

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



CLAVE DE FA: CREACIÓN Y REALIZACIÓN AUDIOVISUAL DE SESIONES ACÚSTICAS EN VIVO DE ARTISTAS O PROYECTOS MUSICALES FEMENINOS

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Valeria Elias Vizarreta
20150467

Rodrigo Cáceres Espejo
20132604

Asesor

Percy Reynaldo Subauste Reynoso

Lima – Perú
Agosto 2022

**CLAVE DE FA: CREACIÓN Y REALIZACIÓN
AUDIOVISUAL DE SESIONES ACÚSTICAS
EN VIVO DE ARTISTAS O PROYECTOS
MUSICALES FEMENINOS**

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	8
ABSTRACT	9
PRESENTACIÓN	10
1.2 Objetivos	11
1.3 Materiales	12
2. ANTECEDENTES	13
2.1 Análisis del contexto	13
2.2 Casos referenciales	15
2.3 Público objetivo	16
3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL (5pg)	18
3.1 Preproducción	18
3.2 Producción y Postproducción	20
3.3 Validaciones y correcciones	25
4. LECCIONES APRENDIDAS	27
4.1 Logros y aciertos	27
4.2 Obstáculos y aspectos por mejorar	28
REFERENCIAS	31
ANEXOS	32

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta “Gustos y hábitos musicales”	34
Anexo 2: Moodboard	35
Anexo 3: Storyboard	36
Anexo 4: Planta de luces	37
Anexo 5: Equipo de trabajo	38
Anexo 6: Rider técnico	39
Anexo 7: Manual de marca	40
Anexo 8: Contrato legal de cesión de derechos de autor	41

RESUMEN

Este informe da cuenta de la creación y realización de “Clave de Fa”, un proyecto musical feminista para la plataforma *Youtube*, que consiste en la producción y difusión de sesiones musicales acústicas de artistas femeninas o proyectos musicales liderados por mujeres. El proyecto tiene como objetivo crear un espacio de expresión musical seguro, que brinde visibilidad y empoderamiento a las artistas. Esto entregando al público objetivo un producto de calidad, tanto audiovisual como musical, que logre conectar con ellos a través de su contenido, cinematografía y arte. Así, se busca contribuir desde la comunicación audiovisual a la reducción de la brecha de género en la exposición de artistas femeninas en la escena musical peruana.

Palabras clave: Plataforma digital, sesiones musicales, *Youtube*, feminismo, empoderamiento, mujeres, brecha de género.

ABSTRACT

This paper recounts the creation of "Clave de Fa", a feminist musical project for the platform Youtube, which consists on the production and broadcasting of acoustic musical sessions by female artists or female-led musical projects. The project aims to create a safe space for musical expression that provides female artists with visibility and empowerment. All this while delivering a quality audiovisual product that manages to connect with the audience through its content, cinematography and art. Thus contributing, through production and audiovisual communication, to reduce the gender gap by showcasing female artists in the Peruvian music scene.

Keywords: digital platform, musical sessions, Youtube, feminism, empowerment, women, gender gap

1. PRESENTACIÓN

Este informe explica la creación y realización del proyecto “Clave de Fa”, que en esta fase da como resultado tres pilotos de sesiones acústicas grabadas en vivo, de distintos proyectos musicales liderados y conformados por mujeres, para ser transmitidas a través de un canal de Youtube.

El proyecto fue planteado en temporadas de ocho capítulos que abarcan diferentes géneros y estilos musicales estandarizados en un formato acústico, transmitidos con frecuencia quincenal. Cada video es presentado mediante una animación que anuncia el nombre de la banda y muestra de fondo el set de grabación: el conjunto de iluminación, mobiliario, y arte consolidan una atmósfera cálida que se convierte en la identidad de “Clave de Fa”.

Para lograr esto se elaboró un set de grabación cuyos elementos protagonistas fueron las parihuelas o *pallets*, las cintas de colores y las tiras con focos de luz. A su vez se planteó una propuesta fotográfica y de cámaras que permitiera registrar en simultáneo cada sesión de diferentes ángulos. Con esto se pudo generar intimidad y dinamismo. En cuanto a la iluminación, se usaron cuatro fresneles de luz, que funcionaban de *keyfill* y de *backlight*, además de una tira de focos en todo el set para acentuar el *backlight* y darle forma a la atmósfera que se buscaba. Con respecto al sonido directo se usó una interfaz que a su vez funcionó como consola de sonido en vivo para poder amplificar un monitoreo de referencia de lo que las bandas interpretaron mientras se capturaba la señal en tiempo real. El montaje, color y mezcla de sonido de todo lo registrado termina por dar forma a todos los elementos mencionados para lograr un producto de calidad y competencia para el mercado de Youtube.

A diferencia de otros proyectos con características similares, este busca generar un impacto social al promover y visibilizar a artistas mujeres que en el Perú no gozan de una exposición competitiva con respecto a los artistas de género masculino. Hoy en día la igualdad de género es necesaria para el desarrollo social de nuestro país y las iniciativas que buscan visibilizar a la mujer se vuelven cada vez más importantes. Es por ello, que de manera abierta y sin ser necesariamente un proyecto activista, se busca aportar en la reducción de la brecha de género en la exposición artística de la escena musical peruana, desde nuestra área profesional: la comunicación audiovisual.

La realización de este proyecto resulta en tres capítulos piloto y no en el lanzamiento oficial del canal de Youtube con los capítulos colgados. Esto se debe a que la viabilidad de un canal de Youtube exitoso requiere de una realización y publicación periódica. El acceso al presupuesto que esto implicaría escapa de las posibilidades económicas de los actuales productores independientes a cargo de este proyecto. En el rodaje de estos tres pilotos se contó con apoyo de la Universidad de Lima, VC Pro Audio, MAC Perú y otras realizadoras y realizadores que, a modo de favor, facilitaron equipos y servicios valorizados en aproximadamente cinco mil quinientos dólares. Para la realización de una temporada completa de Clave de Fa habría que triplicar esa cifra, pues habría que realizar tres sesiones de rodaje como mínimo. Al momento, la viabilidad de realizar, o continuar el proyecto depende estrictamente de que instituciones o empresas lo puedan financiar y/o apoyar, pues para los creadores no es una posibilidad. De igual manera, este trabajo deja constancia de que se ha creado un modelo y un método funcional con muchas posibilidades y oportunidad de crecimiento.

1.2 Objetivos

Objetivo General:

El objetivo principal de este proyecto es crear un espacio digital en el que se visibilicen a artistas y/o proyectos musicales femeninos mediante la creación de contenido audiovisual de calidad competitiva.

Objetivo específicos:

- Mostrar la creciente diversidad que presenta el medio musical tanto en cantautoras, como en intérpretes y así mismo, en material propio.
- Desarrollar una propuesta de contenido audiovisual de característica profesional para la difusión de artistas femeninas.
- Generar una conexión más puntual con el usuario a través de la construcción de una atmósfera íntima, lograda a partir de la iluminación en el espacio y los aspectos estético-visuales.

1.3 Materiales

Material #1: 3 capítulos piloto para el canal de Youtube del proyecto Clave de Fa

Ubicación: [Pilotos - Clave de Fa](#)

1. Daniela Acha - Ni una más

Sesión acústica de la cantautora Daniela Acha acompañada de Daniela Silva como percusionista. Interpretan el tema original de la banda “Deados”: Ni una más.

2. Naturaleza Acústica - Bésame

Sesión acústica de la banda Naturaleza Acústica, conformada por Valeria Elías (Guitarrista) y Luciana Elías (Vocalista), interpretando el tema original: Bésame.

3. Paradero Astral - Mil veces no

Sesión acústica de la banda Paradero Astral, conformada por 5 integrantes femeninas, interpretando el tema original: Mil veces no.

Material #2: Mockup del canal de Youtube de Clave de Fa

Ubicación: [Mockup Youtube - Clave de Fa](#)

2. ANTECEDENTES

2.1 Análisis del contexto

En un contexto en el que la igualdad de género es necesaria para el desarrollo social de nuestro país, las iniciativas que buscan visibilizar a la mujer se vuelven cada vez más importantes. La escena musical nacional no es ajena a esto, pues las artistas del género femenino todavía no tienen el mismo protagonismo que los del género masculino, y eso puede evidenciarse en todos los medios en los que se expone música, tanto en festivales, canales de Youtube y/o programas radiales, en los que predominan las bandas masculinas o lideradas por hombres. Al respecto, el colectivo Maria Landó (2019), realizó un análisis cuantitativo de la brecha de género en los festivales de música del 2018 y los resultados son impactantes.

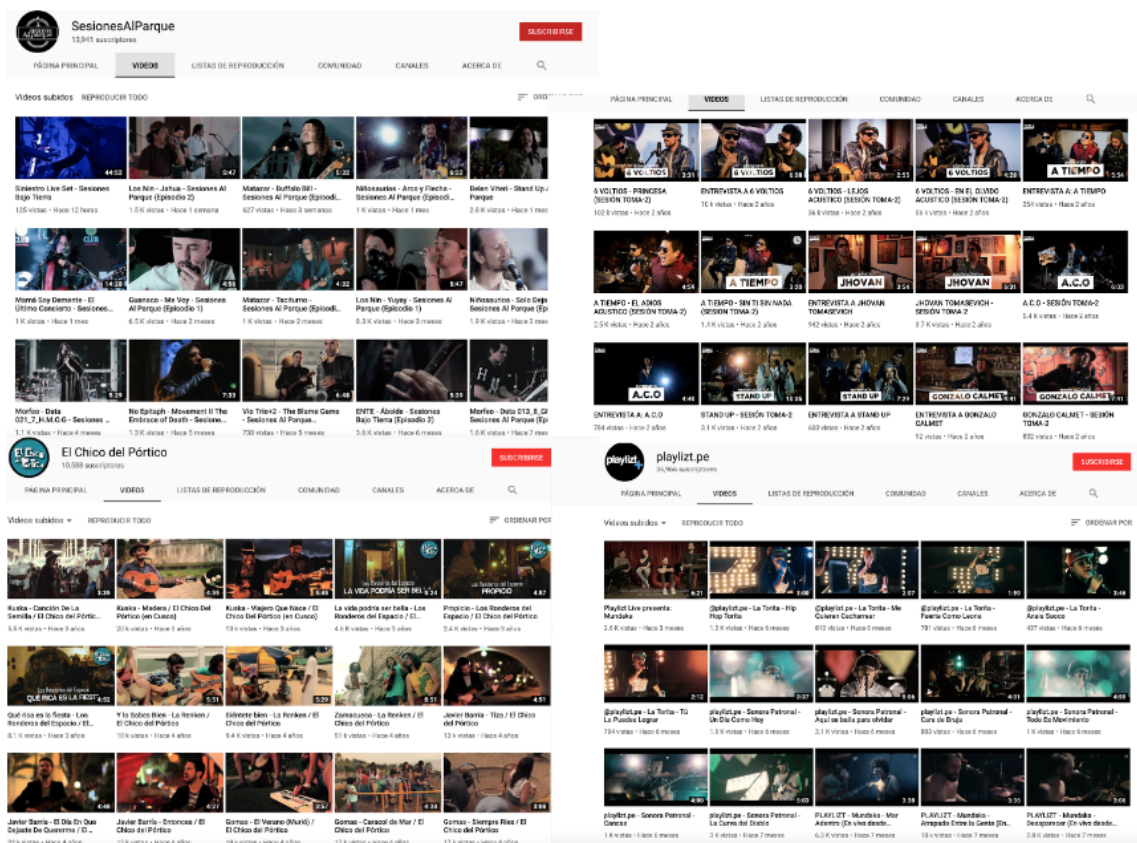
Imágen 1: Cuadro “Presencia femenina en los festivales de música en Perú - 2018”



En una muestra de 16 festivales se puede evidenciar que del total de artistas y/o bandas participantes, solo el 13% son integradas únicamente por mujeres o mujeres solistas,

mientras que los actos exclusivamente masculinos o mixtos componen un 87%. El festival con mayor presencia femenina fue Aire Libre, con un 62,5%. El festival Road to Ultra por otro lado, registró un 0%, sin siquiera considerar un solo acto mixto. Esta realidad se replica en el espacio virtual, como se puede observar en las portadas de los videos de los más reconocidos canales peruanos de Youtube dedicados a exponer proyectos musicales nacionales.

Imágen 2: Benchmark en Youtube



Esto, lamentablemente, es algo que se extiende a toda la industria musical, a nivel nacional e internacional. Según un artículo publicado en el foro de noticias de la ONU (Quiñones, 2019), en febrero de ese año, en Estados Unidos, solo el 15% de las discográficas eran propiedad mayoritaria de mujeres. En Canadá, apenas el 6% de los productores reconocidos lo eran y sólo un 7% del personal de ventas y desarrollo de la industria eran mujeres. En Europa, las compositoras registradas sumaban apenas un 20% del total. Además, de la lista de las 600 canciones más populares entre 2012 y 2017, solo el 22% fueron interpretadas por mujeres, y el 12% creadas por compositoras.

En ese mismo artículo se cita a una diplomática y miembro de la ONG *Women In Music* quien reafirma lo mencionado anteriormente con respecto a la oferta de talento musical femenino: “es un tema social muy grave, sinceramente, la falta de representación de las mujeres, la falta de igualdad, y es un tema que nos toca directa o indirectamente a todos”.

Volviendo al contexto nacional, en los pocos espacios en los que sí se considera a las exponentes musicales mujeres, se suele dejar de lado a las que todavía no se han establecido en la escena, obstaculizando de igual forma la visibilidad femenina.

2.2 Casos referenciales

- **“Sofarsounds”**

Es una plataforma digital internacional que se dedica a realizar eventos musicales secretos en los que busca fomentar el descubrimiento de nuevos artistas locales. Ellos escogen bandas locales, crean un evento solo con fecha y hora, y la locación es revelada a los asistentes recién el mismo día del evento. El proyecto se enfoca en la experiencia del evento en vivo, pero además se realiza un video de cada artista de la noche. Lo que se rescata de esta referencia es la forma en que los videos retratan la intimidad de los recitales a través de sus planos, su iluminación y su dirección de arte.

<https://www.sofarsounds.com/videos/la-finca-sugar-my-day-sofar-lima>

- **“Tiny Desk Concert”**

Es una serie de video-conciertos en vivo en el escritorio del músico estadounidense Bob Boilen que se transmiten a través de un canal de Youtube. Lo interesante de esta propuesta es su formato permanente: bandas o artistas de distintos géneros o estilos musicales van siempre a este mismo “escritorio” y se adaptan al espacio. Lo que se rescata de esta referencia es cómo la utilización de un espacio recurrente funciona como elemento de identidad y no obstaculiza la conexión del público con el o la artista.

<https://www.youtube.com/watch?v=GVDJ8O3IPBA>

- **“El chico del pórtico”**

Es un videoblog musical peruano en el que se recorren partes del país para grabar sesiones acústicas de bandas locales en espacios abiertos. Lo que se rescata de este proyecto es la espontaneidad y cercanía con los intérpretes que se transmite en las tomas, así como su calidad sonora y dinamismo visual considerando el espacio en el que se graba.

<https://www.youtube.com/user/chicodelportico01/videos>

2.3 Público objetivo

El proyecto está dirigido principalmente a personas entre 17 y 30 años (Millennials y Generación Z) de nivel socioeconómico AB, a quienes les guste la música y busquen descubrir nuevos artistas. El proyecto cuenta también con un público secundario que comprende al mismo grupo generacional y socioeconómico, agregándole las siguientes variables: ser usuario activo de Youtube y estar comprometido con la causa feminista.

Según un estudio realizado por Yiminshum en el 2022, de los 33,52 millones de peruanos, el 26,3 % tiene entre 19 y 34 años, es decir, pertenecen a ese grupo generacional. Además, “el 37% de los Millennials - Generación Z, prefiere escuchar música en su tiempo libre” según Nielsen en “Estilos de vida generacionales”. Por último, según Think with google, “del total de internautas peruanos entre 15-34 años, el 67% está en Youtube y esta cifra crece de manera exponencial cada año”. El mismo estudio afirma que “7 de cada 10 temas de su interés están en Youtube” siendo el 80% entretenerse y el 46% ver videos musicales”. A partir de esta información se puede corroborar que el perfil de nuestro público objetivo es potencialmente acertado.

Por otro lado, con el objetivo de tener información concreta y cercana, se realizó una encuesta a una muestra de 125 jóvenes con el perfil del público objetivo principal mencionado anteriormente y los hallazgos fueron interesantes. En relación con su plataforma de consumo musical, el 68.3% afirmó utilizar Youtube. Con respecto al consumo de contenido audiovisual relacionado a la música, el 90% afirmó hacerlo y específicamente en formato de material propio de artistas/bandas (73,4%), videoclips

originales (71,6%), entrevistas (62,4%), y video-covers (64,2%). Finalmente, sobre su interés por descubrir nuevos artistas nacionales, se pudo validar que el 85% de la muestra sí está interesado y el 14,2% tal vez.

A partir de lo mencionado, y con el fin de plasmar un perfil más completo y segmentado de las personas que forman parte del público objetivo, se ha desarrollado el buyer persona de dos individuos que forman una clara y completa representación del perfil al que se dirige el proyecto.

Imágen 3: Buyer Persona

The image displays two buyer persona cards side-by-side. Each card features a portrait of the individual, their name, the title 'BUYER PERSONA', a list of personal details, and a section titled 'Intereses y comportamientos' with a list of interests and activities. The cards are set against a light grey background with a large, faint silhouette of a person's head and shoulders.

Nombre	Edad	Lugar	Ocupación	Otros
Sol Villacorta	22 años	Lima, Perú	Comunicadora	Feminista
Cesar Gabriel Riveros	26 años	Lima, Perú	Músico	Feminista

Intereses y comportamientos

- . Licenciada en comunicación social por la Universidad de Lima.
- . Ejecutiva de cuentas en una agencia de Marketing Digital.
- . Aficionada a la música, el canto y el performance.
- . Abiertamente feminista y comprometida con el cambio social.

Intereses y comportamientos

- . Percusionista de sesión y bandas nacionales.
- . Cantautor en su proyecto musical propio.
- . Abiertamente feminista y comprometido con el cambio social.
- . En constante búsqueda por aportar al desarrollo de la escena musical peruana.

3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL (5pg)

3.1 Preproducción

La idea de realizar *Clave de Fa* surgió inicialmente al considerar las oportunidades de exposición que brindan los medios digitales a las bandas o proyectos musicales en la actualidad.

En un principio se planteó simplemente crear una plataforma que comparta sesiones acústicas grabadas en vivo de bandas peruanas emergentes. Al buscar la validación de la idea con un experto audiovisual que estuviera también relacionado con la música, hubo un cambio de sentido. Martin Haro sugirió, en primer lugar, buscar un valor diferencial frente a otros canales y plataformas. Aconsejó trabajar una propuesta feminista y empoderadora porque podría ser algo muy interesante para la industria en este momento. Es así como el proyecto se convirtió en algo mucho más grande y profundo que busca visibilizar y empoderar la música peruana hecha por mujeres.

Después de haber planteado un concepto más elaborado para el proyecto, se buscó establecer cuáles serían sus atributos principales. En primer lugar, su propósito feminista de visibilizar artistas mujeres emergentes en la música. En segundo lugar, su calidad sonora y visual. Y en tercer lugar, la creación de una atmósfera acogedora que logre que el público empaticé y conecte con el contenido que va a ver.

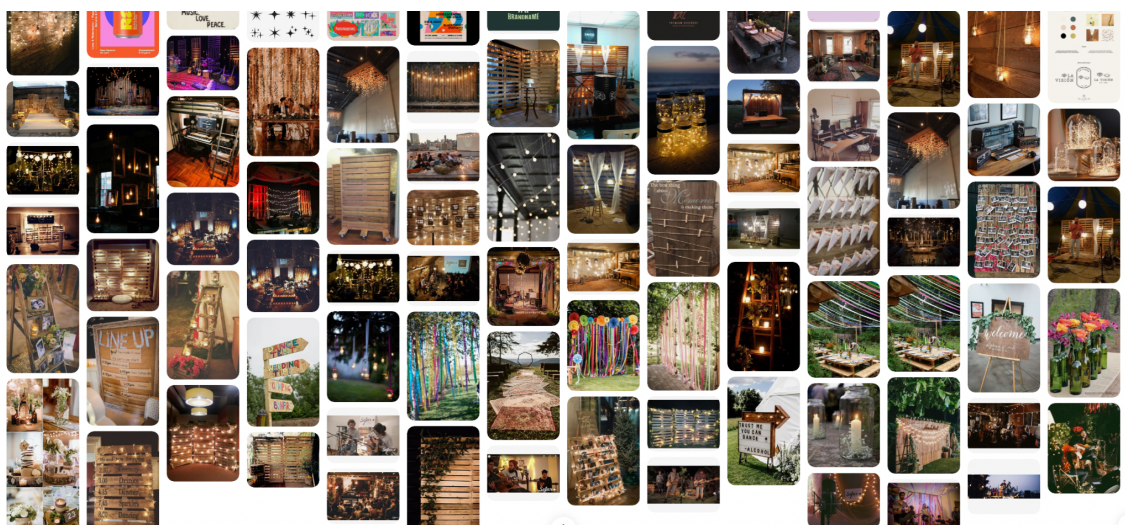
Con respecto al formato del proyecto, se definió la plataforma por la que se transmitiría el contenido: un canal de *Youtube*. En este se crearían Listas de Reproducción donde se dividiría el contenido en temporadas de 8 capítulos que se lanzarían con una frecuencia quincenal. Cada temporada buscaría abarcar una diversidad de géneros y estilos musicales para lograr dinamismo pero estaría estandarizada por el formato acústico de las sesiones musicales.

El contenido principal sería la producción de videos cortos, de aproximadamente 4 minutos, en los que cada banda o proyecto musical interpretaría una de sus canciones

propias en dicho formato. El video tendría 2 partes: Introducción e Interpretación. Se planteó que la introducción del video no fuera con un conductor o presentador, sino algo más sutil como un título o animación y que inmediatamente después se comience a interpretar la canción hasta el final del video. Finalmente, se definió que -al no tener un hilo conductor humano para el proyecto- lo que le daría unidad al canal sería el espacio de grabación o “set”. Se trabajarían todos los capítulos en una locación que tenga las mismas características y elementos artísticos que terminarían por construir este espacio que estaría siempre ahí para recibir a cada artista, banda o proyecto musical para que interprete su música.

Se procedió a trabajar en la pre-producción de Clave de Fa. Se definió que los principales elementos visuales que protagonizarían el arte de la propuesta serían las parihuelas o pallets, las cintas de colores y las tiras con focos de luz. El uso de la luz y el color en esta realización tiene un valor estético, pero también un valor simbólico que busca transmitir cercanía, diversidad y empoderamiento. Es por eso que, con respecto a la iluminación, se planteó el uso de tiras con focos, además del uso de tachos de luz. De esta forma, los intérpretes tendrían un "back" constante y se generarían sombras interesantes. Con respecto a la atmósfera, se mantendría la calidez, los colores fuertes y las texturas marcadas como la madera y elementos naturales del espacio como jardines o plantas.

Imágen 4: Moodboard de referencias estético-visuales



Para lograr los objetivos planteados se procedió a realizar el respectivo storyboard y, a partir de eso, se diseñó una grabación con las siguientes especificaciones: con respecto

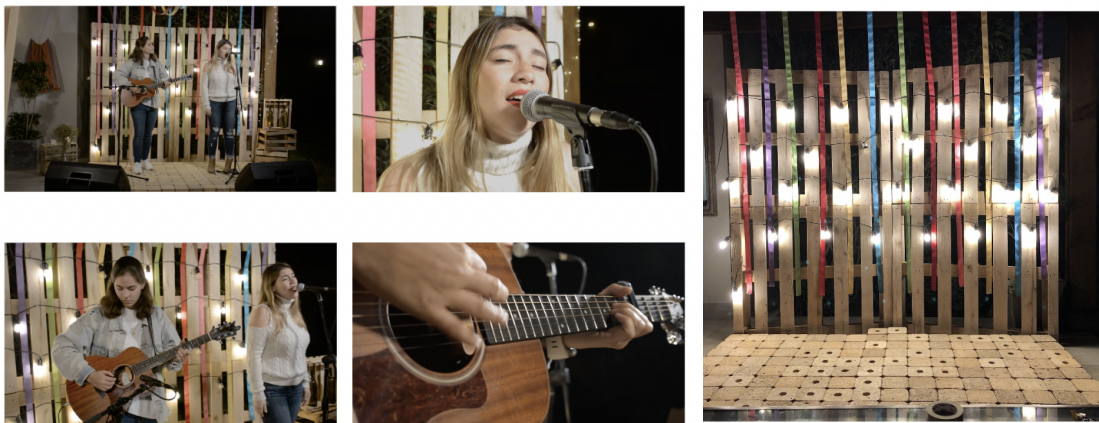
al registro de video, el uso de dos cámaras en simultáneo para lograr el dinamismo en la captura. Con respecto a la iluminación: dos fresneles de luz, un tira de focos de diez metros como backlight y los accesorios respectivos. Con respecto al sonido directo: una interfaz de ocho canales como mínimo, que a su vez funcione como consola de sonido en vivo para poder amplificar un monitoreo de referencia de lo que las bandas interpretan mientras se captura la señal en tiempo real, además del requerimiento de un micrófono dinámico o condensador para cada integrante de la banda y los accesorios respectivos. Esto sumado a todo el mobiliario ya mencionado. Por último, con respecto al equipo humano: un director, un director de fotografía, dos camarógrafos, un director de arte, un sonidista de directo y un asistente de producción.

3.2 Producción y Postproducción

- **Producción**

Se inició la producción del proyecto con una prueba de grabación. Se convocó a una banda y se armó el set de grabación planteado en la etapa previa. Asimismo, se consiguieron los equipos técnicos según el planteamiento. Por motivos de tiempo y presupuesto no se pudo contar con el equipo humano planteado, de modo que el crew estuvo conformado por tan solo dos camarógrafos, una directora de arte, un sonidista de directo y una productora.

Imágen 5: Resultados de la prueba de grabación



Como se puede observar en las figuras, en términos generales se logró poner en práctica el planteamiento desarrollado. Sin embargo, como en toda primera prueba, surgió la necesidad de realizar cambios y correcciones. En principio, en términos de registro de video, las cámaras utilizadas eran de diferente gama y con ajustes dispares, lo que se evidenció en el producto final. Con respecto al registro sonoro, por cada toma de la interpretación se capturaban distintas tomas de audio, lo que finalmente complicó la edición y la sincronía en el empalme de planos. Correspondiente al *crew*, el equipo asistente fue insuficiente para cumplir todas las funciones al nivel requerido. Finalmente, con respecto al set -locación y mobiliario- las condiciones de luz y el tamaño del espacio limitaron la grabación en términos de recorrido de las cámaras, imágenes capturadas, profundidad de campo y amplitud del escenario para que las artistas pudieran interpretar cómodamente su performance.

Primeras validaciones con expertos

Este producto fue presentado a dos expertos en medios audiovisuales, Percy Subauste y Martín Haro. Sus comentarios fueron los siguientes:

Percy Subauste tuvo una muy buena impresión sobre el concepto general planteado en la propuesta. Consideró que el planteamiento fotográfico era muy explotable, pero aún no funcionaba del todo para lo que se quería lograr. En primer lugar, porque la clave alta le quitaba intimidad. Si, por el contrario, se jugaba más con los conceptos de oscuridad y luz se podría generar una atmósfera más interesante. Con respecto al registro audiovisual, le pareció que toda captura que contenga dinamismo interno dentro de la toma funcionaba muy bien y que, además, se podría plantear una coreografía de cámaras que permitiera tener distintos ángulos de cobertura en simultáneo. En términos generales, consideró que se había logrado concretar la idea planteada y el resultado era bueno. A su parecer, a medida de que se implementaran las mejores sugeridas y los recursos necesarios, se lograría un resultado mejor desarrollado. Le pareció un modelo muy interesante, que no había visto antes y le gustó.

Martín Haro tuvo una impresión muy positiva del video y la puesta en escena, principalmente debido a la simpleza del producto y su relación con el contenido musical. Sobre el registro audiovisual, reconoció su calidad, y destacó la naturalidad de la grabación “en vivo” y su simpatía con el plano introductorio planteado. Con respecto al montaje, afirmó haber percibido el dinamismo que se buscó y consideró que en la

suma de imagen, sonido y color había muy buen resultado. Sin embargo, también mencionó determinados aspectos que no le gustaron del todo y le parecieron distractores. En primer lugar, ciertos saltos de continuidad con respecto a los cambios de plano en el montaje, ciertos aspectos en la dirección de las intérpretes y la utilización de lentes angulares para realizar los acercamientos, sugiriendo en cambio el uso de teleobjetivos. En términos generales, consideró que todo lo que vio era absolutamente funcional y un producto muy original. Indicó que le gustó bastante el resultado, y que la principal sugerencia sería afinar los planos.

Correcciones en el modelo inicial

Además de estas validaciones, al momento de grabar y editar la primera prueba, se descubrieron oportunidades de mejora para los siguientes rodajes. Una de estas, y la más importante, fue que la metodología utilizada no fue pensada en la edición posterior. Al momento de la edición, este factor complicó la elección de planos y la continuidad y sincronía de los videos, ya que no había gran variedad de planos y los cortes eran muy similares entre sí o no empalmaban de la manera correcta.

Por estas razones se decidieron plantear los siguientes cambios para el rodaje de los 3 primeros capítulos de la temporada:

Con respecto al set de grabación, buscar una locación totalmente exterior para que se pueda centralizar el escenario como principal elemento y se aprecie de mejor manera su esencia orgánica. Por otro lado, plantear un tratamiento fotográfico un poco más difuminado, en el que la luz frontal no sea tan dura. Procurar que el espacio que rodee el escenario se sienta oscuro y que lo único que tenga luz sea el espacio que se ha construido. De este modo, buscar una iluminación de tono más cálido y jugar con las sombras como elemento para buscar la intimidad. También, agrandar el espacio para que de una mayor sensación de apertura y comodidad y trabajar mejor la distribución de los elementos de arte en el espacio con el fin de que puedan lucirse.

Con respecto a lo técnico, aumentar el número de cámaras para conseguir una mayor cantidad de ángulos de cobertura y una coreografía para el movimiento de estas, con el fin de lograr una mayor eficiencia en el rodaje. A su vez, plantear una dinámica de grabación en la que las intérpretes realicen cuantos ensayos consideren pertinentes antes de grabar la toma final de audio. Esta toma máster de la canción sería utilizada como

base para grabar las siguientes pasadas de registro de video. A través de monitores de retorno de audio, ellas estarían escuchando en tiempo real lo que han grabado y de esta manera podrían volver a ejecutar su performance “*on tempo*” mientras las cámaras siguen capturando distintos ángulos y movimientos de cámara. Eso es lo que permitirá lograr la sincronía y la continuidad en la edición.

Grabación final

Con esas consideraciones, se procedió a realizar la grabación de los 3 primeros capítulos piloto de “Clave de Fa”. Se invitó a la banda *Naturaleza Acústica*, liderada por dos integrantes femeninas, Luciana Elias y Valeria Elias; a Daniela Acha, cantautora y líder del proyecto musical *De a Dos*, quien estuvo acompañada por Daniela Silva en el cajón, una percusionista conocida en el medio local; y por último a la banda *Paradero Astral*, un conjunto pop-rock de 4 jóvenes integrantes femeninas. Se grabó en un amplio jardín. Se agrandó el set de grabación con el uso de más *palets*, más cintas de colores y más tiras de luces para el backlight. De noche, se implementaron dos fresneles extra de luz además del *backlight*. Como se puede observar en la figura, se trabajó la producción, arte y fotografía con respecto a las correcciones planteadas. Se buscó una locación que además de cumplir con los cambios planteados, iba de acuerdo al planteamiento inicial de utilizar la naturaleza como recurso complementario para reforzar la característica orgánica de la propuesta. En cuanto al registro de video, se aumentó una cámara para tener dinamismo en cada video, se verificó que las cámaras sean de la misma marca y, tengan los mismos ajustes para que el color y la calidad fueran lo más parejas posible. Con respecto al registro de audio, se implementó el sistema de sonido en vivo con una consola que a su vez fuese interfaz de audio y de este manera poder grabar el performance y reproducirlo a través de los monitores de retorno. Con todas estas pautas se obtuvo un exitoso rodaje de *Clave de Fa*.

Imágen 6: Resultados de la grabación final



- **Postproducción**

A diferencia de la prueba, en el segundo rodaje se usaron 3 cámaras con las que se grabó una toma máster de video, de tres diferentes ángulos y movimientos de cámara de los distintos grupos, mientras que en simultáneo se grababa la toma máster de audio. Con ese audio de referencia se pudo grabar después, diversos planos en movimiento para aumentar la dinamicidad de los videos.

Montaje

Gracias a ello, se pudo empezar esta etapa seleccionado los clips máster de video de cada grupo musical y sobre eso agregaron todas las tomas de movimiento, los planos detalle y tomas de apoyo de los instrumentos, las intérpretes y el set de Clave de Fa. Para generar la sensación de intimidad que se buscaba se seleccionaron planos detalle de las artistas mientras cantaban, tenían “solos” musicales en sus instrumentos o hacían algún gesto peculiar que sea parte de su esencia. Eso en combinación con los diversos ángulos abiertos terminó por generar un resultado dinámico, y al haber utilizado una sola toma de audio para todas las tomas de video, se pudo generar una buena sincronía y empalme en los cortes de la edición.

Color

En cuanto al proceso de colorización, este proceso también fue más sencillo que en la prueba gracias a la utilización de las tres cámaras, que fueron de la misma marca y gamma, con ajustes similares, lo que permitió que los clips ya tengan un color parejo y una calidad unificada. Después de realizar las correcciones básicas, se procedió a crear un *LUT* o *LOOK UP TABLE* con el fin de tener un color parejo en todos los clips y también en todos los videos del proyecto. Se optó por una tonalidad cálida y contrastada para reforzar esta imagen amigable e íntima que se busca para el proyecto.

Animación y Motion Graphics

Una vez terminado este proceso se procedió a animar la careta de entrada y de salida, para esto se le pidió a la diseñadora del logo que lo separe en distintas capas para poder animar los distintos elementos del logo en After Effects. De igual manera con la careta de salida y, finalmente, se agregaron los créditos respectivos.

Mezcla y Mastering de audio

Con todo esto terminado se procedió a realizar la mezcla de sonido. En esta etapa se trabajaron los canales independientes de los instrumentos y voces registrados a través de la interfaz de audio. Se realizó una mezcla que buscaba ir resaltando los elementos sonoramente según se les daba énfasis en la imagen, con el objetivo de que el espectador pueda tener una conexión más profunda con el contenido. En términos de procesamiento del audio, se buscó lograr un sonido orgánico y natural, que mantenga un rango dinámico parejo y transmita la sensación de “en vivo”. Para esto se utilizaron de manera sutil procesadores de dinámica, ecualizadores y procesadores del tiempo.

3.3 Validaciones y correcciones

Después de la grabación de los pilotos se realizó un *focus group* con el objetivo de mostrar y realizar la validación respectiva de los videos realizados. Para ello se seleccionaron a 10 personas que estaban dentro del perfil de nuestro público objetivo con el fin de recoger sus sugerencias y apreciaciones.

Se les hizo una breve presentación y se procedió a enseñarles el video. Posteriormente se les realizaron las preguntas respectivas para que ellos pudieran empezar a opinar y debatir sobre lo que acababan de ver y así poder recoger sus impresiones. De esa conversación se ha podido recaudar material valioso que así como confirma que muchos elementos han funcionado adecuadamente, también revela que hay algunas cosas que se podrían mejorar.

Como primera impresión, todos pudieron identificar el tema y concepto del canal de Youtube como un espacio de sesiones musicales en el que distintas agrupaciones van a tocar y que es sólo de chicas. Les pareció bastante cálido y afirmaron que les daba una sensación de hogar, además de sentir que habían sido transportados a ese lugar. Consideraron que la escenografía estaba muy bonita y bien trabajada, y que las canciones les gustaron mucho.

Como aspectos positivos mencionaron que el concepto del canal es muy potente y les interesaría mucho seguir y/o apoyar a un proyecto de esas características. El set fue lo que más les gustó de todo el video, la combinación de los foquitos de luz, con las cintas y los *palets* les parecieron agradables y creen que es algo que funciona. Consideraron

que la atmósfera construida en base a la escenografía era muy linda, les transmitió la calidez que se buscaba y los hizo sentir cómodos cuando lo veían.

Sintieron mucha empatía con lo que vieron y escucharon por medio de los primeros planos. Afirmaron que pudieron realmente conectar con lo que estaba pasando y era una de las cosas que más les había gustado, pues a partir de ahí empiezan a prestarle una atención más sincera a lo que ven.

Han identificado la calidad musical como un atributo principal del proyecto, por lo que esperarían ver productos similares en todos los capítulos, pero de géneros o propuestas distintas en cada uno. Les gustó mucho el nombre y lo que significa, les parece que esa información debería de estar al alcance de todos porque es muy valiosa para los contenidos del canal.

Uno de los aspectos que recomendaron mejorar fue la dinámica entre las intérpretes, pues percibieron que no se sentían tan conectadas entre sí. Afirmaron que hay ciertos detalles en la escenografía que les parece que no funcionaron, consideraron que las sillas rompen un poco con el estilo general de la propuesta y que les hubiera gustado ver unas que se integren mejor al total. Y que podría ser interesante trabajar a partir de la idea de que hayan instrumentos en el set, pero si es que las invitadas los usaran. Plantearon la posibilidad de hacer un uso más artístico de la iluminación, por más de que lo que vieron en el momento les transmitió un tono y calidez agradable, creen que se podría trabajar aún más y tal vez jugar más con las sombras y la oscuridad que brinda el espacio.

A partir de estas consideraciones, se podría afirmar que el proyecto ha logrado cumplir con sus objetivos de manera general. Se ha podido plasmar en el producto su identidad, su esencia y su concepto de manera reconocible para el público, lo que ya es un gran logro. Se ha obtenido un nivel de calidad audiovisual y musical bastante bueno, y perceptible. Se implementaron los cambios y sugerencias recogidos en las validaciones que estaban al alcance de la producción, como el re-diseño gráfico, las animaciones y la inclusión de más planos detalle de las artistas. Aun así, todavía hay algunos detalles que se pueden trabajar y definitivamente se están considerando para próximas entregas, pues lo que busca siempre el proyecto será ofrecer un producto que destaque dentro del mercado.

4. LECCIONES APRENDIDAS

4.1 Logros y aciertos

Conceptualización

Frecuentemente, cuando se realizan proyectos con la intención de tener un impacto social, se cae en el error de generar un contenido forzado o un producto que apela a un público muy reducido. En la conceptualización de Clave de Fa se logró encontrar el balance perfecto entre la demanda del mercado y la posibilidad de incidir positivamente en una causa social. El proyecto plantea un concepto que tiene un eje social significativo al darle una plataforma a artistas femeninas, pero que no se sostiene únicamente en este factor que suele atraer a un nicho pequeño, sino que también satisface una necesidad real del mercado y apela a un público amplio que busca consumir videos musicales con una propuesta visual llamativa. Así, se define una propuesta sólida cuyo modelo puede replicarse en diferentes formatos, como *open mics*, conciertos en vivo y eventos de networking, siempre y cuando se mantenga su esencia temática y conceptual.

Modelo de producción y realización

A través del ensayo y el error, en Clave de Fa se encontró una manera eficiente y funcional de llevar a cabo el proceso técnico de realización tomando en cuenta a su vez la postproducción del material. El resultado de esta experimentación deriva en el hallazgo de un flujo de trabajo que consiste en grabar una toma máster de audio y video con los principales ángulos de cámara, y sobre esa toma replicar las tomas de apoyo permitiendo la sincronía casi perfecta de las intérpretes en la imagen, lo que permite que el producto tenga el dinamismo, *engagement* y *timing* que requiere para funcionar.

El flujo de trabajo mencionado se pudo llevar a cabo gracias a la decisión de aumentar el número de cámaras para conseguir una mayor cantidad de ángulos de cobertura y plantear una coreografía adecuada para el movimiento de estas, además de la dinámica de grabación mencionada, que permitía a las bandas realizar múltiples ensayos pero solo grabar una toma máster de audio y video. A su vez, sobre esta toma máster de la canción como base se grabaron todas los planos detalle y tomas de apoyo. A través de

monitores de retorno de audio, las intérpretes escuchaban en tiempo real lo que habían grabado y de esa manera volvían a ejecutar su performance “*on tempo*” mientras las cámaras capturaban distintos ángulos y movimientos. Esta metodología fue la que mejor funcionó para la realización de este proyecto y puede ser replicada de manera libre y efectiva en proyectos de características similares.

Producto de calidad

El resultado final obtenido en los tres pilotos de este proyecto a nivel técnico es sumamente satisfactorio. La combinación de la escenografía, el planteamiento fotográfico y la postproducción logra un nivel de calidad alto que motiva la visualización y conduce a la creación de una verdadera conexión entre artista y usuario. El producto final se logra percibir como un material profesional y competitivo para el mercado de Youtube.

Optimización de recursos

Pese a las limitaciones económicas que el proyecto presenta, se considera que hubo una gestión eficaz de los recursos existentes, tanto en equipo técnico, como en equipo humano. Se logró optimizar cada una de las herramientas que se tuvieron al alcance y a las capacidades de cada jefe de área en su posición para poder obtener el mejor resultado posible.

4.2 Obstáculos y aspectos por mejorar

Pese a los aciertos del proyecto y el logro de los objetivos que se plantearon para este, se han identificado varias oportunidades de mejora. Al momento de llevar a cabo la realización del proyecto se hizo evidente la falta de experiencia del equipo en las áreas técnicas de la realización audiovisual y la falta de conocimiento profundo sobre las tareas que cada uno realizó en los cargos/roles del rodaje. En consecuencia, se tuvieron que efectuar numerosas correcciones y cambios a medida que la producción avanzaba.

Aspectos técnicos generales

Como se ha mencionado anteriormente, se logró hallar un flujo de grabación efectivo y replicable en el rodaje de Clave de Fa. Del mismo modo, para obtener un mejor

resultado en términos de calidad del producto y eficiencia del proceso, se debería identificar y estandarizar los procesos de similar efectividad para cada etapa de la realización de este tipo de sesiones musicales.

Dirección de fotografía

Un aspecto clave de este proyecto es brindarle al espectador una atmósfera íntima y cálida en cada video. Esto se logró en gran parte, pero hay todavía oportunidad para mejorar la técnica utilizada. La planta de luces utilizada fue sencilla, por la cantidad reducida de equipos con los que se contaba y también con el fin de poder adaptarla fácilmente a las diferentes bandas. Además, en el rodaje se enfrentaron problemas eléctricos debido a las condiciones del clima pues se presentaron lluvias el día previo y llovizna durante la grabación. Esto, sumado a que no se llevaron soportes adecuados para aislar las extensiones del jardín húmedo, y el alto consumo de corriente a través de esas extensiones, causó que se genere un corto circuito que retrasó la grabación y obligó a reducir el número de luces. Hay un gran área de oportunidad en la implementación de mejores propuestas de iluminación con un esquema más avanzado, mayor experiencia en el dominio de las cámaras -para optimizar ese esquema- y poder explotar el material posteriormente en la post producción con mejores técnicas de colorización.

Tomas de apoyo

Las tomas de apoyo funcionan para darle dinamismo e intimidad a los videos, sin embargo, no hubo la suficiente planificación de cobertura, ni personalización para cada episodio. En consecuencia, se registró una cantidad limitada de tomas, fueron reutilizadas en varias oportunidades y se perciben como repetitivas. Este aspecto se puede mejorar con la implementación de un “*shotlist*” de tomas indispensables para cada video, lo que además facilitaría la grabación y la haría más eficiente. Esta lista esencial liberaría el tiempo para pensar en nuevas tomas más creativas y personalizadas que se puedan trabajar de la mano con las artistas en el rodaje.

Dirección de talentos musicales

En el rodaje no se brindaron indicaciones de dirección claras a las artistas e intérpretes, ya que se buscaba respetar el curso de su interacción natural. Sin embargo, no siempre se obtuvo la espontaneidad esperada. En momentos se las percibe nerviosas, desconectadas de las demás integrantes de la banda, o incluso, de la canción. Con un

trabajo de dirección claro e indicaciones precisas para el *performance* se hubiera podido lograr un mejor resultado.

Delegación de funciones

Se reconoce como error durante la realización el no saber delegar funciones a otros miembros del equipo, e incluso el no haber conseguido profesionales expertos en las diferentes áreas de la producción audiovisual. En la grabación se trató de encargar tareas y repartir responsabilidades al reducido equipo humano con el que se contaba, sin embargo esto resultó en que, por lapsos de tiempo, otras tareas se vean desatendidas. Las consecuencias de esta decisión no se hicieron visibles hasta después de culminado el rodaje. Durante la post producción e incluso en el focus group, saltaron errores como elementos adicionales que no debieron estar en el set o equivocaciones en las configuraciones de las luces. Asimismo, inicialmente no se buscó el apoyo de un diseñador profesional para el diseño del logotipo, sino que fue realizado por los miembros del grupo. En consecuencia, el diseño fue bastante básico, lo que dificultó el proceso de animación y fue señalado por los participantes del focus group como poco estético y profesional. Por ello, se tomó la decisión de contratar un equipo profesional de branding y diseño, logrando un resultado superior.

Cronograma

En la elaboración del cronograma, no se previeron las posibles complicaciones que contar con un equipo humano reducido podían causar ni se tomaron en cuenta los posibles retrasos por aspectos logísticos (como transporte de equipos, recojo de artistas y adaptación de set de grabación para cada banda). Ello perjudicó la distribución equitativa del tiempo dedicado a cada grabación, reduciendo el tiempo dedicado a las bandas programadas en los turnos finales.

Presupuesto

Múltiples aspectos del proceso se vieron afectados por la escasez de financiamiento. No se contó con los fondos necesarios para alquilar los equipos profesionales requeridos, una locación que permitiera mayor intervención artística, para contratar un mayor número de personal que asista en la producción ni, principalmente, para contratar a bandas más experimentadas (pues hubiera requerido el financiamiento de una jornada

completa de honorarios). El conjunto de estos factores limitó la producción del proyecto y la posibilidad de tener un mucho mejor resultado.

Postproducción

En el proceso de edición también existen puntos que podrían mejorar, tanto en el ritmo de cortes, en la animación de la intro/outro y, sobre todo, en la colorización. Este último punto se vio afectado por el conocimiento limitado que se tenía en el área y también por el uso de diferentes cámaras. Se obtendría una mejora sustancial al contar con 3 o más cámaras del mismo modelo en el registro, con un software especializado en colorización y con un mayor conocimiento de esta última herramienta.

Introducción del video: aspecto narrativo

La introducción del video funciona efectivamente a nivel visual. Con una duración de 12 segundos, esta presenta al canal de Youtube (con su identidad de marca) y a la banda invitada para ese día a través de una combinación de toma fija de video y animación. Sin embargo, se considera que a nivel narrativo podría estar mejor planteada. Mientras se muestra la toma fija, las artistas están ya interpretando la introducción del tema musical y, cuando termina la animación, este se vuelve a repetir. Esto se puede percibir como redundante, pues la introducción de la canción se escucha dos veces. Como mejora, se propone optimizar este espacio de doce segundos para utilizar la escenografía y mobiliario ya colocados, de manera que las artistas puedan interactuar espontáneamente con ellos. Por ejemplo, plantear el mismo encuadre pero mostrando a las artistas entrando al set, cogiendo los instrumentos, sentándose y llevando a cabo una micro interacción orgánica que permita al usuario empezar a conectar con la banda que va a escuchar.

A pesar de las oportunidades de mejora identificadas, el equipo pudo identificar sus limitaciones y gestionar los recursos para lograr el mejor resultado posible.

4.3 Conclusiones

Al término de esta primera etapa de realización del proyecto se puede concluir que se han obtenido resultados bastante satisfactorios y se han cumplido los objetivos

planteados. Se puede afirmar que es un proyecto con muchas posibilidades en el mercado de Youtube y una gran oportunidad de crecimiento. Se apunta a buscar la forma rentable de hacer el proyecto sostenible en el tiempo, logrando una periodicidad constante que permita que se consolide en la plataforma de Youtube y pueda seguir cumpliendo su propósito de manera efectiva.

Tras la experiencia de haber llevado a cabo este proceso de realización se pueden dejar las siguientes recomendaciones para que un proyecto de las características de Clave de Fa:

- A) Elaborar un concepto sólido que permita crear una identidad para que el proyecto destaque en el mercado de Youtube y que esta sea clara e identificable para el público consumidor.
- B) Poner en práctica el flujo de grabación adecuado, que permita que el registro de material audiovisual sea efectivo y repetible para cada una de las bandas, y capítulos del canal. En este punto se debe de considerar, de manera indispensable, que el contenido principal del proyecto es el video y todo debe orientarse a realizarlo de la mejor manera posible, primando el dinamismo, *engagement* y *timing* para que este pueda conectar con el público, y se pueda obtener a su vez un buen producto audiovisual.
- C) Realizar una buena pre-producción que tome en cuenta todos los aspectos técnicos, logísticos, creativos y artísticos a ser llevados a cabo en el momento del rodaje y postproducción. Elaborar un plan de rodaje que cubra todas las necesidades y requerimientos establecidos para el proyecto.
- D) Ejecutar un presupuesto que permita contratar al equipo humano y equipo técnico suficiente para realizar las labores del audiovisual de manera fluida y sin limitaciones. Que cada uno de los jefes de área tenga el *expertise* y libertad creativa de ejecutar sus labores de manera profesional siguiendo las indicaciones de la dirección general para lograr los objetivos del proyecto, explotando así los aspectos artísticos, fotográficos y sonoros, de manera que se obtiene un producto de calidad completa.

Tomando en cuenta estos aspectos clave -y ejecutándolos de manera exitosa- es posible realizar un proyecto audiovisual de sesiones musicales que destaque dentro del mercado

de Youtube y se perciba como un producto de calidad. Si a eso se le adiciona un factor conceptual significativo que busque causar un impacto positivo a nivel social, se puede crear una propuesta sólida y competitiva, con muchas posibilidades de cumplir con su propósito.

REFERENCIAS

Yiminshum (2022). Situación digital, Internet y redes sociales Perú 2022.

<https://yiminshum.com/social-media-internet-peru-2022/#:~:text=9%2C2%25.-,Resume%20del%20uso%20del%20internet,plataforma%20mediante%20su%20dispositivo%20m%C3%B3vil>

MQT (2019). Las mujeres en la escena musical: cifras de un terreno abiertamente desigual.

<http://mqt.pe/2019/02/05/las-mujeres-en-la-escena-musical-las-cifras-de-un-terreno-abiertamente-desigual/>

Colectivo María Landó (2019). Presencia femenina en los festivales de música en Perú - 2018.

LinkedIn:
<https://www.linkedin.com/pulse/mar%C3%ADa-land%C3%B3-presenta-an%C3%A1lisis-de-la-presencia-femenina-woman-career/?originalSubdomain=es>

Quiñones (2019). Mujeres en la música, silenciadas por la desigualdad de género.
<https://news.un.org/es/story/2019/02/1450871>

Mujeres y música (2018). La presencia de las mujeres en los festivales en 2018.
<http://mujeresymusica.com/la-presencia-de-las-mujeres-en-los-festivales-en-2018/>

Stand Up 4 Human Rights (2018). Global women in music for human rights.
https://www.standup4humanrights.org/en/highlights_42.html

Think With Google (2017). Perú: ¿Qué buscan los Millennials en YouTube?

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-419/estrategias-de-marketing/video/peru-millennials-youtube/>

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta “Gustos y hábitos musicales”

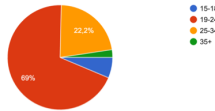
Encuesta “Gustos y hábitos musicales”

Sección 1 de 2

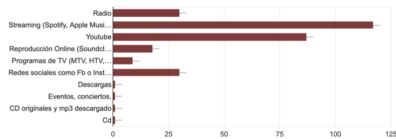
Gustos y hábitos musicales

Hola! Soy Valeria, estudiante de Comunicaciones de la Ulima. Estoy realizando esta encuesta para poder realizar mi proyecto de tesis profesional, que está dirigido a hombres y mujeres entre 15 y 34 años que les guste la música. Gracias por regalarme 5 minutos de tu tiempo :D

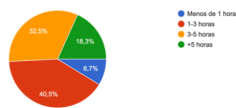
Edad
126 respuestas



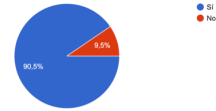
¿Mediante qué plataforma escucha música?
126 respuestas



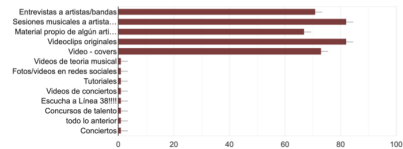
¿Cuánto tiempo de su día dedica a escuchar música aproximadamente?
126 respuestas



¿Consumes contenido audiovisual relacionado con la música?
126 respuestas



Si respondiste sí, ¿qué tipo de contenido?
115 respuestas



¿Le interesa descubrir nuevos artistas nacionales?
126 respuestas



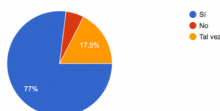
Sección 2 de 2

Te presento mi proyecto musical:

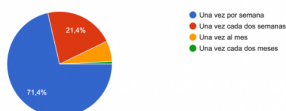
En la escena musical nacional, las artistas femeninas todavía no tienen el mismo protagonismo que los masculinos y es algo que puede evidenciarse en todos los medios que se encargan de exponer música, como festivales, canales de Youtube y programas radiales, en los que predominan las bandas masculinas o lideradas por hombres.

Clave de Fo es un canal de Youtube en el que se subirán videos de sesiones acústicas de bandas independientes femeninas y/o proyectos de mujeres solistas. Estos videos serán profesionalmente grabados in vivo y buscan exponer nueva música peruana hecha por mujeres.

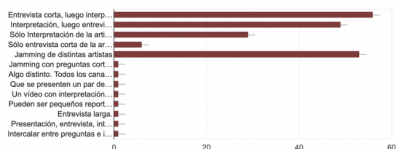
¿Te suscribirías a este canal?
126 respuestas



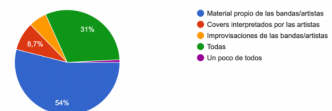
¿Con cuánta frecuencia te gustaría que se suba videos en el canal?
126 respuestas



¿En qué formato te gustaría ver los videos?
126 respuestas



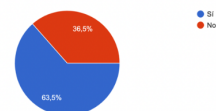
¿Qué tipo de contenido musical preferirías que interpreten las bandas/artistas?
126 respuestas



¿Cómo te gustaría que sea la presentación de la banda/artista en el canal?
126 respuestas

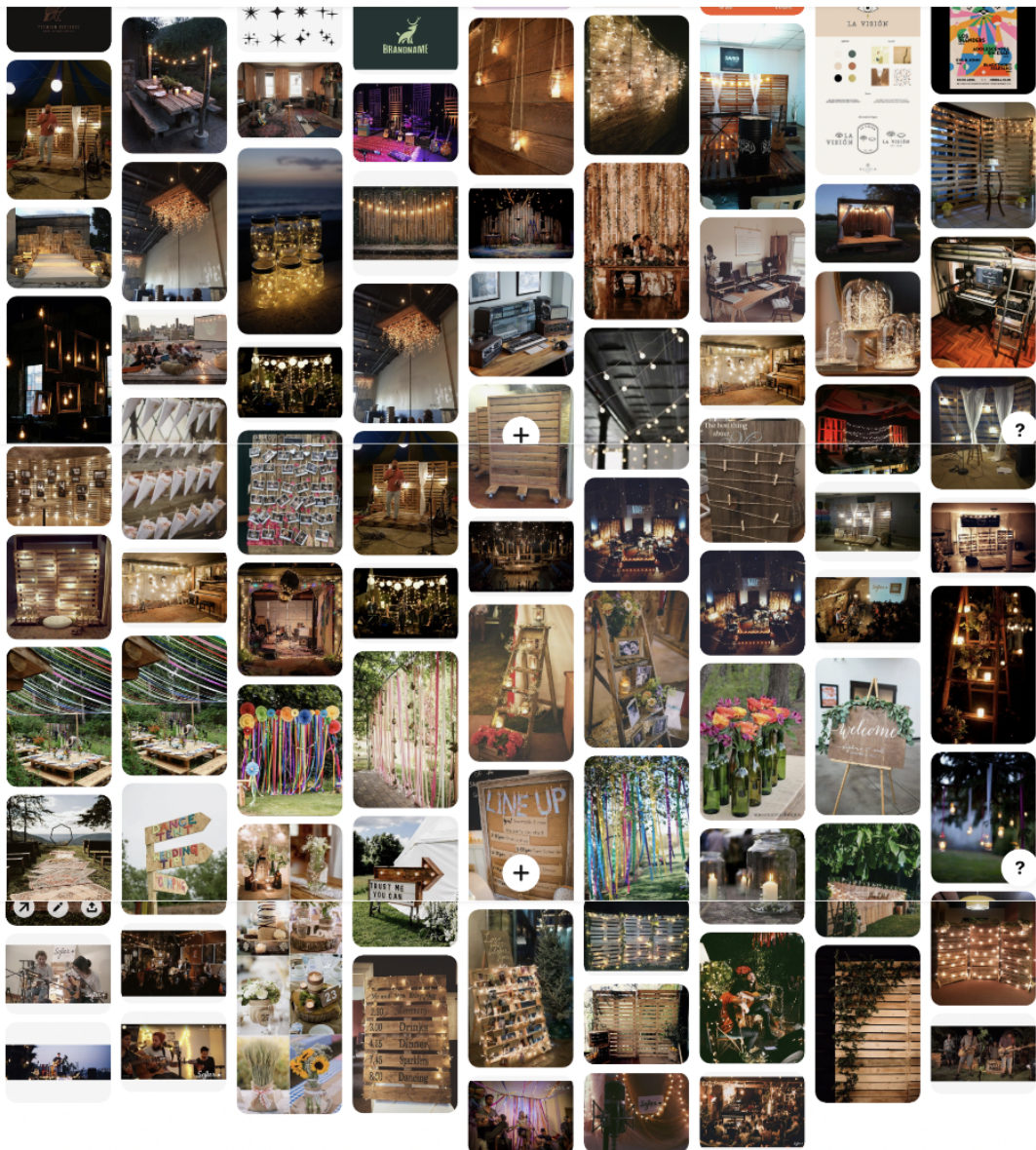


¿Te gustaría que haya publico en los videos del canal?
126 respuestas










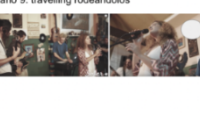







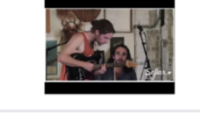



Enlace: [Encuesta “Gustos y hábitos musicales”](#)

Anexo 2: Moodboard de Clave de Fa



Enlace: [☰ Moodboard - Clave de Fa](#)

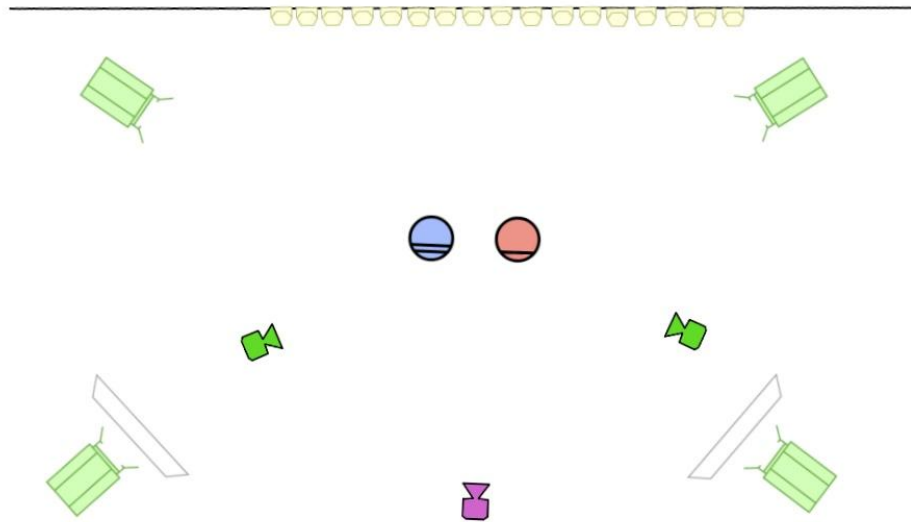
Anexo 3: Storyboard de Clave de Fa

<p>Storyboard Clave de Fa</p>	<p>Estrofa 1 Plano 1: PP de el piano con el fondo de la banda desenfocada</p> 	<p>Plano 2 - Travelling de a PG del grupo</p> 	<p>Plano 3</p> 
1	2	3	4
<p>Plano 4 PP Ella</p> 	<p>Plano 5: Instrumentista 1 de cara a mano</p> 	<p>Plano 6: Instrumentistas 2 medio cámara en mano</p> 	<p>Plano 7 - Retroceder hasta tener plano conjunto de cerca</p> 
5	6	7	8
<p>Coro 1 Plano 9: travelling rodeandolos</p> 	<p>Plano 10: PP Instrumentos</p> 	<p>Plano 4 PP Ella</p> 	<p>P con referencia de las espaldas de publico</p> 
9	10	11	12
<p>Estrofa 2</p> 	<p>Plano 4 PP Ella</p> 		
13	14	15	16
<p>Plano 6: Instrumentistas 2</p> 	<p>Plano 7 - Retroceder hasta tener plano conjunto de cerca</p> 	<p>P G subjetivo del publico</p> 	<p>Plano 7 - Retroceder hasta tener plano conjunto de cerca</p> 
17	18	19	20

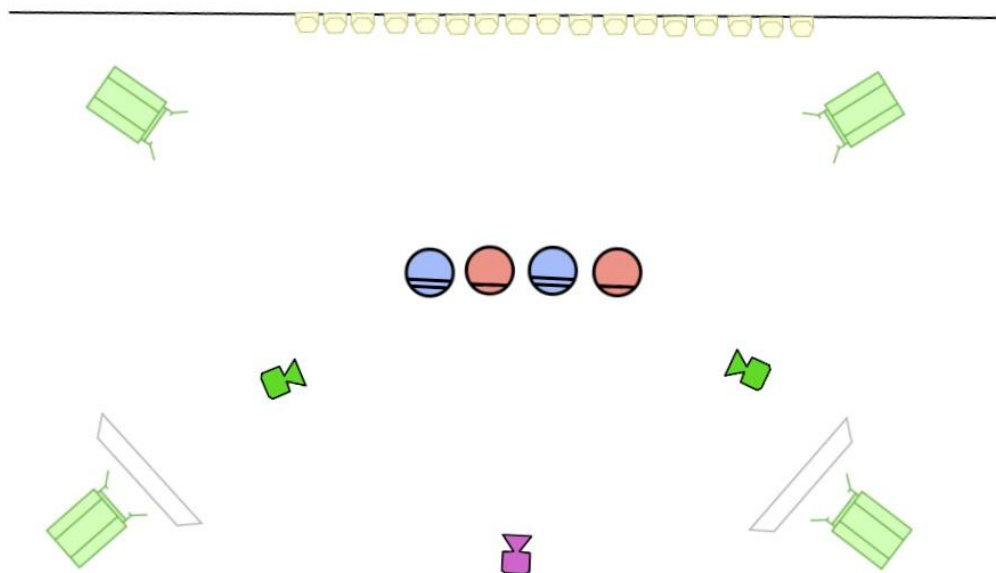
Enlace: [📄 Story Board - Clave de Fa](#)

Anexo 4: Planta de luces

Planta de luces para banda de 2 integrantes



Planta de luces para banda de 4 integrantes



Enlace: [Planta de luces - Clave de Fa](#)

Anexo 5: Equipo de trabajo

- Dirección General: Valeria Elias y Rodrigo Cáceres
- Producción General: Valeria Elias
- Dirección de Fotografía: Rodrigo Cáceres
- Dirección de sonido: Victor Cerpa
- Dirección de Arte: Macarena Millones
- Cámara 1: Rodrigo Cáceres
- Cámara 2: Sebastián Cordier
- Cámara 3: Paloma Iberico
- Asistentes de Producción: Paula de Cárdenas y Daniela Escobar
- Post-Producción general: Valeria Elias y Rodrigo Cáceres

Anexo 6: Rider técnico

Rider técnico - Clave de Fa

Video	Audio
- Cámaras: <ul style="list-style-type: none">● 2 Cámaras Sony a6500 (APSC)● 1 Cámara Sony a6000 (APSC)	- Consola: <ul style="list-style-type: none">● 1 Soundcraft UI24R de 24 canales
- Ópticas: <ul style="list-style-type: none">● 1 Lente Sony 18-105mm f/4 G OSS● 2 Lentes Sony 16-50mm f/3.5-5.6 OSS● 1 Lente Sigma 30 mm f/1.4	- Micrófonos: <ul style="list-style-type: none">● 4 Shure SM58● 6 Shure SM57
- Luces: <ul style="list-style-type: none">● 4 tachos de luz● Tira de luces LED cálidas	- Amplificación y monitoreo: <ul style="list-style-type: none">● 4 Monitores auto amplificados JBL EON615
- Soportes: <ul style="list-style-type: none">● 4 C Stands● 3 Trípodes● 1 Shoulder Rig	- Soportes: <ul style="list-style-type: none">● 10 Parantes Telescópicos K&M
	- Cableado: <ul style="list-style-type: none">● 20 Cables Amphesound con conectores XLR amphenon

Enlace: [☰ Listado de equipos - Clave de Fa](#)

Anexo 7: Manual de marca

MANUAL DE MARCA CLAVE DE FA



MANUAL DE MARCA LOGO PRINCIPAL Y ESPACIO DE SEGURIDAD CLAVE DE FA



MANUAL DE MARCA LOGOS ALTERNATIVOS CLAVE DE FA



SIN SIMBOLO DE CLAVE DE FA DISTRIBUCIÓN HORIZONTAL VERSIÓN SOLO CON LA CLAVE DE FA VERSIÓN A COLOR CON O SIN FONDO

MANUAL DE MARCA PALETA DE COLORES CLAVE DE FA

#FFFFFF	#FCFAFO	#FFF6D1	#F7D511	#2BD566	#2B594C
#0C0C0C					
#008FE	#10E7E2	#CA7CD8	#DF19C1	#FF253	#EC620C

Enlace: [Manual de marca - Clave de Fa](#)

Anexo 8: Contrato legal de cesión de derechos de autor

Lima, ____ de _____ del 2022

CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN Y/O VOZ

Reunidos

De una parte, Valeria Elias Vizarreta, identificada con D.N.I. N° 70402805, con domicilio en Calle Enrique Meiggs 199 - Int 104, en adelante LA PRODUCTORA.

Y de otra parte _____, indentificada con D.N.I. N° _____, con domicilio en _____, en adelante LA ARTISTA.

Manifiestan que,

1. LA ARTISTA autoriza de forma expresa e irrevocable a LA PRODUCTORA, así como a todas aquellas terceras personas físicas o jurídicas a las que ésta pueda ceder los derechos que por el presente documento se otorgan, a que pueda utilizar en calidad de cesionario, indefinidamente, gratuitamente y sin limitación geográfica de ninguna clase, los siguientes derechos de imagen y/o voz:

- a) El derecho de captación de la figura humana y/o voz de LA ARTISTA, mediante un procedimiento técnico-fotográfico, videográfico o una grabación.
- b) El derecho a usar el fonograma grabado para la sesión musical "Clave de Fa".
- c) El derecho de reproducción en cualquier soporte de las grabaciones, fotografías y videos realizados.
- d) El derecho de publicación, exhibición, comunicación pública, difusión y distribución a terceros de las grabaciones, fotografías y/o videos realizados.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilidades o aplicaciones que pudieran atentar el derecho al honor en los términos previstos por la normativa de la materia. Asimismo, EL ARTISTA deja constancia que la presente cesión incluye autorización para el uso de mi imagen y/o voz con fines publicitarios.

2. De acuerdo a la Ley N° 29733 y su Reglamento, LA ARTISTA ha sido plenamente informado que los datos personales y/o sensibles consignados en el presente documento, así como los obtenidos en virtud de la presente relación con LA PRODUCTORA, dentro de los cuales se encuentran su imagen y voz, serán almacenados en los Bancos de Datos de LA PRODUCTORA, y serán tratados por esta y/o por personas naturales y/o jurídicas a quienes la misma delegue o encargue; con los siguientes fines: (i) para los fines del presente documento; ii) fines comerciales y publicitarios; (iii) dar cumplimiento a las obligaciones legales ; (iv) con fines estadísticos, de investigación, comerciales, de marketing y envío de publicidad e información sobre productos y servicios.

EL ARTISTA
Nombre:
D.N.I.:

LA PRODUCTORA
Nombre:
D.N.I.:

Enlace: [Contrato legal de cesión de derechos de autor - Clave de Fa](#)

Inf. turnitin TSP Cáceres / Elías

INFORME DE ORIGINALIDAD

1 %

INDICE DE SIMILITUD

1 %

FUENTES DE INTERNET

0 %

PUBLICACIONES

0 %

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.ulima.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

2

tesis.pucp.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

3

www.mrt.com

Fuente de Internet

<1 %

4

www.slideshare.net

Fuente de Internet

<1 %

5

www.cleia.fr

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo