en primeros planos con la melena al viento cual diosa divina y corriendo o patinando para transmitir ese continuo huir y nunca llegar a conquistarla. También la encontramos interactuando con el protagonista llevando en todo momento la iniciativa.



Fotograma 17

Fotograma 18

- **Mansión Barbie en llamas.** El incendio en la mansión de Barbie es una metáfora del desencanto. De la renuncia al mundo color rosa y los cuentos de princesas donde siempre encontramos un final feliz y el chico se queda con su amada. Encontramos además un juego con la estética de las Barbies y la de Laura muy parecidas por su pelo.



Fotograma 19

Fotograma 20

- El grupo muestra en este videoclip sus dos caras, una formal y seria demostrando su profesionalidad y una parte más irreverente tocando en una factoría abandonada, utilizando como instrumentos objetos absurdos para hacer música como una espiradora, un bidón de gasolina y una guitarra sin cuerdas. Así se pretende transmitir la actitud descarada y surrealista del grupo.



Fotogramas del grupo Caballo Trípode

- Como curiosidad, cabe destacar las continuas referencias equinas al grupo de música Caballo trípode que van apareciendo a lo largo del videoclip con la presencia de caballos en la marca del coche (Ford Mustang), el vestuario de la actriz, la Barbie, el atrezzo del niño o el propio caballo que aparece con una venda en la pierna.

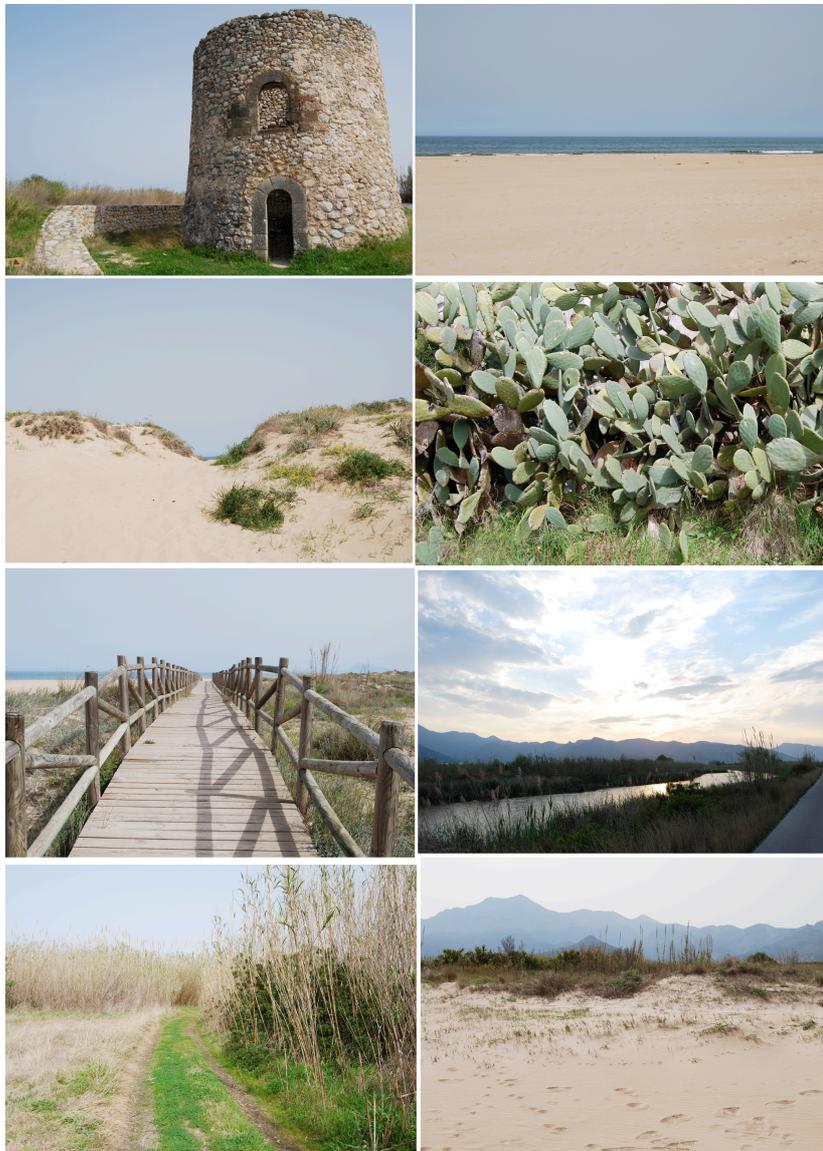


Fotogramas de referencia a Caballo Trípode

6. LA PRODUCCIÓN

6.1 Localizaciones y estilo de la imagen

El rodaje tiene lugar en casi su totalidad en localizaciones exteriores. La luz natural de atardecer predomina a lo largo del relato. Con una estética de aires *vintage* y reminiscencias al surf de finales de los 60. Emplazamientos cálidos de sol y playa, con ciertos toques de surrealismo, planos rápidos y que doten a la belleza y tranquilidad de los paisajes vírgenes de un matiz más agobiante, rockero y punk para que se identifique con el estilo del grupo y la esencia de la canción. El entorno es cálido, virgen, paisajes abiertos de playa, donde predomina el color arena, verdes y marrones de la tierra, plantas secas y árboles. Junto a los tonos pastel turquesas y rosas del cielo y mar o la casa rosa de muñecas para conseguir un entorno onírico y descontextualizado.



Localizaciones en playa de Xeraco, dónde tienen lugar la mayor parte de las escena

6.2 Equipo artístico y técnico

Este trabajo es amateur y de bajo presupuesto. Todos los componentes que participan en este proyecto son familiares y amigos que han colaborado para poder hacerlo posible. Se encargaron de ejercer de actores, maquinistas, conduciendo un coche para poder grabar los planos del Mustang y la carrera de la actriz; haciendo fotos para el *making off* o trayendo bebidas para amenizar el rodaje.

6.2.1 Los actores

La elección de los actores fue sencilla. Deseaba un chico y una chica jóvenes, de unos “veintipocos” años a los que poderles dar un *look* juvenil, moderno y desenfadado. En seguida contacté con una pareja de amigos muy atractivos y fotogénicos, Javier y Laura, que cumplían el perfil que andaba buscando.

El tercer actor había de ser un niño cuanto más pequeño mejor para disfrazarlo de superhéroe casero, con un traje que simulara estar improvisado y recién cosido por su madre. Gracias a mi hermano puede contactar con un amigo que tiene un hijo de dos años y medio llamado Artur. Después de ir a visitarlo y observar sus expresiones faciales, decidí que era perfecto. Sus padres me dieron enseguida la autorización.

6.2.2 Operador de cámara

Tenía muy claro que quería conseguir una buena calidad de imagen, así que no me conformaba con una cámara cualquiera. Investigando, observé que la tendencia actual en grabaciones de video es utilizar cámaras fotográficas como la Canon D5 o D7 por su mayor similitud a filmaciones cinematográficas. Opté por centrarme en la dirección del videoclip y tomar las decisiones en fotografía y contactar con alguien que dispusiera de una cámara digital de este tipo. Así fue como pensé en Xavi, que trabaja como *freelance* con su propia cámara Canon 550D haciendo trabajos audiovisual para eventos deportivos y festivos. Cuando le comenté la idea, se volcó por completo en el proyecto y ha sido todo un descubrimiento trabajar con él como persona y como profesional.

6.2.3 Vehículos y semovientes

Sabía de un señor que coleccionaba coches antiguos, así que decidí acudir a Xeresa para preguntarle por el presupuesto de alquiler para un día de uno de sus automóviles. Por ser estudiante, decidió prestarme un precioso Ford Mustang del año 65 color azul turquesa, con una condición, estar presente en el rodaje porque no dejaba sus coches a nadie. Lo bien cuidado que está el vehículo demuestra el cariño del dueño con que lo cuida. La verdad que

nosotros actuamos con mucho miramiento y él al final nos dejó hacer lo que quisiéramos, subir todos los miembros del equipo, hacernos fotos, arrancarlo una y otra vez e incluso nos permitió poner la tabla de windsurf sobre el impecable tapicería de cuero.

Por lo que respecta al caballo, fue prestado por el padre de una amiga que tiene una cuadra en la que estuvimos toda una tarde intentando captar movimientos con brío con la suma paciencia de su propietario. La perra por su parte es un *Standfford Inglés* de mi familia, de aspecto muy agresivo pero de carácter cariñoso y dócil. Pensé que podría explotar su apariencia violenta grabando experimentando con planos provocadores.

6.2.4 Presupuesto

El material necesario para el rodaje supuso un coste total de 130 euros. Este es el presupuesto total del videoclip, dividido entre atrezzo y utilería adquirido para la ocasión, junto al catering para hacer más agradables los días de rodaje.

Pasamos a detallar los elementos de atrezzo y utilería:

- Caballo palo de juguete para el niño
- Vestuario niño: camiseta y tela roja
- Bengalas
- Máscara nuclear
- Caballo Barbie
- Mansión Barbie
- Muñeca hinchable
- Cráneo de perro

7. EL RODAJE

Una vez formado el equipo de trabajo, elaboré un plan de rodaje repartido en ocho días durante los meses de mayo y junio en diferentes emplazamientos de la Comarca de la Safor. Los horarios se establecieron en función de las horas de sol y la disponibilidad de personal. En la siguiente tabla encontramos el desglose de días de rodaje.

TABLA 1	
DIA 1	(Playa de Xeraco - Atardecer) Grabación del coche con Javi
DIA 2	(Playa de Xeraco- Amanecer- Tarde) Planos del silló y Laura y Javi
DIA 3	(Playa de Venecia- Atardecer) Javi máscara de gas y bolas de plástico
DIA 4	(Xeraco- Tarde) Planos Artur
DIA 5	(Playa de Xeraco- Mañana) Planos muñeca hinchable y perro
DIA 6	(Playa Venecia- Atardecer) Fuego Barbies, planos caballo de plástico y zippo
DIA 7	(Potries- Tarde) Planos caballo
DIA 8	(Villalonga local de ensayo del grupo- Tarde/noche) Planos grupo

En general el planning transcurrió siguiendo lo programado aunque nos encontramos con diversos problemas que dificultaron la fluidez del rodaje.

Como se grababa en la mayoría de los casos en exteriores, los días establecidos para el rodaje y a la hora a la que el quipo estaba convocado, llovía o el cielo aparecía excesivamente nublado.

La falta de recursos técnicos y presupuesto también dificultó el rodaje. La grabación del *travelling* circular de la protagonista sentada en un sillón fue complicado. No disponíamos de vías circulares para realizar un *travelling*, la superficie de las dunas de la playa era inestable y rugosa, por lo que tampoco podíamos utilizar un carro con ruedas o un monopatín. Optamos por rodarlo manualmente quedando un resultado aceptable. Respecto al paisaje virgen que buscábamos para el videoclip, siempre habían elementos antiestéticos como un poste de la luz, casas, basuras o contenedores que truncaban los planos.

Otro de los planos curiosos que grabamos fue el de la Mansión de Barbie en llamas. Una vez forrado el interior de la casa con papel de aluminio, intentamos preparar una hoguera en la parte posterior de la casa para simular que esta estaba ardiendo en llamas con sus inquilinas las Barbies dentro. La casa la situamos en la playa como si de la mansión Malibú se tratase. Cuando nos dispusimos a encender el fuego, el viento nos lo

impedía. La parte más cómica llegó cuando pusimos en el fuego incandescente unas fuentes pirotécnicas a modo de bengalas que salieron con más potencia de lo esperado y casi nos funden la mansión en cuestión de segundos.

He escuchado en numerables ocasiones que rodar con niños y animales es complejo, yo esta vez lo he podido comprobar. Primero con el actor de dos años y medio que acudió dormido en brazos de su padre, lo despertamos y solo pedía entre lloros marcharse a casa. Entre todos mis compañeros formamos un elenco de psicólogos infantiles, repartimos espadas de plástico y gomaespuma, y empezamos a jugar con él. Finalmente, conseguimos distraerlo para obtener los planos que buscábamos.

Que el perro rompiera la muñeca hinchable fue más sencillo, solo tenía que dejársela delante porque estaba tentada de morder ese plástico enorme y colorido.

Del caballo quería captar movimientos “salvajes” de sus patas y de su cabeza, para ello tuvimos que gravar gran cantidad de recursos con tal de que algún fragmento fuera aprovechable.

El rodaje del coche también fue un tanto complejo puesto que nos situamos en una carretera estrecha de la playa de Xeraco , dónde pasaban escasamente dos coches, el coche que iba a salir en pantalla y el que llevaba al operador de cámara, ocupando toda la vía. Se trata de una carretera que no suele estar transitada pero casualmente el día del rodaje parecía que la gente se había puesto de acuerdo para pasar por allí. Disponíamos de poco tiempo por la luz, ya que pretendíamos que circulara en el atardecer.



Selección de imágenes del *making off*

8. MONTAJE Y EDICIÓN

Aunque para la grabación si que se ha seguido un guión preestablecido, determinado qué imágenes iban a ser filmadas y su composición, es el proceso de montaje una de las partes más relevantes para la obtención del resultado final porque es en este punto, cuando se realiza la selección de planos y se decide el orden concreto y la duración de los mismos siguiendo la letra y el ritmo rápido que marca la canción.

El montaje de este clip tiene un ritmo muy acelerado, diferentes planos se intercalan para transmitir sensación de rabia, impotencia y nerviosismo.

Encontramos dos líneas en el relato, por una parte el grupo de música tocando y por otra, la historia de un chico que arranca su coche y empieza a pensar y sentir. A través de un viaje en coche su mente le traslada a diferentes recuerdos de su vida pero su obsesión es encontrar a la admirada chica de sus sueños. Al ritmo y según la letra de la canción, van apareciendo una sucesión de imágenes fruto de su imaginación.

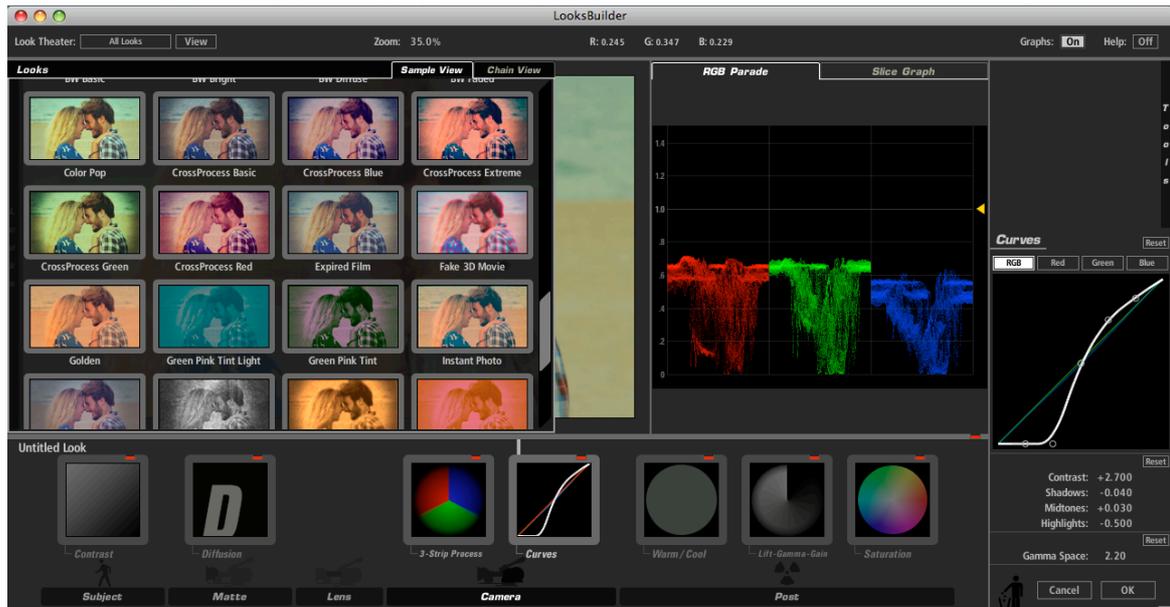
8.1 Estructura rítmica

La estructura rítmica de la canción se divide en:

- Introducción y desenlace de la historia dónde aparece el coche al compás de la música, desde que arranca y acelera hasta que se pierde en el infinito. En mitad del relato, también encontramos la figura del protagonista circulando con el coche para que el espectador siga con la referencia del vehículo.
- El *tremolo* de guitarra característico de la música surf de los sesenta, aparece acompañado por imágenes que se ajustan a prolongación de este peculiar sonido como la muñeca en el tronco, planos de la actriz o el primer plano de los patines.
- Los redobles de batería en los que se muestran breves imágenes a modo de recopilatorio de lo mostrado anteriormente.
- El punteo de guitarra que se sincroniza con su respectiva imagen real o con planos que simulan tal punteo, como el niño entrando en su "fortaleza" o los disparatados instrumentos del final.
- El Estribillo en el que las imágenes acompañan las palabras "*That's this feel*" con la evocación de sentimientos en el arranque de piel, caricia a las plantas o beso.
- Los apelativos a la chica "*Don't worry about me*" o "*be a part of your feel*" en las que las imágenes también aluden a la amada con la perra estirando un troco para sí misma o la protagonista huyendo.

8.2 Posproducción: Colorido, tipografía y efectos visuales

El montaje se ha realizado con el programa de edición de video Premiere. Las imágenes han sido retocadas con *After effects* para dotarlas de más fuerza visual añadiendo los filtros *Vintage Film by Nick Campbell – CrossProcess Green* y *Music videos- Big Country* de la colección de plugings *Magic Builder Looks* y potenciando con la herramienta *Corrección Selectiva* los negros y cianes.



Pantalla LooksBuilder. Retoque de imagen



Pantalla Adobe Premier. Antes de aplicar el filtro Big Country potenciar negros y cian mediante corrección selectiva del color

La tipografía empleada tanto en el título inicial como en los créditos del final es *Tape Loop*. Se trata de una fuente muy informal, que simula trazos descuidados. Intenta huir de nuevo de convencionalismos, reflejando la filosofía del grupo y el estilo del videoclip. Las rayaduras son desaliñadas pero insistentes, para generar un mensaje legible con unas partes más pronunciadas que otras, muestra de nerviosismo y asentimiento.



Fotogramas créditos del principio y fin

Además encontramos efectos gráficos en distintas imágenes que se adecuan a la fuente elegida y estilo conjunto de la pieza audiovisual. Trazos creados con el programa *Adobe Flash* que simulan estar escritos a mano que se dibujan en el transcurso de las imágenes y que refuerzan la idea del videoclip. Empezando con un pequeño giño al grupo Caballo Trípode con el tachado de una de las piernas del logotipo de la marca *Mustang*, intensificando la fantasía del niño, hasta la veneración de la actriz con *El ojo de la Providencia* o el relucir de sus patines.



Fotogramas con trazo elaborado con *Adobe Flash*

1. CONCLUSIONES

Elaborar este proyecto ha sido una experiencia emocionante y enriquecedora, en la que he tenido la oportunidad de descubrir un formato audiovisual que hasta el momento era desconocido para mí.

Me ha permitido combinar dos de mis pasiones; la música y el cine, en un breve pero intenso espacio de tiempo.

Si bien había hecho cortometrajes anteriormente, me ha sorprendido lo excitantes pero densos y que pueden llegar a ser los 2'30" de duración de *That's this feel*. Durante el proceso de montaje creía que nunca llegaba a su fin. Han sido muchas horas frente al ordenador, largas noches intentando conseguir una pieza audiovisual que cumpliera mis expectativas. Algún bloqueo del ordenador y las copias de seguridad de los videos me produjeron momentos de pánico, que visto ahora en perspectiva, se quedan en simples anécdotas.

Considero que he aprendido mucho en este proyecto. Tanto en la realización como en producción dónde he tenido que desenvolverme como nunca antes lo había hecho, llamando por teléfono a todas horas. En la grabación, en la que han habido momentos divertidos, pero también muy difíciles, que al final he podido resolver; hasta la edición final, en la que he retocado una y mil veces hasta obtener el resultado deseado.

Coordinar y dirigir un equipo de gente, que se ha volcado y involucrado en el proyecto como si fuera suyo, ha ayudado mucho a que el producto final sea aun más valioso para mí. Porque gracias a la realización de este proyecto han surgido ya próximos proyectos que vamos a empezar a realizar en breve.

El entusiasmo y la dedicación con el que empecé este trabajo se siguen manteniendo. Mi propósito ha sido crear un videoclip profesional. He pensando cada pequeño detalle, soy consciente de que partía de una autoexigencia elevada y complicada de cumplir, por el desconocimiento del formato, por el escaso presupuesto y falta de recursos técnicos.

Estoy satisfecha con los resultados obtenidos y me motivan a seguir formándome y aprendiendo, para abarcar nuevos retos en este apasionante mundo audiovisual.

9. BIBLIOGRAFÍA

Páginas de con las últimas tendencias más innovadoras en videoclips:

- Globe tv. [en línea]. http://www.globe.tv/dion/?page_id=357 [consulta 23 abril 2011]
- Sebmarine chanel. [en línea]. http://2pause.com/#/list/2/electric_cinema [consulta 23 abril 2011]
- The creators Project. [Web en línea]. <http://www.thecreatorsproject.com/es/creators/radical-friend> [consulta 5 mayo 2011]
- Waaau tv canal cultural 2.0. [en línea]. <http://waaau.tv/http://vimeo.com/18422993> [consulta 24 abril 2011]
- The fashion film blog. [Web en línea]. <http://www.ravished-by-illusions.com/> [consulta 24 abril 2011]
- Tom Kuntz. [Web en línea]. Kuntzmanor. <http://www.kuntzmanor.com/> [consulta 25 abril 2011]
- Lyona Alyona. [Web en línea]. <http://vimeo.com/lyona> [consulta 25 abril 2011]
- Productora Canada. [Web en línea]. <http://www.lawebdecanada.com> [consulta 25 abril 2011]
- Michel Gondry. [Web en línea]. <http://www.michelgondry.com/> [consulta 25 abril 2011]
- Kike Maíllo. [Web en línea]. <http://www.myspace.com/kikemaillo>. [consulta 25 abril 2011]

Libros y publicaciones en revistas académicas:

- Chion, Michel. *La audiovisión*. Barcelona:Paidós,1993.
- Sedeño Valderós, Ana María. “Videoclip musical: desarrollo industrial y últimas tendencias internacionales”. *Ciencias Sociales* (2004): 47-57.