

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

MASTER EN POSTPRODUCCION DIGITAL

---



UNIVERSIDAD  
POLITECNICA  
DE VALENCIA



ESCUELA POLITECNICA  
SUPERIOR DE GANDIA

**“Realización de un spot promocional para  
la compañía discográfica Alone Records  
”**

***TRABAJO FINAL DE MASTER***

**Autor: Jorge Soriano García**

**Director: Elisa March Leuba**

***Gandia, septiembre de 2011***

## **Agradecimientos**

A mi familia, por su apoyo y cariño. A mis padres Encarnita y Julián, por darme alas y ser responsables de mi afición y pasión por eso a lo que llaman arte. A mi hermano Julián por hacer que no se me olvide. A mi primo Javi por su confianza ciega (miope) y sus consejos.

A toda la gente de la clase del máster, por sentirme ciudadano del mundo, en especial a mis navajas en Gandía, por cada proyecto, ilusión y sonrisa compartida. Os debo optimismo, trabajo y satisfacción. Gracias.

A los que nunca falláis, estéis donde estéis, para levantar el ánimo y compartirlo todo. Seguí sabiendo quiénes sois.

A la personita que más me exige, aguanta y valora. Gracias por todo.

# Índice de contenido

1.- Introducción.....	3
1.1.- Objetivos.....	4
1.2.- Plan de Trabajo.....	4
1.3.- Estructura de la memoria.....	5
2.- Contexto de la obra.....	6
2.1.- Promoción discográfica en los medios audiovisuales.....	6
2.2.- Alone Records.....	10
2.2.1.- Historia y filosofía de la compañía.....	10
2.3.- Rock psicodélico: definición y evolución.....	12
2.3.1.- Inicios e influencias:.....	12
2.3.2.- Evolución del estilo: del Summer of Love al Stoner Rock.....	14
2.4.- Arte y rock psicodélico.....	19
2.4.1.- Características.....	20
2.4.2.- Influencias:.....	20
2.4.2.1- Art Nouveau .....	21
2.4.2.2 - Alphonse Mucha.....	21
2.4.2.3 - Cómic.....	22
2.4.2.4- Surrealismo.....	23
2.4.3.- Cartelería.....	24
2.4.3.1.- Michael Ferguson.....	25
2.4.3.2.- Lee Conklin.....	26
2.4.3.3.- Martin Sharp.....	26
2.4.3.4.- Rick Griffin.....	27
2.4.3.5.- Victor Moscoso.....	28
2.4.3.6.- Hapshash and the Coloured Coat.....	28
3.- Desarrollo del producto audiovisual.....	30
3.1.- Preproducción.....	30
3.1.1.- Briefing.....	30
3.1.2.- Referentes estéticos.....	31
3.1.3.- Diferencias estéticas con otros estilos de música extrema.....	33

3.1.4.- Referentes de vídeo.....	35
3.2.- Producción.....	40
3.3- Postproducción.....	43
4.- Conclusiones.....	45
5.- Bibliografía.....	47

## Índice de figuras

Figura 1: Fotografía de una máquina soundie "Panoram".....	7
Figura 2: Fotograma del videoclip Thriller, de Michael Jackson (1983).....	8
Figura 3: Lipdub de la Nihon University (2009).....	9
Figura 4: Miguel Navarro en una entrevista a Canal Sur.....	10
Figura 5: Los sevillanos Orthodox, uno de los grupos con más proyección internacional del sello.....	11
Figura 6: Cactus de peyote, planta mexicana de donde se obtiene la mescalina.....	12
Figura 7: El difunto humorista americano Bill Hicks hablaba en sus monólogos sobre la influencia positiva de las drogas en la música.....	13
Figura 8: Portada del "Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band".....	14
Figura 9: The Sonics, pioneros en el sonido garage.....	15
Figura 10: Jimi Hendrix tocando en el festival de Woodstock (1969).....	15
Figura 11: Formación de Pink Floyd con Syd Barret.....	16
Figura 12: Black Sabbath, padres del heavy metal.....	17
Figura 13: Portada de "The Desert Sessions".....	18
Figura 14: Portada de "Welcome to Sky Valley", de Kyuss.....	18
Figura 15: Fotografía de Scott Kelly, líder de Neurosis.....	19
Figura 16: Cartel psicodélico que usa ilustraciones de Mucha.....	22
Figura 17: Ilustración original para la marca de cigarrillo Job de Mucha (1896).....	22
Figura 18: Viñeta de Robert Crumb.....	23
Figura 19: "Fat Freddy's Cat" Personaje creado por Shelton en 1969.....	23
Figura 20: El gran masturbador, cuadro del pintor catalán Salvador Dalí (1929).....	24
Figura 21: Cartel de un concierto de Charlatans dibujado Ferguson en 1966.....	25
Figura 22: Cartel de un concierto de Santana y Grateful Dead, entre otros.....	26

Figura 23: Portada del "Disraeli Gears", de Martin Sharps (1967).....	27
Figura 24: Cartel de Griffin para The Who de 1966.....	27
Figura 25: Cartel de Moscoso para el Avalon Ballroom de San Francisco (1996).....	28
Figura 26: Carte de Pink Floyd para un concierto en la sala UFO.....	29
Figura 27: Cartel del concierto del grupo Baby Woodrose en Roadburn 2009.....	32
Figura 28: Cartel del festival Roadburn 2009.....	32
Figura 29: Cartel de un concierto de la gira europea de Swans.....	32
Figura 30: Cartel de Mastodon para un concierto en Berlín.....	32
Figura 31: Portada de "Phatom Limb" del grupo de grindcore Pig Destroyer (2007).....	33
Figura 32: Cartel de una gira de Cannibal Corpse, grupo seminal del género Death Metal	34
Figura 33: Cartel del Festival alemán Yellowstock 2011.....	35
Figura 34: Fotograma de un vídeo de motion graphics basado en el film Pulp Fiction (3KDesign).....	36
Figura 35: Elemento gráfico que sirve de transición en el programa APM? de TV3.....	36
Figura 36: Fotograma del spot publicitario del festival Tankcrimes 2010.....	37
Figura 37: Fotograma de la cabecera del programa Hellfest TV 2010.....	37
Figura 38: Fotograma del vídeo de presentación del festival Punk Holiday 2011.....	38
Figura 39: Composición con la diagonal como elemento característico en un plano del vídeo.....	39
Figura 40: Distintas fases de realización del fondo mediante dibujo vectorial.....	40
Figura 41: Pantalla de un amplificador Orange clásico.....	42
Figura 42: Modelo de amplificador usado en el vídeo.....	42

# 1.- Introducción

Este proyecto se engloba dentro del programa de Máster de Postproducción Digital de la Universidad de Valencia, con sede en el campus de Gandía.

Concretamente se trata de una tesina de Tipo 3, que se define como el “*Desarrollo de una pieza audiovisual, cuya realización esté contextualizada teóricamente. A su vez, las diferentes fases de realización deberían estar suficientemente documentadas*”

El trabajo se adscribe a la especialidad de vídeo del Máster, y en él se desarrollaran algunas de las herramientas de trabajo adquiridas en a lo largo del curso.

## 1.1.- Objetivos

El objetivo principal del proyecto es la realización de un spot promocional para una pequeña compañía discográfica donde se muestren las novedades de las bandas que la integran, así como información referente a sus conciertos, notas de prensa y demás datos promocionales.

Así mismo, hay una serie de objetivos secundarios, aunque no menos importantes, que se enumeran de la siguiente forma:

- Ampliar los conocimientos adquiridos en el curso sobre las técnicas de dibujo vectorial, motion graphics y tipografía mediante las herramientas de software usadas a lo largo del máster.
- Aplicar los conocimientos adquiridos en el máster sobre grafismo audiovisual y adaptarlos al formato concreto de la pieza.

- Tomar contacto con el mundo laboral al tratarse de un proyecto enfocado a una empresa real.
- Realizar un producto audiovisual personal que pueda servir para promoción propia incluyéndolo en un currículum o *show-reel*.

## **1.2.- Plan de Trabajo**

Este trabajo parte como una ampliación y mejora de un proyecto para la asignatura “Aplicación de la composición: Grafismo Televisivo”, en el cual se dieron unas pautas iniciales y un esquema a seguir de lo que sería la tesina fin de máster.

Se pretendía aunar, en un único proyecto, la realización de una pieza audiovisual que contuviera los conocimientos teóricos que dieran lugar a una buen video promocional y una inquietud sobre la música en general, y el rock y la música de vertiente más extrema en particular.

Para dotar de entidad real al proyecto, se contactó con la compañía discográfica Alone Records, con sede en Málaga, que cedió amablemente imágenes y recursos relacionados con el sello e invitó a tomar imágenes de directo en una de las fiestas de celebración del décimo aniversario de la compañía.

De esta relación de cordialidad nace un proyecto con la pasión por la música como motor último, y con la posibilidad de poder ser utilizado por la compañía en el futuro.

## **1.3.- Estructura de la memoria**

En esta memoria se incluye una contextualización teórica que sirve para comprender los referentes visuales y la elección de una estética y unas técnicas dadas.

El objetivo principal del proyecto es la realización de un spot promocional para una pequeña el sello discográfico Alone Records, donde se muestren las novedades de las bandas que la integran.

En primer lugar, se lleva a cabo una breve retrospectiva sobre la promoción discográfica a nivel audiovisual, destacando la influencia de la tecnología y mostrando su evolución mediante varios hitos a lo largo de la historia. Cómo se promocionaban los trabajos discográficos antes y después de la invención de la televisión y el videoclip, y la revolución que supone la llegada de Internet como medio de difusión.

El catálogo del sello discográfico Alone Records engloba artistas de géneros derivados del rock psicodélico con un fuerte nexo de unión visual muy característico, y enfocado a un público específico. Para poder situar el vídeo en su contexto, se menciona una breve historia de la compañía y su filosofía de trabajo.

Es importante también conocer la evolución del rock psicodélico, desde sus inicios hasta su derivación e influencias, para saber de dónde surgen géneros más minoritarios y especializados como el stoner rock o el doom metal, cuyas composiciones comparten similitudes, así como un largo recorrido de arte influenciado por la música, y viceversa.

Por último se hace un repaso de las referencias propias en las que se pretende que se apoye la pieza audiovisual así como una explicación del proceso llevado a cabo hasta la realización final del vídeo y sus diferentes fases.



## **2.- Contexto de la obra**

Para comprender el aspecto visual que posee el vídeo así como su formato, en esta memoria se analiza tanto el sonido como la imagen gráfica del rock psicodélico y sus vertientes. De un modo parecido, se hace una breve retrospectiva sobre los medios de difusión y promoción de la industria discográfica para poner en contexto el formato de la obra.

### **2.1.- Promoción discográfica en los medios audiovisuales**

Desde los primeros formatos de grabación sonora, a finales del siglo XIX, hasta la invención de la televisión, la promoción discográfica se reducía básicamente a la radio. Es importante en los primeros años del siglo XX la figura del disc-ockey, locutor que “pinchaba” discos recibidos del catálogo de las primeras compañías discográficas.

Por otro lado, se va desarrollando en la industria audiovisual el primer cine sonoro y posteriormente musical y ya en la década de los 30 algunos músicos de gran éxito actúan en largometrajes filmando sus actuaciones enteras (Sánchez, 2009)

En los años cuarenta se comercializan los “soundies”, aparatos muy similares a las gramolas, donde, previo pago, el usuario podía seleccionar fragmentos de largometrajes musicales o filmaciones de actuaciones para visionar en bares, restaurantes y otros lugares públicos.



*Figura 1: Fotografía de una máquina soundie "Panoram"*

La invención de la televisión, y su expansión en la sociedad americana en la década de los 50, borra de un plumazo la comercialización de soundies debido a la gratuidad del nuevo medio audiovisual.

Sin embargo, el cine sigue siendo uno de los mayores medios de difusión y promoción, y de mano del nacimiento del rock and roll y la música popular surgen films dedicados a la figura de músicos famosos o protagonizados por los mismo. Así, tenemos como ejemplos más importantes la extensa carrera cinematográfica de Elvis Presley, ejemplo de la nueva sociedad de consumo americana, o las películas protagonizadas por los Beatles, como “A Hard Day's Night” (1964)

Es en la década de 1970 cuando nace el videoclip como formato promocional propiamente dicho. Se considera a Bohemian Rhapsody, la opera-rock de Queen de su disco “A Night at the Opera”, el primer videoclip, emitido en el programa “Top of the pops”, de la BBC. La creación de estas piezas audiovisuales van ligadas directamente a un aumento exponencial de las ventas de la música que tratan de vender, por lo que el videoclip se adopta rápidamente como formato audiovisual de promoción más extendido. Uno de los ejemplos más claro es la realización del videoclip “Thriller” (1983), de Michael Jackson, uno de los álbumes más vendidos de la historia de la música popular.



*Figura 2: Fotograma del videoclip Thriller, de Michael Jackson (1983)*

Con el nacimiento de la MTV, cadena por cable dedicada a la música, en 1981, fue un medio donde las compañías discográficas más importantes daban a conocer sus novedades en forma de videoclips. Estos últimos sufren una evolución continua a lo largo de los años, y cada vez son más costosos de realizar, en un intento de mostrarse más original y vistoso que la competencia.

La llegada de Internet supone una revolución en cuanto a cómo el público elige los contenidos que quiere ver y la creación a nivel amateur de contenidos.

En 2005 se crea la famosa página web Youtube, sitio orientado a contener videos grabados por una red de usuarios de toda condición. Aunque al principio es mirado con recelo por las grandes compañías, por contener imágenes con derechos de autor y pronto muchas deciden borrar el contenido mostrado sin su permiso, no tardan mucho en crear el canal VEVO, canal exclusivo para estrenar videoclips y tratar de captar anunciantes.

La viralidad como medio publicitario es muy importante durante estos últimos años, ya que la creación de vídeos por fans es una forma de promoción indirecta en la que se da a conocer material discográfico sin que las compañías tengan que hacer ningún esfuerzo

económico. La culminación de este tipo de vídeos es la proliferación de “lip dubs”, vídeos sin cortes donde una gran cantidad de gente simula hacer un playback de una canción.



*Figura 3: Lipdub de la Nihon University (2009)*

El videoclip llega a un estado en el que se consume más por la red que por la televisión, debido a la inmediatez y capacidad de elección por parte del usuario. Muchos grupos se aprovechan de este factor y deciden grabar sus propios videos promocionales de forma casera, buscando la originalidad y la retroalimentación por parte de su público.

## **2.2.- Alone Records**

El sello discográfico Alone Records posee una historia y filosofía de trabajo muy particular.

Es esencial conocer su contexto, para, a lo largo de esta memoria, definir los estilos musicales que abarca, su estilo gráfico, y cómo han influido en la realización de la pieza audiovisual.

### **2.2.1.- Historia y filosofía de la compañía**

Miguel Navarro funda el sello, con sede en Málaga, a finales de 1999, después de una mala experiencia con una compañía discográfica independiente a la hora de publicar material de

sus propio grupo de música rock.

Gracias a Internet, empieza a hacer contactos con sellos independientes europeos y estadounidenses para dar a conocer sus referencias a un nivel más global y con el objetivo de tener el apoyo común de todas compañías que publicaban material íntimamente relacionado.

La colaboración de una radio local especializada en Stoner Rock y el deseo de Miguel de editar material relacionada con Kyuss y su ambiente fue un punto de inflexión a la hora de publicar sus primeras referencias. Viaje a 800, una banda gaditana de culto a nivel nacional y sobre todo internacional, fue la primera de las grandes publicaciones que estarían por venir.



*Figura 4: Miguel Navarro en una entrevista a Canal Sur*

Actualmente el catálogo posee grupos que orbitan alrededor del stoner rock, pero que caben perfectamente en estilos más acercados al doom, sludge, drone y demás derivados del rock psicodélico para el oyente habitual de música más dura pero con predisposición a abrir la mente y oídos antes sonidos nuevos.

La filosofía de la compañía se basa en el trabajo duro, en dar con músicos apasionados por su música y en lo cuidado de sus ediciones, ya sea de grupos propios del sello, como de co-ediciones con otras compañías o re-ediciones de grandes clásicos del género como

Yawning Man. No es de extrañar, pues, que tanto las ediciones en disco compacto como en vinilo con doble carpeta tengan un aspecto visual muy cuidado y con todo lujo de detalles. El producto debe “entrar por los ojos”, y el público objetivo del sello, es muy selectivo en este aspecto, ya que realiza una inversión importante, comparada con otros sellos, para disfrutar tanto del aspecto auditivo como visual de la obra.



*Figura 5: Los sevillanos Orthodox, uno de los grupos con más proyección internacional del sello*

Ya sea mediante la venta on-line a través el sitio [www.the-stone-circle.com](http://www.the-stone-circle.com) como montando stands en conciertos y festivales por toda España y Europa, la característica principal del sello es el cuidado y el trato tanto a sus compradores habituales como a los grupos que edita y distribuye.

### ***2.3- Rock psicodélico: definición y evolución***

El rock psicodélico, en el concepto más amplio del término, es un pilar fundamental en el catálogo de Alone Records. Conocer la historia y evolución del sonido es importante para ahondar, posteriormente, en la estética visual del estilo y tener referencias a la hora de componer la pieza audiovisual.

### 2.3.1- Inicios e influencias:

Para hablar del rock psicodélico es necesario definir por separado cada una de las palabras que componen la expresión y que dan forma a un ente que no se comprende sin la intervención de cada una de las mismas.



*Figura 6: Cactus de peyote, planta mexicana de donde se obtiene la mescalina*

Por una parte, se entiende como psicodelia, en un sentido amplio de la palabra, a la intervención de sustancias psico-activas, alucinógenas y capaces de crear estados alterados de conciencia dentro del arte en cualquiera de las escuelas que lo integran. Esta relación no es exclusiva del período, que tiene como comienzo más reconocido la década de 1960, con explosión en 1967, ya que desde el conocimiento y uso de drogas por parte del hombre, éstas han influido en la creación artística de aquellos artistas (El poeta romano Ovidio consideraba que no había poetas entre los “bebedores de agua”) que han hecho uso y abuso de ellas. El escritor Aldous Huxley es el primero en acuñar la palabra “psychedelic” (psicodélico) en 1958, en la correspondencia que mantenía con el psiquiatra Humphry Osmond acerca de los efectos del LSD y la mescalina.



*Figura 7: El difunto humorista americano Bill Hicks hablaba en sus monólogos sobre la influencia positiva de las drogas en la música.*

Decir con exactitud cuando nace el rock es casi tan difícil como definirlo. Podemos hablar de sus raíces más directas, el padre indiscutible, el blues. El sonido de los antiguos esclavos negros en los campos de algodón, la vía de escape ante una vida desdichada. Son imprescindibles figuras como el pionero Muddy Waters para sentar las bases musicales más ortodoxas del género, Chuck Berry y por supuesto Elvis Presley para darle la popularidad que ganó de forma explosiva en los años 50 en Estados Unidos.

A partir de finales de los años 50 y principios de los 60 la historia del rock es continuo baile entre las dos orillas del Atlántico, con las Islas Británicas y Estados Unidos como protagonistas. De las primeras son descendientes uno de los mayores grupos de la historia de la música popular, The Beatles. Los cuatro jóvenes de Liverpool, autores en sus inicios de melodías accesibles y muy influenciadas por la obra de Chuck Berry, el foxtrot y demás música proveniente del nuevo continente, irían evolucionando y madurando su sonido, experimentando con la marihuana y los hongos alucinógenos (sin ser, obviamente, los primeros, pero sí los más famosos en hacerlo) hasta dar a luz obras tan enormes, tanto a nivel de producción musical como visual, como “Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band” o “Rubber Soul”.





*Figura 8: Portada del "Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band"*

### **2.3.2.- Evolución del estilo: del Summer of Love al Stoner Rock**

Por otro lado empiezan a sonar voces contra el orden establecido del rock más comercial, que tenía el beneplácito de una sociedad plagada de convicciones moralistas como la estadounidense, y empiezan a proliferar grupos de jóvenes que, debido a sus limitados recursos, juegan con efectos de sonido y equipos de amplificación casero en los garajes de su casa. Nace el movimiento “garage”, con grupos como “The Sonics” a la cabeza. Paralelamente comienza a surgir una escena cultural amplia, con temas como el esoterismo, culturas orientales, drogas y política como pilares, que musicalmente engloba a los ya citados Beatles, Jefferson Airplane, Grateful Dead, y un sinfín de grupos de ambos lados del Atlántico. La unión natural de estas dos escenas , con la fuerza rítmica y la “suciedad” sonora del garage y la lírica y experimentación de la psicodelia desata el nacimiento del “hard psych” y de todo lo que vendría a continuación.



*Figura 9: The Sonics, pioneros en el sonido garage*

La guitarra de Jimi Hendrix emulando las bombas sobre Vietnam mientras tocaba el Himno Nacional es la mejor metáfora de lo que significó su música y legado en el rock, una auténtica explosión. Entre los años 1967-1969 nace una escena musical que deja de lado la amabilidad musical y atmosférica “hippie” y más ambiciosa que el garage. La opresión política, la liberación sexual y la forma violenta de experimentación con las drogas borraron de un plumazo el legado de los felices años cincuenta, y en la música dieron buena cuenta de ello el propio Hendrix con su arquetípico “Are You Experienced?”, Jim Morrison con The Doors y la visceral Janis Joplin, todos ellos miembros del tristemente célebre “Club de los 27”. El festival de Woodstock, en 1969, es uno de los momentos cúlmenes del movimiento, icono del “verano del amor”, aunque también lapidarios, donde más de 400.000 personas se reunieron ante las guitarras de Hendrix, Santana, The Who, Joe Cocker y otros tantos músicos clave del final de la década.



*Figura 10: Jimi Hendrix tocando en el festival de Woodstock (1969)*

La muerte por sobredosis de las cabezas visibles del rock psicodélico no significó, afortunadamente, la muerte de esta corriente musical. En los años setenta se adentra más en la vertiente progresiva, de experimentación musical y fusión con otros estilos como el jazz y ritmos latinos, donde encontramos a John MacLaughlin con su Mahavishnu Orchestra, a Frank Zappa o los primeros King Crimson, auténticos padres del rock progresivo.

La evolución de los Pink Floyd de Syd Barret hacia terrenos más progresivos y sinfónicos tras la muerte de éste también es destacable, de hecho, “The Dark Side Of the Moon” es uno de los álbumes más vendidos de la historia del rock.

Aunque el uso de sintetizadores no era una algo nuevo (ya estaba extendido en un movimiento más culto, ligado íntimamente a la ingeniería) si que empieza a unirse de forma simbiótica con el rock psicodélico y progresivo de la escena alemana conocida como Kraut-Rock, (Kosmische Muski, música cósmica) con Tangerine Dream o Amon Düül como estandartes.



*Figura 11: Formación de Pink Floyd con Syd Barret*

Es también una década de derivación musical que da forma a otros estilos, The Stooges son conocidos por su evolución musical hacia un proto-punk que se terminaría de dar forma y de tener popularidad en el año 77, con la juventud inglesa del “no future”.

Blue Cheer, un trío californiano, ruidoso y casi cavernícola como nadie en la época, da una vuelta de tuerca al hard psych, y con sus raíces blueseras se aproxima a lo que más tarde se conocería como “heavy metal”. Sería en Birmingham, Inglaterra, de la mano de Black

Sabbath, donde se terminaría de dar forma a este nuevo y oscuro género.

Envueltos en un ambiente industrial, con una mente inquieta y enfocada al ocultismo, el esoterismo y la religión, la formación liderada por Tony Iommi y Ozzy Osbourne se propuso asustar a los oyentes, del mismo modo que lo hacían las películas de terror, con sus poderosos “riffs” (frase musical, distinguible y que se repita a lo largo de la pieza ) y letras oscuras.



*Figura 12: Black Sabbath, padres del heavy metal*

La lentitud y afinación de su sonido, puestas de manifiesto en la homónima “Black Sabbath”, definen, con sólo tres notas, la esencia del heavy metal, y otros estilos, que sin pretenderlo, ya habían inventado y consagrado.

La década de los 80 fue una época de decadencia en general para el rock psicodélico, con la proliferación de la música electrónica más popular, el disco y la llegada del videoclip. Sin dejar de nacer excelentes grupos que revisionan a grupos de los 60 como Spacemen 3, con una clara influencia de The Velvet Underground hacia los terrenos del conocido como “space-rock”, plagado de pasajes instrumentales ambientales.

Hay que avanzar hacia finales de la década y principios de los 90 para encontrar el auténtico “revival” por la música psicodélica más ruidosa y efectiva. En el desierto de Palm Desert, California, comienza a fermentar un nuevo estilo musical que bebe directamente de la guitarra de Black Sabbath y que pone al riff y la distorsión en un altar.

Como es habitual, el contexto y el ambiente influyen de sobremanera en la creación del estilo, así pues, una región tan vasta como el desierto californiano da pie a reuniones de improvisación musical (las conocidas jams del “Desert Sessions”). Este rock desértico, que tiene como pilares fundadores a Yawning Man, entre otros, alcanza su cota de máxima expresión con la banda Kyuss, creadores indiscutibles del llamado “stoner rock”. La palabra “stoned” hace referencia a los consumidores de marihuana, por lo que no es difícil imaginar la influencia de esta droga en las composiciones lentas, pesadas y graves de Kyuss y sus bandas hermanas.

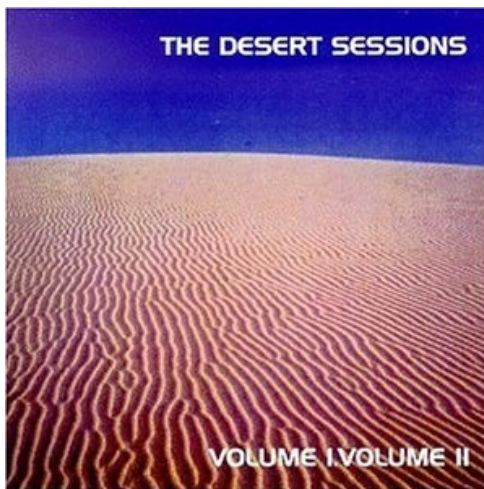


Figura 13: Portada de "The Desert Sessions"

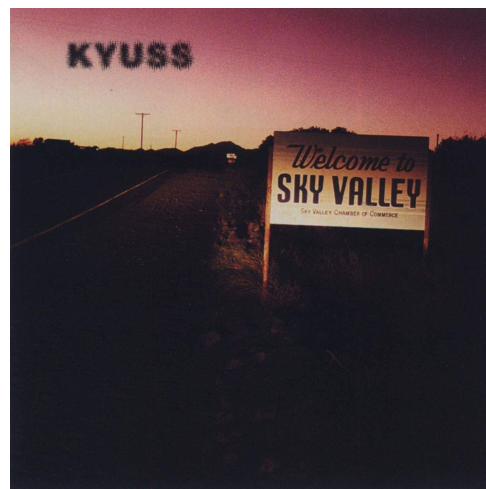


Figura 14: Portada de "Welcome to Sky Valley", de Kyuss

Es interesante mencionar también el “doom metal”, conocido pilar del metal extremo por la lentitud asfixiante de las canciones, que siguió la estela de los primeros Black Sabbath, convergiendo en sonido común con el stoner rock, de forma tangencial, con grupos como los americanos Saint Vitus, Pentagram o los europeos Candlemass.

Por último, en esta línea sucesoria, un camino muy específico de la historia del rock, llegaríamos al Sludge (residuo industrial, suciedad) Metal, heredero del doom y el stoner rock, unido al rápido hardcore punk americano, dando lugar a grupos con un sinfín de influencias, que sin dejar de lado sus raíces de psicodelia y distorsión ahondan en la experimentación y en la creación de sonidos propios. Así, con la influencia del blues y el rock sureño nacerían grupos como Down. Bebiendo más directamente del doom,

tendríamos a una de las piedras angulares, Eyehategod, Neurosis en su faceta más hardcore y experimental...



*Figura 15: Fotografía de Scott Kelly, líder de Neurosis*

Cabe mencionar también el “drone” (zumbido, en inglés), el culto monolítico al riff llevado a su máxima expresión, canciones de más de veinte minutos con un solo acorde, plagado de retroalimentaciones y acoples de los amplificadores, cuyos máximos exponentes serían los norteamericanos Earth y Sunn O))).

Dentro de esta aparente amalgama musical, quedan nexos de unión, ya sean compositivos como visuales, y que tanto el arte y la estética, como los festivales y medios especializados han ayudado a conformar.

## **2.4.- Arte y rock psicodélico**

El arte psicodélico es considerado como un arte decorativo, aunque no deja de ser una aproximación a las experiencias visionarias producidas por la influencia de las drogas. También fue un arte producto del descontento, de resistencia contra la Guerra de Vietnam y la Guerra Fría y contra la sociedad de consumo.

Es por tanto la expresión del sentimiento de los artistas ante lo que acontecía en el mundo,

sumado a las drogas, la meditación, la música y el acercamiento a otras culturas.

En la cercana relación que mantuvieron música y arte visual durante la psicodelia de los años 60 y 70, fue éste último quien estuvo al servicio de la primera. Mientras la música podía transmitir de una forma más palpable los efectos de la droga, las portadas, carteles, y logotipos de las propias bandas intentaban transmitir la razón de ser de esta nueva música eléctrica.

### **2.4.1.- Características**

El color es uno de los pilares fundamentales del arte psicodélico, y de hecho, muchos de los grupos del rock progresivo, blues rock, hard rock... influenciados por la escena psicodélica tenían como referencia el color para sus nombres. Así tenemos a King Crimson, Deep Purple, Pink Floyd, Golden Dawn, Pink Fairies, Red Crayola...

Otras características reconocibles en el arte psicodélico son:

- Patrones parecidos a un caleidoscopio, fractales o inspirados en los diseños persas conocidos en inglés como “paisley pattern”
- Extrema profundidad de detalle o estilización del detalle
- Mutación de objetos y/o patrones y en ocasiones collage

### **2.4.2.- Influencias:**

El arte psicodélico posee unas influencias muy marcadas, en especial la cartelería de los años 60 se destaca por heredar aspectos del Art Nouveau, el cómic alternativo y el surrealismo.

### **2.4.2.1- Art Nouveau**

De un modo similar al rock psicodélico, y como suele ocurrir de forma cíclica en el arte, el Art Nouveau y el arte decorativo de mediados de siglo XIX surge en contraposición a otra corriente artística y social, como consecuencia de un intento de modificar la producción masiva de objetos provocada por la Revolución Industrial, un movimiento de revalorización del trabajo artesanal opuesto a la máquina.

Este movimiento integra diferentes artes: pintura, arquitectura, joyería, cartelería... Es ésta última donde se centra nuestro estudio, ya que mientras en las portadas y el arte de los libretos de los grupos había mucha variedad dentro de cierta homogeneidad, es en los carteles que anunciaban conciertos y otros eventos donde encontramos una mayor convergencia.

### **2.4.2.2 - Alphonse Mucha**

Este prolífico artista checo (1860-1939), famoso por su trabajo como ilustrador en la prensa y publicidad francesa, obtuvo gran éxito y popularidad al conocer a la actriz Sarah Bernhardt, para quien realizó una serie de carteles (Gismonda, 1894; Medea, 1898). Influenciado por las posibilidades expresivas de las líneas y de los contornos que ya había experimentado con éxito Aubrey Beardsley (1872 – 1898), representaba en el cabello de la figura femenina múltiples ondulaciones y una matizada gama de colores.



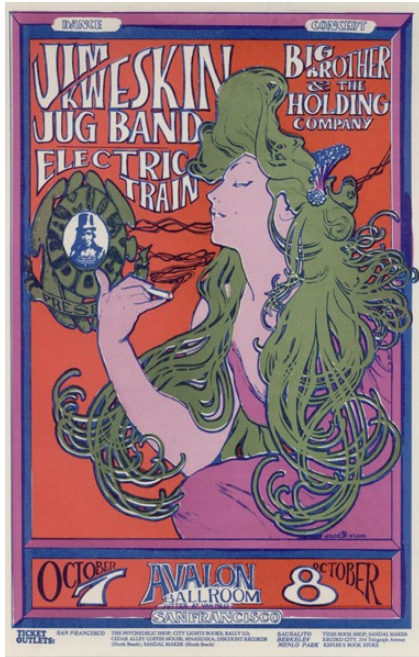


Figura 16: Cartel psicodélico que usa ilustraciones de Mucha

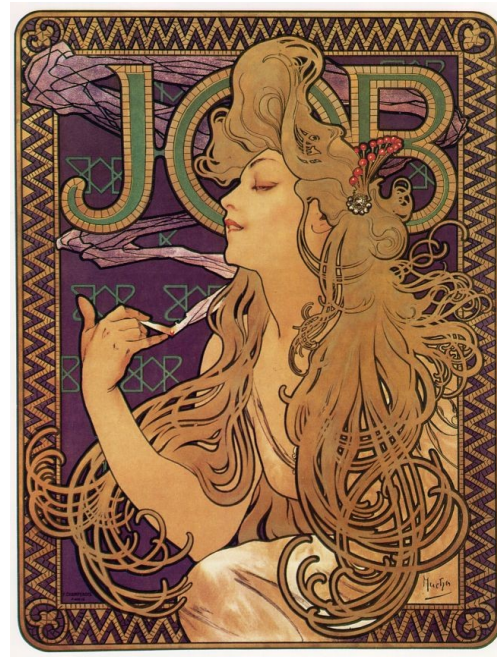


Figura 17: Ilustración original para la marca de cigarrillo Job de Mucha (1896)

### 2.4.2.3 - Cómic

El cómic, un medio ya asentado y popularizado en la década de los 60 en Estados Unidos, tuvo una escena “underground” (alejada del circuito comercial clásico), totalmente irreverente y opuesta a la sociedad puritana americana. También influenciado por el consumo de drogas, el *Comix*, como fue empezado a llamar este movimiento, ponía como contrapartida a un medio eminentemente infantil como el tebeo, un formato donde se reproducían imágenes lisérgicas, de gran contenido sexual, además de ser catalizador de cambios culturales y un importante medio de difusión de los movimientos alternativos.



Figura 18: Viñeta de Robert Crumb

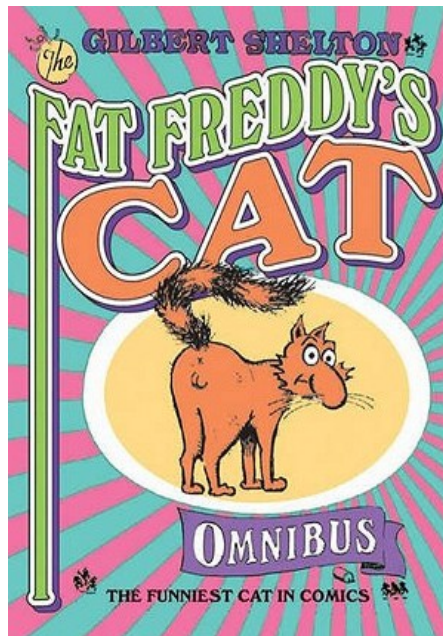


Figura 19: "Fat Freddy's Cat"  
Personaje creado por Shelton en 1969

No es de extrañar, pues, que gran parte de las imágenes más populares relacionadas con el rock psicodélico fueran obra de dibujantes e ilustradores fuertemente influidos por la estética de los *comix*, o que, de hecho, eran dibujantes de *comix*, como Robert Crumb o Gilbert Shelton.

Esta estética fue aplicada en infinidad de portadas de discos, y sobretodo, en la cartelería de locales para conciertos, especialmente en la zona de California, imponiéndose de forma irremediable al resto de la escena, ya fuera europea, británica o americana.

#### 2.4.2.4- Surrealismo

Si bien el arte psicodélico era aquel influenciado por el efecto de las drogas, y que trataba de transmitir ese estado alterado de conciencia, una de sus más grandes influencias es el surrealismo, corriente artística que tiene, en el mundo de los sueños y su significado, su campo de acción y fuente de inspiración.

Ambos movimientos tienen fuertes vínculos con importantes avances en la ciencia.

Mientras los artistas surrealistas estaban fascinados por la teoría de Freud del inconsciente, los artistas psicodélicos, se interesaban por los estudios y experiencias de Albert Hofmann, descubridor del LSD (ácido lisérgico).



*Figura 20: El gran masturbador, cuadro del pintor catalán Salvador Dalí (1929)*

### **2.4.3.- Cartelería**

En la cartelería, un medio cuyo fin último es informar y publicitar un mensaje claro, se anteponía, de forma opuesta, lo estético a la información, resultando en ocasiones que aquello que se trataba de anunciar era algo indescifrable.

La intención era llamar la atención, deslumbrar la mirada con formas que estuvieran identificadas con la cultura psicodélica. Collages fotográficos, diseños complejos en diferentes planos, dibujos simétricos, fractales o directamente sacados de los comix.

Muchas veces estos dibujos poco o nada tenían que ver con el evento que anunciaban, y la tipografía sinuosa y fantástica, jugaba con el diseño de la imagen en el cartel, fundiéndose y en ocasiones, siendo ella misma la verdadera protagonista y el elemento más netamente psicodélico.

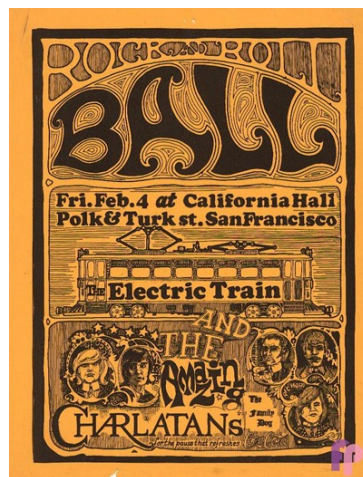
La cartelería suponía entonces una parte fundamental de un todo unido mediante eslabones que relacionaba el consumo de drogas, la influencia en la música, su representación visual mediante carteles y portadas de álbumes, así como espectáculos luminosos en directo, y la indumentaria chillona de los propios músicos y público.

Con el paso del tiempo y de forma paralela que en la música, esta ola estética cayó en la comercialización de cualquier producto: moda, publicidad, televisión... banalizándose y alejándose de su intención inicial. Sin embargo, mantuvo su supervivencia en ambientes *underground* y volvió a tener un resurgir en la primera década del siglo XXI.

A continuación se ilustra con ejemplos los cartelistas más influyentes y representativos de la imagen psicodélica de los años 60.

#### 2.4.3.1.- Michael Ferguson

Miembro de los seminales Charlatans, uno de los primeros grupos en ir definiendo, ya a mediados de los 60, el rock ácido, y en el caso de Ferguson también en crear la estética que posteriormente rodeó a toda esta nueva música. Autor de varios carteles dibujados a mano, con un estilo abiertamente inspirado en los comix.



*Figura 21: Cartel de un concierto de Charlatans dibujado Ferguson en 1966*

### 2.4.3.2.- Lee Conklin

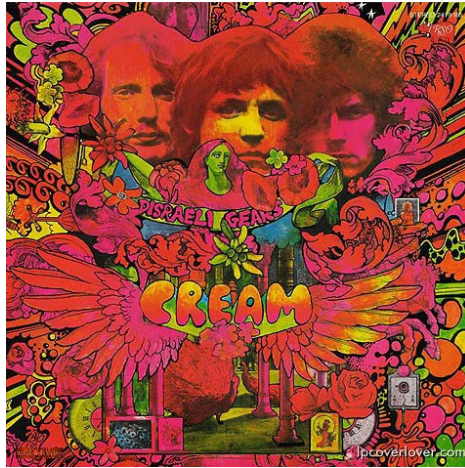
Autor también de la portada del primer disco de Santana. Destaca por el uso del absurdo y el humor negro en sus dibujos. Muy reconocible por sus diseños simétricos y detallados de caras, figuras humanas y animales que vistos a cierta distancia componen figuras completamente distintas.



*Figura 22: Cartel de un concierto de Santana y Grateful Dead, entre otros*

### 2.4.3.3.- Martin Sharp

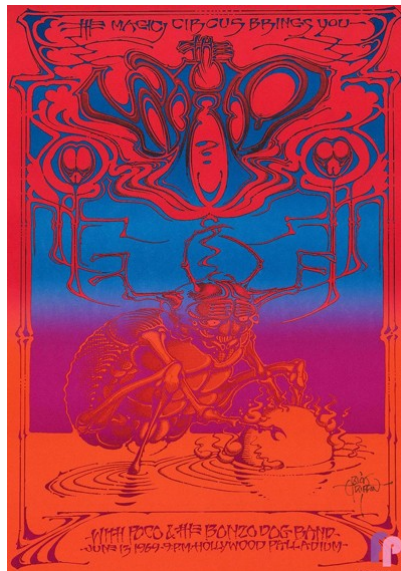
Ilustrador australiano famoso, sobretodo, por sus portadas de “Wheels of Fire” y “Disraeli Gears” de Cream, grupo de Eric Clapton, y que también ilustraría el magazine underground OZ. Con collages de fotografías mezclaba dibujos realizados a mano de extrañas formas orgánicas consideradas actualmente como típicamente psicodélicas.



*Figura 23: Portada del "Disraeli Gears", de Martin Sharps (1967)*

#### **2.4.3.4.- Rick Griffin**

Seguramente el más famoso entre los cartelistas del rock de los 60. Realizó la portada del Aoxomoxoa de la banda Grateful Dead. Es reconocido por su grafismo enrevesado e hipnótico que hace de sus carteles una verdadera experiencia visual.



*Figura 24: Cartel de Griffin para The Who de 1966*

### 2.4.3.5.- Victor Moscoso

Artista de origen español, fue el primer artista de la cartelería del rock psicodélico con formación artística académica. En su obra destaca el uso de colores muy saturados y contrastados.



Figura 25: Cartel de Moscoso para el Avalon Ballroom de San Francisco (1996)

### 2.4.3.6.- Hapshash and the Coloured Coat

Equipo creativo inglés que encargado de hacer muchos de los carteles del local londinense underground UFO. También célebre por los carteles promocionales de grupos como Soft Machine o Tomorrow.



*Figura 26: Carte de Pink Floyd  
para un concierto en la sala UFO*



## **3.- Desarrollo del producto audiovisual**

En este capítulo se aborda el proceso de creación de la pieza audiovisual desde un aspecto técnico, indicando las fases de producción y las herramientas utilizadas

### **3.1.- Preproducción**

Antes de comenzar si quiera con el guión o el storyboard de la pieza, hay que conocer las características de la empresa de la cual versará el vídeo, sus necesidades, el medio donde en principio será emitido y la características propias del mismo. También será necesaria una búsqueda de referentes que se adecuen a las necesidades estéticas de la pieza.

#### **3.1.1.- Briefing**

- **Descripción**

- Video promocional de una compañía discográfica de rock psicodélico afincada en Málaga: Alone Records.

#### **Intencionalidad del producto**

- La intención del producto es dar a conocer información sobre las últimas novedades del sello, así como la agenda de conciertos y las apariciones en prensa especializada de los mismo. También se propone llevar a otro nivel el cuidado visual de los productos de la compañía, uno de los referentes del sello.

- **Mensaje visual que se pretende transmitir**

- Difundir una imagen delicada y estéticamente cuidada, basada en el Art Nouveau y en la cartelería psicodélica. sobre un producto asociado normalmente a otros referentes visuales.

- **Tiempo de duración**
  - Pieza de corta duración, de aproximadamente dos minutos, ya que contendrá un resumen sobre conciertos grabados además de presentar las novedades.
  
- **Horario de emisión**
  - Emisión a la carta las 24 horas del día, dado su enfoque a Internet.
  
- **Público o segmento de público al que se dirige**
  - El público objetivo al que va dirigido el vídeo promocional es tanto el comprador habitual de la discográfica, para fidelizarlo, como un posible nuevo comprador, para que conozca de una forma rápida y visual las últimas novedades de la compañía.
  
- **Requisitos o datos de interés que se deben tener en cuenta**
  - Para comprender algunas de las decisiones tomadas para llevar a cabo este proyecto hay que tener una visión general del estado de la industria musical. En una época en la que la compra de compactos físicos ha disminuido, debido en parte a las descargas de Internet, el vinilo está surgiendo como la alternativa, principalmente para las pequeñas discográficas del ámbito del rock.

### **3.1.2.- Referentes estéticos**

El estilo gráfico que se pretende obtener en la pieza se basa en el arte psicodélico, especialmente en la cartelería más moderna, inspirado en las ilustraciones del estudio de arte italiano “Malleus”.

Influenciados por el stoner rock, la psicodelia y sobre todo por el modernismo y el Art Nouveau, las imágenes de figuras femeninas pueblan portadas, carteles y merchandising de innumerables grupos de doom, stoner rock, y sludge. Como cabezas visibles de esta revisión a la década de 1960, encontramos a los italianos Malleus, y su estudio de tres artistas enfocados en la cartelería de las puntas de lanza de la escena musical metal y rock



También se han encontrado referentes parecidos en la obra de John Baizley, polifacético compositor de Baroness, autor de una serie de portadas de discos de grupos que practican un sludge de corte similar. Muy influenciados por Alphonse Mucha, da una imagen preciosista, bucólica y en ocasiones gótica, que hace de contrapartida a la música agresiva que estas imágenes contienen en el interior de sus carpetas.



*Figura 31: Portada de "Phantom Limb" del grupo de grindcore Pig Destroyer (2007)*

### **3.1.3.- Diferencias estéticas con otros estilos de música extrema**

Es interesante destacar el aspecto decorativo, con búsqueda de la belleza, de los diferentes carteles que actualmente anuncian los conciertos y festivales de una música que no deja de tener un carácter extremo. Viendo el catálogo de Malleus o Baizley, la mayoría orbitan alrededor del Sludge, Stoner e incluso Doom o Drone.



*Figura 32: Cartel de una gira de Cannibal Corpse, grupo seminal del género Death Metal*

Esto supone un contraste con el orden establecido, o más extendido, en la imagen y la iconografía del metal extremo. Las portadas y carteles de conciertos de Black, Death y Thrash Metal (géneros rápidos, pesados y agresivos, derivados del punk y el heavy metal) son un reflejo inequívoco de la violencia, tanto lírica como musical de los discos que contienen, a menudo de forma muy explícita, en una suerte de competición por mostrarse más agresivo, terrorífico o diabólico que los demás grupos.

No cabe duda de que esta estrategia ha funcionado muy bien a nivel estilístico y comercial, como de alguna forma hizo el cine gore, y en ocasiones tangencial a éste último, pero aunque existen obras de gran calidad artística, en este sentido, la escena cae en un punto de saturación y de dogmatismo en cuanto a unos parámetros establecidos.

Es interesante pues, observar como una escena de raíces extremas como el sludge, doom, o stoner, abandona estos clichés y abraza directamente el legado de la imagen del rock psicodélico, aunque compartan características musicales con ambas escenas. Se forma pues, un contraste entre una imagen bella, refinada y detallada y una sonoridad en

ocasiones brusca y asfixiante, incómoda para el oído que no está acostumbrado a estos sonidos, dando lugar a un conjunto único dentro del metal extremo y el rock más ruidoso.

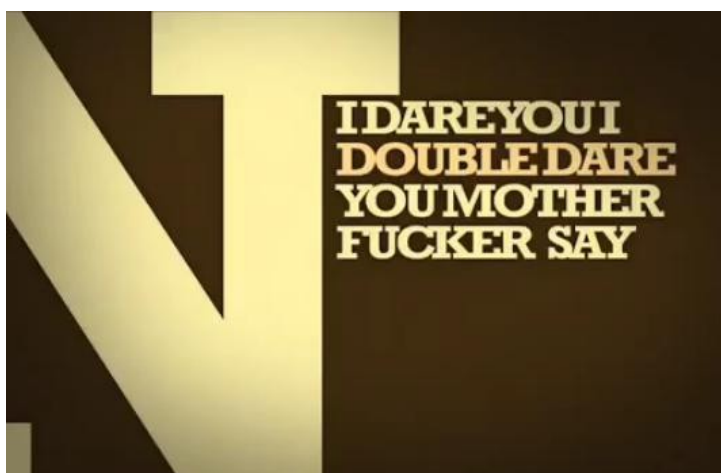


*Figura 33: Cartel del Festival alemán Yellowstock 2011*

Así pues, en el conjunto de grafismo y estética general del vídeo, se pretende obtener este contraste entre imágenes coloridas y bellas y la música dura

### **3.1.4.- Referentes de vídeo**

Como referentes en vídeo podemos contar con ejemplos de motion graphics, donde el texto es un elemento fundamental, y se juega con el uso de la tipografía y su movimiento. A nivel tipográfico los referentes son vídeos conocidos como “kinetic typography” donde usualmente se transcriben diálogos de películas emulando de forma literal el tono, volumen y contenido de las frases a través de tipografía y símbolos en movimiento.



*Figura 34: Fotograma de un vídeo de motion graphics basado en el film Pulp Fiction (3KDesign)*

En un aspecto compositivo uno de los máximos referentes que se han seguido es el tipo de animación y de transiciones usadas en el programa de la televisión pública catalana APM? (Alguna Pregunta Mès?) formando cartones y composiciones vacías donde se insertan cortes de vídeo de otras cadenas. Aunque no se ha pretendido llegar al nivel de apariencia mecánica de este programa, si que ha servido para diseñar la animación principal del vídeo y tener un modelo de donde aprender a como ejecutar las distintas transiciones.



*Figura 35: Elemento gráfico que sirve de transición en el programa APM? de TV3*

Otro referente, añadiendo un nivel informativo al de imagen, en este caso, son los vídeos promocionales de distintos festivales de música rock. En los últimos años han proliferado tanto pequeños como grandes festivales, donde una multitud de grupos se reúnen para dar conciertos durante uno o varios días. Aunque el medio más importante de difusión sigue siendo la cartelería e Internet, el formato de spot promocional corto, con un resumen de los grupos más destacados que actúan, sirve de apoyo para su difusión por la red y medios especializados de una forma más visual y directa.



*Figura 36: Fotograma del spot publicitario del festival Tankcrimes 2010*



*Figura 37: Fotograma de la cabecera del programa Hellfest TV 2010*





*Figura 38: Fotograma del vídeo de presentación del festival Punk Holiday 2011*

### **3.1.5.- Guión**

La realización final de la pieza dista de cómo estaba planteada en un principio. La primera intención era mostrar la polilla del logo de Alone Records como elemento principal en la acción, de la cual irían saliendo marcadores de información sobre las novedades del sello. Esta idea se rechazó ya que en conversaciones con Miguel Navarro, ésta imagen ya no se utiliza en las ediciones actuales de su catálogo, por lo que iría en contra de la intención de mostrar novedades y un estado actualizado de la empresa.

La pieza está planteada en dos grandes bloques: uno donde se muestren las últimas referencias del sello mediante animación y otro que hiciera de pequeño resumen de las imágenes que se tomarían en la fiesta de aniversario de Madrid.

La intención es fragmentar un espacio de imagen muy grande, que, mediante el montaje, se irá mostrando de forma continua para que el espectador sitúe y contextualice lo que está viendo sin perder interés en el contenido de la imagen.

En el acto que corresponde a las novedades discográficas, se plantea la simulación de un gran tablero donde van apareciendo composiciones con la información referente a cada grupo alrededor de un gran logo del décimo aniversario. Con una vista cercana se van sucediendo planos con información de cada grupo: nombre de su último disco y portada, fotos de promoción y videoclip si tuvieran, para acto seguido situar el conjunto y pasar a otro bloque con un fundido del logo.

El otro gran bloque correspondería a un pequeño reportaje sobre lo acontecido en la fiesta de celebración de aniversario del sello, con un montaje compuesto por imágenes grabadas en directo. Finalmente se termina con un direcciones de Internet que remiten al usuario para saber más información referente a la empresa.

### 3.1.6.- Composición

La intención, a nivel compositivo, de la pieza, es tener el contraste, ya se de formas como de color, como referente.

El contraste de más importancia que se plantea a la hora de realizar el vídeo es el de color. Se parte de colores saturados, típicos de la cartelería psicodélica, que sirvan como base a la hora de ir componiendo los elementos gráficos. Los tres colores básicos son el naranja, verde y violeta, complementarios entre sí, que acompañan a la división en tercios verticales de la imagen de fondo.

En la composición interna de los planos que muestran información sobre los grupos, se ha optado por una composición en diagonal, que queda equilibrada con la entrada de texto a cada lado del plano y elementos a diferentes niveles a cada lado de la diagonal.



*Figura 39: Composición con la diagonal como elemento característico en un plano del vídeo*

Además, el círculo es otro elemento básico que abunda en la composición, y que forma parte del logotipo de décimo aniversario de la compañía.

### **3.2.- Producción**

El concepto creativo de la pieza requiere la grabación de imágenes en directo, creación de imágenes e inclusión de material de archivo de la discográfica.

#### **3.2.1- Toma de imagen real**

Tras contactar con la dirección de la empresa, se propuso la grabación de imágenes en directo de alguna de las fechas en las que se celebraban los diez años en la industria de Alone Records. En estas fiestas habría un reencuentro de los grupos del sello donde darían conciertos con repertorios especiales para la ocasión.

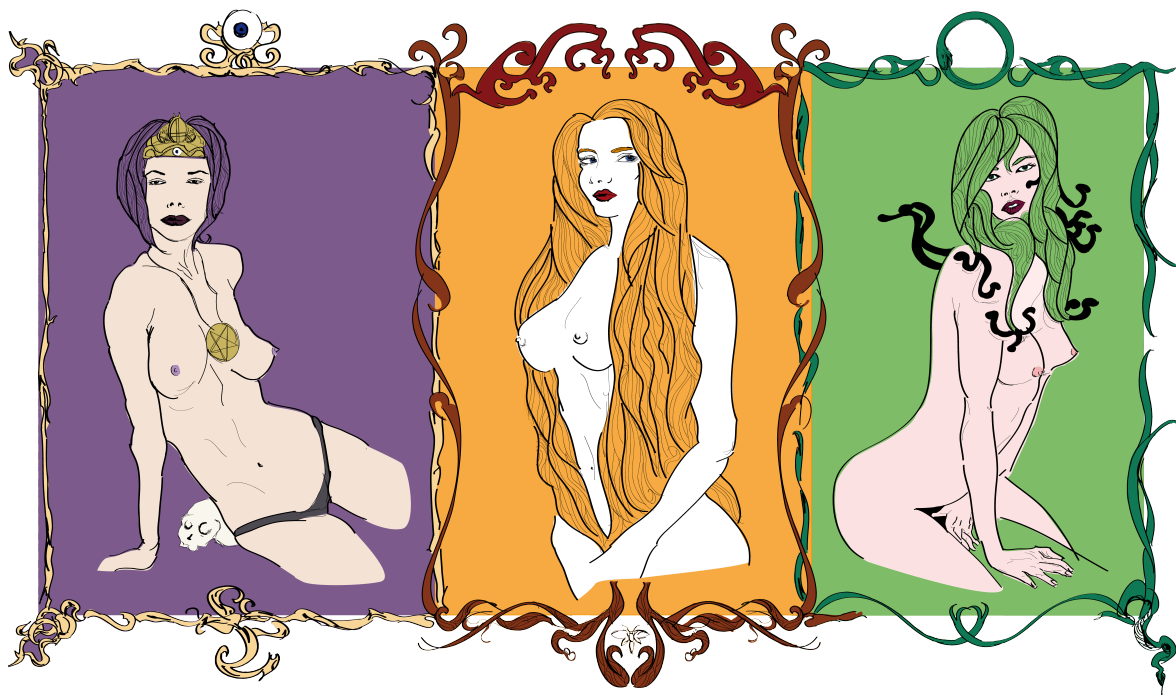
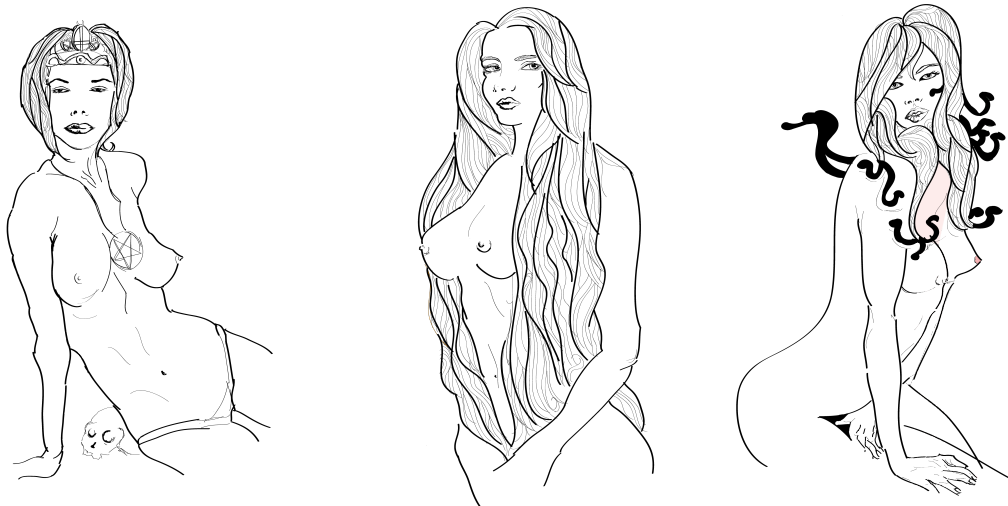
Se eligió la fecha de Madrid (4 de junio de 2011) por ser la de mayor cercanía y comodidad. En la sala Ritmo y Compás se grabaron las imágenes de tres grupos: El Páramo, Cuzo y Adrift.

Desde la mesa de sonido de la sala (elevada, a unos metros por encima del nivel del suelo) se obtuvieron imágenes con la ayuda de un trípode, y ya cámara en mano, desde los laterales del escenario y el foso. La grabación fue realizada con una cámara Canon de mano y, aunque no posee un acabado profesional, su pequeño tamaño hizo más cómoda la filmación proporcionando una calidad de imagen más que aceptable.

#### **3.2.2- Creación de imágenes**

Para la creación de fondos, y elementos gráficos del vídeo se optó por dibujarlos y posteriormente digitalizarlos mediante una herramienta de dibujo vectorial.

Las tres figuras femeninas siguieron este proceso, se dibujó una primera versión a partir de fotografías de modelos sacadas de Internet y posteriormente se realizó el dibujo vectorial y coloreado del conjunto mediante una tableta gráfica y el software Adobe Illustrator.



*Figura 40: Distintas fases de realización del fondo mediante dibujo vectorial*

La elección de usar programas de dibujo vectorial como Illustrator y no de mapa de bits como Photoshop es que la imagen no pierde calidad con los aumentos y se puede crear una imagen de gran tamaño sin que esto suponga un uso excesivo de memoria y de procesamiento. Además posee comunicación directa con el software de composición, After Effects, al poder abrir éste último archivos de dibujos vectoriales.

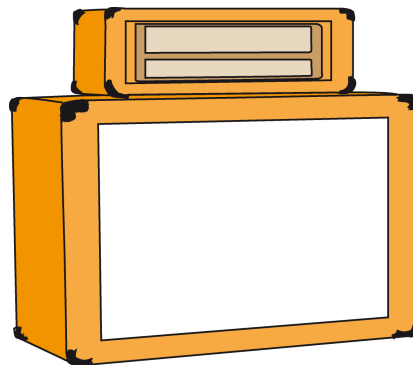
### 3.2.3.- Material de archivo

Además del fondo y los planos más cortos que luego se utilizarían de los modelos, se tuvieron que crear más elementos gráficos, como los amplificadores que hacen el papel de pantallas donde se muestran los videoclips de los grupos. Estos dibujos se inspiran directamente en los amplificadores de marca Orange, famosos por ser utilizados por multitud de grupos stoner y su aspecto retro.

Las fotos de promoción de las bandas fueron recortadas en Photoshop para que fueran importadas en After Effects preparadas para ser animadas y repartir la carga entre los distintos software para optimizar el trabajo. (Photoshop posee herramientas de recorte más potentes que After Effects)



*Figura 41: Pantalla de un amplificador Orange clásico*



*Figura 42: Modelo de amplificador usado en el vídeo*

### 3.2.4.- Tipografía

Para el conjunto de tipografías usadas en la pieza, se ha optado por usar fuentes basadas en la cartelería psicodélica y actual, de inspiración en el Art Nouveau, pero tratando de buscar un compromiso entre legibilidad y diseño.

Para los textos que presentan cada apartado del vídeo se usa la fuente propia de la compañía, lo que sirve como acto de identificación y recuerda al espectador que está viendo una spot relacionado con la compañía. Del banco de recursos disponibles en la

página web Dafont se escogieron fuentes del tipo “retro” de aires modernistas.

Por último, para la información escrita más propiamente dicha y que no va acompañada de una referencia visual, como pueden ser las páginas web de la compañía, se usa una tipografía serif, más sobria aunque mucho más legible, dada su intención.

### **3.3- Postproducción**

El flujo de trabajo que se inicia con la creación de contenidos en Illustrator y Photoshop continúa su ejecución con una primera composición en After Effects y la creación de la animación de los elementos gráficos y el texto.

La animación completa del tablero contiene ocho referencias de la discográfica, cada con su animación propia, conteniendo tipografía animada, videoclips y fotografías promocionales. Se disponen de forma octogonal alrededor del logo de décimo aniversario, cuyo borde ha sido generado en After Effects como capa de formas y posteriormente ha sido animado para darle más movimiento interno a cada plano.

Cada referencia aparece en pantalla aproximadamente cinco segundos, tiempo estimado oportuno para que el espectador lea y asimile toda la información que se proyecta. Para dar sensación de profundidad, y jugar con el desconocimiento del fondo por parte del espectador, se aplica un desenfoque de lente a la imagen que contiene el fondo con los tres desnudos en tono modernista.

Para el montaje del pequeño reportaje de los conciertos de la fiesta de Madrid, se crea un fondo con la misma textura y colores que el dibujo original para no perder continuidad y se realiza el montaje propiamente dicho al ritmo de la música en el software de edición Avid Media Composer.

En la introducción del vídeo se hace uso de la perspectiva pseudo 3D de After Effects y de tres puntos que emiten luz con los diferentes colores del fondo para confluír en una luz

blanca que ilumine el logo de la compañía. Con la textura de fondo se ha pretendido dar volumen a la imagen y jugar con las sombras que proyectan las letras. De forma muy sutil se incluye la figura de una polilla que se desvanece, para hacer una retrospectiva de la estética anterior de la compañía.

Por último, el conjunto de plano animados generados en After Effects se ingestan en Avid para realizar un montaje sencillo pero tratando de no dejar de lado el ritmo. Como banda sonora se escogen dos canciones de bandas representativas de Alone Records. Por un lado de Orthodox un pasaje ambiental que recuerda a las composiciones de Ennio Moricone para la introducción y una canción de The Soulbreaker Company como tema central del vídeo. La elección de esta última se basa en su ritmo más acelerado que la mayoría de las referencias del sello.

## 4.- Conclusiones

En esta memoria se ha puesto en contexto y analizado el desarrollo de la realización de un spot promocional enfocado a internet para la compañía discográfica Alone Records.

En una primera instancia, se ha tratado la evolución de los medios de promoción usados por las compañías discográficas a lo largo de la historia teniendo en cuenta los avances tecnológicos. A continuación se han expuesto los inicios del rock psicodélico, sus influencias y su evolución hasta sonidos más llegar a sonidos más actuales que engloba el catálogo de la compañía. Conocer el arte asociado a esta música y sus referentes ha sido crucial para entender los propios de el vídeo promocional.

La pieza ha ido evolucionando en las distintas fases de producción, culminándose ideas previstas en el guión y el storyborad, así como conceptos de composición y color para comenzar a generar el material de archivo utilizado en las animaciones.

Se ha puesto en práctica el manejo de software de dibujo vectorial, así como de tratamiento de imagen para, por último, animar el conjunto con software de composición y montarlo con uno de edición no lineal.

Haciendo una retrospectiva respecto a los objetivos planteados al comienzo de esta memoria, podemos concluir que se han cumplido los siguientes objetivos:

- Realización de un spot promocional para una pequeña compañía discográfica donde se muestren las novedades de las bandas que la integran, así como información referente a sus conciertos, notas de prensa y demás datos promocionales.
- Ampliar los conocimientos adquiridos en el curso sobre las técnicas de dibujo vectorial, motion graphics y tipografía mediante las herramientas de software usadas a lo largo del máster.



- Aplicar los conocimientos adquiridos en el máster sobre grafismo audiovisual y adaptarlos al formato concreto de la pieza.
- Tomar contacto con el mundo laboral al tratarse de un proyecto enfocado a una empresa real.
- Realizar un producto audiovisual personal que pueda servir para promoción propia incluyéndolo en un currículum o *show-reel*.

De un modo u otro todos los objetivos planteados se han cumplido ya que se ha obtenido un producto atractivo, que da información sobre las novedades de Alone Records y puede llegar a ser usado por la compañía para su promoción.

Ha resultado toda una experiencia tomar contacto con gente relacionada con la industria musical, ya que se añade un plus de responsabilidad al tener que ofrecer un buen producto a una empresa real. El hecho de realizar las grabaciones en directo ha supuesto un punto atractivo y que ha dado variedad a lo hecho durante el curso, y de nuevo, esa responsabilidad y cierto riesgo que supone el directo.

El hecho de ir tomando contacto con el mundo real y empezar a cimentar una base de contactos en la industria musical, un campo muy interesante y donde la comodidad a la hora de trabajar en la realización y postproducción ha quedado remarcada en este proyecto, es otra de las conclusiones más importantes que se sacan del trabajo realizado.

Sea o no el vídeo usado por la compañía, ha valido la pena para tener un trabajo para poder mostrar como resumen de las habilidades adquiridas y mantener una relación de cordialidad con grupos de música y demás artistas relacionados con el sello.

## 5.- Bibliografía

Estudio Mono. 2006. *Identidad corporativa: del brief a la solución final*. Gustavo Gili.

Meyer, Trish. 2009 *.After Effects Apprentice*. Focal Press

Block, Bruce. 2000. *The Visual Story: Seeing the structure of Film, TV, and new Media*. Focal Press

Wright, Steve. 2008. *Compositing Visual Effects*. Focal Press, 2008

Adobe Creative Team. 2010. *Adobe After Effects CS5: Classroom in a book*. Adobe Systems Incorporated

Williams, Robin. 2006. *Tipografía digital*. Grupo Anaya, S.A.

Wells, Paul. 2007. *Fundamentos de la animación*. Parramón Ediciones

Martínez, Rosa. 1994. *Historia del arte*. Océano-Instituto Gallach

Nieto, José. 2003. *Música para imagen: la influencia secreta*. Iberautor Promociones Culturales

Sánchez López, Juan Antonio. 2009. *Historia, estética e iconografía del videoclip musical*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga.

Paul D. Grushkin, 1987. *The Art of Rock: Posters from Presley to Punk*. Abbeville Press

Ted Owen, 1999. *High Art: A History of the Psychedelic Poster* Sanctuary Publishing

Antonio Escotado, 2006. *Historia general de las drogas*. Espasa Forum

## Recursos en línea (visitados en agosto de 2011)

Mentes de Ácido <http://www.mentesdeacido.net/principal.html>

Página web de Alone Records <http://www.the-stone-circle.com/>

Videoclip de Thriller, de Michel Jackson (1983)

<http://www.youtube.com/watch?v=sOnqjkJTMaA&ob=av2n>

Reportaje de Hellfest TV (2010) <http://vimeo.com/10648995>

Motion Graphics de 3KDesign (2010) <http://www.youtube.com/watch?v=ywxL7HHCiyg>

Corte de un programa de APM? (2011) <http://www.youtube.com/watch?v=fTH9y4yK0KU>

Trailer del festival Punk Rock Holiday (2011)

<http://www.youtube.com/watch?v=5udLm5hbA9o>

Trailer del festival Tankcrimes Brainsqueeze (2010)

[http://www.youtube.com/watch?v=awRfAg8ca\\_w](http://www.youtube.com/watch?v=awRfAg8ca_w)

Reportaje de Canal Sur sobre Alone Records (2009)

<http://www.youtube.com/watch?v=-tPEpARSMPE>

Sitio web de Malleus <http://www.malleusdelic.com/>

Archivo de cartelería psicodélica <http://www.classicposters.com>

Sitio web de John Baizley <http://aperfectmonster.com/>

Metal Archives <http://www.metal-archives.com/>

Metalsucks <http://www.metalsucks.net/>

Furia contra la máquina

<http://www.furiacontralamaquina.com/blog/2009/06/25/la-psicodelia-y-el-art-nouveau/>

Sitio de fuentes Dafont

<http://www.dafont.com/es/>

### **Obras audiovisuales**

*Metal a headbanger's Journey*. 2005. Canadá. Sam Dunn

*Relentless*, 1992. EEUU. Chris Bould.

*Such hawks, such hounds*. 2008. John Srebalus, Jessie Hundley