

Universidad Miguel Hernández

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche

Grado en Comunicación Audiovisual

Trabajo de Fin de Grado

Curso Académico 2020 - 2021



“Valenciano” el videoclip

Modalidad C: De carácter práctico y/o profesional.

Alumno/a: Jesús Mestre Navarro

Tutor/a: Rocío Cifuentes Albeza

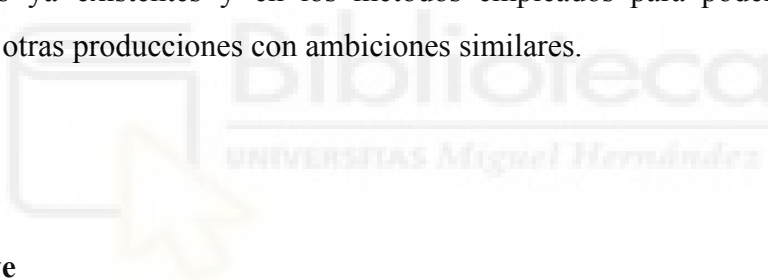
Resumen	2
1. Introducción: Objetivo o hipótesis. Estado de la cuestión.	5
1.1. Objetivo	5
1.2. Estado de la cuestión	6
1.2.1. Características de la música indie	6
1.2.2. Aspectos culturales y humanos del Indie	7
1.2.3. Difusión del videoclip.	8
2. Metodología: Realización del proyecto (fases)	10
2.1. “Valenciano” la canción y la producción musical	10
2.1.1. Referentes musicales y visuales y temáticos o literarios	10
2.1.1.1. Referentes musicales y visuales	10
2.1.1.2. Referentes temáticos o literarios	11
2.2. Preproducción, producción y guion técnico	11
2.2.1. Preproducción	11
2.2.1.1. Idea y narrativa	11
2.2.2. Trabajo de producción	14
2.2.3. Guion técnico	14
2.3. Rodaje	18
2.4. Postproducción	19
2.5. Difusión en medios digitales	20
3. Resultados del proyecto	20
3.1. La canción.	20
3.2. Narrativa.	20
3.3. Preproducción	21
3.4. Postproducción y difusión.	21
4. Conclusiones y discusión	21
Bibliografía	23

Resumen

Este trabajo pretende presentar la realización de mi primer videoclip independiente. Entendemos esto como una producción autónoma, desligada de cualquier ayuda externa de interés comercial, y llevada a cabo con el simple motivo de satisfacer necesidades artísticas y poner en práctica conocimientos adquiridos durante el grado. Además aborda y explica todo el proceso creativo y divulgativo realizado.

De la misma forma justifica todas las decisiones artísticas y los objetivos planteados para la consecución del presente producto. Cómo y porqué se ha utilizado una determinada iluminación, así como las técnicas empleadas para ello. Cómo se ha integrado la letra de la canción en la narración del videoclip. De qué manera se han conseguido expresar aspectos retóricos con la puesta en escena. Qué decisiones se han llevado a cabo sobre el material rodado a la hora del montaje. Y finalmente, cómo se ha difundido el videoclip en redes sociales e Internet.

El interés del trabajo radica en la aportación de esta pieza a los videoclips independientes ya existentes y en los métodos empleados para poder servir como precedente en otras producciones con ambiciones similares.



Palabras clave

Videoclip, montaje, intérprete, industria musical, narratividad, visualidad.

Abstract

This work aims to present the making of my first independent video clip. We understand this as an autonomous production, detached from any external aid of commercial interest, and carried out for the simple reason of satisfying artistic needs and putting into practice the knowledge acquired during the degree. It also addresses and explains the entire creative and informative process carried out.

In the same way, it justifies all the artistic decisions and the objectives set for the achievement of this product. How and why a certain lighting has been used, as well as the techniques used for it. How the lyrics of the song have been integrated into the narration of the video clip. In what way have they been able to express rhetorical aspects with the staging. What decisions have been made about the material shot at the time of editing. And finally, how the video clip has spread on social networks and the Internet.

The interest of the work lies in the contribution of this piece to the already existing independent video clips and in the methods used to serve as a precedent in other productions with similar ambitions.



Keywords

Videoclip, montage, performer, music industry, narrative, visuality.

1. Introducción: Objetivo o hipótesis. Estado de la cuestión

1.1. Objetivo

Este trabajo de fin de grado ha consistido en la elaboración de un videoclip musical de autoría propia, tanto en lo que se refiere al producto musical como a la confección final del audiovisual. La canción “Valenciano” es producto principal del trabajo y ha servido de lienzo sobre el que volcar todas las decisiones audiovisuales y poner en práctica distintas técnicas.

Este trabajo, además, constituye el primer sencillo en solitario del presente autor, que se aleja de su desempeño como vocalista de la banda Mona Desnuda afincada en la ciudad de Madrid. En este sencillo se muestra el sonido propio del autor y se reflejan aspectos musicales más personales que en la formación grupal.

Sobre esto se han basado también muchas decisiones de esta propuesta de videoclip. Puesto que se ha mostrado a un único autor como protagonista de este producto, el enfoque narrativo del videoclip ha ido destinado a un solo personaje a razón de mostrar una canción intimista. Al autor solista normalmente se le atribuyen facetas y formas de trabajar muy diferentes a como se enfoca una banda musical. Por ejemplo, estos trabajan con músicos de estudio, los llamados “mercenarios” para completar sus actuaciones en vivo y grabaciones. La composición de las canciones también se les atribuye por completo y en general tienen un carácter más personal en decisiones estéticas. Este videoclip, y en concreto, su capacidad de mostrar visualmente la canción se ha centrado en presentar un personaje y su estado emocional: un personaje que se encuentra emocionalmente abatido y al que se le muestra bebiendo y bailando vagamente. De esta forma traducimos en una actuación el significado de la canción a través de este personaje y su estado emocional. Por tanto, se ha trabajado de manera autorreferencial, destacando y personificando ciertos elementos retóricos con la imagen. Por ejemplo, para dar sensación de desorientación, se le ha presentado en un lugar sobrio, oscuro y con humo.

El objetivo principal es la realización y presentación de un videoclip independiente que reúne las características principales de producción de este tipo de obras audiovisuales y que muestra a través de unas referencias personales la experiencia del autor respecto a la ruptura de una relación romántica. Este objetivo principal se articula escalonadamente en los siguientes objetivos secundarios:

- Componer y producir el single “Valenciano” teniendo en cuenta distintas referencias musicales y literarias.

- Plasmar a través del guión el mensaje, la narrativa y los sentimientos de la canción.
- Organizar, planificar y producir la idea con los medios propios y de la universidad.
- Crear una atmósfera evocadora de las emociones expresadas en la canción aludiendo a distintos elementos escénicos.
- Conseguir una iluminación acorde a la estética propuesta y coherente para traducir simbólicamente el significado de la canción.
- A través del montaje, desarrollar el ritmo audiovisual adecuado al mensaje a transmitir.
- Alcanzar a un mayor número de personas mediante la difusión del primer sencillo creado a través de Youtube e Instagram, como principales canales de difusión.

1.2. Estado de la cuestión

1.2.1. Características de la música indie

En este epígrafe vamos a profundizar en las características del género indie, como género musical, ya que la canción del videoclip que vamos a realizar se podría clasificar por propio influjo del autor en el género del indie pop cumpliendo ciertas características del género. Un género que es un fenómeno, ya no solo musical, sino también social y económico. Según Cornejo:

Podríamos resumir las características que definen a la música indie, en contraposición de lo producido por las majors, con los adjetivos de “personalidad, autonomía, honestidad” (Blánquez, 2004: 406). Por música indie entenderemos entonces, más que un género en específico, una actitud que englobe los adjetivos mencionados, pero también una tendencia hacia la hibridación de distintos géneros provenientes principalmente del rock y de la música electrónica, así como de una posibilidad limitada en cuanto a recursos, ya sea para componer, producir o difundir, los cuáles suelen ser siempre más restringidos. (2008:17)

La música indie tiene inscritas unas características concretas y comunes dentro de un abanico amplio de posibilidades. En primer lugar, el tratamiento de las grabaciones no suele corresponder con los estándares radiofónicos más actuales ni con una perfecta

consecución técnica del material grabado. Las fórmulas no están escritas y la experiencia dentro de la industria de la música independiente ha demostrado que producciones de bajo coste pueden llegar al gran público.

En paralelo, la música independiente también suele delimitarse por oposición, es decir por “lo que no es”. De esta forma, las acciones productivas de la industria fonográfica “comercial” aparecen como elementos de distinción e, incluso, de justificación de prácticas inversas o alternativas. (Lamacchia, 2017:103)

En segundo lugar, estas producciones, en ocasiones de bajo coste, vienen derivadas de otra característica intrínseca del indie y por la cual recibe la denominación de independiente, que se refiere a la falta de una discográfica. Es decir, una empresa que apoye los intereses del artista y lo respalde económicamente.

Ha habido, sin embargo, una distorsión de esta independencia, puesto que en la actualidad se asocia el término indie a artistas o agrupaciones que incluso cuentan con una discográfica, pero que su sonido y sus influencias sí que tienen origen en esas primeras bandas indie de punk de los años 80. Es por esta vinculación sonora y evocadora que el término se ha desligado de lo propiamente económico a lo social.

Cuestiones musicales, como el sonido de la banda Los Planetas, formas de difusión comercial, caso de Pony Bravo y su sello discográfico y, en algunos casos, incluso bandas que no son independientes en relación a la industria discográfica ni poseen un sonido indie. (Fernando Barrera, 2017:177)

Y en tercer lugar, entre estas características musicales del indie en las que sí que vemos enmarcado este proyecto musical, encontramos la falta de partes instrumentalmente virtuosas o estructuras complejas. En nuestro proyecto las partes instrumentales denotan un carácter sencillo, sincero y personal: la letra y la voz como elementos de mayor peso en la canción y la utilización de guitarras y sintetizadores para crear texturas y ambientes. Por esto, la canción en sí es el elemento que enmarca este videoclip dentro del género.

1.2.2. Aspectos culturales y humanos del Indie

Se ha trabajado sobre aspectos culturales que atañen tanto al público potencial del videoclip como a los aspectos de las relaciones humanas tratados en la obra. El público objetivo está relacionado con las referencias del autor y su alcance. Siempre que un artista independiente accede por distintos medios a un público afín a sus gustos personales, se le relaciona con una escena o un sonido previo ya conformado por otros artistas y bandas. Esto ocurre especialmente en la música indie. En palabras de Fernando Barrera “[...] aunque pueda existir una música o sonido indie en España, al que se vincularían un reducido grupo de bandas, para comprender este término polisémico en toda su extensión debemos acudir al concepto de escena” (2017:177).

Es por esto que el público potencial viene definido por cómo suenan las canciones y las referencias que se tomen durante el proceso creativo. En estos casos se suele buscar un sonido similar al de la escena a la que el artista termina asociándose. Es por esto que más que a un perfil determinado por la edad, el sexo o aspectos socioeconómicos viene determinado por la cultura y un gusto personal difícilmente medible en los espectadores. En cuanto a los aspectos de las relaciones humanas nos encontramos en un contexto de canción romántica. Se han exaltado y materializado sentimientos y emociones derivados de la temática de la canción como la pérdida, la nostalgia o el reproche propios de una ruptura de pareja y expuestos de manera metafórica en la letra de la canción. El videoclip intenta poner en escena estos conceptos de manera teatral y hacer relevantes ciertos pasajes para dar cohesión a la parte visual.

1.2.3. Difusión del videoclip

Aquí se esboza un poco de historia sobre la difusión del videoclip a lo largo de las últimas décadas de historia.

El videoclip se entendió desde un primer momento como un formato televisivo en el que por primera vez los músicos podían valerse de una poderosa arma de *marketing*. Los videoclips conseguían fidelizar en gran medida al público y endiosar a los artistas. Al principio era muy costoso y no todas las discográficas veían rentabilidad en ello. El verdadero hito televisivo fue la aparición de la *MTV*.. Como relata Sedeño:

Después de probar con la inclusión de vídeos en un programa semanal en la cadena Nickelodeon (un canal infantil), Popclips, y verificar el beneplácito del público, los

ejecutivos de la WASEC concibieron la primera estación de vídeos musicales durante las veinticuatro horas del día. La MTV (Music Televisión) inauguró su emisión el 1 de agosto de 1981, con unos cuatro millones de suscriptores iniciales. (2006:6)

A partir de ese momento el consumo de videoclips, cada vez más innovadores, no parará de crecer en espectadores hasta la llegada de Internet. Es en la web donde en la actualidad se ha extendido el consumo de videoclips. En concreto, Youtube se posiciona como una plataforma indispensable para la difusión de videoclips y según González (2020:19): “Los vídeos más reproducidos en YouTube son los videoclips”. Esta plataforma genera grandes ingresos publicitarios pero tiene serios problemas relacionados con los derechos de autor.

A pesar de su éxito, YouTube ha tenido tradicionalmente un gran problema en las demandas por derechos de autor, en la medida en que numerosos vídeos protegidos son difundidos por la web, sin que medie ningún tipo de contraprestación económica para los artistas y el resto de los agentes del sector fonográfico.(Verdú, 2008, p. 50)

Aun así, y especialmente para los artistas independientes, esta y otras opciones menos frecuentes como Vimeo o DailyMotion son la mejor opción para intentar viralizar contenido.

2. Metodología: Realización del proyecto (fases)

2.1. “Valenciano” la canción y la producción musical

Para la creación de la canción partimos de distintos elementos artísticos basados en influencias tanto literarias como musicales. Las influencias musicales y visuales han ejercido un papel definitorio en el resultado final, sin embargo, para la composición de la canción, las influencias literarias son las que marcarán la narrativa y la simbología posterior del videoclip.

2.1.1. Referentes musicales y visuales y temáticos o literarios

2.1.1.1. Referentes musicales y visuales

También se han tenido en cuenta a una serie de artistas de referencia que afectan directamente a todas las decisiones tomadas en el proceso propiamente creativo y que han tenido influencia tanto en lo visual como en lo musical. Esto se ve reflejado en la forma en la que se perciben los acordes de guitarra como en la vestimenta utilizada en el videoclip. La influencia de artistas como Father John Misty, Phoebe Bridgers o Jeff Tweedy es palpable, e incluso la letra de la canción menciona a Tweedy haciendo referencia a un concierto en Barcelona al que nunca se pudo asistir tras la ruptura. Es ineludible en el tratamiento audiovisual puesto que todos se relacionan con una estética fuertemente descuidada, derivada de la influencia de géneros como el rock o el folk. Otros artistas, de un corte más pop como TOPS o Mac DeMarco también han ejercido cierta influencia en la producción musical.

De esta forma se han tomado dos videoclips de referencia principalmente para construir la pieza audiovisual. El primero y más notorio es el videoclip de “One More Second” del *frontman* del grupo The National, Matt Berninger. De este videoclip se ha tomado la idea principal, la localización, la gestualidad, la expresión, muchos de los tipos de planos a tener en cuenta a la hora de construir el relato y, de cierto modo, también la iluminación. Sobre todo ha servido de inspiración para crear la atmósfera del videoclip, cómo se ha conseguido desde un plató, con una iluminación correcta y con una coreografía más bien improvisada. Consigue infundir tanta nostalgia y a la vez percibir movimiento, contrastando y enfatizando así el mensaje.

El segundo de los videoclips es “The Bandit” de la banda estadounidense Kings Of Leon. Este videoclip ha sido de gran inspiración para los planos cortos y la iluminación

sobre todo porque en este caso el videoclip era para una banda. Aun así, encontramos muchas similitudes entre ambos videoclips y con el nuestro finalmente.

2.1.1.2. Referentes temáticos o literarios

El hilo creador del autor bebe de obras literarias como la de Raymond Carver. Los símbolos utilizados en la canción como las referencias al alcohol o los billetes de un concierto que nunca se utilizaron sirven de elementos emotivos. Esta crudeza literaria tiene una repercusión directa sobre la imagen como vemos al sostener esa botella de vino o representar gestualmente ese desazón.

2.2. Preproducción, producción y guion técnico

En cuanto a todo lo que conlleva la producción musical se divide cronológicamente en dos días durante la Semana Santa de 2021 en Novelda (Alicante). Sergio Padilla ejerció cómo técnico de sonido y productor en esta fase. Desde su *home studio* se compuso la letra junto con los acordes de guitarra y se grabó toda la instrumentación mediante la estación de audio digital Ableton. Padilla, además de componer los arreglos de sintetizador, realizó la mezcla y la masterización con distintas revisiones a distancia que se mantenían mediante mensajes de Whatsapp a lo largo del siguiente mes. Durante este tiempo se empezó a plantear el rodaje del videoclip y el lanzamiento del single previamente en las distintas plataformas digitales.

2.2.1. Preproducción

2.2.1.1. Idea y narrativa

El videoclip se ha planteado conceptualmente mezclando distintos tipos clasificables de videoclips. Para poder concretar esta idea se ha llevado a cabo un guión literario (Figura 1) desde el que trabajar. Hemos tenido en cuenta una clasificación metodológica para mezclar una idea de videoclip de tipo videoregistro o *live performance* “la sinestesia aquí podría describirse como armónica, pues se ve una clara correspondencia entre imagen y sonido.” (Sergio Roncallo, 2017:85) con partes de índole más narrativa donde el actor se desliga de la interpretación y se enriquece la obra a nivel retórico.. Se produce una hibridación entre dos tipos de videoclips clasificables donde el actor de la narración es a la vez el artista. Esta coincidencia nos lleva a percibir una armonía y concordancia y a la vez un contrapunto donde el montaje no se corresponde con la pieza

musical. Se produce entonces entre el videoclip y la propia canción una percepción aceptada y enriquecedora.

Un supuesto contrapunto audiovisual, ejercido en condiciones muy diferentes del contrapunto musical (puesto que este último funciona con el mismo material de notas, mientras que el sonido y la imagen pertenecen a categorías sensoriales diferentes), implicaría pues, si la comparación tiene sentido, que pudiera constituirse en el cine una «voz sonora», horizontalmente percibida como coordinada con la cadena visual, pero individualizada y diseñada por sí misma. (Chion,1993:35)

La narración del videoclip pretende condensar las emociones y los aspectos más líricos en imágenes y acciones reflejados en el guion literario. Se presenta entonces una temporalidad confusa, casi irreal, donde la actuación que se ve en el videoclip se condensa en el tiempo para enfatizar en la actuación. Se pretende crear una realidad desligada del tiempo presentando varios planos temporales simultáneos.

Vemos como va creciendo exponencialmente este desazón a lo largo de los poco más de dos minutos de canción.

Figura 1. Guion literario del videoclip de “Valenciano”

INT. PLATÓ

Nos encontramos en un plató blanco algo decadente. Sobre una pequeña alfombra está Jesús cantando de pie con la guitarra colgada del hombro mientras canta los coros de la intro en falsete y baila de manera característica al igual que lo haría en una actuación en directo. Las luces parpadean y cambian mientras alternamente se encuentra en ese mismo plató interpretando, cantando, gesticulando y bailando con la canción de fondo. Se articulan entonces planos de él tocando la propia canción con la guitarra, primeros planos donde a capella se canta la canción a cámara y donde se produce un efecto de falsa cámara lenta y planos donde él mismo se encuentra bailando sin la guitarra y de manera desinhibida mostrando una realidad paralela en la que la canción ya no está siendo tocada por él sino que la baila e interpreta como un sentimiento nostálgico y que pretende expresar todo lo contrario, como si quisiera deshacerse de ese sentimiento. Con la entrada del solo de sintetizador llegamos a ver un estado de embriaguez representado en los planos que sale bailando con una botella de vino semi vacía. Con la llegada del estribillo se intensifica la actuación del artista, en los planos bailando se ve cada vez más afectado y en los primeros planos se mantiene la cordura interpretativa.

Fuente: Elaboración propia

2.2.2. Trabajo de producción

Con la idea principal de realizar el videoclip con los medios al alcance se han planteado distintos objetivos, relacionados ya sea con lo puramente técnico o conceptual. Primero encontramos la imposibilidad de afrontar el proyecto con los medios propios de una industria musical articulada y diseñada para la explotación económica, propia de las discográficas solventes. Como ya hemos planteado este proyecto se enmarca desde la independencia económica y la autosuficiencia. Ante la ineludible subjetividad del arte y la extendida posibilidad de crear música de calidad con los conocimientos necesarios desde cualquier posición, este videoclip supone un primer posicionamiento dentro de lo razonablemente alcanzable con recursos propios.

Nos referimos al equipamiento técnico (cámaras, objetivos, focos, etc...), la disposición de un plató para desarrollar la idea y el reducido atrezzo, además del trabajo de planificación previa al rodaje. Para esta labor de producción contamos con Liana P. Castro y con su imprescindible ayuda conseguimos reservar el plató de fotografía en la Universidad Complutense de Madrid para el día de rodaje (Figura 2).

En la planificación se planteó que un día de rodaje, bien organizado sería suficiente para conseguir el material necesario para llevar a cabo el montaje final. El equipamiento de cámara era propio y Alejandro Cuevas ejerció de director de fotografía y cámara. También nos ayudó a economizar todo el proceso de producción al no tener que alquilar ni pedir prestado esta clase de equipamiento que suele ser costoso. Además para el resultado y la repercusión que se planteó era más que suficiente.

2.2.3. Guion técnico

Este trabajo ha planteado desde un primer momento explotar de la manera más óptima los recursos de los que se han dispuesto para depurar un producto digno, interesante y original.

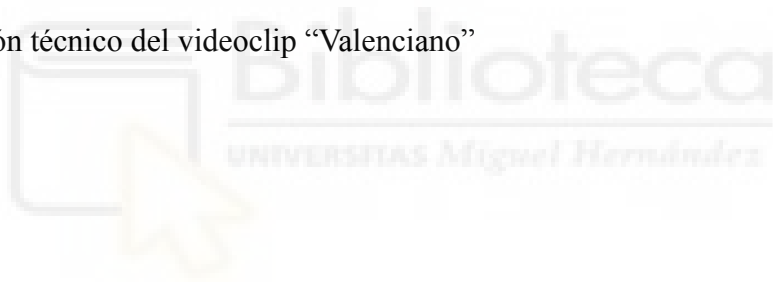
Aún así, no podemos relacionar un videoclip de éxito con la tecnología más puntera, la inversión en producción más desorbitada o las fórmulas narrativas probadas. El videoclip ha sido siempre una forma audiovisual economizadora y creativa, donde la idea y el concepto eran en realidad el motor de éxito.

No hemos contado con *storyboard* como se suele esperar en cualquier proyecto visual, y más tratándose de un videoclip musical. Sin embargo, el método de trabajo en el rodaje se ha concebido a la vez de una manera creativa y con un mínimo margen de improvisación. Esta decisión se ha basado en que contábamos con unos videoclips de

referencia muy concretos y que apoyan inequívocamente el planteamiento visual del videoclip. Se ha elaborado un guión técnico tomando fotogramas de estas referencias (Figura 2). Este guión técnico ha sido la pieza angular para organizar el rodaje y se ha tomado de referencia durante el mismo.




En esta parte técnica también se ha diseñado la iluminación. Con el diseño de luz se han querido abordar dos objetivos necesarios para que el videoclip tome la forma deseada. Uno de estos objetivos ha sido crear una atmósfera solitaria y ambigua, que dé fuerza a la canción y a la interpretación. Las escenas del videoclip perderían todo el sentido retórico sin el diseño de luces realizado. El otro objetivo era crear una iluminación acorde a nuestras referencias, de las cuales se desconoce con exactitud cómo se habían iluminado. Para esto se observó detenidamente cada plano de referencia y se diseñó una planta de luz según apreciaciones y la teoría conocida sobre los esquemas de luz. Se hicieron bocetos en papel a modo de planta de cámara para la posición aproximada de los focos (Figura 3).


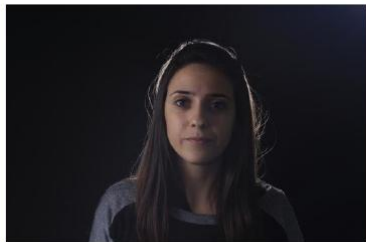
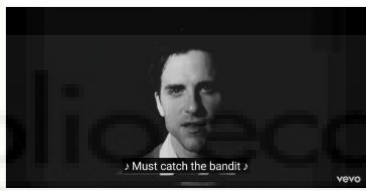
Figura 2. Guión técnico del videoclip “Valenciano”



VIDEOCLIP “VALENCIANO”

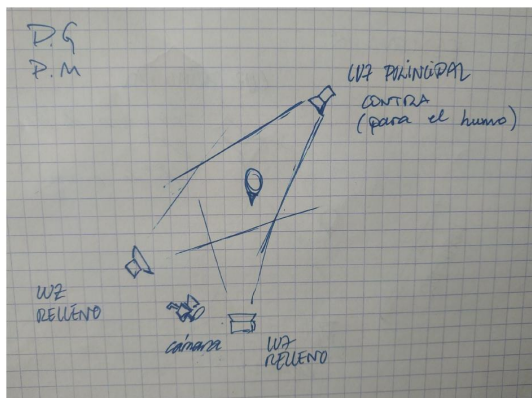
GUIÓN TÉCNICO

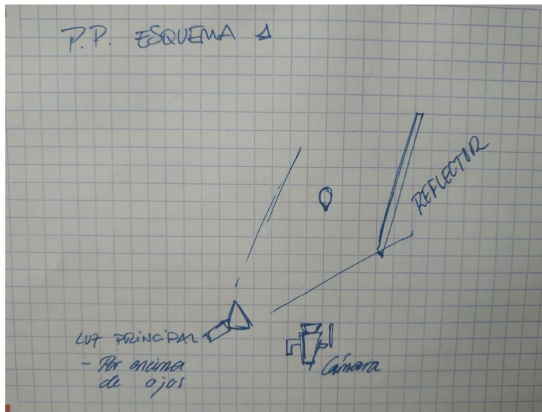
Secuencia	Plano	Descripción	Encuadre	Referencia Story	Iluminación	Duración
1	1	Con clara nostalgia Jesús interpreta la canción como si se encontrara en un concierto en directo, no mira a cámara	P.G		1 Foco luz dura (Fresnel) 2 Led 1 Reflector	2:27
1	2	Con la canción de fondo Jesús realiza diferentes acciones que se corresponden a los diferentes estados de la canción. Empezando por una actitud perdida y desamparada que se va tornando en un ligero baile hasta que finalmente se convierte en una liberación casi festiva. Hay miradas e interacción con la cámara. En la acción coge una botella de alcohol del suelo.	P. General		1 Foco luz dura (Fresnel) 2 Led 1 Reflector	2:27
1	3	Con clara nostalgia Jesús interpreta la canción como si se encontrara en un concierto en directo, no mira a cámara	P. Medio		1 Foco luz dura (Fresnel) 2 Led 1 Reflector	2:27

1	4	Con la canción de fondo Jesús realiza diferentes acciones que se corresponden a los diferentes estados de la canción. Empezando por una actitud perdida y desamparada que se va tornando en un ligero baile hasta que finalmente se convierte en una liberación casi festiva. Hay miradas e interacción con la cámara. En la acción se quita un jersey con dificultad, coge una botella de alcohol del suelo.	P. Medio Ligera mente Contra picado		1 Foco luz dura (Fresnel) 2 Led 1 Reflector	2:27
1	5	Mirando a cámara canta la canción con expresión perdida.	PP		1 Foco luz dura (Fresnel) 1 Reflector ESQUEMA 2	2:27
1	6	Mirando a cámara canta la canción con expresión perdida.	PP		1 Foco luz dura (Fresnel) 1 Reflector ESQUEMA 1	2:27

Fuente: Elaboración propia

Figura 3. Plantas de cámara del videoclip “Valenciano”





Fuente: Elaboración propia

2.3. Rodaje

El rodaje tuvo lugar en el plató fotográfico de la Universidad Complutense de Madrid. La idea principal para grabar cada uno de los planos del guión técnico era reproducir la canción de principio a fin en un equipo de música. Durante el mismo surgieron algunos inconvenientes que tuvimos que resolver al momento. Nuestra idea principal era que el plano general no tuviera contrastes en el fondo y el artista se situara delante de una pared perpendicular al tiro de cámara, sin embargo, y por una decisión estética se terminó grabando en una esquina del plató que recogía un mejor resultado en cámara.

El primer plano corto se grabó con una velocidad de obturación mayor. La idea era conseguir un efecto retardado en la actuación pero que la dicción siguiera la velocidad real de la canción. Para esto se reprodujo la canción al doble de velocidad y se interpretó como tal más rápidamente.

El orden en el que se grabaron los planos se determinó por sets de iluminación. Se graban todos los planos propuestos con una iluminación determinada y a continuación se cambia el set de luces y así hasta terminar con todos los planos. El último plano en grabarse fue el primer plano ya que alberga mayor dificultad en su ejecución. El rodaje duró un total de un día completo.

2.4. Postproducción

Desde la fase de preproducción ya se adelantaron algunos de los métodos que habría que llevar a cabo en montaje. La fase de montaje fue relativamente sencilla ya que con anterioridad se había preparado un orden lógico siguiendo la narración del videoclip.

El proceso de montaje se lleva a cabo en el software Adobe Premiere. En esta etapa resulta esencial que el videoclip adquiriera cierto ritmo visual. Para ello se incorpora en las decisiones de montaje un principio fundamental en cualquier tipo de videoclip que consiste en hacer coincidir el corte con la parte rítmica de la canción “El cambio de planos de un videoclip suele tener como referencia el tempo o beat de la propia canción.” (Juan-Ángel Jódar-Marín, 2017:122). Estos cambios de plano en el videoclip suelen coincidir con el bombo de la canción. Aunque la clave última utilizada en este montaje ha sido combinar estos cambios con otros a destiempo para que hayan duraciones de plano distintas.

En los videoclips también se suele echar mano del recurso de *slow motion*. En nuestro caso el recurso empleado ha consistido en ralentizar en el montaje los primeros planos, cantando al doble de velocidad durante el rodaje y grabados al doble de la velocidad de obturación normal para obtener un movimiento de los labios con la letra a tiempo real. Este recurso hace que todo parezca estar en el llamado *slow motion* pero la dicción concuerda con la canción original.

Otra decisión que se ha adoptado durante el montaje, ha sido la utilización del blanco y negro como resultado estético final. Nos dimos cuenta durante esta etapa que para enfatizar el tratamiento que habíamos hecho de la luz y para acercarnos al resultado planteado en las referencias, todos los planos debían ser tratados con la estética en blanco y negro. Esta decisión estuvo sostenida por los altos contrastes de luz conseguidos en cámara con cuyo resultado nos sentíamos muy satisfechos. Para terminar de culminar el resultado estético se añadió un ligero granulado y desteñimiento a la imagen digital.

La tipografía que presenta el título y al autor se decidió de acuerdo a mostrar cierta sobriedad y profesionalidad en el producto. Se utilizó la tipografía Bebas Neue a modo de presentación, al inicio y enunciando el nombre del sencillo.

2.5. Difusión en medios digitales

Se ha utilizado la plataforma de youtube como vehículo principal para difundir el videoclip. En esta plataforma conviven de manera indistinta videoclips indies y videoclips de *majors*. En esta plataforma los videoclips independientes encuentran mayor fidelización. La posible repercusión y capacidad de viralización viene dada por la creatividad. Youtube nos ofrece la capacidad de interactuar con quien nos visita. Esta

posibilidad para un proyecto como este es fundamental, ya que nos valemos de nuestro círculo más cercano para la difusión. Como explica David Selva:

Todas las novedades en materia de interactividad vistas hasta ahora tienen que ver con el aprovechamiento de las posibilidades de Internet de cara a la participación del usuario, que selecciona activamente los videoclips que desea ver, los comenta, los enlaza, los puntúa, etc. Sin embargo, el contenido de un determinado videoclip permanece, en todos los casos, inalterable. Existen, no obstante, algunas experiencias que introducen posibilidades interactivas dentro del propio formato. (2012:50)

Este enlace web creado en Youtube se ha compartido desde la cuenta personal del autor en Instagram e incluye el videoclip: <https://www.youtube.com/watch?v=fDiCWvHAthE>

3. Resultados del proyecto

3.1. La canción

La canción ha conseguido satisfacer las necesidades artísticas y retóricas del mensaje y la producción ha conseguido estar al nivel de muchas otras de mayor coste con la ayuda de la liberalización y aproximación de procesos musicales (con anterioridad propios de grandes estudios) al *home studio*.

3.2. Narrativa

Aplicando la clasificación de Roncallo (2017) descrita anteriormente en el epígrafe de metodología, observamos que el videoclip se ha visto enriquecido por esta puesta en escena a modo de *playback*, además con la inclusión de otro tipo de recursos visuales se ha dotado al conjunto de dinámica visual y ha ayudado a digerir una narrativa atemporal y simbólica. El guión propuesto ha servido de base también para la posterior puesta en escena y la credibilidad del producto y en él ya se han puesto en marcha herramientas narrativas.

3.3. Preproducción

En este proceso nos hemos valido de guion literario, guion técnico y plantas de cámara para planificar de forma técnica el proyecto. Ha resultado ser muy importante el trabajo de producción dentro del videoclip ya que en este género audiovisual se invierte una

gran cantidad de material, de búsqueda y de ideación en comparación con el metraje final, de esta forma resulta un trabajo de gran condensación de conocimientos.

Aún así, no podemos relacionar el videoclip con la tecnología más puntera, la inversión en producción más desorbitada o las fórmulas narrativas probadas. El videoclip ha sido siempre una forma audiovisual economizadora y creativa, donde la idea y el concepto eran en realidad el motor de éxito. Así que también hemos tenido en cuenta esto.

3.4. Postproducción y difusión

La edición final del videoclip ha resultado superar con creces nuestras expectativas iniciales, y ya no solo acercarnos a nuestra principal influencia del videoclip “One More Second”, sino también enriquecer el lenguaje visual con las ideas originales de entremezclar los primeros planos retardados. Los cortes han dado dinamismo al videoclip y consigue mantener la atención del espectador por su alterna concordancia con el *beat* en cuestión.

La difusión ha tenido resultados realistas y positivos. Tras tres meses en la plataforma de Youtube acumula un total de 605 visitas y aunque el crecimiento ha bajado exponencialmente se ha alcanzado a un público mayor del que se espera mediante la única difusión por Instagram. Esto nos hace pensar que el compromiso de los espectadores ha sido alto. Y la fuente de las visualizaciones no ha sido solamente desde el enlace externo sino que desde la misma plataforma de Youtube muchos usuarios han introducido directamente el nombre en el buscador, casi el 23%

4. Conclusiones y discusión

Este proyecto se ha planteado desde el inicio como un trabajo individual. A éste se le ha ido añadiendo colaboraciones de tipo técnico casi como una necesidad primaria, sin su ayuda no se habría podido llevar a cabo el videoclip. Desde Sergio Padilla, Álex Cuevas, Liana Perelló y Celia Sanchez, hasta el público receptor del producto final que lo ha compartido y/o disfrutado. Respecto al trabajo real llevado a cabo y la consecución de los objetivos planteados desde un primer momento se plantean distintas conclusiones:

- La capacidad narrativa en los videoclips es muy amplia. En este trabajo se ha puesto un foco de análisis en aquellos videoclips que de alguna u otra manera ya formaban parte de un imaginario al que hemos querido acercarnos. La forma expositiva en la que hemos basado la narrativa del

videoclip nos ha enseñado que no siempre se han de establecer polaridades muy opuestas. Un videoclip puede ser un registro de una actuación, puede ser una narración con personajes u objetos y casi cualquier otra representación visual que pueda imbuir al espectador. En este sentido, la introducción de conceptos más oníricos, planos más plásticos u otro tipo de elemento visual que alejara la acción del músico en el videoclip, siempre podría haber mejorado el resultado final.

- Desde la parte de preproducción y a partir de la realización de la documentación previa al rodaje, se podría haber dispuesto una planificación más exacta. Los horarios no estaban del todo claros para el día de rodaje, y aunque contábamos con tiempo suficiente y poco personal, no habría estado de más.
- En la edición y montaje del material audiovisual nos hemos valido de conocimientos adquiridos durante el grado que nos han ayudado a materializar nuestras ideas en el software y viceversa, conociendo la potencialidad del software hemos podido pensar de otra manera el rodaje.

Los resultados del trabajo han sido óptimos respecto a los medios con los que hemos trabajado. De esta forma, hemos aprendido a sacarle el máximo partido a equipos de un presupuesto medio, tras saber cómo optimizar las distintas fases de la realización llevadas a cabo. Hemos llegado a depurar un videoclip visualmente llamativo y bonito, poniendo en práctica los conocimientos sobre el uso de la luz como herramienta de construcción de los planos, además de cómo ésta interactúa con distintos medios y crea diferentes texturas. Hemos dotado de esa aura nostálgica y del contenido retórico necesario para que funcione también como obra en sí misma y ya no solo como algo funcional vehiculando la canción de manera pragmática.

Habría que hacer mención a que una posible extensión del trabajo sería una campaña de medios, junto con diferentes herramientas de promoción y de presentación para alcanzar mayor público y además mantener su visualización en el tiempo, reactivando esos picos de audiencia. Esto también implicaría una continuidad en la obra musical del autor.

Bibliografía

- Barrera-Ramírez, F. (2017). Un ejemplo de oxímoron en música: el indie en España, una escena comercial. *Cuadernos de música iberoamericana*, 30, 169-178.
- CHION, M. (1993). La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido. Barcelona: Paidós.
- Cornejo-Hernández, F. (2008). Ensamblajes sónicos, flexibles y mutantes. Estilos de vida en la escena de la música indie.
- González, M. B., Tiralaso, H. C., & Fernández, M. R. (2020). La difusión del vídeo musical en YouTube. Análisis de la capacidad viral del videoclip. *Revista Latina de Comunicación Social*, (77), 117-141.
- Jódar-Marín, J. Á. (2017). Evolución del montaje y postproducción del videoclip musical: del jumpcut a los VFX como paradigma de iconicidad y puesta en escena.
- Lamacchia, M. C. (2017). La música independiente en la era digital.
- Roncallo Dow, Sergio y Uribe-Jongbloed, Enrique. (2017). La estética de los videoclips: propuesta metodológica para la caracterización de los productos audiovisuales musicales. Cuadernos de música, artes visuales y artes escénicas (pp. 79-109). Bogotá, D.C., Colombia
- Sedeño, A. M. (2006). Videoclip musical: desarrollo industrial y últimas tendencias internacionales. *Ciencias Sociales Online*, 3(1), 1-11.
- Selva, D. (2012). La difusión del videoclip a través de Internet. *Edita: Fundación Telefónica Patronato de Fundación Telefónica*, 90, 43.
- Valdellós, A. M. S., López, J. R., & Castillo, S. R. A. (2016). El videoclip posttelevisivo actual. Propuesta metodológica y análisis estético. *Revista Latina de comunicación social*, (71), 332-348.
- Verdú, E. (2008, 9 de junio). Magos del 'videoclip'. *El País*, 50.