

tf g

memoria

comunicación
audiovisual



TÍTULO: _____

ESTUDIANTE: _____

DIRECTOR/A: _____

CODIRECTOR/A: _____

PALABRAS CLAVE: _____

RESUMEN: _____





ÍNDICE

	Pag./s.
1. PROPUESTA Y OBJETIVOS	5-6
2. REFERENTES	7-9
3. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	10-11
4. PROCESO DE PRODUCCIÓN	12-18
5. RESULTADOS	19-22
6. BIBLIOGRAFÍA	23-24



1.PROPUUESTA Y OBJETIVOS

La propuesta para el Trabajo de Fin de Grado que lleva por nombre *What a Dream* consiste en la ideación, preproducción, producción y postproducción de una pieza audiovisual que se encuentra a caballo entre el videoarte y el videoclip, cuyo tema gira en torno a la diversión de la juventud en un contexto local muy específico, como es la ciudad de Benidorm. *What a Dream* se presenta como un retrato personal bajo la coartada de un sueño que tiene la protagonista al golpearse la cabeza contra un árbol.

Dicha pieza es un audiovisual digital, a color, con una medida de 1920x1080pp y una duración de 3'56". Está compuesta por varias secuencias en las que vemos a personas ejerciendo diferentes actividades, como montar en un toro mecánico, patinar por un paseo o saltar desde la roca más alta de una playa. Todas estas imágenes han sido grabadas en diferentes localizaciones durante el mes de agosto de 2015.

What a Dream ha sido realizado mediante el uso de diferentes planos y movimientos de cámara, intercalando en ocasiones con la vista obtenida desde los objetos utilizados en las actividades (el coche, el toro mecánico, el salto al agua). También a través de recursos audiovisuales en la edición como el efecto espejo, la velocidad inversa o la saturación de color entre otros, y el montaje al ritmo de la música

A través de dicha pieza, realizada a partir de los conocimientos aprendidos durante la carrera, *What a Dream* se propone como un punto de vista personal de la autora tratado desde el humor y el absurdo que entrañan estas acciones y, de forma indirecta, cómo se han normalizado en una ciudad como Benidorm a través de la repetición.

Los objetivos del presente Trabajo de Fin de Grado son:

- Estudiar qué es el videoarte, sus características y objetivos principales, para a partir de ahí realizar un retrato del entorno personal en el contexto local de Benidorm empleando los recursos y estrategias del citado medio pero también del videoclip.

- Transmitir al/la espectador/a la sensación de la locura ligada al periodo estival, la diversión y la fantasía a través de una selección de imágenes grabadas, producidas y postproducidas.
- Realizar una edición de vídeo en la que destaque el uso de recursos como el efecto espejo, la repetición, la velocidad inversa o diferentes ajustes de color, entre otros, además del montaje al ritmo de la música escogida.
- Mostrar mediante los recursos propios del medio audiovisual una visión personal del ambiente, la juventud y la diversión existente en la ciudad de Benidorm a través del humor y lo absurdo como leitmotiv.



2.REFERENTES

What a Dream sugiere una hibridación entre videoarte y videoclip, ya que busca transmitir determinadas sensaciones al/la espectador/a, pero con imágenes cuidadas a nivel estético y técnico que además van al ritmo de la música. Los temas principales de *What a Dream* son el humor, la diversión y lo absurdo.

La videoartista Pipilotti Rist¹ supone un referente importantísimo para este proyecto. Trabajos como *Ever is overall* (Fig. 1) o *Lullaby* (2002) son agradables, sugestivos, contienen alegres colores y música pegadiza. Además, el humor y las situaciones absurdas están presentes en la mayoría de sus piezas, provocando una complicidad con el/la espectador/a entre lo gracioso y lo perturbador (En *Ever is overall* la artista camina alegremente con una flor gigante y se dedica a romper las ventanillas de los coches aparcados mientras la gente con la que se cruza le saluda como si no ocurriese nada fuera de lo común).



Fig. 1. *Ever is overall*, Pipilotti Rist (1997)

¹ "(n. Grabs, Suiza, 1962) Se podría catalogar a la artista Pipilotti Rist como la chica glamurosa entre las jóvenes videoartistas, quienes de un modo natural experimentan con su femineidad desde la década de 1990. [...]Une la liviandad de las imágenes mediáticas con las cuestiones fundamentales sobre la sexualidad, el cuerpo femenino y la diferencia entre sexos en la sociedad actual. Con una visión crítica, irónica y al mismo tiempo llena de humor, la artista sigue la pista de los sucesos inconscientes responsables, al fin y al cabo, de tantas normas de comportamiento e imágenes estereotipadas en la sociedad. Imágenes apetecibles, incluso hermosas y de diseños acústicos pegadizos." Martin, S. (2006). *Videoarte*.

Dancing in Peckham de Gillian Wearing (fig. 2) también es un referente en un aspecto temático. En 1994 la artista se situó en una galería comercial y empezó a bailar de forma desinhibida. Esta actitud desenfadada y loca, que también observamos en los trabajos de Pipilotti Rist, es la característica fundamental que hemos buscado obtener y transmitir en el presente Trabajo de Fin de Grado.

En cuanto a referentes formales, tomamos *Anthro/Socio* de Bruce Nauman, por el uso de la imagen invertida verticalmente o *Technology/Transformation: Wonder Woman* de Dara Birnbaum, por el uso de la repetición de imágenes. Ambos recursos audiovisuales son utilizados en *What a Dream* con el fin de apoyar el ritmo de la música, dar comicidad a determinados planos y dinamizar imágenes.

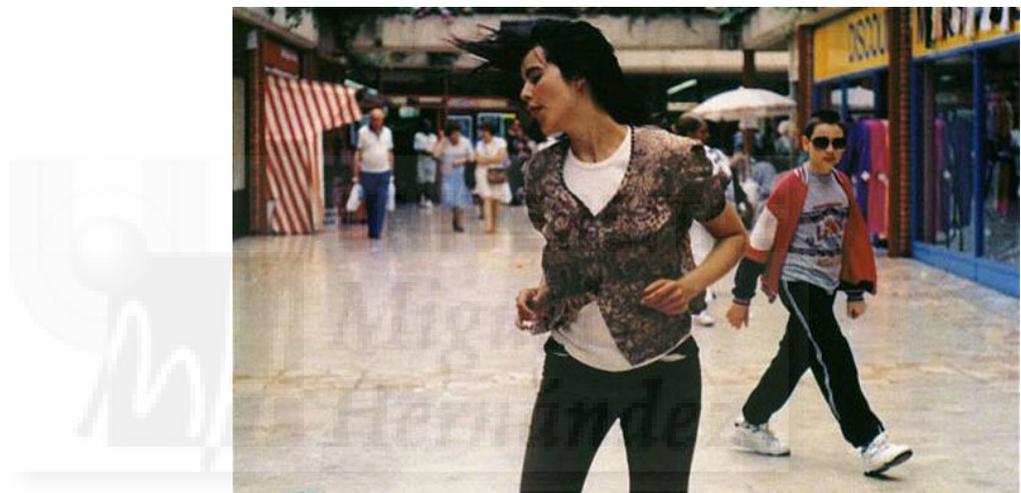


Fig. 2. *Dancing in Peckham*, Gillian Wearing (1994)

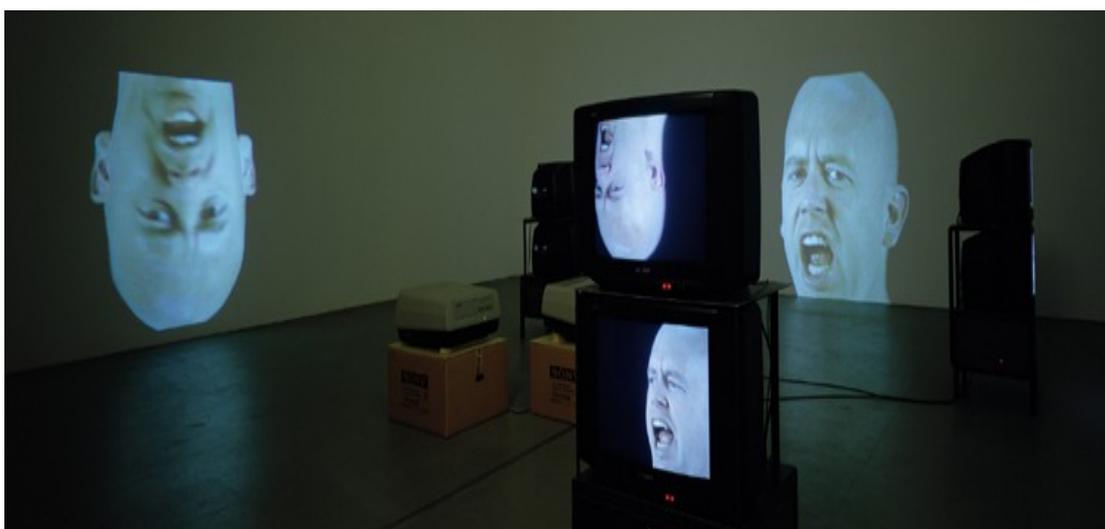


Fig. 3. *Anthro/Socio*, Bruce Nauman.



Fig. 4. *Technology/Transformation: Wonder Woman, Dara Birnbaum.*

3. JUSTIFICACIÓN DEL TFG

Como su título indica, *What a Dream* (*Vaya sueño* en castellano) engloba a través de un sueño producido por un golpe en la cabeza una serie de actividades ligadas al ocio que corresponden en gran parte a lo que se considera 'normal' en Benidorm, como por ejemplo tirarse al mar desde las rocas en la playa o subirse a un toro mecánico un día entre semana, pero también cuenta con factores fantásticos procedentes del imaginario propio que dan forma al sueño, como las sirenas bajo el agua o una bañera llena de globos de colores.

La elección de estas actividades viene dada por el bagaje emocional y personal propio, ya que nuestro entorno nos convierte en lo que somos, y Benidorm se aparta de lo establecido para convertirse en un "oasis" de diversión y desenfreno para muchos. El propósito es que el/la espectador/a comparta durante su visionado una serie de sensaciones como son la incertidumbre por lo que va a ocurrir, la sorpresa al descubrirlo y, por supuesto, la risa.

Dado que queremos conseguir un vídeo con mucho movimiento y una estética atractiva, se ha procurado que los planos contrasten entre sí por color, escalaridad y ángulo, buscando una localización distinta para cada secuencia. Por este motivo el maquillaje y la vestimenta de los personajes no se centran en un solo estilo, sino que cada uno tiene el suyo propio, con colores característicos, para ser diferenciados y así sorprender visualmente al/la espectador/a. Cabe decir que no se ha empleado *found footage*, puesto que todas las imágenes han sido producidas *ex profeso* para la ocasión.

En cuanto a los dispositivos de grabación, hemos empleado una cámara réflex (a veces en posición fija y otras en mano) por la calidad y textura de la imagen que proporciona, y una cámara deportiva para grabar planos con la perspectiva de los objetos utilizados. Los planos grabados en interior han requerido de un esquema de luz artificial, además de algunos planos exteriores cuya iluminación natural se ha complementado con la artificial.

Asimismo, el componente sonoro ha jugado un papel fundamental en *What a Dream*. Al comienzo del vídeo, podemos escuchar *Qué bien* de IZAL. Aunque sólo ocupa

pocos segundos en esta pieza, son clave para crear la sensación de paz y tranquilidad que posteriormente será alterada. La canción que le sigue, *Get Low* de Dj Snake, ha sido mezclada con *Let's get Ridiculous* de Redfoo. *Get Low* tiene mucho ritmo y promueve esa sensación de 'locura' de la juventud, mientras que la canción de Redfoo, cuyo título traducido significa 'Pongámonos ridículos', contribuye a dar sentido a esos planos que reflejan lo absurdo y divertido de la vida. Nos hemos decantado por respetar la duración de la canción, por lo que el vídeo tiene una duración de 3 minutos y 56 segundos.

Cuando hablamos de *What a Dream* como un videoarte, hablamos de sus objetivos. Los objetivos del videoarte no son contarnos una historia al estilo clásico y tradicional, sino generar determinadas sensaciones y/o reflexiones, crear otro prisma desde el que mirar y decir algo con ello. Como es bien sabido, este movimiento, durante la segunda mitad de la década de los 60 y bajo la bandera de la intermedialidad, rompió con los conceptos de género convencionales y experimentó las distintas tendencias y medios de la época, como es el caso del movimiento Fluxus (con Nam June Paik, considerado el "padre del videoarte", o Dick Higgins entre otros a la cabeza).

Con esta nueva "arma" que es la conversión del vídeo en algo accesible a un público mayoritario, los artistas encontraron una nueva forma de reivindicar o denunciar situaciones sociales. Artistas como la ya mencionada Pipilotti Rist siguen la pista de los sucesos inconscientes responsables de tantas normas de comportamiento e imágenes estereotipadas en la sociedad, pero con una visión crítica, irónica y al mismo tiempo llena de humor. Nuestro proyecto no busca denunciar una realidad social ni criticar el estilo de vida residente en Benidorm, sino que, en cierto modo, *What a Dream* es una apología del humor vinculado al absurdo basándonos en las situaciones divertidas que podemos encontrar aquí. No busca ser un apoyo a tomarse la vida en broma, pero sí un poco menos en serio.

4. PROCESO DE PRODUCCIÓN

En este apartado vamos a explicar de forma breve pero concisa todo el proceso que ha llevado la producción de *What a Dream*. Lo dividiremos en tres fases: Preproducción, Producción y Postproducción.

4.1. PREPRODUCCIÓN

La idea surge a raíz de la necesidad de comunicarse a través del vídeo, la música y el humor pero con las técnicas de lo aprendido en la carrera de Comunicación Audiovisual. Esta idea toma fuerza al pensar en mezclar los objetivos de un videoarte con el atractivo visual y rítmico de un videoclip. A partir de ahí, se pensaron los planos apropiados y se diseñaron 19 secuencias que luego se intercalarían entre sí en el montaje.

c) Programación de fechas de rodaje

Para poder programar un rodaje organizado y llevarlo a cabo con éxito, se planteó un calendario con los días en que los actores y las actrices estaban disponibles, y a partir de ahí se organizó el plan de rodaje. A continuación incluimos el calendario del mes de agosto con los días que se propusieron para grabar en rojo.

Agosto						
L	M	X	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Fig. 5. Calendario con fechas de rodaje en rojo.

d) Selección de material técnico y artístico

Para la grabación de *What a Dream* se ha utilizado una cámara Canon 650D (fig. 6) con objetivo 18-55mm por su versatilidad, una cámara deportiva Soocoo S60 (fig. 7) para grabar las perspectivas del coche, el toro mecánico y debajo del agua, y un trípode para los planos con cámara fija. También se ha contado con un foco de 50W para los interiores y como apoyo a los exteriores, además de accesorios como filtros de colores y para suavizar.



Fig. 6. Canon 650D



Fig. 7. Soocoo S60

Para el vestuario y accesorios hemos utilizado material adecuado a las secuencias deseadas, como los patines o la bicicleta, y se ha confeccionado vestuario para la ocasión, como es el caso de las colas de sirena. Gran parte de los accesorios (diademas, pulseras, tocados) han sido prestados por la tienda de bisutería *Bijou Brigitte* exclusivamente para la realización de esta pieza audiovisual.

4.2. PRODUCCIÓN

a) Plan de rodaje

El plan de rodaje de *What a Dream* (fig. 8) se confeccionó durante la última semana de julio para rodar las tres primeras semanas de agosto. Aunque casi todas las secuencias se pudieron programar con anterioridad en base a los horarios que más convenían a los personajes, también hubo secuencias que se prepararon de un día para otro por cambios de última hora de los mismos. En total fueron trece días de rodaje.

DÍA	SECUENCIAS A RODAR	I/E	HORARIO
1	"Yalla Habibi"	Interior	16:00:00
2	'All Beni'	Exterior	18:30:00
3	Barra	Interior	23:00:00
	Chupitos	Interior	00:00:00
5	Sirenas	Exterior	06:00:00
11	Toro	Exterior	17:30:00
12	Casino	Interior	09:00:00
	Luces Coche	Exterior	23:00:00
13	Pole Dance	Interior	12:00:00
15	Patines	Exterior	12:30:00
18	Bicicleta	Exterior	16:00:00
	Hamburguesa	Interior	22:00:00
19	Intro/Final	Exterior	15:30:00
	Chica guepardo	Exterior	17:00:00
21	Semáforo	Interior	11:30:00
	Ensaimadas	Exterior	23:00:00
22	Bañera	Interior	16:00:00
	Culo	Exterior	18:00:00
23	Fumando	Interior	15:30:00

Fig. 8. Plan de rodaje *What a Dream*, Agosto 2015.

b) Rodaje

Una ventaja en este rodaje ha sido el conocimiento previo de las localizaciones en las que se iba a grabar, ya que fueron pensadas al mismo tiempo que las secuencias. Gracias a esto hemos ahorrado tiempo y optimizado el rodaje.

Con el material técnico anteriormente seleccionado, se ha procedido a la grabación de las secuencias de *What a Dream* a color y en formato 1920x1080pp. En la mayoría de escenas el ISO se ha mantenido relativamente bajo, entre 100 y 400. Sin embargo, para secuencias como la de la barra a la que se le prende fuego (fig. 9) o la del coche con las ensaimadas se ha llegado a forzar el ISO a 1600, además de abrir al máximo el obturador, para obtener una imagen oscura pero no subexpuesta.



Fig. 9. Fotograma Secuencia Barra Ardiendo, ISO 1600.

En cuanto a la iluminación, se ha respetado la luz natural en las secuencias de espacios muy abiertos (las rocas, el bosque), pero se ha añadido en ocasiones la luz artificial para complementar la proveniente del sol, y para las secuencias en interiores. A continuación se exponen los esquemas de iluminación de algunas escenas:

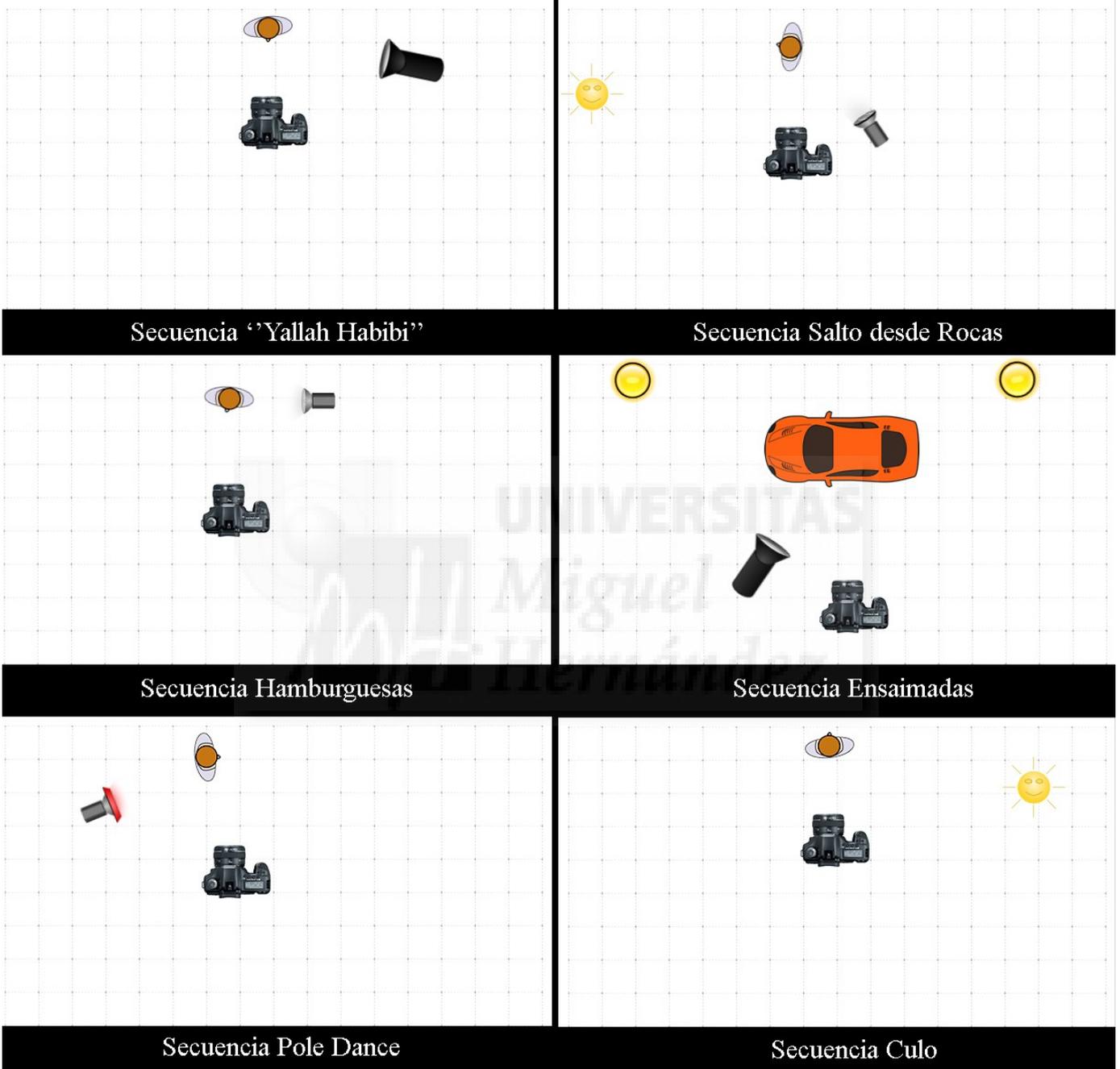


Fig. 10. Esquemas lumínicos de distintas secuencias.

4.3 POSTPRODUCCIÓN

Tras la grabación de las secuencias deseadas, se ha procedido a su montaje y edición. Para ello se ha utilizado el programa Adobe Premiere Pro. En la edición se ha corregido el color de imágenes (fig. 11), se han aplicado efectos de opacidad y predominancia de un color en concreto (fig. 12), se han manipulado los niveles de brillo y contraste y se han saturado colores en imágenes para resaltarlas.

En el montaje se ha recurrido a efectos de velocidad inversa, ralentización y aceleración. Se han desordenado fotogramas de un mismo plano, se ha usado la repetición en concordancia con algunas partes de la canción, se ha creado el efecto de pantalla dividida con el recorte de una misma imagen y se han colocado planos a modo de efecto espejo (figs. 13, 14 y 15).



Fig. 11. Secuencia sirenas fotograma original, con corrección de color y con niveles de brillo y contraste.

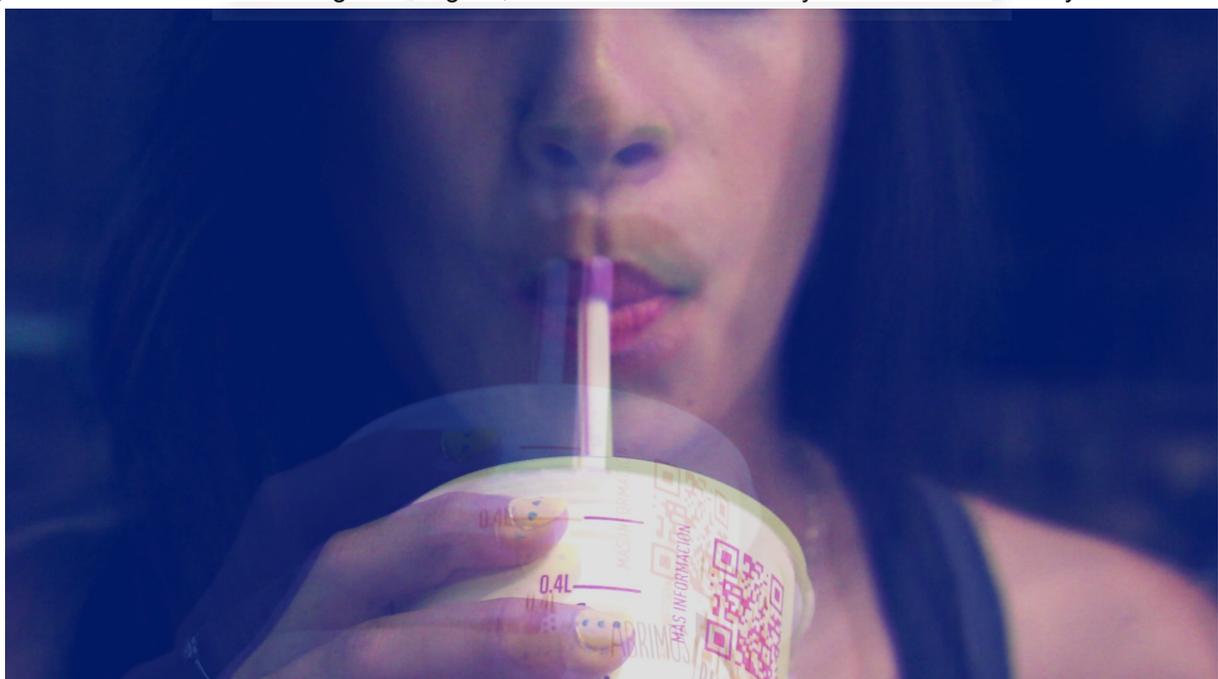


Fig. 12. Secuencia Hamburguesa, efectos de opacidad y predominancia de color.



Fig. 13. Secuencia "Yalla Habibi", efecto espejo.



Fig. 14. Secuencia Fumando, efecto velocidad inversa.



Fig. 15. Secuencia Casino, pantalla dividida en tres.

5. RESULTADOS

What a Dream ha sido un trabajo que ha requerido de tiempo, esfuerzo y mucha imaginación. A continuación, expondremos a través de imágenes procedentes de la pieza de vídeo realizada los resultados obtenidos a modo de conclusiones y en base a los objetivos propuestos.

A partir de las conclusiones sacadas, y con el estudio del videoarte, su origen y sus objetivos, hemos realizado una pieza que retrata de algún modo una realidad personal debido en gran parte al contexto local.

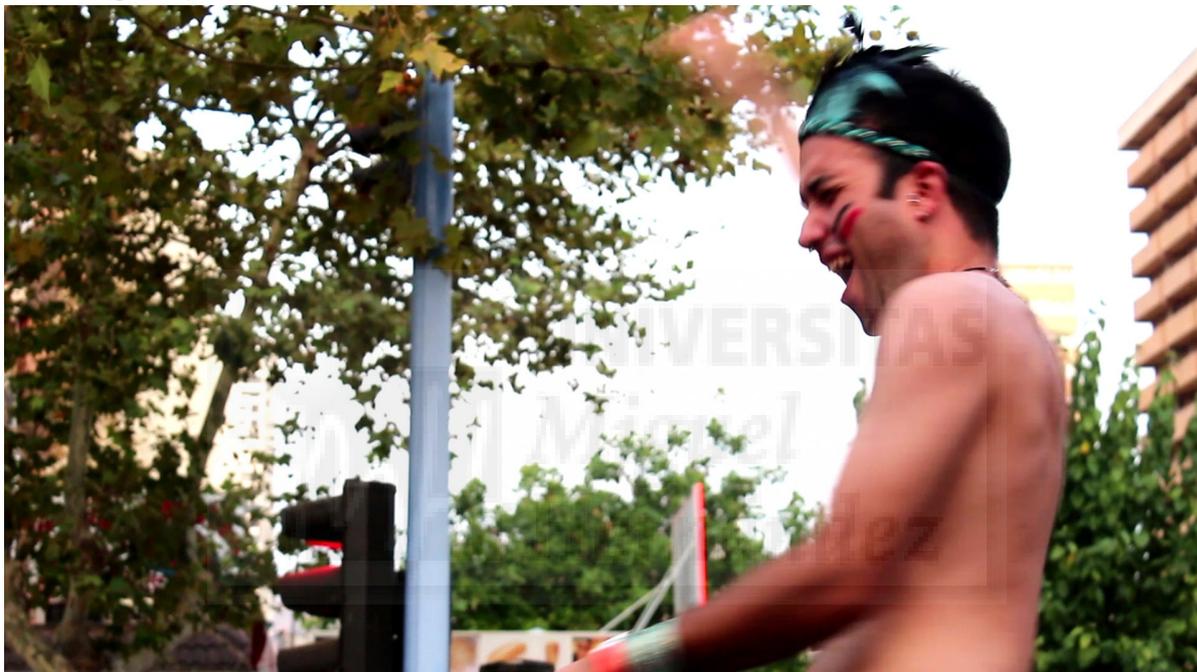


Fig. 16. Fotograma Secuencia Toro

Hemos profundizado en lo que queremos transmitir, que son las sensaciones de diversión, locura y fantasía, y hemos entrelazado esos conceptos en una misma pieza.



Fig. 17. Secuencias Bañera y Sirenas.

Se ha realizado una edición de vídeo que combina ajustes realizados en el color y los efectos de imagen, como la opacidad y la saturación, con el montaje realizado con repeticiones, aceleraciones y ralentizaciones de planos, entre otros.



Fig. 18. Fotogramas *What a Dream*.

Hemos utilizado el humor absurdo como herramienta para mostrar una faceta personal mezclada con fantasía y para sacar una sonrisa al/la espectador/a.

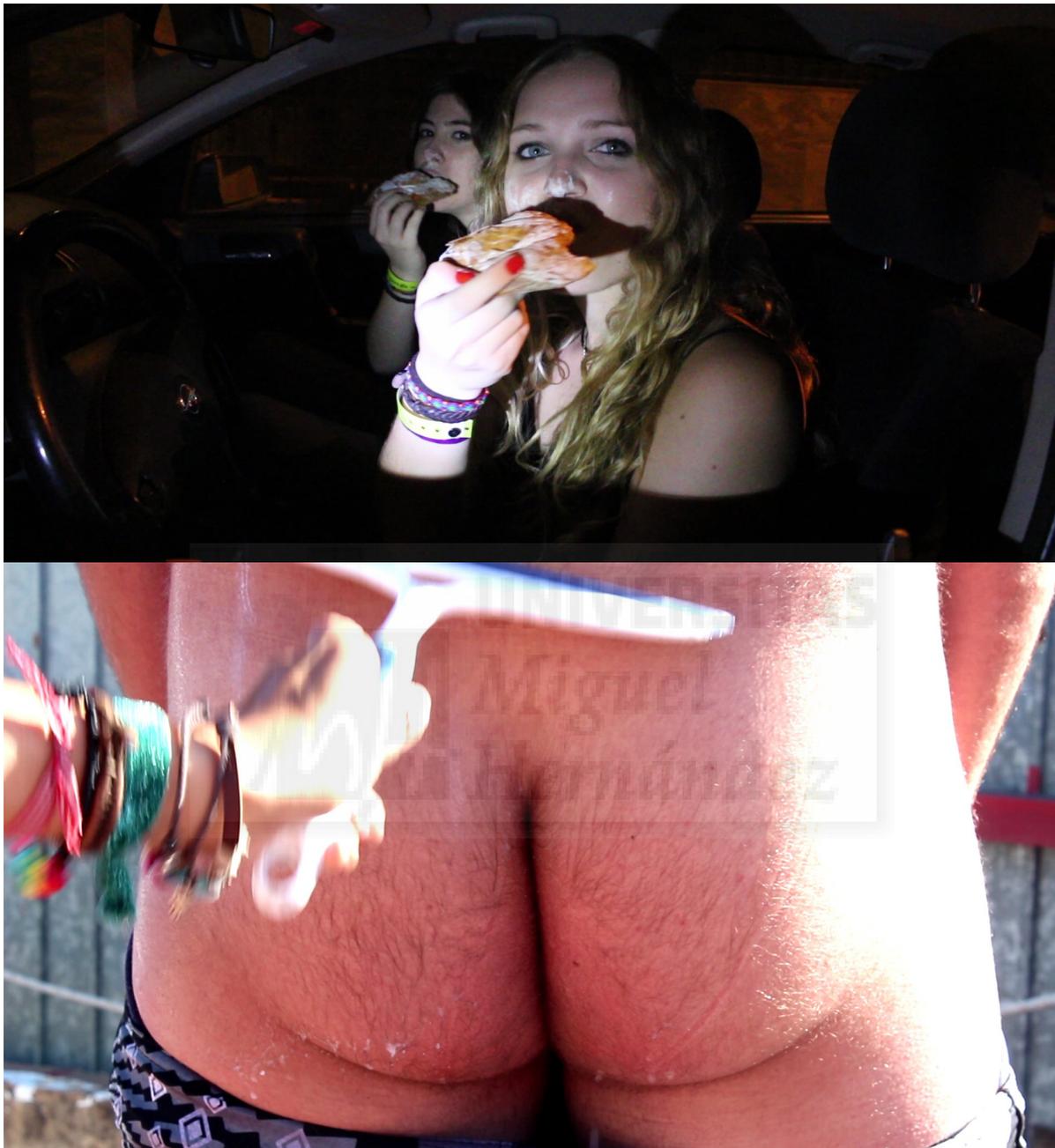


Fig. 19. Fotogramas secuencia ensaimada y secuencia culo.

Con este proyecto, una línea de investigación futura interesante sería la creación de diferentes piezas de temática similar y exponerlas, junto a *What a Dream*, en un muro realizado por pantallas de televisión. De esta forma sería posible visionar diversas secuencias al mismo tiempo y supondría otra manera de entender la pieza.

Esta carrera nos ha enseñado utilidades como la disciplina necesaria para llevar a cabo todo un proceso de producción, la perseverancia para no desistir al primer inconveniente presentado, la búsqueda de la perfección en cada cosa que hagamos o la importancia de los detalles. Pero, sobre todo, esta carrera nos ha enseñado la importancia que tiene el trabajo en equipo. Por esta razón, cabe decir que *What a Dream* no se habría llevado a cabo sin la colaboración tanto de los ayudantes de grabación como todos los que han participado delante y detrás de la cámara².



Fig. 20. Fotograma *What a Dream*, brindando con chupito.

2 En gran parte de las secuencias hemos contado con la inestimable ayuda de Marina García-Carpintero Rubio como estilista y Ariadna Marta Such Franco y Francisco José Navarro Sánchez, ambos compañeros de la carrera, como ayudantes en la grabación. También cabe agradecer su aparición y apoyo al rodaje a Abel Espinosa, Ros García, Dolores Martínez, Iris Saez, Melissa Gálvez, Laura Aguilera, Víctor Rubio, Elisa Herguido, Oscar Herguido y Desiré Luchoro.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Baigorri, L. (1997). *El vídeo y las vanguardias históricas*. Barcelona: Edicions Universitat de Barcelona.
- Estella, I. (2012). *Fluxus*. Donostia-San Sebastián: Nerea.
- Frieling, R. y Daniels, D. (1997). *Media Art Action*. Viena: Springer Wien New York
- García, D. (2001). *La pared de cristal*. Valencia: Consorci de Museus de la Comunitat Valenciana
- Kuspit, D. (2006). *Arte digital y videoarte: transgrediendo los límites de la representación*. Madrid: Círculo de Bellas Artes.
- Martin, S. (2006). *Videoarte*. Köln: Taschen.
- Molina, A. y Landa, K. (2000). *Futuros emergentes*. Valencia: Institució Alfons el Magnànim-Diputació de Valencia.
- Monleón, M. (1999). *La experiencia de los límites : híbridos entre escultura y fotografía en la década de los ochenta*. Valencia: Institució Alfons el Magnànim.
- Paul, C. (2003). *Digital art*. Singapur: Thames & Hudson.
- Tribe, M. y Jana, R. (2006). *Arte y nuevas tecnologías*. Köln: Taschen.

Webgrafía.

- Octubre (2008). "Definición de videoarte", [en línea], URL: <https://hvideoarte.wordpress.com/2008/10/19/definicion-de-videoarte/> [última consulta: 03/08/2015]

- (2008). "Definición de videoarte", [en línea], URL:<http://definicion.de/videoarte/> [última consulta: 10/08/2015]
- Diciembre, O.O. (1998). "El video arte y el video experimental: Un ABC para su definición y apreciación", [en línea], URL:
http://www.cinefagos.net/index.php?option=com_content&view=article&id=952:el-video-arte-y-el-video-experimental&catid=82&Itemid=64 [última consulta: 09/08/2015]
- Mayo, J.R. (2002). "Artista Colombiano: Gilles Charalambos", [en línea], URL:
<http://lineadeorigen.com/research/estetica/2012/05/22/artista-colombiano-gilles-charalambos/> [última consulta: 08/06/2015]

