



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES
ARTS DE SANT CARLES

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Facultat de Belles Arts

VIDEOCLIP "HUMO"
REALITZACIÓ D'UN PROJECTE AUDIOVISUAL.

Treball Fi de Grau

Grau en Belles arts

AUTOR/A: Orero Abad, Aida

Tutor/a: Botella Mestres, Martina

CURS ACADÈMIC: 2022/2023

RESUM I PARAULES CLAU

El següent treball consisteix en la realització del videoclip musical "Humo" del cantant keezyporta. Des d'un vessant artístic, es mostra el procés emprat per a la creació d'aquest, tenint en compte elements com l'escenografia, les localitzacions, l'ús del color i el muntatge, a més d'altres coneixements adquirits al Grau de Belles Arts.

Per dur-lo a terme, es fa una anàlisi dels referents i una investigació sobre el videoclip a partir de les directrius i estètica de l'artista. També s'estudien alguns aspectes de la direcció artística i conceptes entorn de la postproducció. A banda d'aquest marc teòric, hi ha un treball pràctic que comprén des de la preproducció del projecte fins a la postproducció, tant tècnicament com artísticament.

PARAULES CLAU:

videoclip; escenografia; localitzacions; postproducció

ABSTRACT AND KEYWORDS

The following project develops the creation of the music video "Humo" by the singer Keezyporta. From an artistic perspective, the creation process is shown, taking into account elements such as the scenery, the locations, the use of color and the edition, as well as other skills acquired in the degree of Fine Arts.

In order to carry it out, an analysis of the referents is done, along with an investigation of the music video based on the guidelines and aesthetics of the artist. Additionally, some aspects of artistic direction and concepts around post-production are approached. Apart from this theoretical framework, there is a practical work that encompasses the pre-production and the post-production of the project, both technically and artistically.

KEYWORDS:

music video; scenography; locations; post-production

AGRAÏMENTS

Vull agrair aquest treball especialment a Kike per deixar-me formar part de la seua proposta i a Ximo per la seua ajuda i estima. També als meus pares pel seu suport i comprensió sempre.

ÍNDIX

1.	Introducció.....	05
2.	Objectius i Metodologia.....	07
2.1.	Objectius.....	07
2.2.	Metodologia.....	07
3.	Marc teòric.....	09
3.1.	Interdependències entre el videoclip i altres expressions audiovisuals.....	09
3.1.1.	Videoclip: definició, aspectes i evolució.....	09
3.1.2.	Relacions amb el cine.....	11
3.1.3.	Videoclip i videoart.....	13
3.2.	La direcció artística.....	16
3.2.1.	L'escenografia. Localitzacions naturals i urbanes.....	16
3.2.2.	El color i la llum.....	17
3.3.	Postproducció i apropiacionisme.....	18
3.3.1.	La postproducció.....	18
3.3.2.	Apropiacionisme: <i>Found Footage</i>	19
4.	Marc referencial.....	21
4.1.	Dan Streit.....	21
4.2.	Ramzoid.....	22
4.3.	Pablo Amores.....	23
4.4.	Félix Murcia.....	23
4.5.	Teresa Montanuy.....	24
5.	Desenvolupament pràctic.....	25
5.1.	Proposta de col·laboració.....	25
5.2.	Preproducció.....	26
5.2.1.	Concepte i planificació.....	26
5.2.2.	Anàlisi de la cançó.....	28
5.2.3.	Localitzacions i esquemes visuals.....	30

5.2.4.	Recull de materials.....	33
5.3.	Producció.....	33
5.3.1.	Equip humà.....	33
5.3.2.	Rodatge.....	33
5.3.3.	Recursos expressius.....	34
5.3.4.	Pressupost.....	35
5.4.	Postproducció	35
5.4.1.	Fases del muntatge.....	35
5.4.2.	Edició d'àudio.....	37
5.4.3.	Resultat final.....	37
5.4.4.	Difusió.....	37
6.	Conclusions.....	39
7.	Referències Bibliogràfiques.....	41
8.	Índex de figures.....	44
9.	Annexos.....	45
9.1.	Annex I. Calendari.....	45
9.2.	Annex II. Localitzacions/escenografies.....	46
9.3.	Annex III. Materials.....	48

1. INTRODUCCIÓ

Aquesta memòria presenta els processos seguits per a la creació d'un projecte audiovisual i la investigació teòrica concorde amb aquest. En concret mostra la producció del videoclip "Humo" del cantant keezyporta.

La motivació principal d'aquest projecte ha estat el repte que comporta la creació d'un vídeo musical i la responsabilitat d'estar al capdavant de tots els departaments d'aquesta producció. Però, sobretot ha estat l'existència d'un treball anterior a aquest amb el mateix artista, keezyporta; en març de l'any 2022 es va gravar i publicar el videoclip "Escorial" del seu anterior EP *Bonito*. Per tant, s'aprofita aquest projecte per a millorar habilitats, corregir errors i guanyar experiència professional.

La idea de realitzar un videoclip sorgeix perquè durant els quatre anys d'estudi al Grau de Belles Arts, ha estat clau l'aprenentatge assolit a les assignatures relacionades amb l'escenografia i la imatge. Es consideren decisives les matèries com iniciació a l'escenografia, projecte escenogràfic i pràctica escenogràfica contemporània on s'han estudiat conceptes entorn de l'espai, el color i l'anàlisi del text, també l'assignatura de postproducció i efectes especials en la qual s'ha treballat el muntatge i la important relació entre la música i la imatge, crucial en aquest projecte.

Pel que fa a l'estructura, la memòria segueix la següent distribució: per una banda, hi ha una primera part teòrica, i per l'altra, es troba el desenvolupament de la part pràctica. A banda, també s'expliquen els objectius i la metodologia d'aquesta, els referents, i finalment, es completa amb les conclusions. Al marc teòric, s'investiguen conceptes entorn de diferents expressions audiovisuals i es relacionen amb el videoclip; també es revisen nocions sobre l'escenografia i la direcció artística; i finalment, s'analitza la postproducció des de distints vessants. El desenvolupament de la part pràctica mostra les fases de preproducció, producció i postproducció del videoclip "Humo".

Abans de continuar, s'ha de tenir en compte que un projecte d'aquestes dimensions com és un videoclip, no pot realitzar-lo una persona individualment,

a aquest grau queda demostrada la importància del treball en equip, la col·laboració i la cooperació per això ha participat en la producció i postproducció d'aquest projecte Ximo Margaix, graduat en imatge i so i apassionat del món audiovisual.

Per acabar, cal afegir que es farà ús de la primera persona en alguns punts de la memòria, quan s'expliquen aspectes o decisions personals, també a la descripció del desenvolupament pràctic.

2. OBJECTIUS I METODOLOGIA

2.1. OBJECTIUS

Cal assenyalar els diferents objectius d'aquest estudi. L'objectiu principal del treball és crear un videoclip per a la cançó "Humo" del cantant keezyporta.

Per tant, es plantegen els següents objectius secundaris:

1. Traslladar i posar en pràctica les competències assolides al Grau de Belles Arts, sobretot les relacionades amb l'escenografia, el vídeo i la postproducció.
2. Fer una investigació entorn dels conceptes i matèries que són clau en aquest projecte com ara la direcció artística, la postproducció i algunes expressions audiovisuals.
3. Analitzar els referents de l'artista i el treball previ d'aquest, per tal d'acomplir un projecte d'acord amb la seua estètica i millorar el seu producte.
4. Desenvolupar els coneixements, i adquirir-ne nous, a les diferents fases de producció i pràctica artística que comporta aquest treball.
5. Utilitzar el videoclip resultant del treball de fi de grau per a ampliar el meu dossier artístic i començar a endinsar-me al panorama audiovisual nacional.

2.2. METODOLOGIA

Per a la realització del present Treball de Fi de Grau s'han seguit certes etapes o fases per aconseguir efectivitat durant la producció i èxit al resultat final.

Per una banda, s'ha emprat una metodologia híbrida, perquè s'ha treballat alhora i conjuntament des de dues perspectives, la teòrica i la pràctica; per l'altra banda, una metodologia qualitativa, que a diferència de la metodologia quantitativa la qual utilitza mètodes estadístics i numèrics, es basa en la recerca i la interpretació d'estudis i contextos culturals, socials i humans.

Tot i que a la memòria els processos seguits s'expliquen linealment i amb un ordre, cal afegir que la investigació teòrica i el desenvolupament pràctic han anat plegats, interconnectats i bevent l'un de l'altre.

L'objectiu principal és crear el videoclip "Humo" de la cançó original de keezyporta. Per tal d'assolir-lo, s'ha fet una investigació, mitjançant la lectura i l'anàlisi de continguts, entorn del videoclip i la seua relació amb diferents expressions audiovisuals com són el cine i el videoart; també s'han analitzat algunes nocions sobre l'escenografia, la direcció artística, el color, la llum i finalment la postproducció, tant artística com audiovisual.

Seguidament, atenent la proposta i estètica del cantant s'han buscat i examinat els referents, tant visuals i estilístics com també metodològics. I paral·lelament a aquestes investigacions s'han dut a terme els procediments amb els quals es treballa habitualment als projectes audiovisuals, així, s'ha pogut aplicar la teoria a la pràctica, començant per la preproducció, continuant amb la producció i finalitzant amb la postproducció. Per acabar, les conclusions han servit per a fer una revisió i reflexionar entorn dels objectius, del projecte i de futurs treballs.

3. MARC TEÒRIC

3.1. INTERDEPENDÈNCIES ENTRE EL VIDEOCLIP I ALTRES EXPRESSIONS AUDIOVISUALS.

3.1.1. Videoclip: definició, aspectes i evolució.

Un videoclip o vídeo musical és una creació audiovisual en la qual es combinen imatges i música amb la finalitat de publicitar una cançó, cantant o grup. Tot i que aquests formats van sorgir dins de la indústria discogràfica per tal de promocionar als artistes i maximitzar el potencial econòmic de les seues trajectòries no es pot obviar la quantitat de recursos expressius i artístics que acompanyen a aquests.

Al context de la història de la comunicació visual i dels mitjans de masses trobem al videoclip com una de les produccions més fructífera i visionària, ja que, de forma comercial, combina aspectes i característiques del vídeo creació, el llenguatge cinematogràfic i la publicitat, entre altres.

El videoclip que ara es coneix, té el seu origen a mitjans dels anys setanta amb el creixement del consumisme i la necessitat, com s'ha mencionat abans, de difondre i diferenciar als cantants atorgant-los una estètica i imatge que cridara l'atenció de les masses. "Bohemian Rhapsody" (fig.1) del grup Queen, gravat l'any 1975 i emés a la BBC, és considerat per a molts el primer videoclip, però cal nomenar alguns precedents que van ser clau per a l'aparició d'aquests vídeos a la televisió.

Per una banda, als anys quaranta en els Estats Units hi havia uns projectors sonors anomenats *soundies* (fig.2) en els que es mostraven fragments de llargmetratges musicals o registres d'actuacions. Més tard, als cinquanta va arribar l'èxit del rock and roll, els musicals i el llançament del cantant Elvis Presley amb produccions com *Jailhouse Rock* (fig.3) en 1957. A França al voltant de la dècada dels seixanta trobem el *scopitone* que era un aparell molt semblant als *soundies* dels Estats Units.



Fig. 1. Queen. Bohemian Rhapsody, 1975.



Fig. 2. Soundie.



Fig. 3. **Elvis Presley**. Jailhouse Rock, 1957



Fig. 4. **MTV**. Logo Music Television, 1981.

Per l'altra, a banda d'aquests aparells i fets, el videoclip beu (i actualment es relaciona) directament del videoart, les avantguardes artístiques, les pel·lícules musicals i alguns moviments cinematogràfics del segle XX.

L'accelerada expansió i popularitat que van guanyar aquests formats va ser per l'arribada de canals televisius de música com MTV (fig.4) (acrònim de l'anglès *Music Television*) el 1981, on es transmetien vídeos musicals les vint-i-quatre hores del dia. És a partir d'aquest moment quan el videoclip es consolida i es transforma en un fenomen de masses transcendental. A banda de la importància històrica del videoclip "Bohemian Rhapsody" de Queen (1975) cal assenyalar també "Thriller" de Michael Jackson (1983).

Un altre punt a tractar és que el videoclip no té un llenguatge reconeixible o unes normes escrites, ja que generalment són peces curtes, duren minuts. Ara bé, sí que trobem la fragmentació a través del muntatge com un aspecte predominant en aquest format. També, de forma general, els vídeos musicals revisen i transformen alguns conceptes audiovisuals clàssics com l'edició, els enquadres i els plànols i sobretot que amb aquest format és la primera vegada que apareix, al món audiovisual, una unió entre la música i la imatge sobre la qual és difícil discernir jerarquies, ordres o acompanyants.

Continuant amb el que s'exposava, alguns trets de l'estètica del videoclip poden ser: el dinamisme, la saturació visual, les referències icòniques, l'ús d'efectes especials, la fragmentació, el ritme i el moviment, entre altres. Quant al tempo, cal assenyalar que és habitual la sincronització dels plànols amb la música, s'utilitza el *beat* de la cançó per a canviar d'escena. Aquest recurs serveix per a cridar l'atenció de l'espectador i augmentar els estímuls visuals. A banda, al videoclip també es busca el màxim moviment possible i normalment aquest efecte s'aconsegueix amb canvis de plànols cada pocs segons, canvis de color, amb moviments de càmera ràpids i intensos, aplicant tècniques com el *zoom* i el *travelling* o realitzant transformacions a lloc on es troben els grups. Per tal d'atorgar ritme i moviment a la composició és clau l'edició del vídeo, al muntatge és on es decidirà la velocitat, dinamisme i coherència.

Encara que formalment tenen característiques comunes, es distingeixen diferents tipus de videoclips segons el seu plantejament o perspectiva. Sent alguns dels més comuns: el videoclip narratiu en el qual es conta una història; el videoclip de performance que se centra en la interpretació d'una actuació del grup o cantant; el videoclip conceptual amb una tonalitat experimental, que explora tècniques per a crear una atmosfera o ambient; i el videoclip mixt que combina trets d'aquestes tres diferents tipologies, entre algunes altres.

Finalment i en relació amb l'expansió i evolució d'aquest format, com s'ha explicat abans, sobre els anys huitanta va ser la televisió amb canals com MTV la principal distribuïdora d'aquest gènere, però l'arribada d'internet i les plataformes de contingut audiovisual com per exemple YouTube, han sigut decisives a l'hora de consolidar la indústria dels videoclips.

Internet obri les portes a l'experimentació i cada vegada s'investiga més entorn de tot el que ofereixen les noves tecnologies. Actualment, van sorgint noves propostes que utilitzen l'edició, la postproducció i els efectes especials per tal d'aconseguir productes visuals verdaderament sorprenents i creatius.

3.1.2. Relacions amb el cine

Com s'ha explicat anteriorment, el videoclip també prové del cine. Junt amb els precedents que s'han nomenat com els *soundies* o els *scopitone*, van coexistir i van ser clau per a la creació dels vídeos musicals els recursos d'alguns moviments cinematogràfics d'avantguarda.

Per una banda, cal assenyalar les similituds del videoclip amb la durada de les pel·lícules del cinema primitiu (fig.5), ja que aquestes sols duraven uns minuts i amb l'obra dels Germans Lumière i de Méliès, sobretot perquè en la d'aquest últim es buscava cridar l'atenció de l'espectador, amb poca narració, imatges impactants, efectes especials, plànols singulars... També destaquen les semblances amb alguns corrents cinematogràfics com el *neorealisme italià*, el *free cinema*, el *cinema verité* i el *nouvelle vague*, ja que mitjançant les novetats aportades i les ruptures de les convencions anteriors, van influir en l'evolució del llenguatge audiovisual significativament. Aquests moviments mostraven



Fig. 5. G. Méliès. Cinema primitiu, 1902.



Fig. 6. Eisenstein i Aleksandrov. Oktyabr, 1927.



Fig. 7. R. Lester. A hard day's night, 1964.

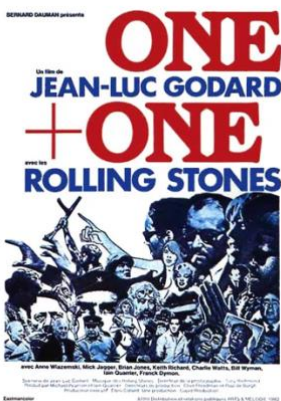


Fig. 8. Godard. One plus One, 1968.

improvisacions contínues, un estil àgil i una balança entre el gènere documental i la ficció.

Tot i que s'ha assenyalat la fragmentació com un recurs predominant al videoclip, aquest tipus de muntatge no és una novetat d'aquest format, als vídeos musicals es veuen recursos del cinema mut i del cinema soviètic dels anys vint amb directors com Pudovkin, Vertov i Eisenstein. A la pel·lícula *Oktyabr* (*Octubre*) (fig.6) d'Eisenstein i G. Aleksandrov de 1927, s'observa clarament el que s'ha explicat sobre les acceleracions i la fragmentació.

També als anys vint, al cinema alemany hi va haver una investigació sobre la relació de l'audio i la imatge al cine. L'artista i inventor Oskar Fischinger va ser un dels que més va contribuir al desenvolupament i importància de la música al cine mitjançant les seues pel·lícules abstractes.

Per l'altra banda, cal estudiar les pel·lícules musicals dels anys seixanta i setanta relacionant-les directament amb el videoclip, ja que en aquest gènere coincideixen la unió de la imatge amb la música i els efectes del muntatge. Així mateix, s'utilitzaven per a promocionar a grups i cantants.

Destaquen les pel·lícules *A hard day's night* (*Quina nit la d'aquell dia!*) (fig.7) de Richard Lester al 1964 i *Sympathy for the devil, one plus one* (*Compassió pel dimoni*) (fig.8) de Godard al 1968, entre altres. La primera rodada amb els Beatles i la segona amb els Rolling Stones. S'assenyalen perquè han fet servir molts recursos que antecedeixen als videoclips.

Així doncs, sumat al que s'ha explicat respecte a l'evolució i l'herència del cine i el videoclip, actualment existeixen, de forma general, semblances entre ambdós. Algunes d'aquestes són: la utilització d'elements visuals per tal de transmetre un missatge; el paper fonamental que juga la música, siga per emfatitzar o com a component central; la recerca de narrativa o argument; l'edició per tal de crear ritme, fluïdesa i mantenir l'atenció de l'espectador... A més, hi ha moltes influències i referències mútues quant a tècniques i estils, també hi ha directors i artistes que treballen en els dos camps.

També, de forma més concreta, amb el cinema experimental, ja que aquest format junt amb els videoclips es troben en la postura de buscar, explorar i provar.

El cine experimental es caracteritza perquè busca investigar al voltant de les expressions artístiques i tècniques del medi i també, trencar amb els convencionalismes del cinema tradicional. D'igual manera, alguns videoclips busquen desfer-se dels aspectes més comercials del seu gènere; presenten una estètica més desafiant i innovadora i mostren temàtiques com per exemple la contracultura, la societat o fins i tot la política.

Els dos gèneres s'han convertit en un espai fèrtil per a l'exploració de noves tècniques, formes d'expressió i de narració. Mitjançant el format l'audiovisual utilitzen efectes sonors i visuals, manipulen l'espai temporal, experimenten amb els formats, etc.

3.1.2. Videoclip i videoart

El vídeo apareix a mitjans dels anys seixanta quan les companyies Philips i Sony comencen a comercialitzar els primers equips de vídeo portàtils de l'època. El vídeo com un mitjà creatiu sorgeix en el moment en què alguns autors i artistes de les avantguardes dels anys seixanta i setanta utilitzen aquest enregistrament electrònic amb fins artístics.

Així doncs, el videoart és un moviment i forma d'expressió artística que té el seu naixement a la dècada de 1960 junt amb el desenvolupament de les tecnologies dels equips de vídeo. Va estar influenciat per les avantguardes artístiques, el cinema experimental, el happening, la performance i el fluxus.

Va nàixer entre els anys seixanta i setanta, una dècada amb grans transformacions polítiques i socials. Cal assenyalar alguns fets històrics rellevants per entendre el context: el moviment pop, el moviment hippie, el maig francès, els moviments estudiantils, i les panteres negres, entre altres. També va ser un període d'experimentació, interdependències i col·laboració entre alguns moviments artístics.

Cal exposar algunes característiques d'aquest moviment, com són: l'ús d'imatges transcendentals per tal de reivindicar la seua importància dins d'una societat plena d'imatges trivials; la vinculació amb les arts plàstiques i avantguardes artístiques; l'adopció de les idees d'experimentació, innovació i ruptura d'alguns corrents cinematogràfics; l'actuació dels museus i les grans fundacions com a mecenes del moviment per tal d'impulsar el seu desenvolupament; la procedència d'autors de diferents pràctiques i disciplines artístiques, creant un espai multidisciplinari, accessible, versàtil...; la separació de la serialització i els sistemes de producció, per tant, es trenca amb el públic massificat i conformista.

Aquests aspectes converteixen al videoart en un mitjà excel·lent per a l'experimentació i la creació.

El videoart explora la imatge, el moviment, el so, el temps... als anys setanta va començar a investigar temes entorn del gènere i la identitat, amb un enfocament social i polític, i a poc a poc va anar fusionant-se amb altres formes d'art, tecnologies i presentacions. Alguns artistes que han destacat en aquest moviment són: Nam June Paik, Wolf Vostell, Bill Viola i Judith Barry (fig.9).



Fig. 9. **Judith Barry**. Imagination, 1991.

La flexibilitat del vídeo en relació amb les noves tecnologies ha evitat el seu estancament i ha propiciat el seu desenvolupament. Aquest s'ha convertit en una de les disciplines artístiques més significants arreu del món, també s'ha enriquit tant de forma creativa com tècnica d'internet i de la televisió, i la seua permeabilitat i adaptabilitat li ha beneficiat per a dialogar i cooperar amb altres expressions artístiques donant lloc a diferents formats híbrids com els videojocs o els videoclips.

Sobre el desenvolupament d'aquesta expressió del Portillo García, A. i Caballero Gálvez, A. (2014) expliquen:

La llegada de la cámara digital, acompañada por todo el equipamiento necesario para la producción, montaje y visualización de imágenes en movimiento, ha modificado de manera irremisible la estética audiovisual. La base de este cambio estético es que el plano ya no es la unidad básica para la configuración del espacio tiempo, sino el píxel. El artista puede modificar las escalas de los objetos, puede mezclar en el mismo cuadro de representación espacios y tiempos diversos gracias a la transición de imágenes, incrustaciones, sobreimpresiones, etcétera. La nueva tecnología digital permite reordenar fragmentos y multiplicar la virtualidad del procedimiento con las posibilidades del montaje digital. (p. 101)

Quant a la relació entre el videoart i el videoclip, el primer, per una banda, tracta de crear una obra d'art expressant un concepte o idea mitjançant la imatge en moviment i s'exhibeix, de forma general, en un ambient especialitzat com són les galeries i els museus, mentre que el segon per l'altra, es crea en funció d'una producció musical amb fins comercials i de promoció, té un impacte massiu i es transmet en plataformes d'internet o en televisió.

Però, cal afegir que els dos formats tenen prou similituds, ja que el seu mitjà principal per a la narració i conceptualització és la imatge en moviment.

Ambdós se sustenten en un tipus de pensament fluctuant i mòbil, de forma similar a com es captura la imatge en aquests mitjans. Comparteixen també elements i tècniques com: la manipulació de l'espai i del temps, l'experimentació quant a pantalles i formats, la importància del so, els efectes visuals, i el muntatge creatiu i innovador.

En definitiva, tot i que presenten diferències, es pot concloure que ambdós gèneres s'han influenciat mútuament i han evolucionat de forma paral·lela al llarg dels anys, perquè en termes d'expressió i exploració de tècniques dins del mitjà audiovisual es complementen entre si. Hi ha molts artistes que actualment treballen el videoart i el videoclip com ara: Andrew Thomas Huang, Wolfgang Tillmans (fig.10), Floria Sigismondi, Jonas Åkerlund i Michel Gondry, entre altres.

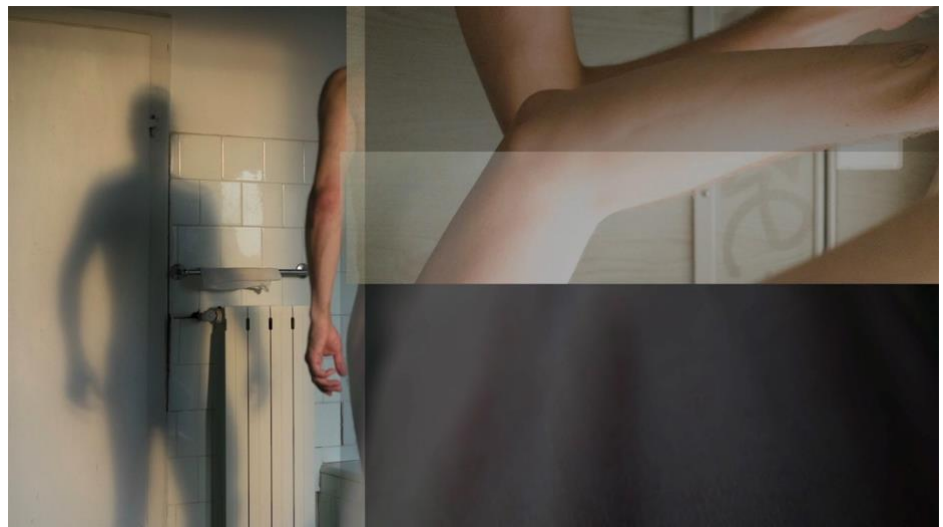


Fig. 10. **Wolfgang Tillmans**. *Life guarding* music video, 2021

3.2. LA DIRECCIÓ ARTÍSTICA

La direcció artística és un element crucial en la producció d'un videoclip, ja que crea i descriu la visió general de l'estètica d'aquest. A més aporta a l'espectador informació, significats i matisos entorn de la cançó i l'artista o grup.

A les labors del director artístic s'hi poden incloure: el disseny de vestuari, la creació d'esbossos, la selecció de les localitzacions o la paleta de color, entre altres.

Convé recordar que el director artístic treballa conjuntament amb el director per tal de complir amb els requisits generals de la producció, també que l'estil que adopta el projecte canvia i s'adapta al missatge o requisits de la proposta.

3.2.1. *L'escenografia. Localitzacions naturals i urbanes*

L'escenografia és una de les arts més antigues de les quals els projectes audiovisuals s'han aprofitat, junt amb la dansa i la interpretació.

Existeixen diferents tipus d'escenaris, es troben: els construïts artificialment, que són els decorats; els naturals, que s'entenen com paisatges; els preexistents, tenen construccions artificials. Les quals existien abans de la producció; i els adaptats que combinen els tres tipus anteriorment descrits.

Para lograr cualquier tipo de escenario, tanto natural como artificial, se ha de contemplar siempre su valor expresivo, analizando todo lo que es necesario ver más lo que se debe evitar, nada puede ser casual ni incontrolado. La Dirección de arte estudia escenarios desde los aspectos básicos que los definen (espacio, forma, color, estilo y tratamiento) para mantenerlos, transformarlos o inventarlos. (Murcia, p. 52 2002)

Per a aquest projecte serviran els escenaris naturals i els artificials preexistents. Les localitzacions reals ajuden a proporcionar sensacions d'autenticitat i veracitat, a més a més, l'escenografia preexistent és molt interessant per tal de treballar de forma experimental.

3.2.2. El color i la llum.

El color és una ferramenta clau en la direcció artística, ja que influeix directament en aspectes com l'estètica i l'estil visual, en les emocions o sentiments que es vulguen transmetre segons la seua psicologia, en el simbolisme, en la progressió de l'argument i el temps, en l'atmosfera i espais que es vulguen crear, i en reforçar la música i la identitat comercial del cantant. Per tant, una bona utilització del color i un bon coneixement dels significats que aquest aporta, ajudaran a potenciar el projecte, en aquest cas el videoclip.

Quant a la il·luminació, aquesta es divideix normalment en tres tipus: llum natural, artificial o il·luminació mixta. La llum natural és la que se sol utilitzar als espais a l'aire lliure i als plànols que mostren paisatges, va ser molt utilitzada als inicis del cinema per la manca de qualitat tècnica; a la il·luminació artificial s'utilitzen elements i equips relacionats amb la llum com ara focus, filtres i reflectors a més d'altres accessoris; finalment, la mixta integra recursos de les dues explicades abans.

3.3. POSTPRODUCCIÓ I APROPIACIONISME

3.3.1. La postproducció

En aquesta memòria, el terme postproducció s'estudia des de dos vessants diferents; per una banda, la postproducció en l'àmbit audiovisual i per l'altra, segons l'enfocament que li dona el curador i crític d'art Nicolas Bourriaud.

La postproducció en l'àmbit audiovisual és entesa com el conjunt de processos que se segueixen a sobre d'un conjunt d'imatges o filmacions per tal d'aconseguir el millor producte final possible. Per tant, a qualsevol projecte audiovisual, ara en concret al videoclip, són claus els procediments que tenen lloc al muntatge com: el ritme, l'edició, la durada dels plànols, els efectes especials, els diferents elements sonors i visuals, etc.

Alguns directors del cine soviètic (fig.11) reflexionaven entorn de la postproducció i l'edició. Kulechov exposava:

"había que considerar el montaje como el medio determinante del arte cinematográfico, el verdadero fundamento de su especificidad."
(Schnitzer i Martin 1975, p. 96 citat per Ramírez, 1992)



Fig. 11. D. Vertov. L'home de la càmera, 1929.

Per l'altra banda, a través de l'enfocament de Bourriaud, la postproducció se centra en l'apropiació, reinterpretació i recontextualització de diferents elements com objectes, icones o referències culturals.

“En lugar de prosternarse ante las obras del pasado, servirse de ellas, [...] el arte es una forma de uso del mundo, una negociación infinita entre puntos de vista.” (Bourriaud, p. 123 2007)

L'art de la postproducció sorgeix per la multiplicitat de referències i propostes culturals existents a la societat actual. Aquest, tracta de recuperar elements i manipular-los, descontextualitzar-los, combinar-los... per tal d'obtenir noves obres que reflexionen entorn d'altres conceptes o problemàtiques que no es tractaven en la seua forma anterior. Van difuminant-se aleshores els conceptes d'originalitat, autoria i creació. Així mateix, l'apropiació és la primera etapa a la postproducció, ja que no es fabrica un objecte sinó que es tria un d'entre tots els que existeixen i es transforma amb una finalitat o propòsit. És interessant anomenar algunes pràctiques que utilitzen aquests recursos de recuperació i recontextualització com ara el collage, el treball dels Dj. o el *found footage*.

3.3.2. Apropiacionisme: Found Footage.

El metratge trobat, en anglés *found footage*, és un gènere audiovisual i cinematogràfic que es va popularitzar a partir dels anys 90 i 2000. Aquesta tècnica consisteix a fer ús de fragments de material preexistent i a vegades aparentment real amb l'objectiu de crear una nova història.

És una pràctica que recorda a l'enfocament que dona N. Bourriaud al terme postproducció.

S'ha fet servir en alguns corrents cinematogràfics i expressions audiovisuals per tal d'explorar temàtiques diferents.

Una altra qüestió a tractar és la confusió que es crea entorn el cine de compilació i el *found footage*, tot i que ambdós usen material preexistent per a crear una nova filmació. El primer consisteix en la recopilació i resignificació de fragments audiovisuals, siguen pel·lícules, publicitat, vídeos... mentre que el segon presenta material trobat suposadament verídic.

El *found footage* es caracteritza per: una mala qualitat visual i sonora; una mostra d'atzar deguda a la falta d'edició; un muntatge brusc; una càmera amb

qualitat perceptible i protagonista que porta a la falta d'autoria i una recontextualització del material trobat.

Tots aquests recursos fan que la pel·lícula resultant transmeta veracitat, absència de maniobra i efectes d'immediatesa, emfatitzant que és un material trobat i sent aquests, en si mateixos, aspectes característics també d'aquesta tècnica.

Així mateix, al *found footage* es dona vigència i prestigi al material que es revisa i utilitza, a més a més totes les fases d'aquest procés creatiu són igual d'importants; la cerca de material, la tria i selecció, la descontextualització i el resultat final o presentació.

Continuant amb el que s'ha exposat al punt anterior sobre l'apropiació, en aquesta pràctica hi ha dues fases clau; primerament, quan del seu context inicial s'extrau un component i se li dona una significació i segon, quan aquest nou element s'inclou en un nou escenari i, per tant, es resignifica.

Són antecedents de les tècniques i conceptes entorn del *found footage* i l'apropiacionisme, pràctiques, moviments i autors com: els *ready-mades* (fig.12) de Duchamp i els dadaïstes, pel paper que té l'elecció i el nou escenari de l'objecte; els *objet trouvé*, on és clau el reciclatge, la recontextualització i la juxtaposició; i les idees de R. Barthes sobre l'autoria i l'originalitat.



Fig. 12. Duchamp. Bicycle wheel, 1913.

En relació amb el videoclip, ambdós gèneres són molt distints, però es pot veure com alguns vídeos musicals utilitzen tècniques pròpies del *found footage* com per exemple l'adhesió d'imatges de baixa qualitat i d'arxiu per mostrar nostàlgia, autenticitat, realitat o per potenciar la narració.

Finalment, la grandiosa quantitat d'arxius i documents accessibles globalment, la presència d'un públic massiu i actiu, les noves plataformes audiovisuals i l'ampla forma de creació artística contemporània, han estat determinants per a la consolidació i desenvolupament del *found footage*.

4. MARC REFERENCIAL

Una vegada s'han exposat algunes idees crucials per a l'enfocament i contextualització d'aquest projecte i abans d'explicar les fases del desenvolupament pràctic del mateix, cal assenyalar un llistat de referents que han influït en l'estètica del videoclip i en la producció d'aquest.

En una proposta de gènere audiovisual com és el videoclip, es poden trobar referents en diferents branques o disciplines artístiques, com ara alguns exemples al camp de la postproducció, la direcció, l'escenografia i les arts visuals, entre altres.

Per tal de realitzar aquest vídeo musical, els referents han estat escollits i analitzats segons l'estudi realitzat entorn de l'estètica del cantant. Interessen, per una banda, tres referents visuals o estilístics que han servit sobretot a la part de producció i postproducció del vídeo, com són Dan Streit, Ramzoid i Pablo Amores. Enfront d'altres dos que han sigut utilitzats a la preproducció del projecte, dels quals s'aprofita la metodologia, tècniques i ferramentes que utilitzen a l'hora d'enfrontar-se a projectes artístics, en aquest cas es parla de Félix Murcia i Teresa Montanuy.

4.1. DAN STREIT

Dan Streit, un jove californià de vint-i-huit anys, treballa com a director i editor en diferents tipus de produccions audiovisuals, sobretot en publicitat i vídeos musicals. Forma part de les productores "Stink Films" i "Green Machine" en aquesta última treballa junt amb el director i animador Cole Kush.

El videoclip "Glimpse of Us" (fig.13 i 14) del cantant Joji, dirigit i editat per D. Streit és el principal referent d'aquest projecte, aquest vídeo ha estat al top 10 de la gran llista d'èxits Hot 100 de la revista musical *Billboard*.

Els contrastes entre la música i les imatges, l'estètica underground, la destrucció i desolació que mostra, la utilització de càmeres amb baixa qualitat com a recurs expressiu i la difícil distinció entre que és ficció i que realitat al videoclip, són els recursos que més ens han interessat i servit per a la realització de "Humo" de keezyporta. També, sobre l'edició i gravació d'aquest, la quantitat de talls que



Fig. 13. Dan Streit. Glimpse of us, 2022.

presenta el muntatge, el dinamisme i ritme a causa de gravar amb videocàmeres a les mans i sobretot, l'experimentació tant a la producció com a la postproducció del projecte.

Veiem que la utilització de càmeres de baixa qualitat i els muntatges rítmics i dinàmics, són recurrents als treballs de Streit, com es pot observar al videoclip "Shittin me" d'A\$AP Rocky (fig. 15), "Forever" de Charly XCX o "Don't shoot up the party" de Brockhampton.



Fig. 14. **Dan Streit.** Glimpse of us, 2022.

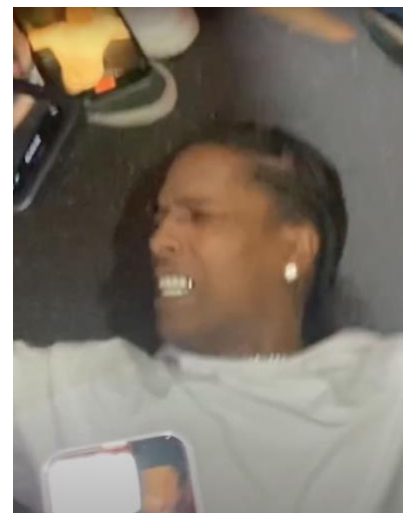


Fig. 15. **Dan Streit.** Shittin' me, 2022.

4.2. RAMZOID

Continuant amb la utilització de videocàmeres com a recurs expressiu i muntatges atrevits i rítmics trobem els videoclips "Boohoo" (fig.16) i "Off the map" (fig.17) de Ramzoid.

Julien Lopes amb el nom artístic de Ramzoid és un cantant, productor i compositor canadenc, que també dirigeix i edita els seus videoclips. En els dos esmentats anteriorment s'ha realitzat una edició rítmica, seguint el tempo de la música. Però, el més interessant de les seues propostes és la superposició de fotografies i vídeos a sobre del vídeo principal, fent composicions i collages molt innovadores. Hem aprofitat aquest recurs i els efectes de *glitch* i *noise*, ja que aporten textura i expressivitat al vídeo.



Fig. 16. **Ramzoid.** Boohoo, 2023



Fig. 17. **Ramzoid**. Off the map, 2022



Fig. 18. **Pablo Amores**. Quiero verlo todo azul, 2022



Fig. 19. **Pablo Amores**. Cosas de brujas, 2023.



Fig. 20. **Pablo Amores**. A otro lado, 2020.

4.3. PABLO AMORES

Pablo Amores és director i artista multidisciplinari, nascut a Múrcia, però assentat a Madrid de fa anys. És la part visual de molts cantants i grups reconeguts dins del panorama nacional.

La major part de la seua producció es troba al camp audiovisual, concentrada entre la fotografia i el vídeo.

Amores, treballa amb càmeres barates i analògiques, la qual cosa, fa que els videoclips que dirigeix també siguin molt expressius, sobretot per la (baixa) qualitat dels vídeos i la textura resultant. Però la part més important de les seues produccions recau en la postproducció, realitza un muntatge brusc, molt fragmentat, i una edició on els efectes i la saturació del color són els protagonistes. Ha dirigit i editat molts videoclips per a cantants com Maria Escarmiento (fig.18 i 19), Natalia Lacunza (fig.20) o el grup The Parrots.

4.4. FÉLIX MURCIA

Félix Murcia, nascut a Aranda de Duero, és un director artístic molt reconegut a Espanya que ha fet l'ambientació, escenografia i decoració de nombroses sèries espanyoles, obres de teatre, i pel·lícules, com per exemple *Mujeres al borde de un ataque de nervios* de Pedro Almodóvar. També compta amb nombrosos premis relacionats amb la seua professió, entre ells 5 premis Goya.

Mitjançant la lectura del llibre *La escenografía en el cine: el arte de la apariencia*, del mateix Félix Murcia, es va decidir que la preproducció i investigació prèvia amb la qual aquest treballa (fig.21, 22 i 23) seria la més adequada per a la creació de "Humo". Per tant ens hem servit molt de la fotografia per al guió il·lustrat (*storyboard*); l'estudi de l'espai on es gravaria, tenint en compte els canvis lumínics que transcorren al llarg d'un dia; la importància del color, etc. a la fase de la preproducció.

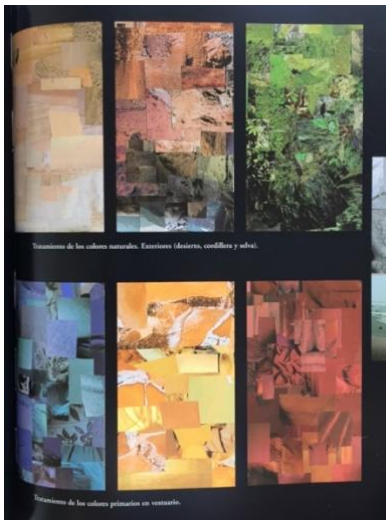


Fig. 21. Félix Murcia. Esquemes y storyboards.



Fig. 22. Félix Murcia. Esquemes y storyboards.



Fig. 23. Félix Murcia. Esquemes y storyboards.

4.5. TERESA MONTANUY

Teresa Montanuy és una directora artística establida a Barcelona, que ha treballat als departaments artístics de grans projectes com a directora artística i assistent d'art. Grans treballs com són videoclips junt amb la important productora CANADA; la direcció artística de la sèrie *La Ruta*; campanyes publicitàries per a les marques Nike i Puma; i prou videoclips d'artistes internacionals com C. Tangana, Rosalía i Katy Perry.

Vaig assistir a una *masterclass* que va impartir al Festival audiovisual jove de Barcelona i em va inspirar molt la forma en què tracta els projectes i elabora la proposta artística, la manera en què ordena les referències, els dibuixos, les fotografies... i les combina per tal d'exposar clarament les seues idees (fig.24 i 25).

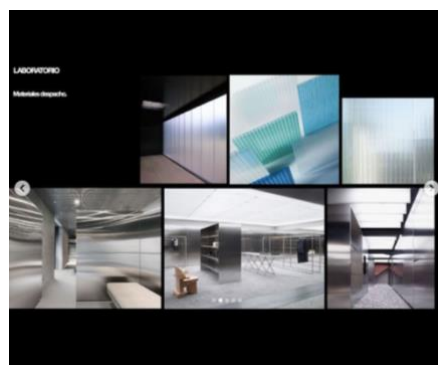


Fig. 24. Teresa Montanuy. Proposta direcció artística, 2021.

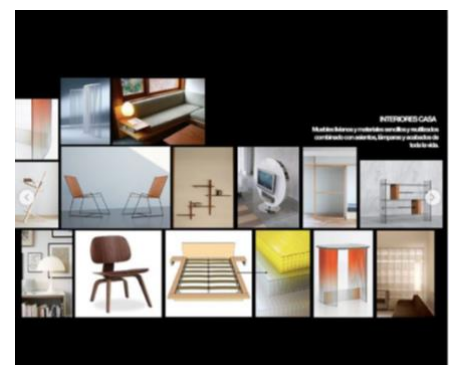


Fig. 25. Teresa Montanuy. Proposta direcció artística, 2021.

5. DESENVOLUPAMENT PRÀCTIC

A continuació, després d'introduir els conceptes necessaris per a desenvolupar la part pràctica i d'exposar els referents del projecte, s'expliquen les tres etapes amb les quals s'ha produït el videoclip "Humo".

5.1. PROPOSTA DE COL·LABORACIÓ

En primer lloc, és necessari contextualitzar a l'artista i el seu producte per estructurar i construir les idees i la visió general del videoclip.

Kike Soriano amb el nom artístic de keezyporta és un jove cantant del Puig, un poble molt proper a la ciutat de València. Va començar la seua carrera musical penjant covers a la plataforma YouTube, però a poc a poc va començar a publicar cançons pròpies fins que el 2022 va llançar el seu primer EP *Bonito*, actualment es troba elaborant el seu primer CD que té per títol *Cielo*.

El terme *cielo* s'empra de forma ambigua, tant per fer referència al cel que es mostrarà en la portada del CD, com a la paraula *cielo*, quan aquesta s'utilitza per a dirigir-nos a algú de forma afectuosa i tendra, ja que la gran majoria de les peces musicals, se centren o ronden el tema de l'amor.

Tot i que explora i treballa diferents gèneres musicals, el trobem com un cantant *indie*¹, terme que sorgeix de la paraula independent.

A banda de l'amistat, ens uneix un projecte previ a aquest; el març de 2022 vam realitzar el videoclip "Escorial" (fig.26) del seu anterior EP *Bonito* <https://youtu.be/s975xeEFSJQ>. Fent una revisió del vídeo, ens adonem que els escenaris creats, són molt fotogràfics i estètics, però manquen prou de significat i rellevància, costa relacionar-los amb el missatge de la cançó. Les escenes gravades de nit, les del ciclorama negre amb la llum estroboscòpica i els renderitzats 3D, sí que semblen molt interessants. De cara a la creació



Fig. 26. Keezyporta. Escorial, 2022.

¹ La música independent va nàixer de forma autònoma, mitjançant la producció i distribució de música sense l'ajuda de les grans discogràfiques i companyies. En aquesta mena de cançons, es mesclen diferents gèneres i es construeixen sons molt innovadors que fusionen estils com per exemple el rock, el jazz, el pop o l'electrònica.

d'“Humo”, hem fet servir la progressió temporal d'“Escorial” i els clips 3D, però s'ha dut a terme una recerca molt més exhaustiva i conceptual de les escenografies, ja que han sigut clau les idees extremes de la lletra de la cançó i els conceptes que es tracten al CD per a la tria de les localitzacions.

A *Cielo* es presenta amb una estètica bastant diferent de l'anterior, ens adonem que als seus videoclips (fig.27) predominen l'absència de narració, la mala qualitat de la imatge i les característiques que atorga la videocàmera com a eixos centrals. Per tant, a diferència d'“Escorial” en aquesta proposta no hi ha cap procés constructiu, més aviat ens servirem dels espais per a emfatitzar el missatge de la cançó.



Fig. 27. Keezyporta. Si Pudiera, 2022.

5.2. PREPRODUCCIÓ

La preproducció és una fase essencial per a la realització d'un projecte audiovisual, ja que és en aquesta part on es planifica, s'organitza, s'exploren idees i conceptes, etc. per tant, contribueix a optimitzar temps i recursos, a més de maximitzar la qualitat del resultat final.

5.2.1. Concepte i planificació.

L'etapa de preproducció s'ha dividit en diferents fases, a continuació s'expliquen de forma cronològica.

En primer lloc, es va triar la cançó i es van analitzar les lletres i vídeos ja publicats. Després van tindre lloc les reunions on es va establir quina estètica es busca i s'ha estat treballant al nou CD, també es van tindre en compte els aspectes que no interessaven i els referents visuals de l'artista. Unes de les principals demandes de Kike van ser el protagonisme del color blau, el CD s'anomena *Cielo* i el color del cel és el blau, aquest color es relaciona amb el que és etern, llunyà i infinit, també es relaciona amb l'anhel, *blue* en anglés també vol dir trist i melancòlic. Les cançons del *blues* parlen de la nostàlgia, l'amor, l'anhel...; l'altra, va ser la utilització de videocàmeres amb baixa qualitat buscant l'efecte de vídeo domèstic, sense massa preparació, i inclús que poguera recordar al *found footage*.



Fig. 28. Anotacions Videoclip “Humo”.



Fig. 29. Anotacions Videoclip "Humo".



Fig. 30. Anotacions Videoclip "Humo".



Fig. 31. Renderitzat 3D d'una escenografia.

Seguidament, va ser el moment d'analitzar els referents, el videoclip "Glimpse Of Us" del cantant Joji és el principal referent d'aquest projecte, ens fascina com es combina i contrasta la música amb les imatges del vídeo, també ho són els videoclips que dirigeix l'artista Pablo Amores; vam tindre clar que calia treballar des d'aquesta perspectiva, i oposar les melodies de Kike enfront de la textura de les videocàmeres i l'escenografia triada, són claus els termes contrast i oposició per a la creació del vídeo, fugint de la reiteració i la idea que la imatge ha de reflectir i acompanyar la lletra, com s'havia estat mostrant en alguns vídeos anteriors de l'artista.

Així doncs, amb l'anàlisi de la cançó i els referents, i junt amb les anotacions de Kike sobre l'estètica de la seua proposta, va sorgir la idea i concepte del videoclip. Es va decidir treballar des d'un vessant experimental, i realitzar un vídeo musical que principalment s'allunyara de l'aura melangiosa i fins i tot amorosa de la cançó, però que mostrara d'alguna forma certa incertesa i nostàlgia. Hem volgut contrastar les melodies de "Humo" amb espais abandonats i bruts. Un aspecte molt important és, com s'ha mencionat abans, la utilització de videocàmeres digitals de baixa resolució; es busca realisme i veracitat i aquest tipus de càmeres atorguen molta autenticitat al resultat final, per tal d'emfatitzar aquesta idea vam pensar que seria molt interessant afegir el so d'alguns clips, a més de vídeos reals del mateix Kike amb els seus amics, de festa, cantant, o simplement gravacions filmades per ell... S'ha intentat buscar que a l'espectador li coste discernir que és gravat intencionadament, que accions s'han pensat i quines filmacions són d'arxiu, és a dir reals, apropiades i recontextualitzades.

Els escenaris i el muntatge són els dos elements protagonistes del videoclip, amb els espais i la forma de filmar es dotarà al vídeo d'autenticitat, però l'edició amb clips bruscs i amb molts talls serviran per a construir un vídeo rítmic i dinàmic.

A banda d'aquests trets, es va pensar que seria interessant fer renderitzats 3D (fig.31) de les escenografies, per la textura que aporten; gravar amb una càmera 360 per aconseguir clips originals obre els quals treballar a la postproducció.

La fase de preproducció va finalitzar amb la localització dels espais i la planificació de la filmació recollint el material tècnic necessari, pensant el vestuari, les dates i els horaris del rodatge. Per tal d'una major organització es va fer un calendari del projecte, es pot consultar a ANNEX 1.

5.2.2. Anàlisi de la cançó

Abrí la ventana
Y me escapé como el humo
You know
Viento en la cara
Pero rápido y seguro
Siento si me paran
Voy sereno te lo juro
Vas como una bala
Ella me dice mientras le bota el

Cuerpo diferente
To's para el mismo uso
Mucha joyería pero sigo en bruto
Veo a mis perros
Buscando futuro
Y yo quiero cambiarlo
Cada vez que madrugo.

Uh que placer
Uh ha entrao' la luz
dime tú, que voy a hacer.

vuelo, vuelo, por el cielo y me pierdo
contigo volaba hasta despierto
por su cara que me estoy derritiendo
como hielo, como hielo. x2

Abrí la ventana y me escapé como humo
bae puse la cara aunque dijera que sudo
No llegué a ser libre pero
me hizo ser puro
ya se ha hecho de noche y ha pasao' lo duro.

Habita de hotel suena mi chain en su culo
505 es el recuerdo al que acudo
yo chillaba goma tu girabas el rulo
Sigo recordando aquellos cuartos oscuros.

En primer lloc, el títol d'aquesta peça musical és molt suggerent, la paraula fum (humo) va carregada de significats i simbolisme segons el context en què la trobem, però algunes interpretacions comunes són les relacionades amb el

canvi i la transformació, ja que el fum es crea a partir de la combustió, cosa que implica una transformació de la matèria, pot simbolitzar canvis o la necessitat d'alliberar-se; amb la transitorietat, perquè aquest es caracteritza per ser volàtil i efímer, ens recorda que cap cosa és permanent o duradora; i amb l'espiritualitat i les connexions amb el que és diví i transcendental; entre altres.

La lletra de la cançó s'ha analitzat tenint també en compte les cançons ja publicades que componen l'àlbum, ja que en conjunt presenten alguns trets interessants. Com s'ha nomenat anteriorment, a les cançons de l'artista predomina el tema de l'amor o més concretament el desamor, també ens adonem que revisant la mètrica, les seues lletres presenten de forma general rima assonant, però no se cenyissen obligatòriament a cap classe d'estrofa.

Concretament, a la cançó "Humo" veiem que el tipus de mètrica és semblant als altres temes del CD, hi ha rimes amb les vocals *u* i *o* al llarg de tota la cançó. Però, en canvi, en aquesta peça la temàtica s'allunya un poc d'aquest vessant amorós i ens fa reflexionar entorn de la nostàlgia, la incertesa i els tòpics literaris *carpe diem* i *tempus fugit*. La cançó parla de perdre's amb algú sense rumb, de recordar, d'eixir i moure's lliure com el fum, encara que no hi haja un futur cert o segur. A la lletra de la cançó es descobreix que keezy porta li canta a algú, però el vertaderament important són els fets que recorda i com se sent ell ara en el present amb aquestes empremtes del passat.

Per a fer referència al temps passat, la nostàlgia i la incertesa recorrerem a localitzacions que mostren el pas del temps, la pèrdua, la transformació...

"Porque la añoranza no intensifica la actividad de la memoria, no suscita recuerdos, se basta a sí misma, a su propia emoción, absorbida como está por su propio sufrimiento." (Kundera, p.37 2009)

Musicalment, la cançó, comença amb una gravació d'estudi i acaba amb la mateixa composició, però evolucionada, mitjançant guitarres, instruments electrònics i sons que emboliquen, de nou com el mateix fum, que comença en un punt concentrat i acaba expandint-se.



Fig. 32. Gasolinera de Nàquera.



Fig. 33. Platja del Grau Vell, Sagunt.



Fig. 34. Platja del Grau Vell, Sagunt.

5.2.3. Localitzacions i esquemes visuals.

La direcció artística i la pràctica escenogràfica han estat analitzades des del vessant de la recerca de localitzacions, no s'ha treballat de forma constructiva, sinó que s'han fet servir escenaris urbans i naturals preexistents, per tal de mostrar autenticitat al videoclip.

Tot i que es mostren més escenaris dels assenyalats a continuació, s'han estudiat quatre localitzacions com les principals del videoclip: Una gasolinera tancada i abandonada a la CV-305 pertanyent al terme de Nàquera (fig.32), la platja del Grau Vell de Sagunt (fig.33 i 34), l'estació ferroviària de Massalfassar (fig.35 i 36) i una antiga construcció enderrocada a la platja de Puçol (fig.37 i 38). Les escenografies de Nàquera i la platja de Puçol han sigut triades perquè mostren espais o edificacions que es troben en ruïnes, plenes de grafitis, etc. L'estació de tren de Massalfassar i la platja del Grau Vell de Sagunt encara que també presenten grafitis i ruïnes, interessen més pel paisatge industrial, i la mar en concret, per les tonalitats blaves que aporta al vídeo, aspecte que interessava molt al cantant.

Amb aquest tipus d'escenografies i la interacció i actuació de Kike amb les mateixes, s'ha buscat contrastar amb la música, i mostrar deriva, nostàlgia, incertesa... Són escenaris preexistents, que en el cas de les dues que es troben en runes, tenien una funció i un propòsit, i amb el pas del temps han resultat abandonades, però amb moltes vivències entre les seues parets, aquest fet té molta connexió amb el significat de la cançó.

Per tant, encara que s'exposa que les escenografies són localitzacions existents, res ha estat incontrolat o casual, s'han contemplat els aspectes formals i el seu valor expressiu, analitzant el que havia de mantindre's o evitar-se a la filmació.

En últim lloc, pel tipus de muntatge ràpid, brusc i sense argument o narració, a més del caràcter experimental del vídeo, no s'ha realitzat un *storyboard* convencional, però ens hem servit de diferents esquemes visuals per tal de fer les idees tangibles, documentar-les i tindre una mena de guió al qual recórrer si ens veiem perduts. Es mostren a continuació dos esquemes que han servit per al color del vídeo i per a l'organització dels clips, basats en els *storyboards* de Félix Murcia (fig.39 i 40).



Fig. 35. Estació ferroviària de Massalfassar.



Fig. 36. Estació ferroviària de Massalfassar.



Fig. 37. Construcció de la Platja de Puçol.

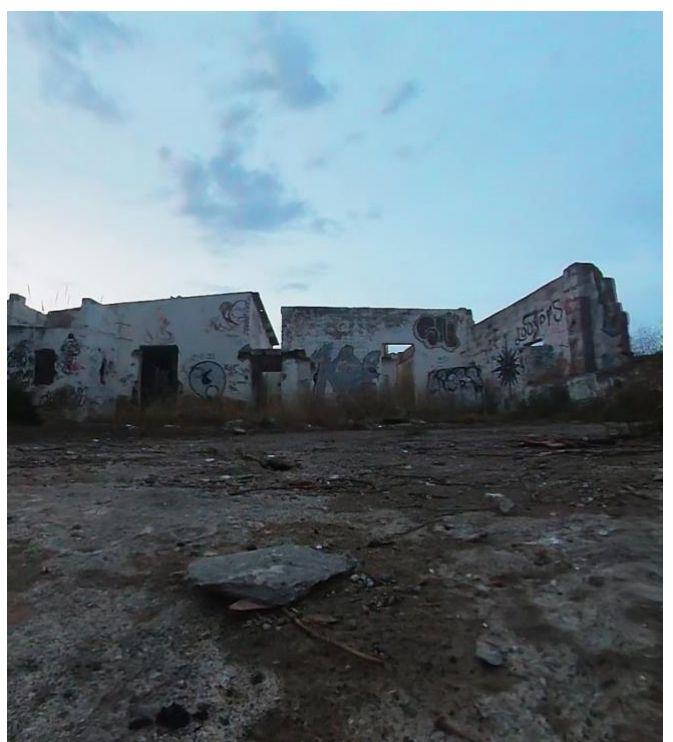


Fig. 38. Construcció de la Platja de Puçol.

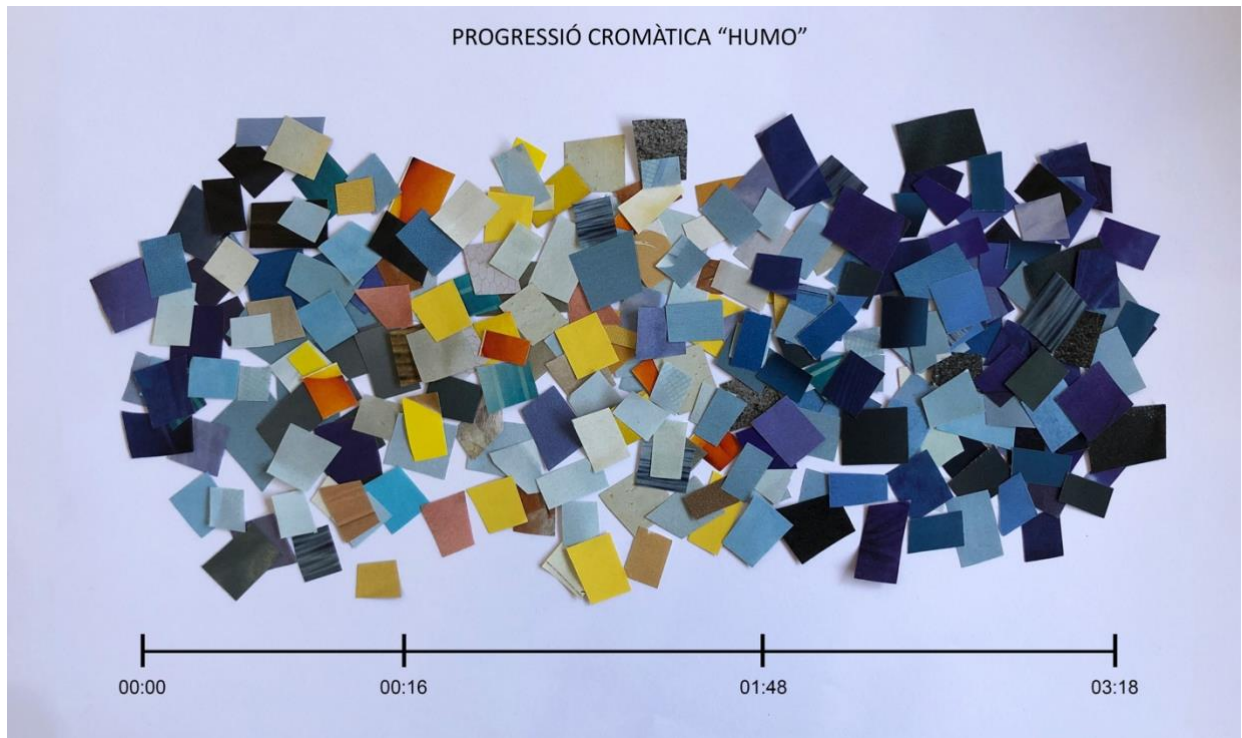


Fig. 39. Esquema visual I.

ESQUEMA VISUAL - STORYBOARD - GUIÓ IL·LUSTRAT



Tonalitats blaves predominants al llarg del vídeo, aquest comença de nit, i continua mostrant imatges de dia amb tonalitats més daurades i grises.



A la part diürna s'observen 2 escenografies principals la gasolinera i l'estació de tren.



Finalment, torna la nit amb les imatges de la mar i la construcció enderrocada.

Fig. 40. Esquema visual II.

5.2.4. Recull de materials.

L'últim pas abans de començar amb la gravació va ser el recull de materials necessaris per a aquesta, com la idea era muntar un videoclip prou fragmentat, contrastat i amb autenticitat, vam pensar que utilitzar diferents càmeres i formats ajudaria a aquesta naturalitat. Per tant, s'ha fet ús: per una banda, d'una videocàmera samsung HMX-F90 i una càmera digital casio Exilim de 12 MP, que han aportat molta textura, *noise* i realisme al vídeo; i per l'altra, un telèfon mòbil iPhone 8, una càmera Insta 360º one X2, i una càmera Sony Alpha 7 III de vídeo i foto, pensant en l'edició i els efectes que poden atorgar al videoclip.

Quant al vestuari, senzillament interessava mantindre el cantant fidel al seu estil i vestit amb tonalitats neutres, blanques o negres, que no s'emportaren el protagonisme de les escenes.

L'annex compta amb més informació i fotografies entorn dels materials i les localitzacions del videoclip.

5.3. PRODUCCIÓ

Tenint en compte les idees i conceptes que es van extraure a la fase de la preproducció com: l'absència d'un argument o història; la mala qualitat de la imatge; el muntatge rítmic; l'efecte de vídeo domèstic, sense massa preparació, veraç; l'oposició i contrast entre la melodia i la imatge; el tema de la nostàlgia; els escenaris ja existents... va començar el rodatge del videoclip.

5.3.1. Equip Humà

Tot i que ha estat un treball autogestionat, amb mi mateixa al capdavant dels càrrecs, cal nomenar a Ximo Margaix, per la seua participació, coneixements i ajuda tant a l'apartat de producció com a la postproducció. I mencionar també a Kike, ja que ha estat supervisant i participant al llarg de les tres fases de desenvolupament pràctic.

5.3.2. Rodatge

El rodatge va estar dividit en tres dies: el diumenge 7 de maig es va realitzar la gravació d'alguns espais que després s'utilitzarien com a recurs i *footage* al vídeo musical, aquella vesprada també va servir per a la familiarització amb les

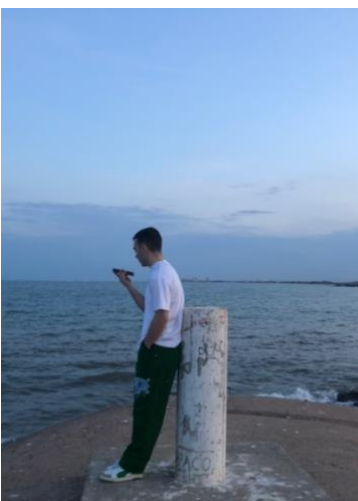


Fig. 41. Rodatge.



Fig. 42. Rodatge.



Fig. 43. Rodatge.

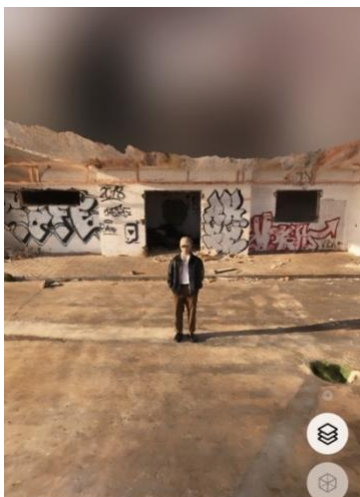


Fig. 44. Renderitzat 3D.

càmeres abans de gravar amb l'artista; el dissabte 20 de maig es va gravar a la gasolinera en runes de Nàquera entre les 17:30h i les 19:45h i a la platja del Grau Vell de Sagunt (fig.41 i 43) de 19:45h a 21:30h; i per acabar, el dissabte 27 de maig va ser l'últim dia de gravació, es va filmar a l'estació de tren de Massalfassar (fig.42) i a una construcció abandonada de la platja de Puçol, en un horari molt semblant a l'anterior i buscant les mateixes llums que el cap de setmana passat per tal de donar-li una durada o temporalitat al vídeo. En ambdós rodatges es van usar les quatre càmeres i l'aplicació *Luma AI* descarregada a l'iPhone mencionat abans, per a realitzar els clips 3D (fig.44).

S'ha fet referència al fet que s'ha treballat de forma experimental, amb això ens referim que no s'ha seguit cap *storyboard* quant a plans, seqüències, accions... ha sigut un rodatge amb moltes proves, en el qual no s'ha parat de gravar, ni s'ha descartat cap idea que passava per les nostres ments. També cal afegir que hi ha hagut molta experimentació a la manera de filmar, i als recursos expressius i tècniques audiovisuals emprats.

5.3.3. Recursos expressius

Com s'ha esmentat al marc teòric, els vídeos musicals revisen i transformen alguns conceptes audiovisuals clàssics com els enquadres, l'edició i els plànols. En aquest videoclip en concret, per una banda, estan els recursos expressius que s'extrauen de l'equip tècnic: de les videocàmeres digitals i els renderitzats 3D que aporten una textura, qualitat, i so visual característics; de la càmera 360, que s'obtidran plànols molt originals, mòbils i dinàmics; i de la càmera sony amb la qual es gravarà de dues maneres, amb la velocitat d'obturació baixa per a captar el màxim moviment possible i amb total nitidesa per a manipular les imatges en postproducció.

Per l'altra banda, es troben els recursos que sorgeixen segons com es filme, a banda de la manipulació tècnica que se li pot aplicar a les càmeres a través del diafragma, la velocitat i l'ISO, ens hem servit de moviments de càmera ràpids i intensos, aplicant tècniques com el *zoom in/out*, el *travelling*, el *desenfoque*... per a aconseguir un videoclip dinàmic i rítmic.

Els recursos emprats serveixen per a encarrilar el resultat final del vídeo, però al muntatge és on finalment es decidirà la velocitat, moviment, ritme i coherència del videoclip.

5.3.4. Pressupost

Aquest ha estat un videoclip de baix pressupost, en el qual ja comptàvem tant amb l'equip tècnic com amb el vestuari. L'única despesa que es pot contemplar és la gasolina gastada en moure'ns entre les localitzacions. Per tal d'elaborar un projecte sostenible i responsable, no s'ha fet cap compra; a més, les tres persones que participàvem en la producció del videoclip ens hem desplaçat amb un sol cotxe en compte d'utilitzar dos o fins i tot tres.

5.4. POSTPRODUCCIÓ

Una vegada la filmació va finalitzar, va ser el moment d'organitzar les gravacions en carpetes i fer una selecció del *footage* que l'artista va subministrar per tal de facilitar el muntatge i optimitzar el temps.

Com s'ha explicat anteriorment, la postproducció ha sigut un dels apartats crucials i protagonistes en la realització del videoclip, perquè, tot i que s'ha treballat de forma experimental, mitjançant la prova, l'encert i l'error, tot el pes del projecte recau sobre el muntatge i cap elecció ha sigut incontrolada o atzarosa.

5.4.1. Fases del muntatge

Respecte als programes emprats al muntatge i edició del videoclip, s'han utilitzat les aplicacions *Adobe Premiere Pro* i *Adobe After Effects*, per als clips gravats amb la càmera 360 s'ha fet ús de la ferramenta *Insta360 Studio 2023*(fig.45) i els renderitzats 3D s'han fet amb l'aplicació *Luma AI*.

En primer lloc, s'ha realitzat un muntatge rítmic, s'usen els tempos de la cançó per a canviar d'escena i se sincronitzen els vídeos amb la música, aquest recurs serveix per a cridar l'atenció de l'espectador i augmentar els estímuls visuals. Al programa *Premiere Pro* s'han redimensionat, escalat, posicionat, retallat i ordenat els clips, i amb aquests ajustos fets, ens hem ajudat dels

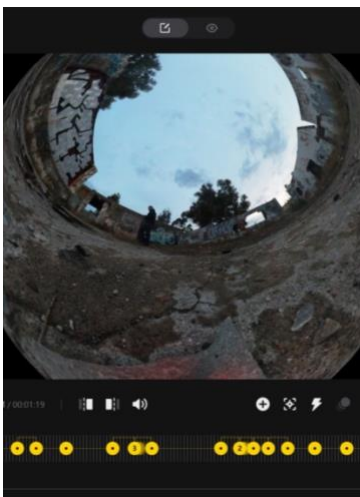


Fig. 45. Insta360 Studio 2023

esquemes visuals, per dotar al vídeo de coherència temporal, el videoclip comença de dia i acaba de nit. També hi ha concordança amb la música, els vídeos inicials són més llargs i relaxats que els del final, segons augmenta la velocitat de la cançó, augmenta també la quantitat de clips i disminueix la durada d'aquests. Per fer més dinàmic el vídeo, s'ha intercalat al llarg de la composició el *footage* que ha proporcionat keezyporta, alguns canvis de format i els clips de les localitzacions en 3D.

El videoclip presenta molt de moviment, saturació visual i fragmentació a la composició, trets que són característics d'aquest gènere.

Seguidament, amb el muntatge finalitzat va ser el moment d'afegir efectes i fer les correccions de color necessàries amb el programa *After Effects*. S'ha afegit desenfocament gaussià i *noise* a alguns vídeos per tal d'homogeneïtzar l'estètica visual, també s'ha incorporat un filtre *VHS* i efectes de *glitch* en diferents clips per aportar varietat al videoclip. Quant a l'edició del color, va ser necessari corregir alguns valors, sobretot als vídeos finals de la composició, fent-los més foscos i blavencs.

Pel que fa als elements gràfics o crèdits del videoclip, es va decidir no fer ús d'aquests i presentar el vídeo sense títol ni informació, ja que es buscava realisme i autenticitat, fins i tot intentar que a l'espectador li costés discernir que accions i gravacions s'han planificat i quines filmacions són preexistents. Per tant, afegir aquests elements trencaria l'estètica i concepte de la proposta. Per acabar va tindre lloc la postproducció de l'àudio.

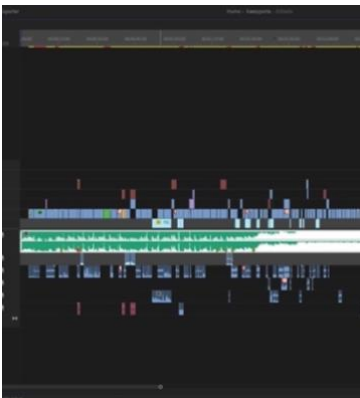


Fig. 46. Muntatge amb Adobe Premiere Pro.

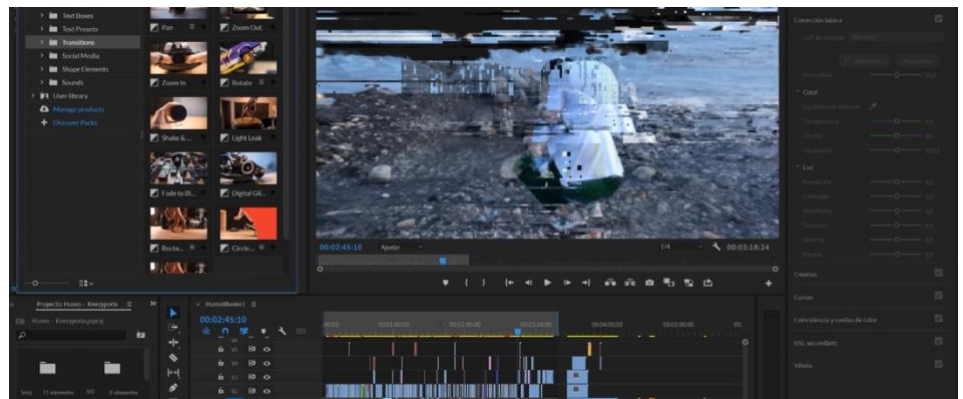


Fig. 47. Muntatge amb Adobe Premiere Pro.

5.4.2. Edició d'àudio

L'àudio principal del videoclip és la cançó "Humo" composta i masteritzada per keezyporta, doncs, a la postproducció no he hagut d'editar-la ni modificar-la. M'he servit d'aquesta per a realitzar un muntatge rítmic. A banda, s'ha introduït el so original d'algunes de les gravacions, com el soroll de les ones de la mar, del tren o del cotxe, per tal de continuar amb la recerca de realisme, enriquir la proposta i realçar l'experiència audiovisual.

5.4.3. Resultat final

Enllaç al videoclip "Humo":

<https://youtu.be/I9aulh5LWkQ>



Fig. 48. Videoclip "Humo".

5.4.4. Difusió

Per a la distribució del videoclip s'ha tingut en compte les diferents resolucions i formats que demanen els mitjans de difusió, i aquest s'ha publicat el 16 de juny de 2023 a la plataforma YouTube i a Spotify, per a aquesta última plataforma s'ha fet un *canvas*, un breu visual en bucle amb alguns dels clips més interessants del videoclip.

Tot i que keezyporta treballa amb la discogràfica Warner Music Spain i aquesta és l'encarregada de publicitar-lo i promocionar-lo, el vídeo també s'ha

promocionat tant a les xarxes socials del cantant com a les meues per tal d'aconseguir la màxima difusió i repercussió possible.

El videoclip i la cançó han tingut molt bona acollida entre els seguidors de l'artista, cinc dies després del llançament ja comptava amb la meitat de les visualitzacions i *likes* amb els que contenen els últims vídeos del canal.

Enllaç al canal de l'artista: <https://www.youtube.com/@keezyporta>

Enllaç a les xarxes de l'artista:

<https://instagram.com/keezyporta?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

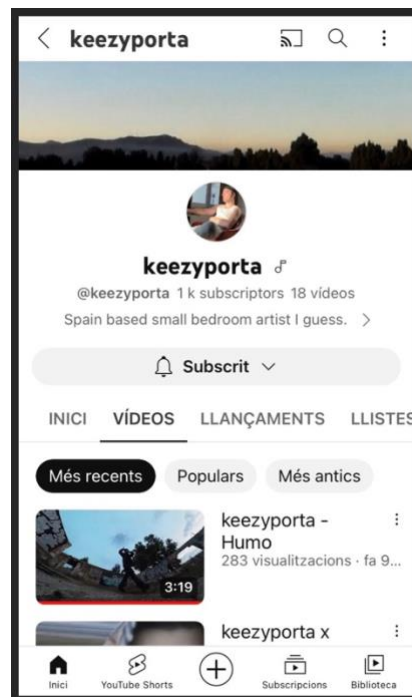


Fig. 49. Canal de YouTube de keezyporta.

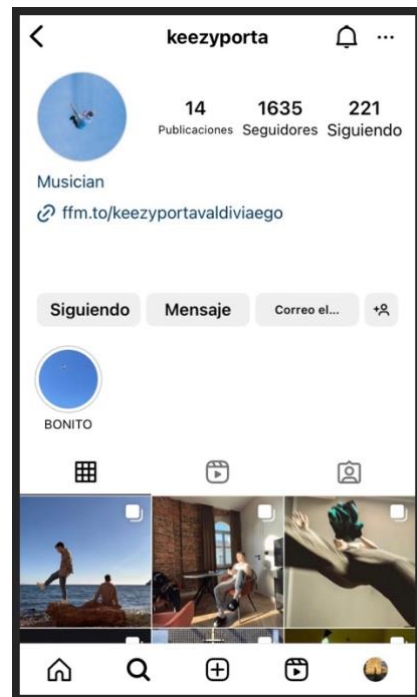


Fig. 50. Perfil d'instagram de keezyporta.

6. CONCLUSIONS

Una vegada finalitzat el projecte, pot concloure's que la creació d'un producte audiovisual com és un videoclip, és una tasca molt exigent i complexa. Tot i tindre una experiència prèvia a la producció d'un vídeo musical, aquesta ha estat una de les propostes més laborioses de totes les produïdes al llarg del grau i fora d'aquest, ja que m'he vist al capdavant de totes les preses de decisions i departaments.

Han sigut de gran utilitat les competències assolides al Grau de Belles Arts a l'hora d'enfrontar-me a la creació del videoclip, com també ho han sigut la investigació i l'anàlisi que s'ha realitzat entorn de la direcció artística, les interdependències de les expressions audiovisuals i la postproducció. Es pot afirmar aleshores: l'existència d'una estreta relació entre el cinema, el videoart i el videoclip, i la contínua interdependència dels tres camps; la importància de la direcció artística i com el color, la llum i l'escenografia poden transformar una producció per complet; i, en últim lloc, entorn de la postproducció, cal asseverar que essencial arriba a ser el muntatge en un projecte audiovisual i admetre com d'interessants arriben a ser les pràctiques artístiques que s'apropien d'elements preexistents i els manipulen, combinen i resignifiquen.

Malgrat els inconvenients que sempre sorgeixen, i el baix pressupost, també es respon a les demandes i directrius de l'artista, i s'ha aconseguit suplir plenament les necessitats d'aquest. El videoclip és capaç de continuar, potenciar i millorar l'estètica i el producte musical de keezyporta.

L'elaboració d'aquest projecte ha sigut molt interessant i molt enriquidora, he sigut capaç de desenvolupar i adquirir nous coneixements i superar el repte que comporta la creació d'un videoclip i la responsabilitat i esforç que suposa estar al capdavant de tots els departaments d'una producció. Aquest TFG m'encoratja i ajuda a l'hora de llançar-me al panorama audiovisual que m'envolta i, alhora, em deixa oberts molts camins pels quals continuar investigant i experimentant.

Per tant, es pot concloure que tots els objectius i casos d'estudi marcats a l'inici del projecte s'han assolit i han sigut molt útils per a millorar les meues habilitats. Així doncs, voldria finalitzar aquest apartat deixant constància de la meua satisfacció i agraïment respecte al treball fet i el resultat final que s'ha obtingut.

7. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- AGUILAR ALCALÁ, S. J. (2020). "El espectáculo, la cámara, la autoría y la vigilancia en el found footage" en *Contratexto* nº 34, pp. 21-49
<<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7676534>>
- BOURRIAUD, N. (2004). *Postproducción*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora.
- CÁNOVAS BELCHÍ, J. i CAMARERO GÓMEZ, G. (2018). *La realidad imaginada. La dirección artística de Félix Murcia en el cine español*. Editorial: akal.
- DAN STREIT. *Dan Streit*. <<https://www.dan.house>>
- DEL CASTILLO, I. (2017). "Found Footage Horror" en UNED Revista Signa nº 26, pp. 815-824. <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6123155>>
- DEL PORTILLO GARCÍA, A. i CABALLERO GÁLVEZ, A. (2014). "Redefiniendo el videoarte: orígenes, límites y trayectorias de una hibridación en el panorama de la creación audiovisual española contemporánea" en *Icono 14*, vol. 12, pp. 86-112. <doi: 10.7195/ri14.v12i2.707>
- DI CHIO, F. i CASSETTI, F. (1991). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- FANDOS, M. (1993). "Una asignatura pendiente el videoclip musical" en *Comunicar*, vol. 1, pp. 96-99. <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=635337>>
- FORESTA, D. (2015). "Los comienzos del videoarte" en *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. Cuaderno 52 pp 123-131.
<<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7293250>>
- HELLER, E. (2004). *Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona: Gustavo Gili.
- JÓDAR MARÍN, J. Á. (2017). "Evolución del montaje y postproducción del videoclip musical: del jumpcut a los VFX como paradigma de iconicidad y puesta en escena" en *Revista Mediterránea de Comunicación* vol. 8 nº 2, pp. 119-128.
<<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6037880>>
- KUNDERA, M. (2009). *La ignorancia*. Barcelona: Maxi Tusquets.
- LÓPEZ, O. (2020) "Si el mundo se digitaliza, ¿por qué ha vuelto la fotografía analógica?" en *Making Science*. <<https://www.makingscience.es/blog/si-el-mundo-se-digitaliza-por-que-ha-vuelto-la-fotografia-analogica/>>
- MATAIX LOMA, C. (2010). "Fluxus: un arte del desorden, un arte del futuro" en *Norba*, vol. XXX, pp. 261-269
<<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3755820>>
- MURCIA, F. (2002). *La escenografía en el cine. El arte de la apariencia*. Madrid: Fundación autor.
- MUSEO REINA SOFÍA. El ojo en la materia. Dziga Vertov y el cine soviético temprano.
<<https://www.museoreinasofia.es/actividades/dziga-vertov-ojo-materia#:~:text=La%20teor%C3%ADa%20del%20Cine%20Ojo,que%20el%20propio%20ojo%20humano>>

- PABLO AMORES. *Pablo Amores*. <<https://pabloamores.com>>
- PÉREZ ORNIA, J.R. (1991). *El arte del vídeo. Introducción a la historia del video experimental*. Barcelona: Ediciones del Serbal.
- RADIO LOS 40. La alta definición ha muerto: el Super-8 ha regresado. <https://los40.com/los40/2017/07/27/musica/1501165201_144014.html>
- RAMÍREZ. J.A. (1992). *Medios de masas e historia del arte*. Madrid: Cátedra.
- RAMZOID. *Ramzoid*. <<https://www.ramzoid.com>>
- RODRÍGUEZ LÓPEZ, J. (2017). "Videoclip de autor. El concepto de cine de autor y su aplicación al estilo del vídeo musical" en *Área Abierta*, vol. 17, pp 229-240. <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6058399>>
- SAFONT, D.A. i BRENES DUTCH, A. (2011). "La re-invencción del videoclip de Vincent Moon al videoclip 2.0" en *Nuevas tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales en la cultura digital contemporánea. Congreso internacional sobre análisis fílmico*. Madrid: Ediciones de las Ciencias Sociales de Madrid. 19-23 <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4081291>>
- SÁNCHEZ BIOSCA, V. (1995). *Una Cultura de la fragmentación: Pastiche, Relato y Cuerpo en el cine y la televisión*. Valencia: Filmoteca de la Generalitat Valenciana.
- SÁNCHEZ LÓPEZ, J.A. et al (2009). *Historia, estética e iconografía del videoclip musical*. Málaga: Universidad de Málaga
- SCARANO, R. (2022) "¿Tienes alguna grabación de algo loco?: Cómo el director Dan Streit hizo el caótico vídeo de "Glimpse of Us" de Joji" en *Billboard*. <<https://www.billboard.com/music/pop/joji-glimpse-of-us-video-director-interview-1235107619/>>
- SEDEÑO VALDELLÓS, A. M., PÉREZ RUFÍ, J. P. i GUARINOS GALÁN, V. (2017). "Videoclip musical y nuevas tendencias en formatos musicovisuales" en *Revista Mediterránea de Comunicación* vol. 8, nº2, pp. 83-84. <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6037877>>
- SERRANO VIDAL, A. (2013). "Apropiacionismo, remezcla y postproducción: el Found Footage en el siglo XXI" en *Estéticas del Media Art*, grupo de investigación Eumed.net. Málaga: Universidad de Málaga.
- TERESA MONTANUY. *Teresa Montanuy* <<https://www.teresamontanuy.com>>
- VILLALOBOS, A. (2013). "Videoarte y videoclip. Sincretismo e hibridación" en *La Colmena* nº 79, pp. 37-42. <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5492793>>

VIDEOGRAFIA

- AŞAP ROCKY, Shittin me, en YouTube <https://youtu.be/Oh8b_P7_AuA>
- JOJI, Glimpse Of Us, en YouTube <<https://youtu.be/NgsWGfUlWJI>>
- MARÍA ESCARMIENTO, Por la noche, en YouTube <<https://youtu.be/CBbZOjMb11w>>

- MARÍA ESCARMIENTO, Quiero verlo todo azul, en YouTube <<https://youtu.be/zoESL-zE5DA>>
- MICHAEL JACKSON, Thriller, en YouTube <<https://youtu.be/sOnqjkJTMaA>>
- *Oktyabr* (Octubre. Dir. S. Eisenstein i Aleksandrov) Sovkino Mosfilm. 1928 en Youtube <https://youtu.be/CyCvAP59_4g>
- QUEEN, Bohemian Rhapsody, en YouTube <<https://youtu.be/fj9rUzIMcZQ>>
- RAMZOID, Off the map, en YouTube <<https://youtu.be/DHKXGVUaSSE>>

8. ÍNDEX DE FIGURES

Figura 1. Queen. Fotograma videoclip "Bohemian Rhapsody". Font: YouTube.....	09
Figura 2. Soundie. Font: Viquipèdia.....	09
Figura 3. Elvis Prseley. Jailhouse Rock, 1957. Font: Viquipèdia.....	10
Figura 4. MTV. Logo de Music Television, 1981 Font: Viquipèdia.....	10
Figura 5. G. Méliès. Cinema Primitiu: Viatge a la lluna, 1902. Font: historia-arte.com.....	11
Figura 6. Cartell pel·lícula Oktyabr, 1927.....	12
Figura 7. Cartell pel·lícula A hard day's night, 1927.....	12
Figura 8. Cartell pel·lícula One plus one, 1927.....	12
Figura 9. Judith Barry. Imagination, 1991. Font: judithbarrystudio.com.....	14
Figura 10. Wolfgang Tillman. "Life guarding", 2021. Font: YouTube.....	16
Figura 11. Dziga vertov. L'home de la càmera, 1929. Font: historia-arte.com.....	18
Figura 12. Duchamp. Bicycle wheel, 1913. Font: historia-arte.com.....	20
Figura 13. Dan Streit/Joji. "Glimpse of Us", 2022. Font: YouTube.....	21
Figura 14. Dan Streit/Joji. "Glimpse of Us", 2022. Font: YouTube.....	22
Figura 15. Dan Streit/A\$AP Rocky. "Shittin me" 2022. Font: YouTube.....	22
Figura 16. Ramzoid. "Boohoo", 2023. Font: YouTube.....	22
Figura 17. Ramzoid. "Off the map", 2023. Font: YouTube.....	23
Figura 18. Pablo Amores/Maria Escarmiento. "Quiero verlo todo azul", 2022. Font: YouTube.....	23
Figura 19. Pablo Amores/Maria Escarmiento. "Cosas de brujas", 2023. Font: YouTube.....	23
Figura 20. Pablo Amores/Natalia Lacunza. "A otro lado", 2020. Font: YouTube.....	23
Figura 21. Félix Murcia. Storyboard. Font: La escenografía en el cine.....	24
Figura 22. Félix Murcia. Storyboard. Font: La escenografía en el cine.....	24
Figura 23. Félix Murcia. Storyboard. Font: La escenografía en el cine.....	24
Figura 24. Teresa Montanuy. Proposta artística. Font: Instagram.....	24
Figura 25. Teresa Montanuy. Proposta artística. Font: Instagram.....	24
Figura 26. Keezyporta. "Escorial" 2022. Font: YouTube.....	25
Figura 27. Keezyporta. "Si pudiera" 2022. Font: YouTube.....	25
Figures 28 a 50. Del procés creatiu i d'elaboració pròpia.....	27-38

9. ANNEXOS

9.1. ANNEX I. CALENDARI

CALENDARI DE PROJECTE VIDEOCLIP "HUMO"

ABRIL

					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12 REUNIÓ AMB KIKE	13 REUNIÓ AMB KIKE	14	15 COMENÇAR A REDACTAR	16
17	18	19	20	21	22 LOCALITZAR	23
24 LOCALITZAR	25	26	27	28	29	30 LOCALITZAR

MAIG

1 FINALITZAR INVESTIGACIÓ TEÒRICA	2 REUNIÓ AMB KIKE	3	4	5	6	7 PROVES GRAVACIÓ
8	9 REUNIÓ AMB KIKE	10	11	12	13	14
15	16	17	18 REUNIÓ AMB KIKE	19	20 RODATGE	21
22	23	24	25	26	27 RODATGE	28
29 COMENÇAR MUNTATGE	30	31				

JUNY

			1	2 REUNIÓ AMB KIKE	3	4
5	6	7	8	9 REVISIONS MUNTATGE	10	11
12	13 ÚLTIMES REVISIONS	14	15	16 PUBLICACIÓ VIDEOCLIP	17	18
19	20	21	22 ENTREGA TFG	23	24	25
26 ENTREGA TFG	27	28	29	30		

9.2. ANNEX II. LOCALITZACIONS / ESCENOGRAFIES

Platja del Grau Vell de Sagunt.



Gasolinera de Nàquera. CV-305.



Estació ferroviària de Massalfassar.



Construcció enderrocada de la platja de Puçol.



9.3. ANNEX III. MATERIALS



Videocàmera Samsung HMX-F90



Càmera Casio Exilim 12MP



Càmera Insta 360° one X2



Càmera Sony Alpha 7 III