



Universidad Miguel Hernández
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche
Grado en Comunicación Audiovisual

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2019/2020

“Proceso de producción del videoclip *Loaded lips*”

Trabajo de tipología profesional

Realizado por Àlvar Bermejo Escriche

Tutorizado por Fernando Fernández Torres

Resumen:

En los últimos años, el videoclip ha ido adaptándose continuamente, desde sus inicios en la televisión hasta ser una pieza clave en las nuevas plataformas online. Se ha convertido en una herramienta de promoción y marketing importantísima para las industrias musicales y audiovisuales.

En este trabajo de fin de grado se relatará una breve introducción de la historia de los videoclips y nos centraremos en una modalidad específica: los videoclips de Hip Hop. También se describirán todos los procesos realizados para la creación de un videoclip, tanto la preproducción, producción y postproducción, además de todos los elementos necesarios para poder realizarlo, tanto el material como el conocimiento adquirido durante todos estos años.

Abstract:

In recent years, the videoclip has been continuously adapted, from its beginnings on TV to being a key part of new online platforms. It has become a very important promotion and marketing tool for the music and audiovisual industries.

In this end of degree work, we will give a brief introduction to the history of videoclips and focus on a specific modality: Hip Hop video clips. We will also describe all the processes carried out for the creation of a video clip, both the pre-production, production and post-production, as well as all the necessary elements to be able to make it, both the material and the knowledge acquired during all these years.

Palabras Clave: Videoclip, Colorimetría, Iluminación, Filmación, Distancia Focal, Profundidad de Campo.

Keywords: Videoclip, Color Grading, Lighting, Filmming, Focal Distance, Deep of field.

ÍNDICE

I. Introducción.....	pp. 1-10
1. Objetivos del proyecto.....	p. 5
2. Referencias.....	pp. 5- 10
2.1. El videoclip.....	pp. 5-6
2.2. Relación entre el videoclip y el marketing.....	pp. 6-7
2.3. Estética.....	pp. 8-10
2.3.1. El <i>hip hop</i>	p. 8
2.3.2. Referencias visuales.....	pp. 8-10
II . Realización del proyecto: fases.....	pp. 10-22
3. Origen del proyecto.....	pp. 10-11
4. Preproducción.....	pp. 11- 14
4.1. Preparativos de preproducción.....	pp. 11-13
4.2. Listado de material.....	pp. 13-14
5. Producción.....	pp. 14-17
6. Postproducción.....	pp. 17-22
6.1. Montaje.....	p. 18
6.2. Etalonaje.....	pp. 18-22
III. Resultados del proyecto.....	pp. 23-24
IV. Conclusiones.....	p. 24
V. Bibliografía.....	p. 25
VI . Índices de gráficos y figuras.....	p. 26
Anexo I: Esquema de luces.....	pp. 27-29

I. Introducción

En este trabajo de fin de grado quedan plasmados todos los conocimientos adquiridos durante mi estancia en la Universidad Miguel Hernández de Elche cursando Comunicación Audiovisual. Se trata de la realización de un videoclip para la canción *Loaded lips* del artista J. Sendra, que forma parte del grupo musical valenciano Holistiks Corps. Esta pieza reúne todas las habilidades obtenidas durante el transcurso de estos cuatro años: realización, montaje de vídeo, etalonaje, estudio de la colorimetría y todas aquellas herramientas necesarias para crear un producto audiovisual.

1. Objetivos del proyecto

Como ya hemos apuntado, el objetivo principal de este trabajo es la realización de un videoclip desde su preproducción hasta su postproducción, realizado enteramente por una sola persona. Así, para llevar a cabo este proyecto, se fijarán unos objetivos a cumplir:

- Realización de un videoclip.
- Saber adaptar las ideas del cliente al lenguaje audiovisual.
- Cumplir la orden de rodaje y la fecha de entrega.
- Utilizar los conocimientos adquiridos para lograr un resultado óptimo.
- Aportar conclusiones generales y parciales sobre el trabajo desarrollado.

2. Referencias

2.1. El videoclip.

A pesar de aquellas maravillosas películas mudas de principios del siglo pasado, la imagen siempre ha demandado a la música como compañera de vida y sus relaciones empezaron con la entrada del cine sonoro en los años 20. En principio, la música estaba supeditada a la imagen, pero algunos directores del cine vanguardista como Oskar Fischinger cambiaron esta tendencia, invirtiendo los papeles de ambos elementos. En algunas de sus películas, como por ejemplo *Optical poem* (1938) podemos comprobar cómo las imágenes son las que se mueven al son de la música; al igual que en la apertura de la película *Fantasia* (Walt Disney, 1940) las imágenes acompañaban el ritmo de la música de J. S. Bach.

Cerca de los años 50, la industria musical empieza a ser consciente del potencial

que podía tener el audiovisual para los productos de los artistas, ya que los musicales y la aparición de la televisión estaban en el punto de mira de la población. Así, empezó a nacer en estos formatos la característica que ofrecían como herramienta de marketing: aparecen los primeros films musicales donde vemos a Elvis Presley actuar y cantar, usados por la industria como promoción de sus canciones.

No obstante, los videoclips como tal nacen en los años setenta como herramienta de marketing, desarrollados por la industria discográfica con el fin de publicitar sus productos e introducirlos en el mercado. Principalmente, se trata de piezas audiovisuales dirigidas hacia un público juvenil, con la finalidad de fomentar el consumo; por eso algunos sectores consideran a los videoclips como spots publicitarios.

Hoy en día se desconoce el origen del primer videoclip publicado oficialmente, hecho que ha creado mucha controversia entre los expertos del sector. La mayoría atribuye como precursor de estas piezas al grupo musical Queen por su single *Bohemian Rhapsody* de 1975, pues fue uno de los primeros que no solo mostraba a la banda tocando, sino que también mostraban una carga conceptual.

Los videoclips eran utilizados para promocionar la salida de un disco al mercado por parte de un grupo musical o solista y su principal canal para consumirlos era la televisión, donde se crearon canales televisivos íntegramente formados por videoclips para satisfacer la demanda creada por los consumidores y la sociedad. De hecho, lo que revolucionó la industria musical y televisiva fue la inauguración del canal MTV el 1 de octubre de 1981, con la retransmisión del videoclip *Video Killed The Radio Star* de la banda británica The Buggles.

2.2. Relación entre el videoclip y el marketing

Una vez introducida la historia de este formato audiovisual, daremos algunas definiciones sobre este y que recalcan su relación con el marketing.

Según Leguizamón (2001), el videoclip “es un producto insertado en una estrategia de comercialización que responde a la potenciación de la obra musical a través de una obra visual que se ensambla con la forma musical” (p, 254). Asimismo, Mirzoef (1999) se refiere a él de la siguiente manera: “la cultura visual está relacionada con los hechos visuales en los que la información, el significado o el placer es registrado por el consumidor en un artefacto con tecnología visual”.

El autor David Selva en su libro *El videoclip. Comunicación comercial en la industria musical* define al videoclip como “un formato audiovisual empleado por el sector fonográfico como herramienta de comunicación comercial, que se basa en la adición de imágenes a una canción preexistente”. Este autor clasifica a los videoclips como una tipología publicitaria y no como un producto de entretenimiento, aunque también lo sea en cierta manera. Su definición, por un lado, alude un carácter audiovisual por la unión de música e imagen, vinculándolos a los medios audiovisuales de la televisión e internet como canales de difusión; y, por otro lado, hace referencia a que el videoclip tiene como función principal la de servir de herramienta comercial, con el fin de promocionar un producto.

Igualmente, este mismo autor divide los elementos que forman la estructura básica del videoclip en dos categorías según los criterios del texto audiovisual de Casetti y di Chio: componentes visuales y componentes sonoros. Por un lado, dentro de los visuales hallamos la imagen y los posibles textos escritos y, por otro lado, en los sonoros localizamos el texto oral y la música.

Las influencias de los videoclips siempre han estado ligadas a la industria cinematográfica y al sector publicitario compartiendo una misma finalidad: su consumo, y para lograrlo emplean mecanismos de seducción para alcanzar sus metas. Sin embargo, existen diferencias entre la publicidad y el videoclip: la industria publicitaria normalmente se centra en la venta, mientras que los videoclips no se interpretan como instrumentos directos para la venta de un producto, sino que lo que en primer lugar se busca es la promoción.

En la publicidad, el mensaje a transmitir debe ser más fácil de decodificar por parte del consumidor, mientras que el videoclip va dirigido a un público más culto, lo que hace que su mensaje sea más difícil de decodificar por su continua relación con las ramas artísticas, como la pintura, el cine, la fotografía o el videoarte.

Según David Selva, el videoclip no se crea para cumplir las funciones de la industria publicitaria y musical como puede ser difundir una canción o aumentar el número de ventas. Sino que ubica estas piezas audiovisuales a la creación de significado y remarca la necesidad de atraer la atención del espectador hacia lo que se está comunicando.

2.3. Estética

La estética de esta pieza audiovisual está basada en el estilo de las producciones procedentes del hip hop de los años noventa, unas referencias enviadas por el artista J. Sendra que analizaremos brevemente en este apartado. Pero antes, nos pondremos en situación hablando sobre algunos datos generales sobre esta corriente artística.

2.3.1. El hip hop

Es difícil situar el inicio estrictamente exacto del *hip hop* como expresión artística y cultural, pero sí podemos establecer una aproximación de su origen alrededor de finales de los sesenta en los barrios marginales de América, como el Bronx y Brooklyn, en su mayoría comunidades afroamericanas y latinoamericanas. La música empleada era el funk y el soul, pero pronto los DJ empezaron a aislar la percusión para obtener las melodías y adaptarlas al estilo de la música dub¹ de Jamaica con nuevas percusiones, proceso que hoy en día conocemos como samplear²; creando así una nueva metodología a la hora de producir música.

El término *hip hop* entendido como la unión de la música, la danza y la pintura en una única rama artística fue acuñado por Afrika Bambaataa, cofundador de la Universal Zulu Nation. Sin embargo, DJ Kool Herc, renovador de la puesta en escena y música del hip hop, es el nombre usado para referirse al padre de este estilo musical por desarrollar algunos de sus elementos principales.

Anki Toner menciona en su libro *Hip-Hop* que el primer videoclip de esta rama musical se realizó en 1983 para el grupo Whodini. Con un estilo electro funk y con grandes influencias callejeras, fueron los primeros en incorporar bailarines en sus espectáculos, fenómeno que se extendería a muchas más producciones de esta corriente.

2.3.2. Referencias visuales

1º) Videoclip “Wu-tang Clan– *Method man*”

¹ Género de música electrónica que surgió a partir de la experimentación de la música reggae en los años 1960.

² Acto de tomar una porción de un sonido grabado en cualquier tipo de soporte para reutilizarla posteriormente.

Artista: Method man

Canción: Method Man

Año: 1997

En esta pieza destaca el uso de los primeros planos y medios como elementos técnicos principales; también usa planos generales para destacar las localizaciones. Durante el transcurso del videoclip se pueden observar algunos planos aberrantes y contrapicados. Los movimientos de la cámara suelen ser bruscos para aportar dinamismo y, a veces, suelen ir acompañados con ligeros movimientos de travelling. No encontramos grandes relevancias en los gráficos y no existen elementos sonoros destacables. Los cortes de los planos suelen ser a corte sin la presencia de transiciones estéticas para cambiar de una toma a otra; al ser al corte aporta velocidad y dinamismo al producto.

2º) Videoclip “Wu-Tang-Clan – *Can it Be all So Simple*”

Artista: Wu-Tang-Clan

Canción: Can It Be All So Simple

Año: 1993

En este videoclip se puede ver una vez más la utilización de planos medios y primeros planos como elementos principales para la realización; los planos aberrantes no son utilizados esta vez, sin embargo, utilizan mucho los picados y contrapicados para resaltar la figura de los cantantes.

Los movimientos de la cámara suelen ser más lentos y una vez más el montaje es al corte para remarcar el ritmo de la propia canción. No obstante, en esta pieza se puede observar alguna que otra utilización de transición como pueden ser fundidos a negro, a blanco y por superposición entre imágenes. El color empleado oscila entre los naranjas y las tonalidades marrones para destacar los principales elementos de la pieza.

3º) Videoclip “Mobb Deep – *Shook Ones*”

Artista: Mobb Deep

Canción: Shook Ones

Año: 1995

Para la realización de este videoclip se puede observar una combinación de planos generales con planos medios, primeros y americanos. Los movimientos de la

cámara son ligeros, predominan más los planos de trípode que acompañan al ritmo de la propia canción, utilizan en varias ocasiones movimientos realizados con travelling o con grúa para aportar dinamismo entre las diferentes tomas.

En cuanto al color y a la iluminación, se puede destacar una vez más las tonalidades cálidas y, como técnica a destacar, es la utilización de contraluces en algunas tomas, dotando al videoclip de un carácter oscuro y crudo al no poder visualizar los rostros de los cantantes con claridad. Las transiciones entre planos son al corte, pero también se utilizan transiciones ajustadas al ritmo de la instrumental de la canción. En esta pieza se puede visualizar elementos diegéticos en la introducción del videoclip, en este caso es una conversación entre los cantantes.

II. Realización del proyecto: fases

3. Origen del proyecto

El proyecto *Loaded Lips* es un encargo del cantante J. Sendra siendo este la elaboración de un videoclip con características asociadas a la corriente artística hip hop.

Para el desarrollo de la propia pieza no se contaba con un presupuesto elevado, todo lo contrario: teníamos la suma de 250 euros para poder producirlo. Por suerte no se tenía la obligación de alquilar material filmico puesto que todo lo necesario en cuanto a material técnico ya lo teníamos; sin embargo, era todo un reto realizar esta producción con tan poco presupuesto y que el resultado final fuera de una calidad óptima para el gusto del cliente.

Tras estudiar las referencias, debatimos sobre cómo adaptarlas al videoclip que haríamos más adelante, prestamos más atención a los movimientos de cámara, iluminación y montaje, así como la elección de los escenarios y la construcción de la narración en torno a la letra de la propia canción.

Una vez aclarados los diferentes aspectos más importantes, se decidió hacer una mezcla entre la estética planteada y la moderna, es decir mantendríamos la parte técnica de las referencias como podrían ser los encuadres, los movimientos de la cámara, la escenificación, el atrezzo, y lo uniríamos con una postproducción más actual, como el etalonaje y el montaje.

Se fijaron las fechas para realizar la producción, postproducción y salida de la pieza audiovisual a las diferentes plataformas online, contábamos con un día para la grabación de las tomas y otras dos semanas para realizar lo que sería la postproducción

(montaje y etalonaje). A continuación, se relatan las distintas fases de preproducción, producción y postproducción del proyecto *Loaded lips* y cómo se llevaron a cabo para conseguir con éxito lo pactado y así cubrir las peticiones del cliente.

4. Preproducción

La preproducción es todo el proceso previo al desarrollo del propio rodaje, desde que nace o surge una idea hasta que nos sumergimos en lo que es la propia producción del proyecto. En el periodo de preproducción se analiza la propia estética de la pieza audiovisual, las localizaciones en las cuales se desarrollará la acción, la tipología de planos a usar, la iluminación, las necesidades humanas y técnicas. Normalmente cada departamento que participa en el rodaje hace su propia preproducción, pero como solo estaba yo en el proyecto debía organizar todo el rodaje y cubrir cualquier necesidad que ocurriera, desde lo más técnico hasta las elecciones menos importantes.

4.1. Preparativos de preproducción

Como hemos apuntado antes, todo empezó al recibir la llamada de J. Sendra preguntando si estaría dispuesto a grabar un videoclip para él y, tras conversar sobre los honorarios y las fechas del rodaje, nos centramos en realizar la preproducción del proyecto. Una buena preproducción es muy importante a la hora de afrontar cualquier proyecto ya que, si todo está organizado y empieza con buen pie, todos los proyectos que se produzcan correctamente tienen muchas más posibilidades de obtener un resultado adecuado a lo establecido.

Una vez aclaradas las fechas del rodaje, nos reunimos para hablar de las características del videoclip, de su estética, las referencias y, por supuesto, de las localizaciones. J. Sendra quería una estética propia de los videoclips de rap de principios y mediados de los noventa, además, para él era muy importante conseguir un coche de alta gama que se adecuara a la modalidad mencionada. Por suerte, se consiguió un Rolls Royce Silver Wraith II de 1980, aunque solamente nos lo prestaban durante unas horas, por tanto, debía planificar estrictamente los horarios a cumplir según las localizaciones.

Llegados a este punto, nos centramos en las acciones y en los aspectos técnicos necesarios para desarrollar el proyecto.

El cliente tenía claro que quería zooms y seguimientos en gran parte del

videoclip, eso conllevaba dificultades técnicas para mí, ya que al solo estar yo en el rodaje debía controlar la profundidad de campo³ y elegir bien los diafragmas⁴ de las ópticas para facilitar las opciones a la hora de enfocar la imagen. El problema aumenta si se tiene que grabar tomas en slow motion⁵ porque el foco debe ser exacto, de lo contrario, la sensación de desenfoque y de una imagen poco nítida estaría muy marcada, y para este proyecto había muchas tomas a cámara lenta bajo petición del propio J. Sendra.

Sobre la mesa se pusieron varias localizaciones que el cliente tenía en mente y, entre los dos, seleccionamos las que más se adecuaban y nos facilitaran el transporte de una a la otra. La distancia entre ellas no tenía que ser extensa porque cumplir con los horarios establecidos sería más tedioso y difícil. Una vez se decidieron las localizaciones, fuimos en persona a observarlas a tiempo real y a analizarlas; finalmente, se pactaron tres localizaciones interiores y dos exteriores.

Por un lado, sobre las localizaciones interiores teníamos menos preocupación, puesto que, al ser un sitio cerrado, el control y manejo de la luminancia siempre es más fácil, ya que permite la posibilidad de hacer varios esquemas de iluminación y tener todos los aspectos bajo control. Los interiores estaban compuestos por un cuarto de baño, una oficina y un garaje, y todos ellos contaban con sus respectivos tubos fluorescentes a modo de luz cenital. Decidí apostar por esta tipología de iluminación en las localizaciones de la oficina y el garaje y, para la secuencia del cuarto de baño, cambié el esquema de iluminación, apostando por una luz lateral en vez de continuar iluminando de manera cenital. El cuarto de baño tenía una ventana que estaba orientada lateralmente, la cual sería nuestra vía principal para iluminar y así falsear la entrada de luz solar por dicha ventana.

Por otro lado, en las localizaciones exteriores la metodología empleada es diferente a las de interior, puesto que el sol juega un papel muy importante en nuestros esquemas de iluminación. Se debe decidir si rodar con el sol o hacer lo posible para que este no tenga mucho impacto en nuestra fotografía. En nuestro caso, tendríamos que rodar con el sol presente a causa de que el presupuesto para el rodaje era escaso y no era posible tener acceso a palios⁶ o grandes superficies para tapar la luz proveniente del sol.

³ Zona que comprende desde el punto más cercano y el más lejano de nuestro campo que sea aceptable en cuanto a nitidez.

⁴ Dispositivo que le provee al objetivo la capacidad de regular la cantidad de luz que entra a la cámara.

⁵ La cámara lenta o ralenti es un efecto visual que permite ralentizar artificialmente una acción.

⁶ Difusor de gran superficie.

Una vez se tuvieron claros los espacios a filmar, el primer paso era elegir la posición del sol para rodar y acordar una hora para la grabación. Se decidió empezar con los interiores a primeras horas de la mañana para así dejar las escenas de exteriores para la hora mágica⁷. No había muchas elecciones, ya que teníamos que esperar a que nos trajeran el coche y, como se ha comentado anteriormente, se decidió empezar con los interiores dejando para el final los exteriores. Nos movimos a las localizaciones exteriores según las horas a filmar y observamos que en una el sol estaría frontal y en la otra más lateral, a 45 grados. No nos disgustaban las posiciones del sol así que se decidió rodar en esas localizaciones con el sol como fuente principal y con algunos rellenos en negativo y positivo para acompañarla y así fomentar el volumen en los rostros y aumentar la sensación de tridimensionalidad.

Ya aclarados los tiempos a rodar, la estética y la iluminación, nos quedaba aclarar la tipología de planos a usar y las distancias focales de las lentes. El cliente no quería muchas complicaciones técnicas en cuanto a operación de cámara se refiere, apostaba por una estética bastante fija donde el cantante se mueve mirando directamente a la cámara, metodología bastante usada en los videoclips de rap de los noventa. Como no había muchos movimientos de la propia cámara y del cantante, apostamos por una gama angular a la hora de elegir las ópticas y así ofrecer una sensación más panorámica; las lentes elegidas fueron el 14 mm y el 35mm.

Para solventar los pequeños movimientos y seguimientos de la cámara, en un principio decidimos usar el Ronin-MX, estabilizador de la marca DJI, pero como no se iba a usar Follow Focus⁸ inalámbrico, le comenté al cliente de cambiar el gimbal⁹ a una versión más pequeña y así facilitarnos el trabajo, ya que el Ronin Mx posee grandes dimensiones y transportarlo de una localización a otra iba a ser un problema que no tendríamos usando una versión más ligera que nos agilizaría el trabajo a la hora de cambiar de localización. Por este motivo se decidió apostar por el DJI Ronin-S.

4.2. Listado de material

Una vez aclarados los principales apartados para la realización del videoclip, contábamos con el siguiente material técnico para poder llevar a cabo el rodaje:

- Filmación:

⁷ Momento del día que consta de escasos minutos, los que transcurren entre la puesta del sol y la total oscuridad de la noche.

⁸ Herramienta para enfocar con más precisión.

⁹ Plataforma motorizada que se encargan de mantener un objeto estabilizado en todo momento.

- Cámara: Sony a7sII
- Monitor de grabación: Atomos Shogun Inferno
- Lentes: Samyang 14, 35mm Full Frame y Carl Zeiss 16mm Apisc
- Gimbal: Ronin S
- Filtro de densidad neutra variable 77mm
- Iluminación:
 - Fresnel 1K x1
 - Tubos fluorescentes x4
 - Planchas de Pórex en negativo y positivo. x2

5. Producción

Una vez se analizaron todas las posibilidades y elementos necesarios, nos disponíamos a realizar el videoclip. Como hemos señalado en el apartado anterior, empezamos el rodaje con las localizaciones interiores, más concretamente con el espacio de la oficina, seguimos con el garaje y terminamos con la localización del cuarto de baño.

En primer lugar, en la secuencia de la oficina, el cliente quería algunos zooms para pasar de un plano general a un primer plano, pero, al no disponer de teleobjetivos con distancias focales¹⁰ intercambiables se tuvieron que realizar en la postproducción; no obstante, se tenían que dejar preparados para no abusar de reescalados y así perder mucha definición y nitidez en la propia imagen. Para solucionar este problema empezamos por grabar el plano general en primer lugar con un diafragma lo suficientemente cerrado para ganar profundidad de campo. Se decidió usar un diafragma de 5.6 y, una vez se filmó el plano general, acercamos la cámara y encuadramos nuestro primer plano cambiando el diafragma de la lente a 1.5. Para conseguir este cambio con el mismo esquema lumínico, se utilizó un filtro de densidad neutra¹¹ para poder abrir el diafragma y a su vez perder mucha profundidad de campo para tener los fondos desenfocados y toda nuestra atención centrándose en el sujeto.

En cuanto a la iluminación de esta secuencia, se utilizó un esquema de luz cenital. Por un lado, se emplearon dos tubos de fluorescencia con una temperatura de

¹⁰ No es una medida de la distancia real de un lente, sino que es un cálculo de la distancia óptica desde el punto en donde los rayos convergen hasta formar una imagen nítida.

¹¹ Filtro fotográfico utilizado para controlar la cantidad de luz que pasa a la cámara.

5.600 grados Kelvin encima del cantante. Por otro lado, para iluminar el fondo se aprovecharon los mismos tubos fluorescentes.

En segundo lugar, una vez finalizada la secuencia de la oficina, nos centramos en realizar la del garaje. En estos planos se decidió continuar con un esquema cenital, pero con pequeñas variaciones: en vez de ser una luz completamente cenital, se derivó a una de 45 grados. Ya teníamos nuestra luz principal para conseguir los rellenos, solo tuvimos que esperar a que el sol subiera un poco, ya que el propio garaje contaba con una serie de ventanas por las cuales se colaba la luz solar. Cuando el sol estaba a nuestro gusto, se decidió colocar al cantante de cara a esas ventanas para conseguir que el sol iluminase ciertas zonas faciales a modo de luz secundaria o de relleno.

Para esta secuencia cambiamos la lente de un 35mm a 14 mm para así obtener unas escenas muy panorámicas contando con un espacio reducido para los movimientos de la cámara. En cuanto al diafragma, se grabó a 5.6 sin la utilización del filtro ND ya que al tratarse de una lente muy angular no nos interesaba perder profundidad de campo. La iluminación de los fondos se consiguió usando los propios paneles fluorescentes del garaje, pero para tener un mayor contraste en la imagen, se apagaron cuatro de los seis que había. Si se hubiera utilizado los seis paneles habría quedado una imagen muy plana, ya que nuestra fluorescencia y nuestra entrada de luz solar se hubieran solapado con la cantidad lumínica que producían los seis paneles fluorescentes; a veces es mejor quitar luz que poner.

En último lugar, la secuencia que seguía al garaje era la del cuarto de baño, posiblemente la secuencia más fácil de iluminar dentro de las localizaciones interiores. Para ello se utilizó un aparato fresnel de 1 KW a modo de luz lateral, cuya luz filtraríamos a través de una ventana ubicada en el cuarto de baño. En cuanto a las lentes, se alternaron el 35mm y el 14mm para resolver la secuencia, en ambas lentes se empleó un diafragma de 5.6 y solo se utilizó el filtro de densidad neutra para el 35mm con la finalidad de igualar el diafragma entre las dos ópticas.

Una vez concluida la secuencia del cuarto de baño, ya habríamos acabado con las localizaciones interiores, así que pasamos a realizar los exteriores. En un principio, teníamos planificadas varias localizaciones, pero el coche que nos prestaban se demoró más de lo debido, obligándonos a descartar algunas. Por distancia, nos interesaba grabar en el Aula natural de Gandía, ya que estaba relativamente cerca de las localizaciones interiores, más o menos a unos 20 minutos en vehículo. Cuando llegó el Rolls Royce, el sol estaba ya bastante bajo, eran las siete y media de la tarde, lo que nos dejaba un

margen de maniobra de una hora y media antes de quedarnos sin luz solar.

El cliente quería unas tomas a cámara lenta, en condiciones normales esto no debería suponer un problema, pero en nuestro caso lo era ya que para filmar en *slow motion* se necesita más luz de lo normal, sobre todo en cámaras de gama media. Para evitarnos problemas se decidió empezar por las tomas de 120 fps (*slow motion*). La cámara utilizada (Sony a7sII) no dispone de la función de grabar tomas en cámara lenta en definición 4k, lo que nos obligaba a escoger entre lentes APSC o Full Frame. Nos decantamos por usar una lente Carl Zeiss APSC, puesto que si utilizáramos las ópticas Samyang Full Frame íbamos a tener factor de recorte¹² y, personalmente, no me gusta tener que forzar los reescalados internos de la cámara. Es por eso que defendí usar este tipo de lentes porque, aunque el resultado no sea tan nítido, no fuerza a transformar las distancias focales de las lentes.

Empezamos por filmar en el edificio Cdt en el Aula natural de Gandía las comentadas tomas en cámara lenta.

En esta localización nos interesaba tener el sol en contra, pero, como hemos dicho, el coche que nos iban a prestar se retrasó y el sol ya estaba situado a más de 45 grados lo que significaba que no lo tendríamos a contra. No obstante, la luz presente nos parecía igualmente adecuada y se apostó por filmar en esas condiciones para no tener que volver otro día, sobre todo porque no podríamos disponer del coche prestado en otra ocasión. Se utilizó una plancha de porexpán negra al lado contrario que incidía la luz del sol para dar más volumen a la imagen. Como no disponíamos de mucho tiempo para filmar, las tomas se tuvieron que grabar en máster¹³ ya que los planos no los podíamos planificar con exactitud debido a los imprevistos. Esta secuencia fue la más improvisada de todo el rodaje.

Cuando terminamos de filmar las escenas a cámara lenta, el cliente quería irse a otro lugar a finalizar la jornada, pero le insistí que habíamos grabado muy poco en este sitio y le pedí grabar algunas tomas más, pero esta vez a 25 Fps y en formato Full Frame, J. Sendra aceptó y filmamos dos másters más con el 35mm.

En estas tomas se utilizó el filtro de densidad neutra para poder abrir el diafragma de la óptica hasta 1,5 y así perder mucha profundidad de campo y tener los

¹² Indica por cuanto tendremos que multiplicar el rango focal de nuestro objetivo (indicado en modo Full Frame) para saber a qué equivaldrá en nuestra cámara.

¹³ Método cinematográfico en el que la cámara graba una escena entera incluyendo todos los elementos clave, de forma que contiene todos los personajes, acciones y diálogo y tiene sentido por sí misma, con un inicio y un final.

fondos desenfocados. El único problema era que las imágenes se debían de filmar con movimiento, esto suponía un problema ya que al tener el diafragma tan abierto y con esa profundidad de campo, la zona del foco quedaba muy reducida y los movimientos de cámara no debían ser bruscos, más bien debían ser sutiles. Por este motivo se rodó estas tomas con movimientos semicirculares, para tener siempre la misma marca de foco y no alterarla por los desplazamientos hacia adelante y hacia atrás.

Al utilizar el 35mm y ofrecer una imagen más panorámica, no podíamos situar el porexpan en negativo cerca del cantante ya que saldríamos en cuadro, lo que nos obligaba a realizar el volumen en su rostro en postproducción debido a que el sol estaba muy bajo y ofrecía una luz muy ambiental y difusa, aunque agradable.

No nos quedaba mucho tiempo antes de la ausencia de luz solar y todavía quedaba otra localización más; por suerte, podíamos acceder a ella sin desplazarnos del lugar ya que eran unos jardines que se encontraban muy cerca del Cdt de Gandía. Al no disponer de aparatos lumínicos con baterías, el sol era nuestra luz principal y no nos quedaba mucho tiempo para aprovecharlo. Una vez llegados a este punto nos surgió un problema y era, una vez más, la profundidad de campo. El cliente se imaginaba la escena con un seguimiento marcha atrás, lo que suponía otro problema porque al no haber mucha luz ambiente el diafragma tenía que estar abierto al máximo, traduciéndose en una gran pérdida de profundidad de campo y así es muy fácil errar en el foco cuando haces seguimientos con esos valores focales. Tenía que estar muy concentrado para no perder las marcas de foco y que la imagen quedase desenfocada y con muy poca nitidez.

Por suerte las tomas no salieron mal y nos permitimos improvisar un poco ya que todavía quedaban los últimos minutos de luz solar. Como las tomas que se grabaron fueron todas generales, le planteé al cliente grabar unas imágenes con primeros planos, pero esta vez haciendo un seguimiento lateral, ya que la marca de foco siempre sería más fácil de controlar. Descubrimos que las luces interiores del coche se podían encender o apagar a voluntad y gracias a esas pequeñas fuentes de luz concluimos lo que sería el rodaje.

6. Postproducción

Al finalizar los rodajes siempre es recomendable realizar copias de seguridad en distintos discos duros por los posibles problemas que se puedan presentar y tener siempre la seguridad de que se dispone de todos los brutos filmados a salvo. Tras

realizar las copias nos centramos en el montaje del propio videoclip. Para realizarlo se utilizó un ordenador de 16GB de RAM con tarjeta gráfica GTX GeForce 1080 y el programa Davinci Resolve, software gratuito de la empresa Black Magic.

Cabe destacar lo interesante que es este programa, ya que con él se pueden realizar varias funciones como el montaje, el etalonaje o animaciones y hacer todo el proceso del trabajo con un mismo programa, ya que nos ahorramos tener que hacer XML o AAF y pasarlo de un programa a otro.

6.1. Montaje

Centrándonos en el montaje, al tratarse de un videoclip de rap, la instrumental de la canción tiene los Kicks¹⁴ y los Snares¹⁵ muy marcados y serán utilizados como referencia para los cambios de planos. Es un montaje muy sencillo pero efectivo en este tipo de trabajos audiovisuales, puesto que ofrece al montaje el mismo ritmo de la propia canción, siempre respetando la opinión del cliente, pues él mismo aportó la escenificación y la idea del proyecto.

El videoclip, al estar filmado con la Sony Alpha a7s II y en 4k, aportaba muchas posibilidades de realizar reescalados y reencuadres diferentes a los que se filmaron en el rodaje. Poder grabar a esa resolución ayuda mucho para realizar los *zoom in* y los *zoom out* que el cliente quería en la secuencia de la oficina, ya que el proyecto se exportaría en 1080p.

6.2. Etalonaje

Una vez el montaje se finalizó, nos centramos en realizar el etalonaje. Para tratar nuestra imagen hay que tener en cuenta que fueron filmadas con una curva logarítmica que nos permitiría ajustar el color a nuestro antojo; también es posible ajustar el brillo de nuestra imagen o extraer un gran detalle en las zonas más lumínicas y las más oscuras.

Cuando se filma en logarítmico, la imagen que se visualiza está muy grisácea y esto se debe a que se sacrifica la saturación y el contraste para ganar en rango dinámico a la hora de etalonar nuestros brutos. Hay muchos tipos de curvas logarítmicas, cada marca de cámaras normalmente posee su propia curva y nosotros al grabar con esta cámara utilizamos el perfil de imagen logarítmica S-LOG 2 Cine 4.

¹⁴ Bombo

¹⁵ Caja

Para etalonar el proyecto se dividió la estética de la imagen según los principales elementos de cada secuencia. Es decir, para cada una se aplicarán unas características diferentes a las otras, y será el entorno el que lo determine; por ejemplo, para las tomas de los jardines se aplicarán unos tonos más magentas porque el cantante está rodeado de flores con esas tonalidades. También se le dotará de una luz ambiental amarillenta para otorgar más contraste a la imagen, pues el cliente quería una estética más colorida y, cuando se rodó esta secuencia, el cielo estaba nublado y el sol bastante bajo. Tintar los cielos de otra tonalidad a veces ayuda a crear la sensación de colores vivos. Además, se contrastó la imagen para aumentar la sensación de tridimensionalidad y así crear una diferencia entre las zonas más iluminadas y las menos iluminadas.

En cuanto a la saturación, ha sido empleada gradualmente y para pequeños detalles; por ejemplo, en esta secuencia se saturaron un poco las flores y se desaturó el verde de la vegetación y los tonos marrones de los troncos de los árboles; dichas desaturaciones se realizaron con el fin de dar protagonismo a los colores magentas de las flores.



Fig. I. Comparación entre imágenes en logarítmico y etalonado. Secuencia jardines CDT Gandía. Fuente: Elaboración propia.



Fig. II. Comparación entre imágenes en logarítmico y etalonado. Secuencia jardines CDT Gandía. Fuente: Elaboración propia.

En la secuencia que el cantante está conduciendo el coche, se le aplicaron unas tonalidades más verdosas en las bajas luces, ya que hay mucha vegetación a su alrededor. El nivel de contraste es más alto que el de la secuencia anterior, pero hay que tener en cuenta que esta secuencia fue la última en rodarse y, como hemos dicho anteriormente, el sol estaba prácticamente oculto. En cuanto a la saturación, se desaturaron los tonos medios de las tonalidades más verdosas para crear contraste por saturación en las vegetaciones que rodean al cantante.



Fig. III. Comparación entre imágenes en logarítmico y etalonado. Secuencia de la conducción. Fuente: Elaboración propia.

Las tomas correspondientes a la localización de la oficina y las del edificio del CDT de Gandía poseen unas tonalidades más amarillentas porque las paredes tenían un tono más cálido que frío, Para aumentar esa sensación de calidez, se realzaron los tonos medios con tonalidades amarillas y se disminuyó la temperatura de color de la propia imagen hasta 3200 K. Estas tomas poseían ya un contraste adecuado, por lo que no se

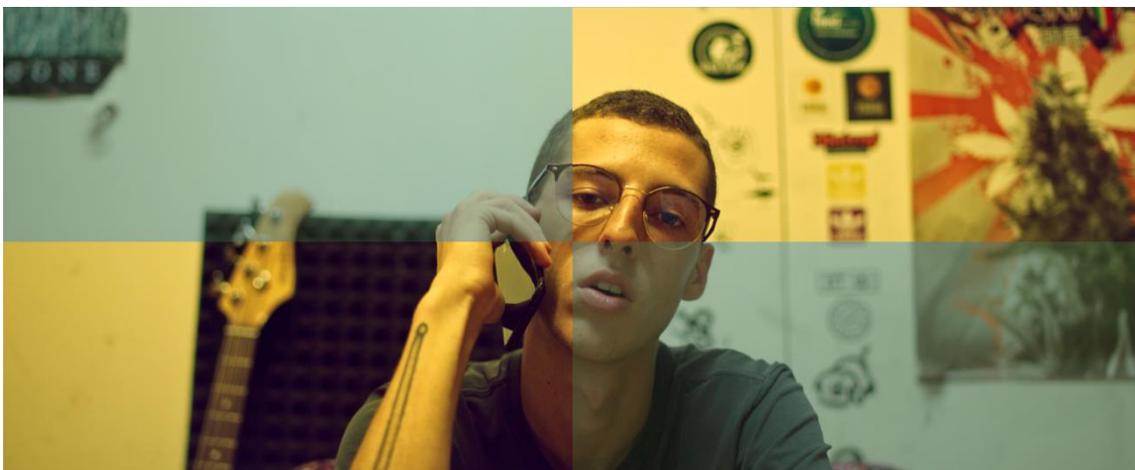


Fig. IV. Comparación entre imágenes en logarítmico y etalonado. Secuencia oficina. Fuente: Elaboración propia.

realizó mucho en el etalonaje, solo en pequeñas zonas donde se aumentaron los niveles de las sombras y se realizaron las altas luces para ofrecer una sensación de luminosidad en la secuencia. Asimismo, se desaturaron las tonalidades más verdosas para que no recayese la principal atención del ojo sobre ellas y así ganar protagonismo en los tonos



Fig. V. Comparación entre imágenes en logarítmico y etalonado. Secuencia CDT Gandía. Fuente: Elaboración propia.

medios.

La corrección de color empleada en las escenas de *slow motion* reúne unas características específicas a la hora de trabajarla, ya que en la cámara utilizada no figura el modo de grabación en cámara lenta a 4k, sino que graba en 1080p 4:2:0 y a 8 bits, lo que se traduce como una pérdida considerable en la cantidad de grises. Esto en el programa de etalonaje significa que tenemos poco margen para trabajar con las herramientas de colorimetría y debemos ser muy precisos a la hora de realizar nuestras correcciones primarias y secundarias. Para tener continuidad con las tomas de la localización del Cdt a 25 fps, se dotó a la imagen con tonalidades cálidas y se desaturaron las mismas tonalidades verdosas a la vez que se aumentaron dichas tonalidades en las sombras para establecer un contraste por saturación entre las zonas cálidas y las sombras. Además, se realizaron las altas luces y se les añadió, en pequeñas graduaciones, el efecto glow¹⁶ para conseguir una sensación de suavidad en la imagen.

¹⁶ Se caracteriza por lucir una piel natural con un efecto jugoso y luminoso, y con un aspecto nacarado y muy favorecedor.



Fig. VI. Comparación entre imágenes en logarítmico y etalonado. Secuencia en slow motion. Fuente: Elaboración propia.

Por último, en las imágenes del garaje y del cuarto de baño se fijaron unos tonos más anaranjados debido a que el aparato utilizado para iluminar el cuarto de baño tenía una temperatura de color de 3200 K. En cuanto a los aparatos fluorescentes empleados en el garaje, estos eran fríos (6500K), pero tras modificar su temperatura, el resultado fue bien recibido y se decidió apostar por ello. Una vez establecida la temperatura de color, se realzaron las altas luces y se disminuyeron las bajas para aumentar el contraste en la imagen, se saturaron los tonos medios para que las pieles adquirieran protagonismo, ya que las tomas filmadas en esta secuencia eran primeros y medios planos. Para finalizar, se contrastaron las zonas situadas en la penumbra y se les atribuyeron unas tonalidades magentas para aportar más vivencia en el contraste por tonalidad y también para introducir en estas secuencias las mismas características de las correcciones de la secuencia de los jardines, aportando continuidad.



Fig. VII. Comparación entre imágenes en logarítmico y etalonado. Secuencia garaje. Fuente: Elaboración propia

III. Resultados del proyecto

Tras realizar la exportación y revisar mediante varios visionados junto al artista J. Sendra, se aprobó tanto el montaje como el etalonaje, así que dimos por finalizado la realización del videoclip *Loaded lips*. Una vez expuestos todos los procesos necesarios para la producción de un videoclip, se harán algunas valoraciones críticas sobre el desarrollo de la propia pieza en sus facetas de producción, postproducción y resultado final.

La producción del videoclip en líneas generales ha sido satisfactoria, sin embargo, como es normal en todos los rodajes, hemos sufrido varios imprevistos que hemos tenido que solucionar en el propio rodaje y, por supuesto, en la postproducción.

Por una parte, el principal inconveniente que sufrimos fue el retraso del coche para llegar al set, el cliente quería grabar las tomas exteriores con el vehículo, y tuvimos que esperar impacientes a que llegara. Se retrasó bastante provocando una toma de decisiones considerables para el proyecto de este videoclip, que en este caso era la elección de las localizaciones, teníamos que descartar algunas, debido a que no disponíamos del tiempo suficiente para filmar en todas las escogidas. Considero que fue buena elección quedarnos con las localizaciones en las que grabamos ya que estaban mejor orientadas al sol y estaban bastante más cerca de las localizaciones interiores. El tiempo que perdimos esperando el coche, quizás lo ganamos en el desplazamiento a los exteriores.

La espera del vehículo provocó una serie de problemas en cadena, porque el tiempo que perdimos para poder rodar, provocó que las últimas tomas no tuvieran la cantidad de luz solar deseada. Sinceramente me gustaría haber filmado una hora antes por el simple hecho de tener más luz en las tomas y para poder trabajar mejor la postproducción del etalonaje.

Por otra parte, para realizar el montaje no se presentaron problemas, puesto que en la preproducción se explicaron todas las facetas y características que tendría que poseer el proyecto. El único proceso tedioso fue cuadrar los *zoom in*, pero con paciencia se consiguió adaptarlos. Considero que fue un acierto por parte del cliente en proponerlo porque aporta dinamismo al videoclip, aunque solo estén presentes en el inicio de este.

En cuanto al proceso de etalonaje, surgieron varios inconvenientes, sobre todo en las tomas que no poseían la cantidad de luz solar deseada. Por suerte, las tomas fueron filmadas con el grabador externo 4k Atomos Shogun Inferno que convierte una

imagen de 4:2:0 8 bits a un 4:2:2 10 bits. Aumentar el rango de la imagen te permite tener más cantidades de grises, que se traduce en un aumento de información en las altas y bajas luces, lo que provocó tener más margen de maniobra a la hora de resaltar la luminosidad en la imagen. Se puede visualizar el resultado final en el siguiente enlace: [Videoclip Loaded Lips](#).

IV. Conclusiones

El rodaje se realizó con éxito a pesar de todos los imprevistos surgidos, quizás el esperar el coche nos quitó mucho tiempo para elaborar más planos y en diferentes localizaciones. A pesar de ello, considero que las elegidas ofrecen un buen resultado porque supimos extraer bien la esencia de cada una de las localizaciones.

Realizar un videoclip sin contar con todos los departamentos habituales en rodajes es posible y esta pieza audiovisual lo respalda. Hoy en día, la figura del filmmaker empieza a estar presente en esta industria y sí que es verdad que el trabajo es bastante tedioso y costoso, ya que tienes que enfrentarte prácticamente solo/a a todos los posibles problemas que puedan surgir durante el transcurso de todas las partes en la creación del videoclip. Siempre se echa de menos tener segundas opiniones, ya sean en conceptos técnicos o artísticos. También resulta más difícil cumplir con las fechas pactadas, tanto de rodaje como de entrega, a causa de tener que realizar todos los procedimientos de montaje y etalonaje individualmente. Aun así, es gratificante el poner a prueba tus habilidades, cumplir con los objetivos marcados, satisfacer al cliente con tu trabajo y, sobre todo, que sepan valorar tus esfuerzos.

Además, la comunicación con el cliente fue todo un éxito desde los inicios del proyecto. Lo que se quería plasmar en esta pieza audiovisual se adaptaba al presupuesto de esta y no resultó difícil saber acoplar las ideas iniciales del cliente al videoclip, puesto que no exigían grandes despliegues técnicos y no perdimos mucho tiempo en filmar las tomas deseadas. También ayudó que el propio cliente supiera lo que quería y lo que no.

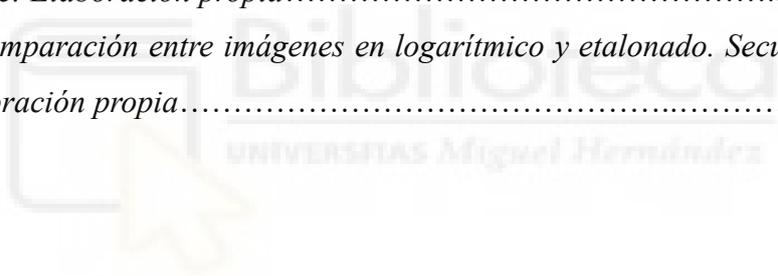
Examinando el producto final, concluyo que se ha sabido organizar un rodaje con todo lo que conlleva, por lo que se ha podido llevar a cabo la postproducción y entrega final, aplicando correctamente los conocimientos adquiridos en el grado de Comunicación Audiovisual de la Universidad Miguel Hernández de Elche.

V. Bibliografía

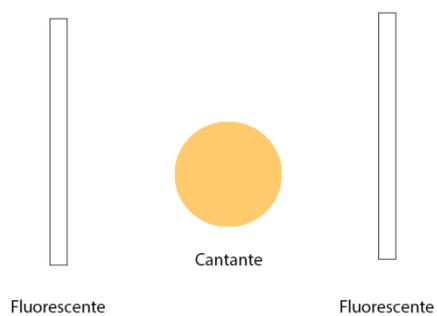
- Balbuena Morilla, A. y Sedeño Valdellós, A. (2016). El videoclip musical de hip hop en los noventa: análisis de vídeos de la costa este de Estados Unidos. *Pensar la publicidad*, 10, pp.63-75. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/53774>
- Caro, A. M. (2014). *Elementos narrativos en el videoclip: desde el nacimiento de la MTV a la era YouTube* (1981-2011) (Tesis doctoral, Universidad de Sevilla). Recuperado de <https://idus.us.es/handle/11441/63957>
- *Española de Semiótica*, 16, 493-504.
- Fernández, M. (2003). *Intentio video-clip: Lecturas en la búsqueda del lector modelo de la videomusical* (Trabajo de fin de grado, Universidad Autónoma Metropolitana). Recuperado de <http://www.archivo-semiotica.com.ar/Villagran.html>
- Lozano, D. F y Almaguer, A. A. (2017). Desarrollo de valores teóricos en cineastas emprendedores. *Daena: International Journal of Good Conscienc*, 12(1), pp. 60-68.
- Mobb Deep. (20 octubre, 2013). MOBB DEEP-Shook ones,Pt.II [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=yoYZf-IBF_U
- Negus, K. (1999). *Los géneros musicales y la cultura de las multinacionales*. Barcelona: Paidós.
- Sedeño, A. M. (2007). El videoclip como mercanarrativa. *Signa. Revista de la Asociación*. Recuperado de <http://revistas.uned.es/index.php/signa/article/view/6152/5885>
- Selva Ruiz, D.(2014). *El videoclip. Comunicación comercial en la industria musical*. Sevilla: Alfar.
- Toner, A. (1998). *Hip-hop*. Madrid: Celeste.
- Wu-tang Clan. (7 febrero, 2013). Wu-Tang Clan-Method Man [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=PEnwXYJeSZc>
- Wu-tang Clan. (7 febrero, 2013). Wu-Tang Clan-Can it be all so simple [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=7m148vZDwJA>

VI. Índice de figuras

Figura I. <i>Comparación entre imágenes en logarítmico y etalonado. Secuencia jardines CDT Gandia. Fuente: Elaboración propia</i>	p. 19
Figura II. <i>Comparación entre imágenes en logarítmico y etalonado. Secuencia jardines CDT Gandia. Fuente: Elaboración propia</i>	p. 19
Figura III. <i>Comparación entre imágenes en logarítmico y etalonado. Secuencia de la conducción. Fuente: Elaboración propia</i>	p.20
Figura IV. <i>Comparación entre imágenes en logarítmico y etalonado. Secuencia oficina. Fuente: Elaboración propia</i>	p. 20
Figura V. <i>Comparación entre imágenes en logarítmico y etalonado. Secuencia CDT Gandía. Fuente: Elaboración propia</i>	p. 21
Figura VI. <i>Comparación entre imágenes en logarítmico y etalonado. Secuencia en slow motion. Fuente: Elaboración propia</i>	p. 22
Figura VI. <i>Comparación entre imágenes en logarítmico y etalonado. Secuencia garaje. Fuente: Elaboración propia</i>	p. 22

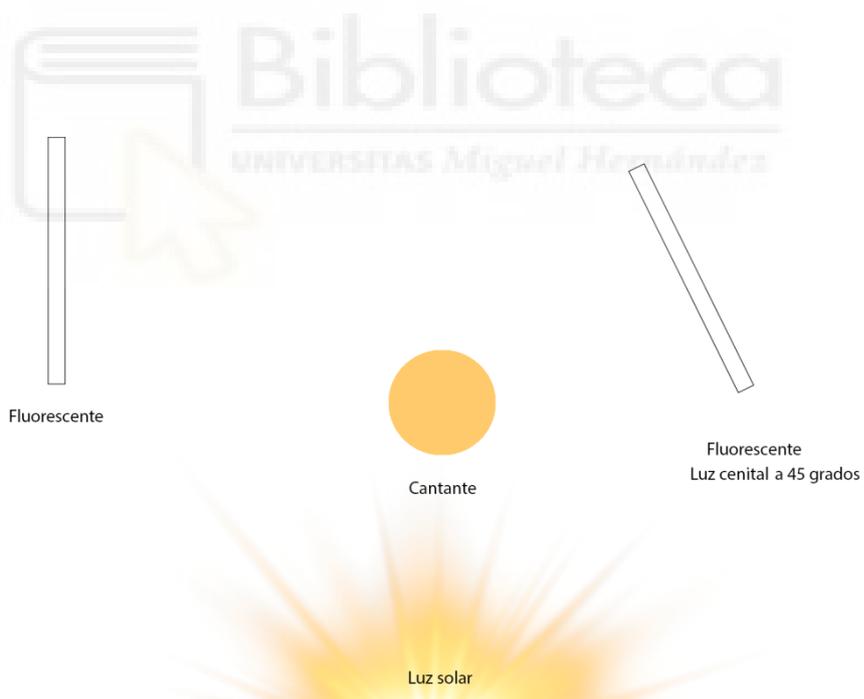


Anexo I: Esquemas de luz

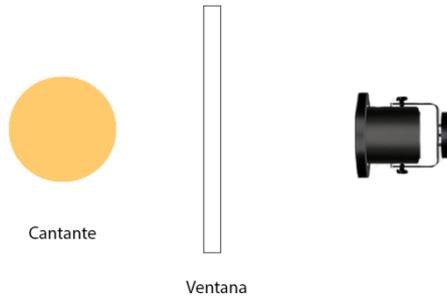


Luz cenital

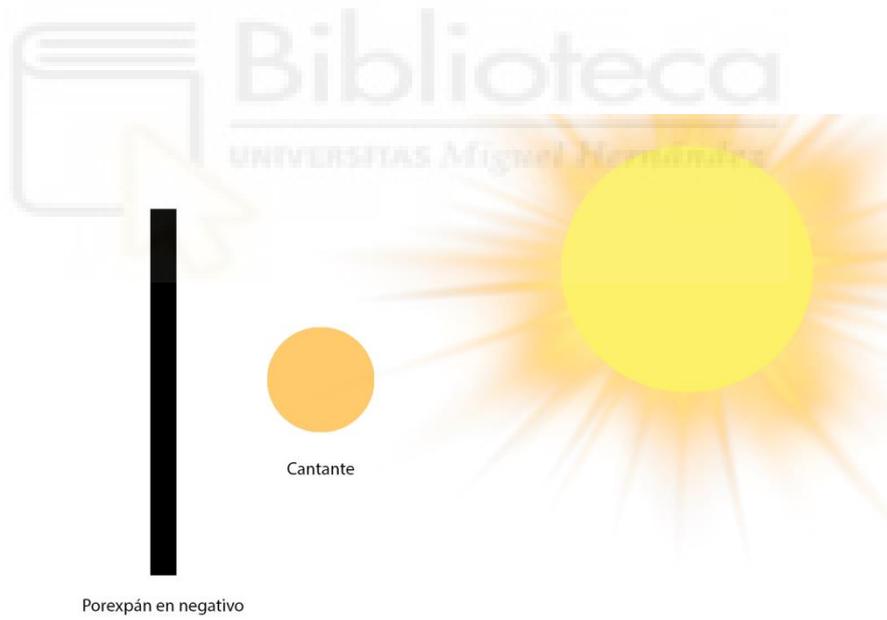
Luces oficina



Luces garaje



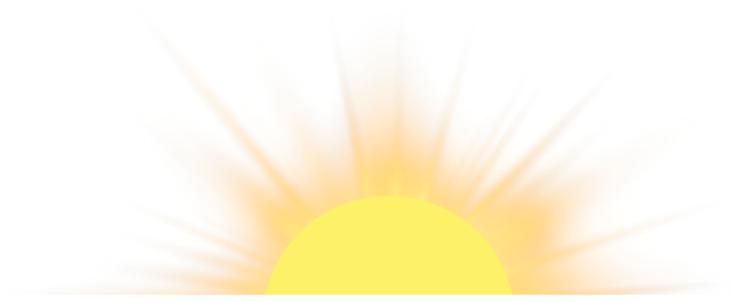
Luces cuarto de baño



Luces edificio CDT



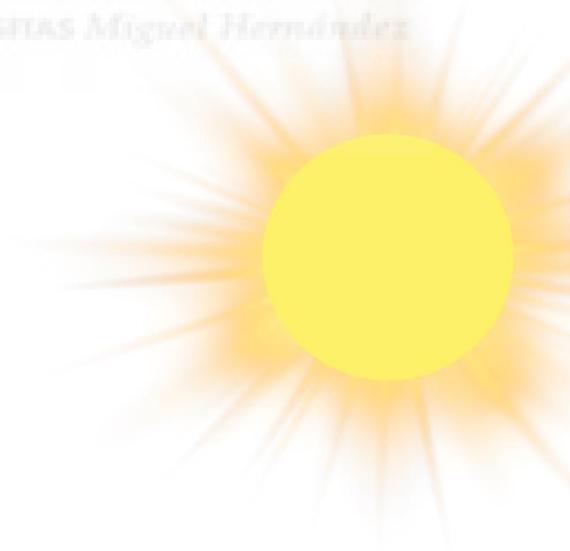
Cantante



Luces jardines CDT



Cantante



Luces conducción coche

