

Facultat de Ciències de la Comunicació

Treball de Fi de Grau

Títol

EL NARCISISMO: UN PROYECTO AUDIOVISUAL.

Autoria

RAQUEL BRANDÍA GUMBAU

Professorat tutor

JORDI MORTATÓ BULLIDO

Grau

Comunicació Audiovisual

Tipus de TFG

Projecte

Data

22/05/20

Universitat Autònoma de Barcelona

Facultat de Ciències de la Comunicació

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català: EL NARCISISME: UN PROJECTE AUDIOVISUAL.

Castellà: EL NARCISISMO: UN PROYECTO AUDIOVISUAL.

Anglès: NARCISSISM: AN AUDIOVISUAL PROJECT.

Autoria: RAQUEL BRANDÍA GUMBAU

Professorat tutor: JORDI MORATÓ BULLIDO

Curs: 4t

Grau: Comunicació Audiovisual

Paraules clau (mínim 3)

Català: narcisisme, xarxes socials, videoclip, audiovisual

Castellà: narcisismo, redes sociales, videoclip, audiovisual

Anglès: narcissism, social networks, video clips, audiovisual

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català: Aquest projecte es centra en la pre-producció, la producció i la post-producció d'un videoclip que forma part d'un EP musical amb 5 cançons fetes per mi mateixa. He triat dos d'elles per a fer una peça audiovisual única que connecti totes dues històries en una: el narcisisme com a mode de vida.

Castellà: Este proyecto se centra en la pre-producción, la producción y la post-producción de un videoclip que forma parte de un EP musical con 5 canciones hechas por mi misma. He elegido dos de ellas para hacer una pieza audiovisual única que conecte ambas historias en una: el narcisismo como modo de vida.

Anglès: This project focuses on pre-production, production and post-production of a video clip that is part of a musical EP with 5 songs made by myself. I have chosen two of them to make a unique audiovisual piece that connects both stories in one: narcissism as a way of life.

Universitat Autònoma de Barcelona

UAB
Universitat Autònoma
de Barcelona



NARCISISTA: UN PROYECTO AUDIOVISUAL
TRABAJO DE FINAL DE GRADO
GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, 4º CURSO
TUTOR: JORDI MORATÓ BULLIDO
ALUMNA: RAQUEL BRANDÍA GUMBAU

ÍNDICE

PRE-PRODUCCIÓN (pag.4 de 60)

- 1.INTRODUCCIÓN (pag.5 de 60)
- 2.OBJETIVO DEL VIDEOCLIP (pag.7 de 60)
- 3.OBJETIVOS DEL PROYECTO (pag.8 de 60)
- 4.NARCISISTA, UN REFLEJO DE LA SOCIEDAD ACTUAL (pag.9 de 60)
- 5.EXPLICACIÓN DE LOS VIDEOCLIPS (pag.11 de 60)
6. GUION DE LOS VIDEOCLIPS (pag.16 de 60)
 - 6.1.GUION LITERARIO (pag.16 de 60)
 - 6.2.GUION TÉCNICO (pag.20 de 60)
- 7.REFERENCIAS AUDIOVISUALES (pag.26 de 60)
- 8.GUÍA DE COLOR (pag.29 de 60)
- 9.DISEÑO DE VESTUARIO Y ESTILISMO (pag.31 de 60)
- 10.LOCALIZACIONES (pag.33 de 60)
- 11.EQUIPO, ROLES DE EQUIPO Y PRESUPUESTO (pag. 34 de 60)

PRODUCCIÓN (pag.38 de 60)

- 12.PLAN DE RODAJE (pag.39 de 60)
- 13.ARTE (pag.42 de 60)

POST-PRODUCCIÓN (pag.43 de 60)

14. CONTEXTO DE TIPO DE PÚBLICO AL QUE ME QUIERO DIRIGIR (pag.44 de 60)
- 15.DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO (pag.48 de 60)
16. PLAN DE DISTRIBUCIÓN EN PLATAFORMAS DIGITALES (pag.49 de 60)
- 17.PLAN DE COMUNICACIÓN (pag.50 de 60)
- 18.ECO DE LOS MEDIOS (pag.54 de 60)

19.VIABILIDAD DEL PROYECTO (pag.56 de 60)

20.OBJETIVOS FUTUROS (pag.57 de 60)

21.ANEXO (pag.58 de 60)

22.BIBLIOGRAFÍA (pag.59 de 60)

PRE-PRODUCCIÓN

La primera fase antes de realizar un producto audiovisual. Esta es la etapa más extensa de las tres que se deben tener en cuenta para desarrollar correctamente cualquier proyecto audiovisual. En la pre-producción se trabaja el concepto desde el origen, que se quiere plasmar en el producto final, cuál es la idea y el mensaje que queremos mostrar, qué recursos técnicos, creativos, humanos se necesitan para llevarlo a cabo, dónde se hará realidad el videoclip y qué permisos se necesitan. Todo ello para poder tenerlo todo preparado para el día de rodaje.

Aún así, los rodajes tienden a tener posibles problemas, pero los podremos solucionar de la mejor manera posible si tenemos esta etapa bien trabajada.

1. INTRODUCCIÓN

El concepto de 'Narcisista' nace de la necesidad de querer representar una sociedad con alma efímera, conectada a las redes, mostrando la cara más ególatra a través de las selfies, la adicción al smartphone, el amor fugaz o las conexiones amorosas a través del móvil.

La hiperbolización del narcisismo me surgió como una inspiración inicial para componer sobre ese tema. Pero posteriormente, pregunté, me informé y incluso leí un libro que consideraba clave para el concepto: *"El narcisismo: la enfermedad de nuestro tiempo"* de Alexander Lowen.

Las canciones están inspiradas en este síndrome. Es decir, canto en primera persona como si fuera la persona narcisista o incluso como la persona que está sufriendo este síndrome por parte de otra persona. Digamos que en el disco, yo soy la narcisista, pero puedo sufrirlo por parte de otras personas que son narcisistas, también. Quiero destacar de nuevo, la importancia de entender que no he utilizado todas las sintomatologías, ni consecuencias de padecer este síndrome para basarme en las canciones. Sólo son reflejos muy exagerados y con la intención de que tengan un lenguaje muy universal para que el mensaje se entienda claramente..

Cada una de las canciones que compuse tenían una temática distinta pero que podían identificarse con el narcisismo. Mi primer EP 'Narcisista' cuenta con cinco canciones de género pop con toques de r&b y soul, que pasaré a identificar y analizar a continuación:

1. Besándo(me) el espejo: El single por excelencia de este Ep. Un grito a lo bonitos, únicos y especiales que cada uno de nosotros somos. Como personas que admiran y adoran su belleza y su personalidad. Con frases como *'Qué quieres que le haga, si soy tan bonita? Si paso el jardín y las flores se marchitan? Si no puedo darme a seguir en el 'insta', si soy yo la envidia?'* Un canto a la exageración suprema del querer a uno mismo.
2. De repente: Esta es una canción donde hay dos narcisistas, la persona que me hace creer que está enamorada/o de mi, que me hace tener esperanza o ilusión por una falsa expectativa de amor a través de las redes sociales y plataformas como 'Whatsapp'. En esta canción me elevo a mi misma hasta decirle a esa persona que

soy imprescindible para ella/él. Con frases como: *‘Soy el trece de tu martes, la luna de tu cielo, la estrella que ilumina tu firmamento’*.

3. **El Mito:** Una composición que está inspirada en el mito de narciso, un mito extraído de la mitología griega que explica el profundo amor que Narciso, un joven de apariencia bella y llamativa, nunca se enamora de nadie aunque tiene pretendientes de sobra que podrían llenar ese vacío amoroso. Ninguna de ellas/os es lo suficiente para él. Hasta que un día descubre su propio reflejo, encontrando así, el amor hacia si mismo. Es tanta la pasión que siente por sí, que quiere llegar a tocar y besar su reflejo, pero desgraciadamente cae en el lago. Cuenta la tradición, que nace de allí una hermosa flor que hizo honor al nombre y la memoria de Narciso. Es una de las canciones que pueden conceptualizarse más, puesto que la canción está inspirada en este mito, pero está reinventada, tiene una mirada contemporánea, relacionada con la apariencia de Instagram, el poder de las marcas de moda para representar esta superioridad moral, etc. Es una mirada del mito de Narciso 2.0.
4. **Narcisista:** Es una canción ‘future-pop’, con muchos toques de ‘glamour’ en ella. Aquí represento la moda efímera que las grandes compañías de moda llevan por bandera, todas las tendencias de moda y accesorios hechas canción.
5. **Mi religión¹:** Representa la adicción al smartphone, que el móvil sea tu templo. Una canción que indica la pérdida de tiempo que puede suponer estar mirando o enganchado al móvil y la poca cuenta que nos podemos dar, o como se nos olvida fácilmente, el factor del tiempo, por culpa de las pantallas. Cada vez somos más adictos a la dopamina que nos proporcionan las recompensas que recibimos a través de las redes sociales y los juegos. Se ve representado en la canción a través de frases como *‘Contigo tengo todo lo que puedo imaginar y más... mi religión, eres tú, mi religión!’* o *‘pero ya se me olvidaba, el tiempo no está pa’ perderlo, mi amor, pero ya se me olvidaba’*. Trato al móvil, ya no como un objeto, si no como alguien que está a mi lado. Personifico el móvil como alguien que me proporciona todo aquello que quiero, cuando quiero y donde quiero.

**Para poder entender el videoclip o el concepto en general, recomiendo escuchar el EP completo en Spotify, Itunes, YouTube Music o cualquier plataforma digital disponible.*

¹ Las canciones que están en negrita son las que se van a representar en el videoclip definitivo.

2. OBJETIVO DEL VIDEOCLIP:

Se realizarán **dos videoclips** en un mismo proyecto audiovisual de las canciones **EL MITO** y **MI RELIGIÓN**.

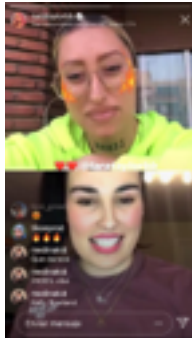
Dos videoclips que se contarán de manera conjunta con un formato más allá del musical. Se representará de una manera más cercana a la **cinematográfica**, pareciéndose a un **cortometraje** y que darán por finalizada las piezas audiovisuales del proyecto Narcisista, ya que son las dos únicas canciones sin videoclip.

Se intentarán plasmar unos **conceptos** a modo de historia, entre ellos:

- Representar el Mito de Narciso de manera **CONTEMPORÁNEA** (relacionado con las marcas de ropa, los likes, el instagram).
- El **PODER** que te da presuntamente **APARENTAR UNA IMAGEN** o tener un perfil en redes con **INFLUENCIA**.
- Representar el móvil como la **SUMA ADICCIÓN** de este siglo.
- La **GLOBALIZACIÓN** de poder **CONECTARNOS** con quien queramos, cuando queramos y comprar lo que queramos, donde queramos.
- Representar el **CUERPO DE LA MUJER** como un **TEMPLO**, como una religión, más allá del **MÓVIL**.
- Conceptualizar la **EXIMIDAD**, según MARFICOM (2020) 'zona personal en la que mostramos mediante texto o imágenes aspectos íntimos intencionadamente' que vive la sociedad actualmente. Compartiendo su intimidad con el resto del mundo.
- La **PERSONIFICACIÓN** del móvil y el concepto del **TIEMPO PERDIDO** cuando hay adicción.

3. OBJETIVOS DEL PROYECTO:

Poder expandir el mensaje de 'Narcisista' a todas las vías de comunicación posibles, entre ellas:



REDES SOCIALES: Perfiles de Instagram dónde se hagan eco del proyecto. Por ejemplo, colaborar en un directo con otra artista que quiera dar visibilidad a proyectos musicales de artistas independientes. En mi caso, durante el confinamiento pude contactar con la artista Lara Taylor con una influencia en Instagram de 30 mil seguidores.

Este tipo de estrategias en redes se llaman 'Estrategias des de guion' y si yo tuviera más presencia en redes podríamos denominar este concepto como la "presencia de una celebrity fuera de su contexto", es decir, Igual que existe la relación marca-influencer. Para que las influencers den visibilidad a las marcas y así incitar a sus seguidores a comprar dichas marcas, aquí también existe la relación influencer-influencer, como un eje de deinterés mútuo que se une para hacer un efecto puente de una cuenta a la otra y ganar los seguidores de forma recíproca.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN: Ya sean revistas digitales, radio, televisión, marcas que quieran promocionar contenidos más artísticos.

CONCIERTOS: El objetivo es poder promocionar mis canciones del EP en lugares en directo. El Domingo, 15 de Marzo a las 21h tenía planeado un concierto presentación en CLUB CRONOPIOS de Barcelona, pero no se pudo dar a causa del estado de alarma por el covid-19.



Foto del cartel promocional del concierto en el Club Cronopios.

4. NARCISISTA, UN REFLEJO DE LA SOCIEDAD ACTUAL

La idea principal surgió de observar a mi entorno, como un objeto de inspiración. Habitualmente para componer incidía en el fondo de mi persona y escarbaba en mis sentimientos. Pero Narcisista, nació para tener otro punto de vista y surgió de mirar al exterior.

Fue así cuando empecé a conectar todos los actos más ególatras de las personas, como las selfies, el gimnasio como modo de vida, el comprar ropa constantemente, Instagram como un reflejo de todo lo 'positivo' que hay en la vida de cada uno de nosotros, en un mismo concepto que parecía encajar perfectamente: el narcisismo social.

En ese momento, encontré el libro 'El Narcisismo: La enfermedad de nuestro tiempo' de Alexander Lowen, dónde pude confirmar todas mis creencias en base a este término.

La introducción de este libro empieza definiendo que es el narcisismo y lo hace de la siguiente manera, (Lowen,2000, p.38) , 'El narcisismo en el plano individual, denota un trastorno de la personalidad caracterizado por una dedicación desmesurada del yo. A los narcisistas les preocupa más su apariencia que sus sentimientos.'

Y es que es fácil llegar a la conclusión del porqué las generaciones más jóvenes son las menos comprometidas con el amor y sólo buscan satisfacer sus placeres físicos y encontrar un cierto hedonismo en todos los ámbitos de la vida.

En el disco, también hablo del 'amor efímero' que muchas personas de las generaciones *millennials* o *x* manifiestan por el hecho de que se haya implantado el uso de la tecnología y las redes como algo cotidiano. Las aplicaciones como 'Tinder' o 'Happn' ,entre otras muchas, han hecho que nuestras citas sean muy programadas o que al final sólo se queden en conversaciones pasajeras o '*ghostings*', según La Vanguardia (2019) es una practica que consiste en terminar una relación afectiva cortando todo contacto con una persona en cuestión y sin darle ninguna explicación.

Hecho que hace que piense que como sociedad no estamos preparados para enfrentar situaciones amorosas, porque quizás hay un vacío emocional. (Lowen, 2000, p.890-891)

'Los narcisistas pueden actuar de manera cruel, explotadora, sádica o destructiva con otra persona, porque son insensibles al sufrimiento o a los sentimientos de ésta. Tal carencia de sensibilidad se deriva de la insensibilidad hacia sus propios sentimientos. La empatía es la capacidad de comprender el estado de ánimo o de los sentimientos de los demás.'

Además, quise destacar el aspecto del cuerpo y la moda como pilares básicos en nuestra sociedad, de ahí nacieron varias canciones como *Narcisista* o *Besándo(me) el espejo* que enzalsaban la belleza física como uno de los aspectos más importantes para

las personas narcisistas. (Lowen, 2000, p.645) 'La actual devoción por tener un cuerpo a la moda se refleja por ejemplo en el título de un libro de reciente publicación sobre ejercicio y forma física: No sea redondo - Sea plano.'

Recordemos que este libro se publicó en los 2000 y que lógicamente en aquellos momentos no habían casi móviles con conexión a internet ni tampoco redes sociales donde comunicarnos o mostrarnos de la manera en la que actualmente lo hacemos. Por ejemplo, ahora tenemos la necesidad de 'ir más a la moda', nos comparamos y nos imitamos entre nosotros. Además, la industria de la moda se ve canonizada con prendas de ropa que se producen en masa y se venden en masa también, creando una sensación de identidad propia aunque todos acabemos vistiendo igual. (Lowen, 2000, p. 3717) 'Estoy convencido de que esto explica el gran interés que mucha gente siente por el mundo de la moda y por los modelos masculinos y femeninos. Parece que un modelo está envuelto con un aura de superioridad. Uno de los significados de la palabra modelo es <<digno de ser imitado>>'

Actualmente, este hecho ya no sólo se ve reflejado en los 'modelos de revistas', por decirlo de algún modo, si no que se plasma en nosotros mismos. Es decir, al desarrollar el rol de 'prosumers' (consumidores y productores de contenidos en redes sociales), nos volvemos influyentes a pequeña escala para otros.

5- EXPLICACIÓN DE LOS VIDEOCLIPS

Los guiones que mostraré a continuación son el trabajo de conceptualizar estos dos temas musicales 'El Mito' y 'Mi religión' de mi EP 'Narcisista'.

'El Mito' como bien he explicado anteriormente, trata sobre el origen del Mito de Narciso. Es la misma historia pero extrapolada a nuestra actualidad.

Los mitos son (RAE, Actualización 2019) 'Narraciones maravillosas situadas fuera del tiempo histórico y protagonizadas por personajes de carácter divino o heroico'.

En el caso de El mito de Narciso, hay diferentes versiones del mismo mito, la versión griega, la grecolatina y la romana. En mi caso me centré en la griega, aunque hay varias historias que entre ellas se parecen mucho y se pueden confundir. En este caso, explico la historia de Narciso y Eco, el mito según Ovidio (Metamorfosis, libro III v.339-510).

Narciso era hijo de los dioses Cefiso y Liriope. Cefiso era un dios del río y Liriope, era una ninfa asociada con la naturaleza y con el río, igual que su marido. Cuando su hijo Narciso nació, preguntaron al adivino Tiresias si su hijo habría de llegar a viejo y le dio la siguiente respuesta: (Metamorfosis, libro III v.339-510) "Si no se conociere". Es decir, su hijo viviría muchos años, si no se llega a ver a sí mismo.

Al crecer, Narciso, era un joven con una apariencia bella de la cual tanto hombres y mujeres quedaban enamorados, pero él los rechazaba. Entre ellos se encontraba la ninfa Eco, quien tenía un castigo por parte de Hera, diosa de la venganza, y estaba condenada a repetir las últimas palabras de aquello que oyera, por lo tanto, era incapaz de explicarle a Narciso su amor por él.

Un día, Narciso estaba caminando por el bosque y Eco decidió seguirle. Cuando el preguntaba 'Hay alguien aquí', ella sólo podía responder 'Aquí'. Eco decidió demostrarle su amor sin decirle nada y sólo abriendo sus brazos delante de él con la esperanza de que los cogiera. Narciso, se negó a aceptar su amor de manera cruel y la diosa Némesis, para castigarle por su engreimiento, hizo que se viera por primera vez a sí mismo en el reflejo de una fuente. Fue en ese momento donde Narciso se ve a sí mismo, quedándose completamente enamorado de él. Pasan los días y se ve incapaz de hacer posible su amor hasta que acaba perdiendo las fuerzas y hundiéndose en su mismo reflejo. (Pérez Vega, libro III, v.399-510) 'Y ya dispuestas a quemar su cuerpo para

sepultarlo, encuentran en su lugar una flor de centro azafranado y pétalos blancos' a la que llamamos Narciso.

Teniendo en cuenta esta historia, surgió la canción 'El Mito' con la siguiente letra que la voy a contextualizar en una tabla junto con el mito real de Narciso:

EL MITO DE NARCISO

Relata el momento donde él es adorado por hombres y mujeres debido a su imponente belleza, pero se contextualiza a la actualidad.

En este momento en el que me he querido centrar, la autoestima es el aparentar tener dinero o un determinado porte a través de las marcas.

En este caso, no es que sea la belleza lo que llame la atención a las personas, sino las marcas y la seguridad de uno mismo de llevarlas encima. Es decir, marcas es igual a autoestima, seguridad y admiración por parte del resto.

Por ejemplo, como cuando pasa un Porsche y te giras para mirarlo.

En el caso del mito real, Narciso se siente por encima del resto porque así se lo demuestran las personas, que caen rendidas a sus pies. Por lo tanto, Narciso se plantea como un personaje engreído que cree que está por encima de los demás y encima tiene la potestad de rechazar a diestro y siniestro a cualquiera que demuestre su amor por él.

Aquí se incluye una nueva manera de tener autoestima y poder por encima del resto. Los 'likes', una poderosa arma de seguridad en la sociedad actual. Lo trata con normalidad, el hecho de que sea admirado/a sólo por tener una "mayor influencia" a través de Instagram.

LETRA DE 'EL MITO'

Con mis bambas Fila y mi chándal de Adidas

Te acercas y miras, hacía aquí

Entre tanta gente y como si de repente

Lo único que te sale es fijarte en mí.

Es lo más normal, lo dicen mis 'likes'

He creado una familia

A través de 'Instagram'

En la mitología griega, Narciso es un hombre. Aquí, soy yo misma, por lo tanto hablo en femenino.
Estas dudas que planteo en la canción estoy segura que el verdadero Narciso no se las plantea, puesto que su arrogancia es demasiado grande como para sentir el vacío emocional que intento plasmar.
De alguna manera, he querido ponerle un poco de sentimientos y plantear el "estar perdida" cuando me veo a mi misma y descubro quién soy. Pues de alguna manera, no puedo amar a nadie más y sólo puedo quererme a mi.

***Dime como hacer para quererte, lo único que quiero es quererme a mi
Dime como hacer para sentirte, estoy perdida des del día en que me vi. (x2)***

En la historia real, este es el momento donde Eco persigue a Narciso por el bosque en busca de encontrar un instante donde poder comunicarle su amor.

***Siguiéndome, te encuentro en cada paso como persiguiéndome
Como si fueras mi sombra, esperándome
Detrás de mi, detrás de mi***

Eco lo recibe con los brazos abiertos a lo que Narciso le vuelve a rechazar.

***Irascible como el fuego, te digo que no
Sólo tengo un corazón y yo te digo que no
Hay demasiados dueños, no, no, no.
Te digo que no.***

Narciso rechaza a Eco cruelmente, volviéndose a recrear en su arrogancia.

***Es lo más normal, lo dicen mis 'likes'
Sólo puedes admirarme
A través de 'Instagram'***

*Narciso se mira en el reflejo de la fuente, quedándose enamorado de si mismo.
En la letra de mi canción hago consciente al personaje de que prefiere morir a entregar su amor a alguien que no ama, puesto que sólo puede amarse a sí mismo.*

***Prefiero mirarme en los reflejos y quedarme enamorada de ellos
Prefiero plantar un Narciso a entregarte mi amor.***

La conceptualización de 'El Mito' es representar la historia original pero contextualizada a la modernidad, es decir, a la actualidad. Por eso elegí una localización acorde a ese futurismo que quiero plasmar, pero sin olvidarme de que estamos contando una historia mitológica, por lo tanto, los vestuarios estarán inspirados en las deidades y en la Grecia antigua, pero mezclado con las prendas de ahora. Digamos que es una hibridación entre lo moderno y lo antiguo.

En un videoclip se puede contar la historia de miles de formas diferentes. No quería contar la historia de manera tópica y centrándome literalmente en la historia, quería aportar algo más a la trama y quise fijarme en el trantorno de personalidad del narcisismo.

Encontré que hay once tipologías de personalidad que puede tener un narcisista. Las definiciones de esas afecciones se encuentran en el guion literario descritas, mientras que en técnico sólo se verá reflejado el nombre de la personalidad, como por ejemplo, "NARCISISTA TIRANO".

'Mi religión' es una canción hecha con sonidos relacionados con el teléfono móvil. Se escuchan "whatsapp's" y hasta la canción se para un momento con el sonido de teléfono apagado, para mostrar que cuando se para el teléfono, se para el mundo. Este tema quiere reflejar la adicción al móvil, el factor de que tengamos todo a un golpe de 'click'. El reflejar que el móvil es el nuevo Dios al que rezamos.

Según el estudio anual 'mobile & connected Devices 2019' (El Periódico,Byzness, 2019) 'La penetración de Internet en España alcanza el 82% de los individuos mayores de 14 años, eso equivale a 32,6 millones de personas. De ellos, el 96% tiene un smartphone'. Además, desde que Internet y los ordenadores llegaron a nuestras vidas, ya se conocen diferentes estudios que argumentan que el teléfono móvil si no se utiliza correctamente puede crear dependencia y ser tóxico para nuestra salud mental. La fobia que más hemos podido oír hablar es la nomofobia, (Fundéu, BBVA, 2014) 'El neologismo nomofobia es adecuado para referirse al miedo a estar incomunicado sin teléfono móvil.' Según el estudio 'Digital Consumer Survey' invertimos 74 horas a la semana a conectarnos a Internet, es decir, 18 horas más de lo que dedicamos a dormir.

Procederé a comentar la composición de la letra de la canción 'Mi Religión':

ARGUMENTACIÓN

La letra puede parecer que hable de una historia amor, pero aquí simplemente intento hablar de que el teléfono móvil crea conmigo un nexo de dependencia emocional.

He querido utilizar el término de la religión para vincular el hecho de que él sea el nuevo templo social al que todos rezamos. Con la frase 'Mi rezo continuo' quiero hacer referencia a las 'stories' de Instagram. La generación "millennial" y la "x" tenemos el movimiento del dedo pulgar cansado de pasar las historias de nuestros amigos o de otros. Eso es un 'rezo continuo' donde he querido hacer metáfora.

Cuando estás inmerso/a en la pantalla del móvil, difícil es que te des cuenta de lo que está pasando a tu alrededor y por supuesto, del tiempo que has estado invirtiendo. Quizás puedes estar horas mirando vídeos, fotos, memes, etc. sin darte cuenta de que la vida te está pasando. Y como somos una sociedad hiperproductiva pero muy procrastinadora, he querido plasmar el hecho de preocuparse por no querer perder el tiempo, a la par que se está perdiendo por mirar el móvil.

Con esta frase quiero decir que los smartphone son una gran vía de comunicación, de información, de aprendizaje y de absolutamente todo. Qué no podemos hacer con el smartphone?

Como frase final y a modo de mantra que se repite durante casi toda la canción, me imaginé algo muy tribal, como una danza que acabamos bailando todos.

LETRA DE 'MI RELIGIÓN'

***Tu eres mi perdición
Como adictivo
Tengo la sensación que quiero más***

***Tu eres mi religión
Mi rezo continuo
Sólo te puedo tocar entre mis manos***

***Pero ya se me olvidaba, el tiempo no
está para perderlo mi amor. Pero ya se
me olvidaba***

***Contigo tengo todo lo que puedo
imaginar, y más...***

Mi religión, eres tú, mi religión.

6- GUION DE LOS VIDEOCLIPS

6.1- GUION LITERARIO

(Comienza instrumental, 'El Mito')

1. EXT. TERRAZA/DÍA

Aparecen dos personajes DIOS CEFISO(25) y DIOSA LÍRIOPE(23) con NARCISO(0) entre los brazos.

Narciso aparece con un collar puesto.

Los diez dioses ya saben que esa niña es Narciso, por lo que desde que nace ya están pendientes de su movimiento. Cuando Narciso se hace mayor, esos dioses no envejecen.

2. EXT. TERRAZA/DÍA

Se ve a NARCISO y NARCISISTA DEPENDIENTE EMOCIONAL(23)
Personalidad del NARCISISTA: Necesidad de aprobación y afecto, dependiente, apariencia vulnerable, manipulador.

ACCIÓN: NARCISO(23) está sentada en la colchoneta inflable de la piscina, mientras se toca el collar. NARCISISTA DEPENDIENTE EMOCIONAL le lleva un refresco.

3. EXT. TERRAZA/DÍA

Se ve a NARCISO y NARCISISTA TIRANO(23)
Personalidad del NARCISISTA: Se cree superior al resto, que tiene la autoridad, arrogante, abusador, posesivo.

ACCIÓN: NARCISO tiene cogido a NARCISISTA TIRANO con un arnés en el cuello. Simbolizando el abuso de poder sobre él.

4. EXT. TERRAZA/DÍA

Se ve a NARCISO y NARCISISTA ELITISTA(23)

Personalidad del NARCISISTA: Exageración del 'yo', se cree importante, poderoso, influyente, sabe más que nadie, carismático.

ACCIÓN: NARCISO (rodeado de guirnaldas y medallas de oro) hace el playback de la canción mirando a cámara, mientras que NARCISISTA ELITISTA sólo le va dando las medallas en la mano.

5. EXT. TERRAZA/DÍA

Se ve a NARCISO y NARCISISTA FANTASIOSO(23)

Personalidad del NARCISISTA: Se crea fantasías elaboradas, es mentiroso, tiene un mundo interior muy elaborado, evasivo.

ACCIÓN: NARCISO juega con su casa de muñecas mientras canta el playback a la cámara.

6. INT.GYM/DÍA

Se ve a NARCISO y NARCISISTA SOMÁTICO(23)

Personalidad del NARCISISTA: Obsesionado con el cuerpo, la belleza, la imagen, la moda el glamour.

ACCIÓN: NARCISO y NARCISISTA SOMÁTICO hacen ejercicio juntos en las cintas para correr. Ambos tienen una imagen intacta.

7. EXT/TERRAZA DÍA

Se ve a NARCISO y NARCISISTA ANTAGONISTA(23)

Personalidad del NARCISISTA: Ira, hace daño psicológicamente, se muestra fuerte pero es muy débil, no tiene autoestima.

ACCIÓN: NARCISO enseña a como flajelarse a NARCISISTA ANTAGONISTA.

8. EXT/TERRAZA DÍA

Se ve a NARCISO y NARCISISTA EMBAUCADOR(23)

Personalidad del NARCISISTA: Muestra la mejor cara, atractiva y amable. 'Confía en mi', hace 'vandalismo emocional'

ACCIÓN: NARCISO es la serpiente que hace que el otro muerda la manzana.

9. EXT/ TERRAZA DÍA

Se ve a NARCISO y NARCISISTA MÁRTIR(23)

Personalidad del NARCISISTA: Su manera de llamar la atención es haciéndose la víctima, mostrando la parte más sufridora (el sufrimiento lo es todo). El dolor del pasado nunca pasa.

ACCIÓN: NARCISO llora lágrimas de plástico brillantes (simbolizando la mentira) mientras que NARCISISTA MÁRTIR llora de verdad y seca las lágrimas a NARCISO.

10.EXT/TERRAZA DÍA

Se ve a NARCISO y NARCISISTA MESIÁNICO(23)

Personalidad del NARCISISTA: "elevado nivel moral", no duda en contar sus hazañas como si se tratara de un Salvador, un Mesías.

ACCIÓN: NARCISISTA MESIÁNICO se arrodilla ante NARCISO y le besa la mano.

11.EXT/TERRAZA DÍA

Se ve a NARCISO y NARCISISTA VENGATIVO(23)

Personalidad del NARCISISTA: No duda en hundir a los demás para que él brille.

ACCIÓN: Mostrar a través de la coreografía como NARCISO se sube a una torre de personas que son todos los NARCISISTAS ANTERIORES.

12.EXT. PISCINA/DÍA

Narciso está acostada en el borde de la piscina observando su reflejo en el agua. Mientras ECO(23) la está observando a ella.

Voz en off: 'De la flor más delicada, surgió toda la fuerza que la acompañaba. Durante todos estos años se guardaba. Desafiando la vida, buscando la muerte, para volver a renacer la veces que hiciesen falta.'

14. INTERIOR PISCINA

NARCISO se ahoga en su propio reflejo.

EMPIEZA 'MI RELIGIÓN'

(Smash Cut)

1. INT. DISCOTECA/NOCHE

Un grupo de personas están bailando y hablando entre ellas. Cambia de canción y empieza a sonar 'Mi Religión'. Cuando se dan cuenta que canción es, alzan la cabeza sorprendidos y se dirigen hacia la pista.

En el escenario está NARCISO, el público siente admiración hacia ella cuando comienza a cantar y empiezan una coreografía para ensalzar su adoración por ella.

En un momento de la canción, Narciso salta al público, el público la coge alabándola. La canción continua y Narciso se une a ellos para bailar juntos.

Cuando va a terminar la canción, sus seguidores se acercan más a ella para poder tocarla. NARCISO, eufórica por ese fanatismo hacia ella, cierra los ojos disfrutando de ese momento. Cuando termina la canción, Narciso vuelve a abrir los ojos, dándose cuenta de que ya no hay nadie en la discoteca, finalizando el videoclip cuando se queda sola.

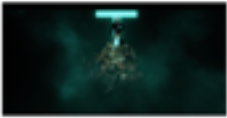

6.2- GUION TÉCNICO

EL MITO

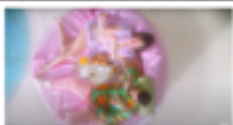
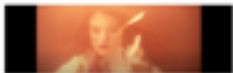

IMAGEN							AUDIO	
SEC.	ESC.	TIEMPO.ACU	PLANO	REF.	P.VISTA	MOV.CÁMARA	LETRA	MÚSICA
1	1	15'	GPG (De todos los dioses)		FRONTAL	DE ZOOM IN A ZOOM OUT	'Con mis bambas Fila y mi chándal de Adidas te acercas y miras hacia aquí, entre tanta gente y como si de repente'	00:00 – 00:13
1	1	04'	PP (bebé) PPP COLLAR		PICADO	SIN MOV	'Lo único que te sale es fjarlo en mí'	00:13- 00:17
2	2	09'	DE PPP COLLAR A PG (NARCISO junto con NARCISISTA DEPENDIENTE EMOCIONAL)		FRONTAL	TRAVELLING	'Es lo más normal, lo dicen mis 'likes'	00:17-00:25

								
3	3	11'	PG (NARCISO junto con NARCISISTA TIRANO)		PICADO	SIN MOV	'He creado una familia, a través de Instagram'	00:25- 00:36
4	4	08'	PMC (NARCISO junto con NARCISISTA ELITISTA)		FRONTAL	TRAVELLING A PP	'Dime como hacer para quererte, lo único que quiero es quereme a mí'	00:36-00:43
5	5	09'	PG (NARCISO/NARCISISTA FANTASIOSO)		PICADO	SIN MOV	'Dime como hacer para sentirte, estoy perdida desde el día en que me vi'	00:43- 00:52
6	6	09'	PG (NARCISO junto con NARCISISTA SOMÁTICO)		FRONTAL	PANO	'Dime como hacer para quererte, lo único que quiero es quereme a mí'	00:52-01:00
7	7	10'	PG (NARCISO junto con NARCISISTA ANTAGONISTA)		FRONTAL	TRAVELLING A PP de NARCISITA ANTAGONISTA	'Dime como hacer para sentirte, estoy perdida desde el día en que me vi'	01:00-01:10

8	8	10'	PG (NARCISO junto con NARCISISTA EMBAUCADOR)		FRONTAL	TRAVELLING A PP de NARCISO MORDIENDO LA MANZANA.	'Siguíndome, te encuentro en cada paso como persiguiéndome, como si fueras mi sombra, esperándome'	1:10- 1:20]
9	9	07'	DE PP A PG- DE NARCISO CON LÁGRIMAS DE PLÁSTICO BRILLANTES A PG (NARCISO junto con NARCISISTA MÁRTIR)		FRONTAL	TRAVELLING DE PP A PG	'Detrás de mí, detrás de mí'	1:20-1:27
10	10	09'	DE PP A PG- DE NARCISISTA MESIÁNICO amodillado, pintando las uñas a NARCISO.		FRONTAL	TRAVELLING DE PP A PG	'Inscible como el fuego te digo que no, sólo tengo un corazón y yo te digo que no'	1:27-1:36
10	11	08'	PP DE NARCISO haciendo PLAYBACK a la cámara.		CENITAL	SIN MOV.	'Hay demasiados dueños, no, no, no. Te digo que no'	1:36- 1:43




11	12	18'	DE PP A PG DE NARCISO en la oásis de la torre de personas a PG de la torre completa. (NARCISO/NARCISISTA VENGATIVO)		DE PICADO A FRONTAL	TRAVELLING	'Es lo más normal, lo dicen mis 'likes', sólo puedes admirarme a través de Instagram'	1:43-2:00
12	13	10'	DE PP A PG DE NARCISO ACOSTADO EN EL BORDE DE LA PISCINA.		FRONTAL	TRAVELLING	'Prefiero mirarme en los reflejos y quedarme enamorada de ellos,	2:00- 2:10
13	13	09'	DE PP A PG DE NARCISO ACOSTADO ENCIMA DE UN FLOTADOR EN LA PISCINA.		CENITAL	TRAVELLING	'Prefiero plantar un narciso a entregarte mi amor'	2:10-2:19
2	14	04'	PG (NARCISO junto con NARCISISTA DEPENDIENTE EMOCIONAL.)	Repetimos los mismos planos	FRONTAL	TRAVELLING	'Dime como hacer para quererte, lo único que quiero'	2:19-2:23
3	15	04'	PG (NARCISO junto con NARCISISTA TIRANO)	Repetimos los mismos planos	PICADO	SIN MOV	'es querirme a mí'	2:23-2:27


4	16	04'	PMC (NARCISO junto con NARCISISTA ELITISTA)	Repetimos los mismos planos	FRONTAL	TRAVELLING A PP	'dime como hacer para sentirte'	2:27-2:31
5	17	04'	PG (NARCISO/NARCISISTA FANTASIOSO)	Repetimos los mismos planos	PICADO	SIN MOV.	'estoy perdida desde el día en que me ví'	2:31-2:35
6	18	04'	PG (NARCISO junto con NARCISISTA SOMÁTICO)	Repetimos los mismos planos	FRONTAL	PANO	' dime cómo hacer para quererte'	2:35-2:39
7	19	04'	PG (NARCISO junto con NARCISISTA ANTAGONISTA)	Repetimos los mismos planos	FRONTAL	TRAVELLING A PP de NARCISISTA ANTAGONISTA	'lo único que quiero es quereme a mí'	2:39-2:43
8	20	04'	PG (NARCISO junto con NARCISISTA EMBAUCADOR)	Repetimos los mismos planos	FRONTAL	TRAVELLING A PP de NARCISO MORDIENDO LA MANZANA.	'dime como hacer para sentirte'	2:43-2:47
9	21	04'	DE PP A PG-DE NARCISO CON LÁGRIMAS DE PLÁSTICO BRILLANTES A PG (NARCISO junto con NARCISISTA MÁRTIR)	Repetimos los mismos planos	FRONTAL	TRAVELLING DE PP A PG	'estoy perdida desde el día en que me ví'	2:47-2:51
10	22	04'	PP DE NARCISO	Repetimos los mismos planos	FRONTAL	SIN MOV.	Ah, ah, ah, ah, ah.	2:51-2:55

			haciendo PLAYBACK a la cámara.					
11	23	04'	DE PP A PG DE NARCISO en la cúspide de la torre de personas a PG de la torre completa. (NARCISO/NARCISISTA VENGATIVO)	Repetimos los mismos planos	DE PICADO A FRONTAL	TRAVELLING	Ah, ah, ah, ah, ah	2:55-2:59
12	24	04'	DE PP A PG DE NARCISO ACOSTADO EN EL BORDE DE LA PISCINA		FRONTAL	TRAVELLING	Ah...	2:59-3:03
14	25	17'	PP NARCISO AHOGÁNDOSE BAJO EL AGUA MIENTRAS ENTRA VOZ EN OFF	 	FRONTAL	SIN MOV.	'estoy perdida desde el día en que me ví' EL MITO' PASA DE PP A 3P- ENTRA VOZ EN OFF: 'De la flor más delicada, surgió toda la fuerza que la acompañaba. Durante todos estos años se guardaba. Desafiando la vida, buscando la muerte, para volver a renacer la veces que hicieron falta.'	3:03-3:17

MI RELIGIÓN

IMAGEN							AUDIO	
SEC.	ESC.	TIEMPO.ACU	PLANO	REF.	P.VISTA	MOV.CÁMARA	LETRA	MÚSICA
1	1	10'	PG AMBIENTE DISCOTECA		DE LADO	TRAVELLING	INSTRUMENTAL	00:00-00:10
2	2	02'	PG de NARCISO en el escenario		CONTRAPICADO	TRAVELLING	Tu eres mi perdición	00:10-00:12
2	3	03'	PP NARCISO haciendo PLAYBACK A LA CÁMARA		CONTRAPICADO	TRAVELLING	Como adictivo	00:12-00:15

1	4	05'	PG del público cantando la canción y imitando a NARCISO		PICADO	PANORÁMICA	Tengo la sensación, que quiero más	00:15-00:20
2	5	05'	PMC NARCISO interpretando la canción con un baile.		CONTRAPICADO	TRAVELLING	Tu eres mi religión, Mi rezo continuo	00:20-00:25
2	6	05'	PG NARCISO bailando y cantando la canción mirando al público.		FRONTAL	TRAVELLING	Solo te puedo tocar entre mis manos	00:25-00:30
2	7	02'	PP NARCISO		CONTRAPICADO	SIN MOV.	Pero ya, se me olvidaba	00:30-00:32
1	8	02'	PG PÚBLICO		PICADO	SIN MOV.	El tiempo no está para perderlo mi amor	00:32-00:34

2	9	09'	DE PP A PG NARCISO		CONTRAPICADO	ZOOM IN-ZOOM OUT	Pero ya, se me olvidaba	00:34-00:40
2	10	02'	PG NARCISO		CONTRAPICADO	PANORÁMICA	Pero ya, se me olvidaba	00:40-00:42
1	11	02'	PG PÚBLICO		PICADO	PANORÁMICA	El tiempo no está para perderlo mi amor	00:42-00:44
2	12	05'	PG NARCISO		CONTRAPICADO	TRAVELLING	Pero ya, se me olvidaba	00:44-00:49
2	13	05'	DE PP A PG DE NARCISO (tirándose al público)		CONTRAPICADO	TRAVELLING	Contigo tengo todo lo que puedo imaginar y más	00:49-00:54

1	14	06'	PG PÚBLICO		CENITAL	TRAVELLING	Mi religión	00:54-01:00
1	15	03'	PMC NARCISO cogida por el público		DE LADO	TRAVELLING	Mi religión	1:00-1:03
3	16	05'	PG NARCISO + PÚBLICO (COREO)		FRONTAL	TRAVELLING	Eres tú, mi religión	1:03-1:08
3	17	03'	PG NARCISO + PÚBLICO (COREO)		PICADO	SIN MOV.	Eres tú, mi religión	1:08-1:11
3	18	06'	PG NARCISO + PÚBLICO (COREO)		FRONTAL	SIN MOV.	Eres tú, mi religión	1:11-1:17

3	19	04'	PG NARCISO + PÚBLICO (COREO)		PICADO	SIN MOV.	Mi religión	1:17-1:21
3	20	03'	PG NARCISO + PÚBLICO (COREO)		FRONTAL	TRAVELLING	Eres tú, mi religión	1:21-1:24
3	21	04'	PG NARCISO + PÚBLICO (COREO)		FRONTAL	TRAVELLING	Eres tú, mi religión	1:24-1:31
3	22	04'	PG A PP DE NARCISO + PUBLICO		FRONTAL	TRAVELLING	Mi religión	1:31-1:36
3	23	10'	DE PP A PG DE NARCISO. NO HAY PUBLICO.		FRONTAL	TRAVELLING	Mi religión	1:36-1:46

7- REFERENCIAS AUDIOVISUALES

1- Vendredi Sur mer - Écoute chérie (Clip officiel)



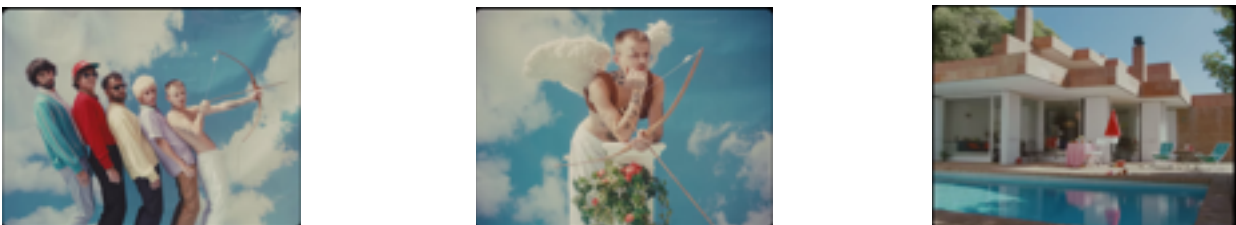
Frames del videoclip de Vendredi Sur Mer- Écoute Chérie

El tratamiento naturalista de los espacios y del color era algo que quería tener muy en cuenta para el videoclip de 'El Mito'. Ya que se tenía que tener muy en cuenta que fuera algo actual pero con muchas referencias a lo antiguo o básicamente a la mitología griega.

Aquí vemos la utilización de las telas, posiciones 'endiosadas' como en el primer frame, los cuerpos desnudos y trabajados como en el segundo frame, los colores blancos, telas holgadas, vestidos muy planos como en el tercer frame, la utilización de lo natural, las flores y que en el último frame se utilicen las figuras masculinas alrededor de ella, que no le quitan el protagonismo, pero están presentes como una especie de "sirvientes".

Todas estas cuestiones que he comentado más el hecho de que todos los planos tengan un tratamiento de color muy 'soft', es decir, muy pastel, hacen que sea la referencia casi perfecta para la realización de 'El Mito'.

2- Cupido - No sabes mentir

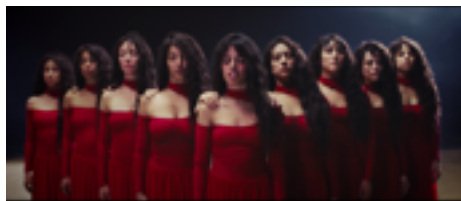


Frames del videoclip de Cupido- No sabes mentir

De este videoclip también me fijé sobretodo en el tratamiento de color de las puestas en escena. Un fondo donde hay un azul cielo con nubes y los colores de las ropas combinan perfectamente entre todos.

El hecho de incorporar simbologías como un arco y una flecha, una columna griega, las flores o la localización elegida (que es una casa modernista con piscina) hacen que hayan muchos puntos de referencia donde poder inspirarme para la realización del videoclip.

3- Camila Cabello- Shameless



Frames del videoclip de Camila Cabello- Shameless

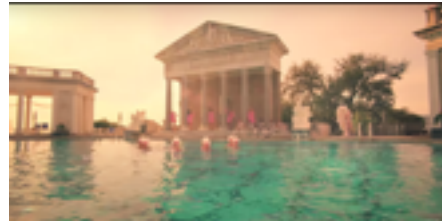
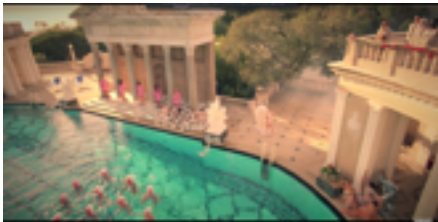
Lo que más me llamó la atención fue que las bailarinas eran “dobles” de Camila Cabello. Pero aún así no lograban captar la atención tanto como ella. Para ‘Mi religión’ quería que el público fuera muy parecido a mi, o por lo menos, que me imitaran de alguna manera, como un detalle de lo más narcisista.

También pensé en otros videoclips que fueran muy cinematográficos y que juntaran varias historias en un solo videoclip, o que hubieran varias canciones en un mismo clip, teniendo en cuenta que la idea principal es juntar las canciones ‘El Mito’ y ‘Mi religión’ en una pieza audiovisual definitiva.

Entre ellos destacué:

- **Lana Del Rey - Tropicco:** Es un short film donde se explica una historia y se mezcla con música de la cantante. Podemos recalcar que se muestran literalmente las historias que están detrás de las canciones y describe exactamente a través de los diálogos lo que está pasando en los planos.
- **Lady Gaga - G.U.Y. (An ARTPOP Film):** En este film hay tres canciones diferentes pero se centra en una principal. Cada vez que empieza una canción, hay un título. Hay

voces en off de lo que se quiere explicar, no hay lipsync con la canción (cuando la cantante hace playback), hay una abundante utilización de planos generales. Además lo puse como referencia por el uso de localizaciones con columnas y arquitecturas griegas, la presencia del agua y los colores blancos.



Frames del videoclip de Lady Gaga- G.U.Y (An Artop Film)

- **The Weeknd - M A N I A (Official Video):** Es uno de los ejemplos más claros de la idea principal de este proyecto. En su caso, es el film resumen de un disco, con varias canciones. En mi caso, quiero que sea el final de mi EP, donde quede muy claro cual es el concepto principal del disco y de lo que he estado hablando en todas las canciones, el narcisismo vigente entre nosotros como sociedad y en las redes sociales y el móvil como la herramienta que, de manera hiperbólica, nos hace ser narcisistas.
- **The Weeknd - False Alarm (Official Video):** En este vídeo se explica la historia a través de acciones. Que era lo que quería plasmar a través de las once personalidades que desarrollaran once acciones diferentes hacia mí.

Estas referencias son tanto para el tratamiento de la imagen, del color, de las simbologías y iconos que aparecen, como de la post-producción. El montaje de estos videoclips es muy cinematográfico y por tanto, seguiremos algunas pautas como:

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">- Cambio de historia cuando termina la canción- Fundidos a negro exagerados para terminar la canción- Atribución de color con personaje- Superposición de diálogos- Utilizar muchos espacios abiertos. | <ul style="list-style-type: none">- Muchos planos a cámara lenta- Muchos planos generales- Formato 4:3 |
|---|--|

8- GUÍA DE COLOR:

1- Videoclip 'EL MITO' :



(COLORES TIERRA Y PASTEL)

La paleta de colores para el primer videoclip 'El Mito' quería que fueran colores pastel, inspiración de los colores que se utilizaban en los cuadros de la mitología griega.

1.1- Referencias estéticas de tratamiento de color:

Al tratar un tema mitológico, como es, el mito de Narciso, investigué otras muchas otras mitologías y acabé prestándole atención a las mitologías griegas. Al empezar a diseñar los *moodboards* para buscar a equipo que me ayudara a realizar los primeros videoclips del proyecto, añadí una referencia estética clara a algunos cuadros relacionados con la mitología griega o grecorromana, como son los siguientes:



"Loggia di Psiche" (1518-19) de Rafael. Este cuadro está inspirado en los doce dioses del Olimpo.



"El Nacimiento de Venus" (1482-1485) de Sandro Botticelli. Este cuadro está inspirado en un tema mitológico de la cultura clásica grecorromana.

Ambas pinturas tienen un tratamiento del color similar. Vemos telas azuladas, lilosas, predominan los azules celestes, los blancos nítidos o los blancos rotos. Denotan significados de fantasía, mundos utópicos y por ello sus colores tienen esta intención de calma y paz.

2- Videoclip 'MI RELIGIÓN':



dorado.

COLORES NEGROS, OSCUROS:

Al tratarse de una canción más 'dance', queriendo filmar el videoclip en una localización de discoteca y teniendo en cuenta la conceptualización de mezclar la religión con el smartphone (el móvil como el templo al que rezamos), quisimos inspirarnos en los colores que están más presentes en las temáticas religiosas, como el rojo, el negro, el blanco o el

1.1- Referencias estéticas de tratamiento de color:



Fragmento del videoclip:

\$kyhook - Famou\$ (Video) ft. Aleesha



Fragmento del videoclip:

Residente- Pecador

Ambos videoclips tienen un ambiente oscuro, iluminado por la luz de las velas. En el primero podremos observar la presencia de esculturas griegas. Observamos como los colores rojos, negros, dorados y blancos están muy presentes.

9- DISEÑO DE VESTUARIO Y ESTILISMO:



Teniendo en cuenta el factor de que la moda está muy ligada con la industria de la música y gracias a que este es un proyecto que quiere recoger diferentes disciplinas artísticas, conté con la ayuda del diseñador de moda y estilista Adrià Egea. Con quien pude desarrollar la idea y la conceptualización del universo del vestuario del videoclip. Adrià tiene la misma edad que yo y las mismas inquietudes artísticas. Hace un año que acabó su carrera como diseñador y presentó un trabajo final de grado de lo más brillante, ganando así una aparición de uno de sus diseños de su colección 'TKM YAYA' en la 080 Fashion Week de Barcelona (2019).

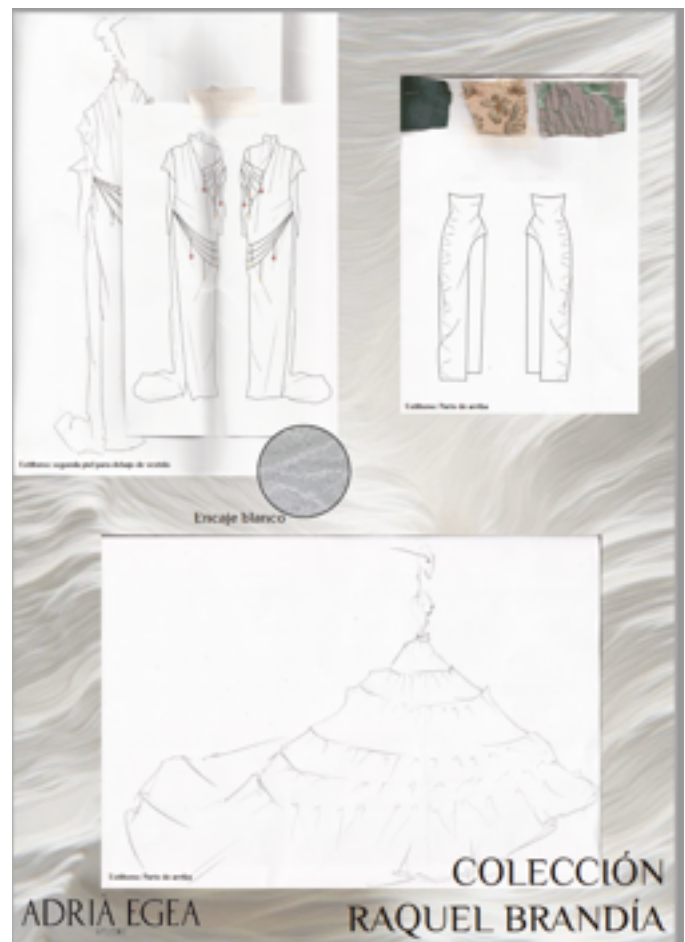
Quisimos inspirarnos en la antigua Grecia para plasmar esa idea de lo antiguo y la deidad en la ropa. Una de nuestras ideas principales era inculcar la figura femenina esculpida, la **cariátide**.

El nombre cariátide proviene del griego 'karyatides', que quiere decir 'mujeres de Carias'. Según Wikipedia actualizada en el 2020 'Una cariátide es una figura femenina esculpida, con función de columna o pilastra, con un entablamento que descansa sobre su cabeza.' No suelo consultar la fuente de Wikipedia, pero es el lugar donde más claro definía este término.



* Las telas de las partes superiores son las que Adrià utilizó para crear el diseño del vestido. En este caso solo están reflejadas los vestuarios del videoclip 'El Mito'.

*Vemos como las formas de los estilimos son una mezcla de corte antiguo con moderno. Predominan formas propias de la cultura griega, faldas largas y mucho volumen, pero siempre combinadas con accesorios o texturas más modernas como el neopreno o la ropa 'sport'.



10- LOCALIZACIONES:

Habrán dos localizaciones. Una para cada uno de los videoclips.



Mansión en Premià de Mar



Black Room de Abaixadors

La localización para 'El Mito' que teníamos ya confirmada antes de decretarse el estado de alarma por el COVID-19, era una mansión de dos pisos ubicada en Premià de Mar, Barcelona.

El contacto que tengo está relacionado con el mundo de la música. Él es Ethan, un cantante y influencer en Instagram y Tik Tok con quien en 2019 hice una colaboración musical junto con mi grupo musical 'Linares T & Raquel Brandía' en la canción 'En Barcelona (Remix)' que se grabó en su casa y és la que queremos utilizar para la grabación de 'El Mito'.

Necesitábamos una localización que fuera versátil. Que tuviera gimnasio, piscina y a poder ser que fuera de una arquitectura minimalista. Me di cuenta que los requisitos que pedía eran, sin lugar a dudas, la casa que vemos en la imagen. Líneas rectas, formas cuadradas, arquitectura futurista, colores blancos.

Para 'Mi Religión' pensamos en algo completamente distinto. Necesitábamos una localización oscura, que tuviera un escenario y una pequeña pista de baile para poder desarrollar la acción correctamente. Así que teniendo en cuenta que gracias a un contacto de la televisión en la que trabajo pude tener el enlace con Abaixadors 10, una sala de conciertos y discoteca que se encuentra en la calle Abaixadors, 10, cerca del Barrio Gótico.

11- EQUIPO, ROLES DE EQUIPO Y PRESUPUESTO

En el primer punto, concretamos distintos roles para cada uno de los componentes del equipo.

DIRECCIÓN CREATIVA	FILMMAKER/ OPERACIÓN DE CÁMARA	PRODUCCIÓN/ DIRECCIÓN	MONTAJE/EDICIÓN
<p>DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA: Carla Deltoro Él director creativo se encarga de tomar decisiones sobre iluminación, óptica, encuadre y composición, además también puede intervenir en el proceso de etalonaje final. Es un pilar imprescindible para el director del rodaje.</p>	<p>OP. CÁMARA Óscar Denamiel Encargado de la grabación del producto audiovisual. Herramientas: Black Magic Design Pro, 4K.</p>	<p>PRODUCCIÓN EJECUTIVA Raquel Brandía Sus tareas serán estar presente en todas las reuniones de equipo relacionadas con todas las ramas audiovisuales. Tanto en la creación, en el rodaje como en la post-producción. Encargada de la organización de todas las respectivas reuniones, liderazgo de equipos en las tres etapas de la producción audiovisual, planificación de los recursos personales y técnicos necesarios para el desarrollo de las tres etapas. Y encargada de dar el visto bueno y aportar las ideas necesarias para que se cumpla lo que será el producto definitivo.</p>	<p>MONTADOR Andrea Bielsa El proceso consiste en unir trozos para crear distintas secuencias, generalmente siguiendo un guion o idea.</p> <p>COLORISTA/ ETALONAJE Jairo García La figura que se encarga de darle el tratamiento adecuado para causar una sensación al espectador u otra. Habitualmente se utilizan programas especializados en el color, en nuestro caso, utilizamos Davinci Resolve.</p>

DIRECCIÓN CREATIVA	FILMMAKER/ OPERACIÓN DE CÁMARA	PRODUCCIÓN/ DIRECCIÓN	MONTAJE/EDICIÓN
<p>DISEÑO DE VESTUARIO: Adrià Egea Diseña trajes y accesorios a medida, que se adaptan a personajes y entornos específicos.</p> <p>ESTILISMO: Es esa figura que ayuda al diseñador a complementar con otras ropas el principal diseño. Habitualmente consiguen la ropa a través de Show Rooms.</p>		<p>AYUDANTE DE PRODUCCIÓN: Irene Pinilla Realizar las actividades de ayuda y asistencia en tareas de coordinación, preparación y control necesarias para la producción de programas bajo la supervisión del productor.</p> <p>DIRECTOR Jairo García Figura que organiza el equipo durante el rodaje, se encarga de marcar los tiempos de lo que se grabe, de dirigir al op. de cámara y a los actores/figurantes, puesta en escena en general. Debe tener una comunicación eficaz con dirección de fotografía.</p>	
<p>DISEÑO GRÁFICO Y CREATIVO, DIRECCIÓN DE ARTE: Judith Colmena Encargada de hacer el diseño de los títulos que salen en pantalla antes de presentar un videoclip. También se encarga de hacer las 'covers', es decir, las portadas de los discos.</p> <p>Ella será quien piense los elementos artísticos que haran falta para cada una de las puestas en escena de cada set.</p>			

En el segundo punto, tratamos el presupuesto que se destinaría a la realización del producto y a su posterior publicidad/distribución.

MAT. TÉCNICO	VESTUARIO	ARTE	REC.HUMANOS	LOCALIZACIONES	PUBLICIDAD	TOTAL
Black Magic Design = 1600€	Telas= 100€	ARTE= 100€	Actores/Actrices/ Figuración= colaboración	Mansión Ethan (1 día de rodaje) = 150€	Publicidad en Instagram= 15€	
Zhiyun Crane (estabilizador) = 530€	Ropa= (ShowRoom)		Bailarines/as= colaboración	Abaixadors (1 tarde de rodaje) = Gratuito a cambio de promoción.	Publicidad en Google Ads (YouTube)= 50€	
Pack de iluminación Amazon= 69,99€	Accesorios= 60€		Maquillador/a = 50€ (colaboración)			
Reflector Amazon= 17,99€			Peluquería= 50€ (La trenceria del flow)			
			Montaje, edición y color: colaboración			2692,98 €

Este presupuesto no es real, puesto que el material técnico ya está comprado y es de nuestra propiedad. Por lo tanto, restando ese presupuesto, el real sería: **714,98€**

El presupuesto destinado a ARTE se especificará en el punto de PRODUCCIÓN DEL PROYECTO (Pag.

En el tercer punto, desgranamos los contactos que podrían ayudarnos para ir cerrando el equipo que será quién participe en la obra. Cómo por ejemplo, figuración, actores, bailarines.

COREÓGRAFAS	BAILARINES	FIGURACIÓN	PELUQUERÍA
Laia Ter Veen	Necesitamos 10 bailarines	10 figurantes	La trenceria del flow
Alexia Calderón			Salón Aida (Aida Vivancos)

Contacté con las dos coreógrafas en distintas entrevistas presenciales para comentarles el proyecto y aceptaron. Ellas son profesoras de baile y llevan diferentes grupos de baile. Ellas se encargarían de formar los grupos para los ensayos previos al videoclip.

Cada una de ellas traería a 5 personas de sus grupos, así conseguiríamos los 10 bailarines que propongo tener en escena.

Los 10 figurantes los conseguiríamos entre la ayudante de producción y yo por diferentes contactos con asociaciones y grupos relacionados con la interpretación en Barcelona en Facebook, además que en mi perfil personal tengo un buen impacto porque ya he producido todos los videoclips anteriores que hemos hecho.

Como por ejemplo, este tipo de anuncios que publicaba en Facebook cuando realizaba videoclips para mi anterior grupo 'Linares T & Raquel Brandia' en 2018.



Como vemos, hay buena interacción entre likes, comentarios y compartidos.

Las diferentes páginas de actores y actrices de las que soy miembro y a las que he contactado para diferentes anuncios de diferentes producciones que he llevado, son las siguientes:

- Casting Actores de Barcelona
- Casting in bcn
- Barcelona Casting
- Actores y actrices en disposición para trabajar
- Actores y actrices de Barcelona y cercanías

Siempre he podido conseguir todos los actores y actrices que he necesitado a través de esas páginas. Hay muchas personas con talento dispuestas a colaborar y a hacer networking entre artistas.

PRODUCCIÓN

En esta etapa se hace realidad la conceptualización y la idea principal. Es el momento del rodaje y de ver si hemos elaborado una buena maleta de investigación y preparación para darlo todo en este momento.

Debido a la crisis del covid-19 fue imposible hacer realidad este proceso, por lo tanto incluiré en este punto, el plan de rodaje y el diseño de arte que se necesitará.

12. PLAN DE RODAJE

MANSIÓN ETHAN PREMIÁ DE MAR DÍA 1	
EQUIPO DE ACTORES	
11 ACTORES	NÚMEROS DE TELÉFONO
MAQUILLAJE	
2 MAQUILLADORA	NÚMERO DE TELÉFONO
EQUIPO INTERNO	
JAIRO GARCÍA	NÚMERO DE TELÉFONO
CARLA DELTORO	NÚMERO DE TELÉFONO

IRENE PINILLA	NÚMERO DE TELÉFONO
JUDIT COLMENA	NÚMERO DE TELÉFONO
ADRIÀ EGEA + ESTILISTA	NÚMERO DE TELÉFONO
ANDREA BIELSA	NÚMERO DE TELÉFONO
ÓSCAR DENAMIEL	NÚMERO DE TELÉFONO

DÍA 1 LOCALIZACIÓN MANSIÓN ETHAN- PREMIÁ DE MAR		
SÁBADO 23 MAYO 2020	LLEGADA Todo el equipo	08.30 h
	EXPLICACIÓN Y ORGANIZACIÓN MAQUILLAJE, PELUQUERÍA Y VESTUARIO A TODO EL EQUIPO ARTÍSTICO	09.00h - 10.00 h
	INICIO RODAJE RODANDO- PRIMER SET (SEC 1- ESC 1) ARTE MONTA SEGUNDO SET	10.00 h
	MONTAJE ILUMINACIÓN + VESTUARIO DEL SEGUNDO SET	10.30h
	RODANDO- SEGUNDO SET (SEC 3.ESC.3) ARTE MONTA TERCER SET	11.00h

SÁBADO 23 MAYO 2020	MONTAJE ILUMINACIÓN + VESTUARIO DEL TERCER SET	11:30h
SÁBADO 23 MAYO 2020	RODANDO- TERCER SET (SEC.4.ESC.4) ARTE MONTA CUARTO SET	12:00h
SÁBADO 23 MAYO 2020	MONTAJE ILUMINACIÓN + VESTUARIO DEL CUARTO SET	12:30h
SÁBADO 23 MAYO 2020	RODANDO- CUARTO SET (SEC. 5. ESC.5) ARTE MONTA QUINTO SET	13:00h
SÁBADO 23 MAYO 2020	MONTAJE ILUMINACIÓN + VESTUARIO QUINTO SET ARTE MONTA QUINTO SET	13:30h
SÁBADO 23 MAYO 2020	RODANDO QUINTO SET (SEC.6. ESC.6) ARTE MONTA SEXTO SET	14:00h
SÁBADO 23 MAYO 2020	DESCANSO	14:30h
SÁBADO 23 MAYO 2020	RODANDO SEXTO SET (SEC.7.ESC.7) ARTE MONTA SÉPTIMO SET	15:00h
SÁBADO 23 MAYO 2020	MONTAJE ILUMINACIÓN + VESTUARIO SÉPTIMO SET	15:30h
SÁBADO 23 MAYO 2020	RODANDO SÉPTIMO SET (SEC.8.ESC.8) ARTE MONTA OCTAVO SET	16:00h
SÁBADO 23 MAYO 2020	MONTAJE ILUMINACIÓN + VESTUARIO OCTAVO SET	16:30h
SÁBADO 23 MAYO 2020	RODANDO OCTAVO SET (SEC.9.ESC.9) ARTE MONTA NOVENO SET	17:00h
SÁBADO 23 MAYO 2020	MONTAJE ILUMINACIÓN + VESTUARIO NOVENO SET	17:30h

SÁBADO 23 MAYO 2020	RODANDO NOVENO SET (SEC.10.ESC.10)(SEC.10.ESC.11) ARTE MONTA DÉCIMO SET	18:00h
SÁBADO 23 MAYO 2020	MONTAJE ILUMINACIÓN + VESTUARIO DÉCIMO SET	18:30h
SÁBADO 23 MAYO 2020	RODANDO DÉCIMO SET (SEC. 11. ESC.12) ARTE MONTA ONCEAVO SET (PISCINA)	19:00h
SÁBADO 23 MAYO 2020	MONTAJE ILUMINACIÓN + VESTUARIO ONCEAVO SET	19:30h
SÁBADO 23 MAYO 2020	RODANDO ONCEAVO SET (PISCINA) (SEC.2.ESC.2), (SEC.12.ESC.13), (SEC.13.ESC.13), (SEC.12.ESC.24)	20:00h
SÁBADO 23 MAYO 2020	DENTRO PISCINA: (SEC.14.ESC.25) ILUMINACIÓN INTERNA EN CÁMARA + CÁMARA ACUÁTICA	21:00h
SÁBADO 23 MAYO 2020	FIN DE RODAJE RECOGER	22:00h

ABAIXADORS 10 BARCELONA DÍA 2	
EQUIPO DE ACTORES	
20 ACTORES	NÚMEROS DE TELÉFONO
MAQUILLAJE	
2 MAQUILLADORAS	NÚMERO DE TELÉFONO
EQUIPO INTERNO	
JAIRO GARCÍA	NÚMERO DE TELÉFONO
CARLA DELTORO	NÚMERO DE TELÉFONO
IRENE PINILLA	NÚMERO DE TELÉFONO

JUDIT COLMENA	NÚMERO DE TELÉFONO
ADRIÀ EGEE + ESTILISTA	NÚMERO DE TELÉFONO
ANDREA BIELSA	NÚMERO DE TELÉFONO
ÓSCAR DENAMIEL	NÚMERO DE TELÉFONO

DÍA 2 LOCALIZACIÓN ABAIXADORS 10		
DOMINGO 24 MAYO 2020	LLEGADA Todo el equipo	08.30 h
	EXPLICACIÓN Y ORGANIZACIÓN MAQUILLAJE, PELUQUERÍA Y VESTUARIO A TODO EL EQUIPO ARTÍSTICO MONTAJE DE LA ILUMINACIÓN ARTE ESCENARIO	09.00h - 10.00 h
	INICIO RODAJE RODANDO- PRIMER SET SECUENCIA 2 (ESCENARIO)	10.00 h - 11:00h
	MONTAJE DE LA ILUMINACIÓN ARTE PÚBLICO	11.00h - 11:30h
	RODANDO- SEGUNDO SET SECUENCIA 1 TODAS LAS ESCENAS DE PÚBLICO DESDE LA (SEC1.ESC.1) HASTA QUE NARCISO SE TIRA AL PÚBLICO(SEC.1.ESC.15)	11.30h-12:30h
DOMINGO 24 MAYO 2020	MONTAJE DE LA ILUMINACIÓN ARTE PÚBLICO ULTIMA SECUENCIA	12:30h
DOMINGO 24 MAYO 2020	RODANDO- TERCER SET SECUENCIA 3 ESCENAS PÚBLICO + NARCISO	13:00h - 14:00h
DOMINGO 24 MAYO 2020	FIN DE RODAJE MARGEN DE ERROR RECOGER	14.00h- 15.00h

*TENEMOS ABAIXADORS HASTA LAS 15.00h, 15:30h

13. ARTE

Diseñé una plantilla para tener en cuenta todos los elementos artísticos que necesitaríamos para las puestas en escena de los dos rodajes.

El presupuesto que he dirigido para el tema de arte es de 100€. Cuando fijo un presupuesto me gusta que el equipo se ciña a lo que se ha pedido y utilizar mucho los contactos, las colaboraciones o los materiales ya usados para no tener que invertir en eso.

Es tan importante la realización de un buen videoclip, como la promoción de este. Todo lo que se pueda ahorrar en esos aspectos, se podrá invertir posteriormente en publicidad en Google Ads y Instagram, para llegar a más público.

VIDEOCLIP Y DÍA	ELEMENTOS DE ARTE
EL MITO' SÁBADO 23 MAYO	collar del principio collares y anillos de oro
EL MITO' SÁBADO 23 MAYO	arnés (estilismo)
EL MITO' SÁBADO 23 MAYO	refresco, vaso
EL MITO' SÁBADO 23 MAYO	guirnaldas
EL MITO' SÁBADO 23 MAYO	casa de muñecas
EL MITO' SÁBADO 23 MAYO	manzana
EL MITO' SÁBADO 23 MAYO	pañuelo
EL MITO' SÁBADO 23 MAYO	estatua griega
EL MITO' / 23 MAYO MI RELIGIÓN' / 24 MAYO	telas
MI RELIGIÓN' DOMINGO 24 MAYO	velas

POST-PRODUCCIÓN

La última etapa del proceso creativo. En esta fase hay que hacer realidad todo lo que se ha ideado y grabado durante rodaje. Es la etapa para materializar y aplicar los conocimientos técnicos para obtener un buen producto final. En este caso fue imposible realizar el rodaje, por lo tanto, no hay montaje, edición ni etalonaje.

Pero lo que he incluido es el estudio de audiencia que he hecho entorno al público al que me quiero dirigir, la distribución del producto y el plan de comunicación, entre otros factores que podremos ver a continuación.

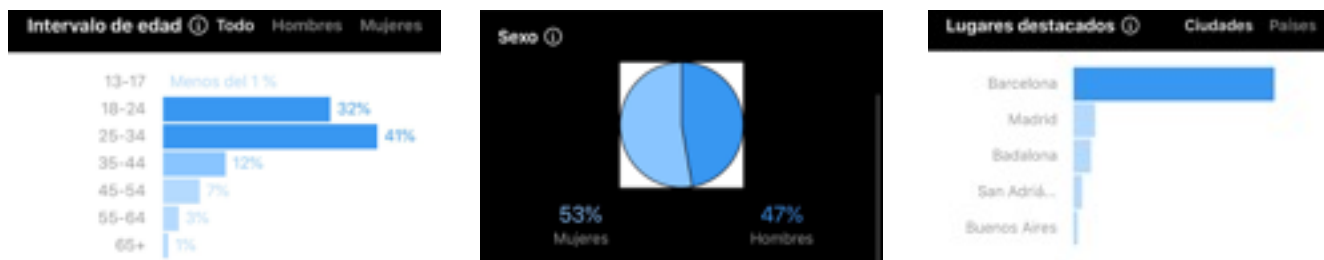
14.CONTEXTO DE TIPO DE PÚBLICO AL QUE ME QUIERO DIRIGIR

Cualquier producto tiene un estudio de audiencia que hace que se pueda posicionar mejor en un tipo de público que en otro.

En el caso de 'Narcisista' lo tenía bastante claro desde el primer momento. Tanto por los géneros musicales que toco, como por el estilo de componer las letras, como por lo que cuento en ellas, creo que pueden reflejar un tipo de sociedad joven, que abarcaría entre los **18 y 34 años**.

Gracias a que tenemos herramientas que nos permiten saber a que tipo de público llegamos en nuestras redes sociales u otras plataformas como Spotify, pude obtener estadísticas objetivas de mi público real que me sigue.

- DATOS DE MI INSTAGRAM EMPRESA:

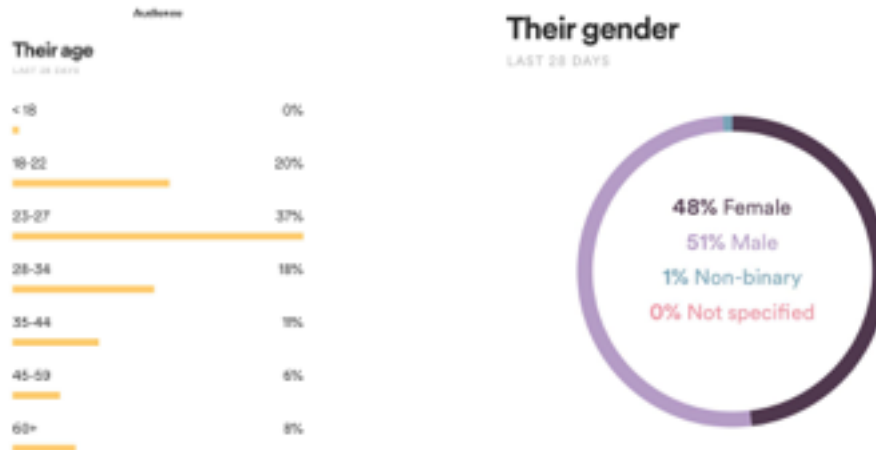


Si interpretamos los datos, nos damos cuenta que el perfil de audiencia más fiel tiene un promedio de entre 18 y 24 años en un 32% y entre 25 y 34 años en un 41%. Es decir, que si juntamos las dos estadísticas y creamos un perfil de audiencia que vaya de los 18 a los 34 años, tenemos un 73% de un 100% que están en ese rango de edad.

También percibimos que hay un porcentaje muy aproximado en cuanto al sexo se refiere. Vemos que un 53% de mi audiencia son mujeres, mientras que un 47% son hombres.

Y podemos afirmar que las personas que más me siguen son de Barcelona. También vemos lugares cercanos a mi lugar de residencia como Badalona y dónde yo vivo que es San Adrián de Besòs y sorprendentemente vemos un pequeño porcentaje que se sitúa en Buenos Aires.

- DATOS DE MI SPOTIFY ARTIST:



En este caso, que se trata únicamente de personas que consumen mi música, vemos inapreciables cambios en las estadísticas.

Un 20% de la audiencia son personas de entre 18 y 22 años, un 37% de la audiencia tiene entre 23 y 27 años y un 18% tiene entre 28 y 34 años. Si sumamos las tres audiencias, nos encontramos con un 75% de un 100% que tienen entre 18 y 34 años, prácticamente un dato idéntico al de Instagram Empresa.

En este caso, vemos como un 48% lo ocupan las mujeres, un 51% lo ocupan los hombres y aquí se añade un nuevo tanto por ciento ocupado por el género no-binario con 1%.

En conclusión, el segmento de edad elegido cuadra perfectamente con los datos obtenidos en las dos plataformas.

- BUYER PERSON

El verano de 2019 tuve la oportunidad de realizar un curso de Community Manager acreditado por la Generalitat de Catalunya y impartido por Nascor Formación, de la mano de Gabriella Pérez Sambucetti.

Pude asistir a una charla dirigida por HubSpot, titulada ‘Cómo definir tu estrategia basada en las necesidades de tu buyer persona y sacarle el máximo provecho a HubSpot’. Durante el curso y con esta charla pude aprender en profundidad la importancia de tener claro este concepto.

El buyer person es un arquetipo de cliente ideal de un servicio o producto construido a partir de las necesidades que este cubre.

En mi caso, tenía el reto de saber a que público me dirigía con el Ep 'Narcisista' en general. Porque aquí no podemos hablar únicamente de los dos videoclips que he tratado en este trabajo, si no el proyecto en general.

Gracias a unas plantillas que la community manager Laura Ribas, creó para que sus alumnos pudieran rellenar los puntos que proponía y así, poder descubrir quién le compraría, pude encontrar un ejemplo bastante claro de lo que sería mi buyer person.

La plantilla tiene el objetivo de que a través de unas preguntas que ella propone, tú puedas contestar como si fueras el cliente ideal que quieres que compre tus productos o servicios. Así que, a continuación mostraré mi plantilla:

¿Cómo te llamas?

Laura

¿Qué edad tienes?

23 años

¿Tienes pareja e hijos? ¿Cómo se llaman y qué edad tienen?

Pareja: Albert

Hijos: No tengo

¿A qué te dedicas?

Soy maquilladora y asesora de maquillaje en una marca reconocida.

¿Qué publicaciones lees?

Publicaciones relacionadas con la moda, la belleza (maquillaje), el arte, música que me inspira, el arte relacionado con la moda, la belleza, la pintura. La cultura (publicaciones relacionadas con el cine, las series de Netflix), astrología, meditación y libros de autoayuda o novela romántica,

¿Qué blogs lees?

No suelo leer blogs, pero quizás para inspirarme blogs de viajes, experiencias de otras personas en un lugar del mundo. Blogs de sitios donde comparan precios de marcas de moda, maquillaje, belleza, nutrición y astrología...

¿Que webs sigues?

Perfiles de instagram sobre moda, maquillaje y artistas (música y actores), páginas web de blogueras de viaje o marcas de ropa online como she inside, asos.

¿Qué podcasts escuchas?

Meditación, relajación antes de irme a dormir. Podcast de entretenimiento (Humor), podcast de cultura (comentarios de series, películas).

¿En qué redes estás?

Sobretudo en Instagram

YouTube sólo para ver contenido, no para crear contenido.

Pinterest para inspiración de nuevos maquillajes, lugares con encanto, decoración o arte.

Twitter para ver lo que se cuece

También tengo Facebook porque me lo cree hace mucho tiempo pero casi no lo uso.

¿Qué problema/anhelo tienes? ¿Qué te preocupa? Explicame la situación extensamente, como si se lo estuvieras contando a tu mejor amig@ tomando unas birras desahogándote. Escribe tanto texto como espacio hay en el cuadrado:

No tengo mucho tiempo para mi, lo dedico mucho a socializarme y tengo poco dinero. Aún soy joven y tengo toda la vida por delante y siento que me estanco en un mismo sitio de trabajo. Necesito cambios y sobretudo realización personal, mostrar más quien soy, autoaceptación y tener las cosas más claras.

Hay temporadas donde siento que no se donde está mi casa, no siento donde está mi hogar. No suelo hacerme planes de futuro porque el futuro me intriga, me da demasiada incertidumbre y eso me causa ansiedad.

Siento que tengo todo el tiempo del mundo pero no sé gestionármelo adecuadamente, siento que pierdo el tiempo y que no soy todo lo productiva que debería ser, porque tengo muchos enfoques, demasiadas cosas que elegir.

a veces me siento que estoy rodeada de mucha gente pero estoy sola.

¿Cómo está afectando este problema/anhelo a tu vida, tu trabajo, familia y entorno?

Veo la estabilidad monótona de mis padres y no me gusta porque tienen una vida muy rutinaria, pero han creado una estabilidad económica, de pareja y una familia, y esto último lo admiro pero me siento incapaz de crearlo yo.

¿Qué es lo que temes que ocurra si no solucionas tu problema?

Que me quede sola, que no acabe haciendo nada importante en la vida, que no realice ni llegue a todas las expectativas que he creado ante la vida.

¿Cómo te imaginas que te sentirás una vez hayas solucionado tu problema o cubierto tu anhelo?

Con paz interior, tranquila, feliz.

¿Cómo crees que será tu situación y cómo te beneficiará solucionar tu problema / conseguir tu anhelo?

Viajando, teniendo un trabajo que me realice más personalmente, con mi familia y amigos.

Cuando acabé de rellenar cada una de las preguntas, saltó en mi mente una cuestión, que la llevo tatuada dentro mía "Yo le canto a Laura, porque Laura tiene los mismos problemas y necesidades que yo".

De alguna manera natural, he podido llegar a comprender que las personas a las que más puede llegar mi música, es a personas con mi misma edad y con gustos o aspiraciones similares a mi.

15.DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO:

No quise hacer un EP físico por varios motivos:

- Quiero posicionarme primero en redes y plataformas digitales para crear una comunidad fiel.
- La venta de discos en físico ha disminuido mucho en los últimos años, debido a la implantación de plataformas digitales como Spotify, Deezer, Tidal, YouTube Music o iTunes, entre muchas otras.
- Por lo que cuento en el EP, que tan ligado va con la tecnología y el uso de las redes sociales, no tenía ningún sentido hacerlo en físico.

NOTA DE PRENSA

LA CANTANTE Y COMPOSITORA BARCELONINA, RAQUEL BRANDÍA, PUBLICA SU PRIMER EP TITULADO 'NARCISISTA'



DESPUÉS DE FORMAR PARTE DEL GRUPO 'LINARES T & RAQUEL BRANDÍA' DE GÉNERO URBANO, HA QUERIDO ADENTRARSE EN SOLITARIO PARA DARNOS UNA VERSIÓN MÁS PERSONAL DE SUS COMPOSICIONES Y SU VOZ.

UNA CRÍTICA SOCIAL DE LO MÁS SARCÁSTICA AL CONSUMO DEL MÓVIL, A LA UTILIZACIÓN EGÓLATRA DE LAS REDES SOCIALES, AL AMOR VIRTUAL Y HASTA EN LA MANERA DE CONTAR LA HISTORIA DEL MITO DE NARCISO.

CON UN GÉNERO R&B, POP, LA ARTISTA PRETENDE DARSE A CONOCER A NIVEL LOCAL, CON UNA CARTA DE PRESENTACIÓN DE LO MÁS SUCULENTA.

LAS LETRAS Y LAS MELODÍAS HAN VENIDO DISPUESTAS A PEGARSE ENTRE LAS GENERACIONES JÓVENES.

YA PUEDES ESCUCHAR EL DISCO COMPLETO EN TODAS LAS PLATAFORMAS DIGITALES.

CONTACTO: 656 607 049
produccionbrnd@gmail.com



- La visión que tenía desde el principio es que fuera un proyecto sumamente audiovisual. Además, todos los instrumentos que salen en el disco no son reales, son instrumentos creados a través de la tecnología MI-DI (instrumentos creados por ordenador).

16. PLAN DE DISTRIBUCIÓN EN PLATAFORMAS DIGITALES:

OCTUBRE 2019	13/10/19 Single y videoclip: Besándome el espejo en todas las plataformas	31/10/19 Single y videoclip: De Repente en todas las plataformas
NOVIEMBRE 2019	29/11/19 EP 'Narcisista' en todas las plataformas digitales.	
DICIEMBRE 2019	X	Pre-producción del videoclip 'Narcisista'
ENERO 2020	X	Producción y Post-producción del videoclip 'Narcisista'
FEBRERO 2020	14/02/20 Videoclip: Narcisista en YouTube.	Pre-producción videoclips 'El Mito' y 'Mi Religión'
MARZO 2020		Pre-producción videoclips 'El Mito' y 'Mi Religión'
ABRIL 2020		Pre-producción videoclips 'El Mito' y 'Mi Religión'
MAYO 2020		23 y 24 de Mayo Producción: Grabación del videoclip
JUNIO 2020	20/06/20 Videoclips de 'El Mito' y 'Mi religión' en YouTube.	Post- producción: Montaje y entrega final.

Debido a la situación de estado de alarma por Covid-19, se hizo imposible realizar la producción del videoclip.

17. PLAN DE COMUNICACIÓN:

La estrategia de comunicación se basa en tres puntos principales:

- **REDES SOCIALES:** Que incluyen Instagram, Twitter, Facebook y Tik Tok.

Donde generaré contenido de valor y exclusivo únicamente para esas redes.

- **INSTAGRAM:** Una red sumamente audiovisual donde se pueden hacer múltiples contenidos interesantes para la audiencia. Entre ellos, fotografías de making of, vídeos de making of de los videoclips, tomas falsas, lanzar los teasers de los videoclips o las portadas de los singles con antelación al lanzamiento para generar engagement con la audiencia, hacer versiones acústicas de mis propias canciones y subirlas a IGTV, etc.

- **TWITTER:** Esta red es justamente lo contrario a Instagram, se trata de llamar la atención a través de la escritura, que la audiencia conecte contigo por lo que escribes. Se trata de ser conciso y específico a la hora de relatar el mensaje para que cuanto más entendible para el público, mejor. Es cuestión de incentivar a los seguidores a que retweeten lo que pones. Así que, lo que debería hacer es publicar letras de mis canciones, reflexionar sobre temas sociales que me inquietan y que salen retratados en el EP, generar temas de conversación y hilos para poder llegar a más personas.

- **FACEBOOK:** Es la red que menos en contacto está con la segmentación de audiencia que he elegido para llegar. Puesto que actualmente el perfil de público que se encuentra en Facebook es mayor al segmento de audiencia que yo he escogido. Pero siempre hay prototipos de personas que pueden estar en esas redes y comunicarse a través de ellas y por tanto es importante que el contenido que publique en Instagram, también sea publicado en Facebook, para que esas personas que aún siguen en esa red puedan estar informados de mis avances.

- **TIK TOK:** La red más actual que ha dado un 'boom' en esta etapa de confinamiento. Es el medio más creativo de todas las redes que he nombrado anteriormente. Y sobretodo su estrategia, es que el 'tik toker' genere contenido rápido, creativo y entretenido. En este caso, lo que haría sería hacer mis propios "challenges" de mis propias canciones, con bailes

inventados, playbacks u otro tipo de iniciativas. Invitaría a cantarlas o a crear un "mood" de ellas. Como por ejemplo, la canción Narcisista, es creerte una persona bella, poderosa, superior. Que las personas que hicieran un Tik Tok con esa canción tuvieran ese estado de ánimo y animaran a otros a tenerlo.

Ejemplo especializado en 'El Mito' y 'Mi religión': Este segundo tema es muy conveniente para este tipo de red social. Por que es un tema muyailable y tiene que ver con la adicción al móvil. Se podrían hacer escenas cómicas relacionadas con el consumo del móvil con esta canción de fondo, o un baile que incluyera el teléfono móvil en la coreografía y utilizar el hashtag #MiReligión para hacerlo más viral.

- **PLATAFORMAS DIGITALES:** Que incluyen YouTube, Spotify, Deezer, Tidal, iTunes y todas las plataformas que están incluidas cuando se sube un tema a una distribuidora, en mi caso, La Cúpula Music.
- En **YouTube** se suben todos los videoclips definitivos y en todas las demás plataformas se suben las canciones definitivas para poder ser escuchadas.
- Las **plataformas** que más utiliza el público joven, sobretodo son YouTube y Spotify/Itunes. Todas las demás quizás son más famosas en otros países, pero a cuenta global, las más destacadas son las que he nombrado.
- **MEDIOS DE COMUNICACIÓN:** Sobretodo locales, como televisiones, radios o prensa. También pueden ser válidas las plataformas de alguna marca que hacen "vivos" de artistas, como por ejemplo, Red Bull Music, OCB Paper Sessions, u otras iniciativas que a través de marcas reconocidas crean espacios para visibilizar el arte emergente de músicos. La herramienta que se utiliza para comunicar a los medios de una nueva noticia o novedad musical es la nota de prensa. La nota de prensa que diseñé para contactar a los medios cuando saqué el EP fue esta:

Con esta nota de prensa pude hacer eco del EP en distintos medios de comunicación que me brindaron sus espacios para dar a conocer el proyecto.

Para empezar, tuve la oportunidad de ser entrevistada en dos radio locales para promocionar el nuevo single 'Besándo(me) el espejo'.

1- **D9 RADIO**, en el programa 'En la Sopa', el día 25 de Octubre de 2019.

2- '**Camí a l'èxit**' de Imma Arias en Cooltura Fm. La grabación se hizo el día 19 de Noviembre del 2019.

A partir de ahí, empecé a trabajar como locutora de radio en dos programas, '**Sin Filtros**' de Metro FM y '**Sense Control**' de Cooltura FM. Y en el primer programa de '**Sin Filtros**', el 8 de Enero de 2020, me hicieron una entrevista promocionando el videoclip de 'Besándo(me) el espejo' y 'De repente' y hablando del disco también.

Presenté las notas de prensa a varios medios de comunicación, entre ellos **Betevé**. Y tuve la oportunidad de ser entrevistada en el programa musical '**Habitació 910**' de Jordi Chicletol el 23 de Enero de 2020.

Durante el confinamiento, aproveché para hacer directos en Instagram promocionando mi disco y presenté uno de esos directos a la marca de ropa **Stradivarius**, con la suerte de poder hacer un concierto cantando todas las canciones de mi disco en su Instagram el día 28 de Marzo de 2020.

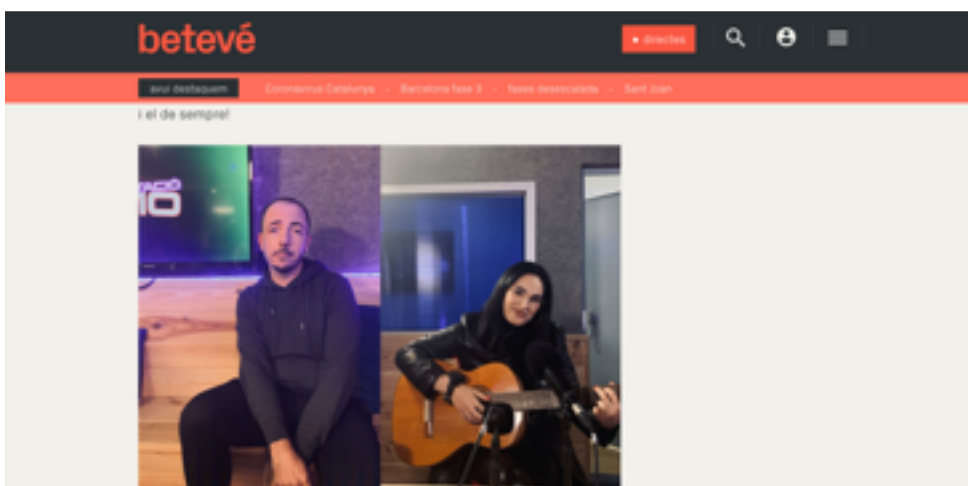
Colaboré en un festival on-line llamado **Emergentes Festival**, donde cantábamos muchos artistas para amenizar los días de cuarentena y en uno de esos conciertos on-line hicimos una colaboración con la marca de snacks **Grefusa**, dónde pude ser embajadora y dirigir algunos sorteos.

Posteriormente, entré a colaborar en el magazín matinal '**Sense Control**' de **Teve Cat**, una nueva televisión privada de Catalunya, donde programan algunos videoclips míos para irlos lanzando durante las pausas entre programas.

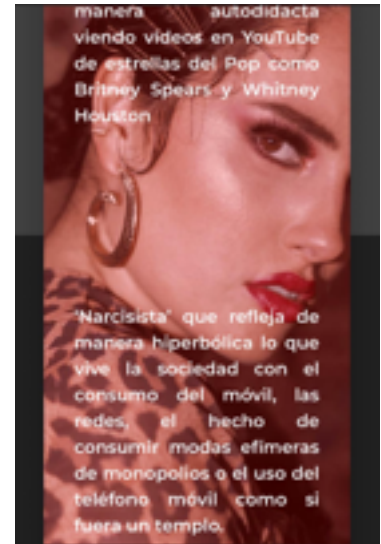
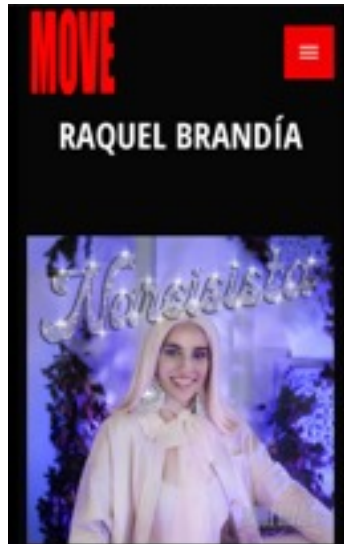
El 12 de Junio del 2020 **MOVE REVISTA**, una nueva revista de música, moda y artes escénicas publicó un artículo sobre mi EP.

18. ECO DE LOS MEDIOS:

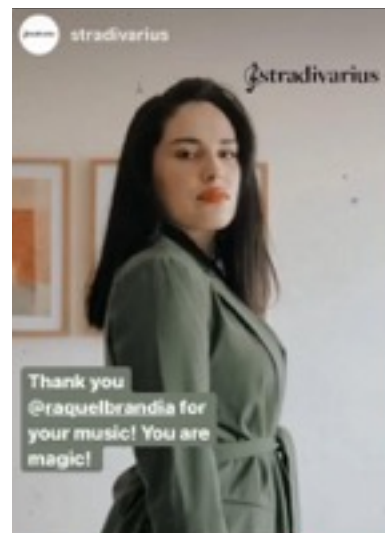
- PÁGINA WEB DE BETEVÉ:



- MOVE REVISTA:



- STRADIVARIUS



19.VIABILIDAD DEL PROYECTO

Sé que este proyecto es viable por varios motivos, el principal es por la voluntad y las ganas de hacerlo realidad, tanto por mi parte como por todo el equipo, el secundario es porque llevo cuatro videoclips producidos por mí, donde he podido organizar equipo de actores o bailarines, equipo de rodaje, personas que me ayuden a materializar todo lo que yo tenía en mi mente.

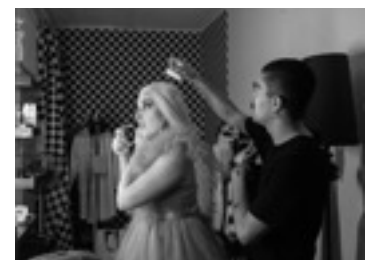
En el videoclip 'Besándo(me) el espejo' conseguí que me ayudaran 15 personas, de manera totalmente voluntaria. Conté con la ayuda de un director, un director de fotografía, operador de cámara, making of, estilismo, fotografía de making of, iluminación, gaffer's, peluquería, maquillaje... etc.



Fotos de Making of del rodaje de 'Besándo(me) el espejo' (2019)

Contando el proyecto a personas que disfrutaban trabajando en diferentes disciplinas artísticas pude descubrir que la idea gustaba porque lograba que vinieran más personas de las que me imaginaba a ayudarnos desinteresadamente.

En 'Narcisista' conté con un equipo más pequeño, porque tenía la idea muy clara desde el principio. Quise hacer como una especie de 'fashion film' musical, donde la estética era lo más importante. Reuní a todo el equipo para que me ayudaran a hacerlo posible y ya recopiló en YouTube más de 11 mil reproducciones.



Fotos de Making of del rodaje de 'Narcisista' (2020)

20.OBJETIVOS FUTUROS:

Me gustaría presentar esta propuesta o quizás futuros proyectos a diferentes medios y plataformas en las que creo que mi perfil como artista podría encajar.

TELEVISIÓN:

- El Bloque TV

RADIO:

- Adolescents ICat
- Los 40

PRENSA:

- La revista YOUNG
- FEEK Magazine
- VEIN Magazine
- KLUID Magazine
- Miss Golden Mag
- Urban Club Magazine

PLATAFORMAS DE VIDEO:

- OCB Paper Session
- Red Bull Music

Además, me gustaría poder realizar este videoclip finalmente, poder hacer realidad lo que tanto tiempo he estado trabajando, pero sé que tengo nuevas miras musicales y nuevas composiciones donde poder trabajar de aquí en adelante. En definitiva, es un disco que se subió en Noviembre del 2019, el tiempo pasa demasiado rápido y las circunstancias no han acompañado para poder materializar mis objetivos. Aún así, la mirada al futuro es positiva, ya que siempre me rodeo de personas talentosas que también me ayudan a hacer realidad mis sueños y yo misma soy una persona con altas ambiciones y ganas de trabajar.

21. ANEXO

MIS PROYECTOS:

1- EP Completo en Spotify:

https://open.spotify.com/album/7FJrYb7XbZPAhyVkrwc9Pr?si=Fh_Zg_WxSVuoikefoE6VVA

2- Videoclip 'Besándo(me) el espejo':

<https://www.youtube.com/watch?v=mMyuURn1Bc4>

3- Making of 'Besándo(me) el espejo':

<https://www.youtube.com/watch?v=3BojpszhlxkY>

4- Videoclip 'De Repente':

<https://www.youtube.com/watch?v=9UdH47PrERg>

5- Videoclip 'Narcisista':

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

MIS ENTREVISTAS:

1- 'Camí a l'èxit' de Cooltura Fm:

<https://cooltura.fm/cami-a-lexit-24-19-11-19/>

2- 'Sin Filtros' de Metro Fm:

https://www.instagram.com/tv/B7J_MVbCkQh/?utm_source=ig_web_button_share_sheet

3- 'En la sopa' de DK 9 RADIO:

<https://www.youtube.com/watch?v=rRhS3Anh-LU&t=129s>

4- 'HABITACIÓ 910' Betevé (Entrevista):

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

5- 'HABITACIÓ 910' Betevé (Actuación en directo):

https://www.instagram.com/tv/B7t74FwilH5/?utm_source=ig_web_copy_link

22.BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

El narcisismo: La enfermedad de nuestros tiempos
- Alexander Lowen (2000)

REFERENCIAS AUDIOVISUALES

Cupido- No sabes mentir: <https://www.youtube.com/watch?v=dzuZVytEn8>

Vendredi Sur mer - Écoute chérie: <https://www.youtube.com/watch?v=OhqUMFj51X0>

Lady Gaga - G.U.Y. : <https://www.youtube.com/watch?v=ohs0a-QnFF4>

The Weeknd- M.A.N.I.A: <https://www.youtube.com/watch?v=kBsycvSU6r8>

The Weeknd - False Alarm: <https://www.youtube.com/watch?v=CW5oGRx9CLM>

Camila Cabello - Shameless:https://www.youtube.com/watch?v=Fp_P_e1cPOE

\$kyhook- Famou\$ - ft. Aleesha: <https://www.youtube.com/watch?v=BklBXYdWuc>

Residente- Pecador: <https://www.youtube.com/watch?v=a8NFv4ckBkg>

REFERENCIAS AUDIOVISUALES UTILIZADAS EN GUION TÉCNICO

- **‘EL MITO’:**
- *Beyoncé apuesta por la moda española para presentar a sus hijos* (Yo Dona, 2017) : <https://www.elmundo.es/yodona/moda/2017/07/14/59687e0d22601dae108b4588.html>
- *Katy Perry - Never Worn White* : <https://www.youtube.com/watch?v=UyKgYMQ-AIQ>
- *Rihanna- S&M* : https://www.youtube.com/watch?v=KdS6HFQ_LUc
- *Ariana Grande & Nicky Minaj - Side to side*: <https://www.youtube.com/watch?v=SXiSVQZLje8>
- *Lola Índigo, Lalo Ebratt - Maldición*: https://www.youtube.com/watch?v=M2W6dG_B6zs
- *Luna Ki & Kenya Racaille - RIVOTRIL* : <https://www.youtube.com/watch?v=MinRuTt0ZKE>
- *DELLAFUENTE, C. Tangana, Alizzz - París*: <https://www.youtube.com/watch?v=n58WaCa9CI0>
- *Taylor Swift- Look What You Made Me Do*: <https://www.youtube.com/watch?v=3tmd-ClpJxA>
- **‘MI RELIGIÓN’**
- *Fragmento fiesta película ‘Tres Metros Sobre el Cielo’ (2010)*
- *Superbowl, fragmento donde Shakira se lanza al público (2020)*: https://www.youtube.com/watch?v=plLCn6VO_RU
- *Lady Gaga - Judas*: <https://www.youtube.com/watch?v=wagn8Wrmzuc>