



**UNIVERSITAS**  
*Miguel Hernández*

**Universidad Miguel Hernández de Elche**  
**Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche**  
**Titulación de Comunicación Audiovisual**

**TRABAJO FIN DE GRADO**

**Título:**

**“TAN MAL”**: Realización de un vídeo musical.

**Tipo de trabajo:**

De carácter experimental y/o profesional

**ALUMNO/A:**

Lucía López Peral

**TUTOR:**

Leónidas Spinelli Capel

## ÍNDICE

<b>1. Introducción. Objetivo del proyecto y referencias .....</b>	<b>4</b>
1.1. <i>Objetivos</i> .....	4
1.2. <i>Referentes</i> .....	4
<b>2. Estado de la cuestión .....</b>	<b>5</b>
2.1. <i>Aproximación al concepto de vídeo musical</i> .....	5
2.1.1 Neil, artista emergente .....	6
2.1.2 El género pop-indie .....	7
<b>3. Metodología. Fases del proyecto .....</b>	<b>8</b>
3.1. <i>Narrativa del videoclip</i> .....	8
3.1.2 Escenas .....	8
3.2. <i>Dirección artística y fotografía</i> .....	10
3.2.1. Diseño de vestuario .....	13
3.4. <i>Material utilizado</i> .....	15
3.5. <i>Plan de rodaje</i> .....	15
3.6. <i>Postproducción</i> .....	16
3.7. <i>Campañas publicitarias y estrategia de difusión</i> .....	17
<b>4. Resultados del proyecto .....</b>	<b>20</b>
<b>5. Conclusiones .....</b>	<b>20</b>
<b>6. Bibliografía .....</b>	<b>22</b>
<b>7. Índice de figuras .....</b>	<b>23</b>
<b>8. Anexos .....</b>	<b>23</b>
8.1. <i>Guion Técnico por escenas</i> .....	23
8.2. <i>Fotografía Fija</i> .....	33

## **Resumen**

En la era actual, el lanzamiento de una canción está intrínsecamente ligado a la producción de un videoclip, siendo esta una herramienta fundamental para la promoción de los artistas. Este Trabajo de Fin de Grado se centra en la creación de una imagen distintiva para el artista emergente Neil a través de la producción de un video musical y una serie de fotografías fijas analógicas, desarrollando un concepto visual que complementa y realza su identidad musical.

Para lograr este objetivo, se llevó a cabo un proceso creativo y técnico que incluyó la conceptualización de la narrativa, la estética visual, la planificación y ejecución de la filmación del videoclip y diversas sesiones fotográficas.

Los resultados obtenidos demuestran la importancia del acompañamiento visual en la promoción de nuevos talentos musicales. Una combinación de video musical y fotografía analógica puede ser especialmente efectiva en la creación de una imagen atractiva para el público objetivo.

**Palabras Clave:** Videoclip; Escena; Artista; Fotografía; Público; Pop-Indie

## **Abstract**

In today's era, the release of a song is intrinsically linked to the production of a music video, serving as a fundamental tool for the promotion of artists. This Bachelor's Thesis focuses on creating a distinctive image for the emerging artist Neil through the production of a music video and a series of analog still photographs, developing a visual concept that complements and enhances his musical identity.

To achieve this objective, a creative and technical process was undertaken, which included the conceptualization of the narrative, visual aesthetics, planning, and execution of the music video filming, as well as various photo sessions.

The results obtained demonstrate the importance of visual accompaniment in the promotion of new musical talents. A combination of music video and analog photography can be especially effective in creating an appealing image for the target audience.

**Keywords:** Music video; Scene; Artist; Photography; Public; Indie Pop

## 1.Introducción. Objetivo del proyecto y referencias

El videoclip musical es un producto audiovisual que combina diferentes lenguajes (música, imagen y texto) en un solo formato. Es una herramienta empleada por la industria discográfica y por los propios artistas para publicitar sus productos musicales en el mercado, siendo algunos de ellos próximos al videoarte y a las vanguardias artísticas, tanto en concepto como en sus formas de realización. (Sedeño en Sánchez, J.A. y García, F., 2009: p).

El presente proyecto se centra en la realización de un vídeo musical destinado al artista emergente *Neil*. Este trabajo aborda la creatividad artística, la tecnología audiovisual y la promoción de nuevos talentos en el panorama musical actual. La intención del proyecto es, por lo tanto, generar una nueva identidad visual al artista a través de la dirección creativa del videoclip permitiendo experimentar y desarrollar experiencia en el medio audiovisual profesional.

### 1.1. Objetivos

Los objetivos de este proyecto consisten en:

- Demostrar la capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera en un proyecto práctico concreto: la producción de un videoclip musical. Integrar competencias técnicas, creativas y analíticas para realizar un producto audiovisual de calidad profesional.
- Diseñar conceptos visuales y narrativos que reflejen una identidad artística propia.
- Aumentar la fidelidad de los seguidores del artista y una puerta abierta a un nuevo público. Conseguir más audiencia y dar visibilidad al artista dentro del género pop-indie.
- Promover la capacidad de evaluación crítica y el aprendizaje continuo, fundamentales para el crecimiento profesional en el ámbito audiovisual.

### 1.2. Referentes

Respecto a las referencias que han inspirado este proyecto, podemos destacar artistas musicales como Xavibo, Natalia Lacunza, Amaia, Alizz, Marc Seguí y Sen Senra. Todos ellos comparten una identidad similar a la que se le ha querido

otorgar a Neil a través del vídeo musical. Videoclips como *Verdadero* (Natalia Lacunza, 2023), *No me sueltes más* (Sen Senra, 2019) o *El encuentro* (Amaia y Alizz, 2023) han sido inspiración directa para la narrativa, dirección fotográfica, estética visual y colorimetría del presente proyecto.

Debemos mencionar también a las productoras audiovisuales *Take a Nap*, *Cosmic Tree* y *Phoskifilms*. Esta última, a manos de Óscar Fernández y Pau Mateu, ha servido de gran motivación. “Lo que hacemos se llamaba dirección creativa, que es diseñar toda la estética de un artista como por ejemplo Marc Seguí; su ropa, sus portadas, etcétera. Básicamente es toda su imagen” (Malagamba, A., 2022).

A lo largo de este documento, se explorarán las diversas etapas del proceso de creación del vídeo musical, desde la concepción de la idea hasta la realización final.

## **2. Estado de la cuestión**

### **2.1. Aproximación al concepto de vídeo musical**

Es bien sabido que el videoclip, también conocido como video musical, es una producción audiovisual que acompaña a una canción o pieza musical. Generalmente, los videoclips combinan imágenes en movimiento y la interpretación de la canción, ya sea mediante la actuación del artista, una narrativa visual, o una combinación de ambas.

Como su nombre indica, este surge gracias al desarrollo del medio videográfico y televisivo. Con la revolución digital, el videoclip traspasó las fronteras de su ámbito tradicional de emisión (la televisión), para saltar a otros contextos de consumo audiovisual como internet (Viñuela, E., 2009: 16). Sin embargo, hoy en día las influencias de estilo en el formato del videoclip están próximas al cine la publicidad y el videoarte.

*Los videos musicales representan un desarrollo electrónico del arte del cine y del video y los convierten en el centro de un nueva estética collage electrónico (imágenes movidas de objetos movidos en varias capas espaciales), división, simultaneidad, fragmentación de la narración (niveles) de planos y significados, espacio inmaterial no cartesiano, tiempo no lineal, color televisivo, manipulación digital de todos los colores y formas, absoluta artificiosidad de la*

*composición de la imagen, simulación de escenas, transformaciones geométricas libres, nuevos efectos gráficos, etcétera. (Weibel, P., 1987: 42).*

Los videos musicales constituyen micronarraciones cinematográficas en las que los planos han recuperado la autonomía y la libertad que tenían en el momento más creativo del cine mudo, en periodo de 1924-1928. (Gubern, R., 1987).

Señedo señala que las características generales del videoclip como formato, tiene tres rasgos principales que lo definen (Sedeño, A., 2003: 109):

- Fines publicitarios: El vídeo musical es un producto creado por las industrias culturales con unos fines concretos. El objetivo de un videoclip es motivar el comportamiento de compra de un álbum, *single* o canción en el público al que se dirige.
- Se trata de un texto que combina tres niveles de lenguaje: música, imagen y lenguaje verbal.
- La especial relación que se establece entre música e imagen, diferente a la que se establece en otros discursos audiovisuales, le dota de una especificidad frente a dichos formatos.

Ana María Sedeño (2002: 48-49), tras el visionado y análisis de una muestra de 150 videoclips de 1997, catalogó los tipos de videoclip existentes:

- *Los anarrativos*: No albergan en su representación ninguna narración.
- *Los narrativos*: El cantante es el protagonista de la historia a través del canto o del baile. Se utilizan características propias de un film: elipsis, flujo continuo, *raccord*, transiciones, etc.
- *Los descriptivos-narrativos*: Es una mezcla de los dos tipos anteriores. Existe una combinación de una historia con escenas en las que el grupo o cantante está en un escenario.

### 2.1.1 Neil, artista emergente

Neil es un artista musical que está intentando forjar su camino dentro del territorio pop-indie. Se define a él mismo como un narrador musical, utilizando sus composiciones para transmitir de manera poética las complejidades de sus experiencias personales, sobre todo inspiradas en sus relaciones amorosas.

Su primera canción fue *Con mis compas* en 2020; seguido de un EP al año siguiente en colaboración con el artista JSG publicó *Asiq dime bb* y *Don't Smile*. El mismo 2021 lanzó *La última foto*. En 2022 lanzó dos temas, *Nena* y *Acuérdate de mí*. Recientemente, en 2023 publicó *Amanecer* y, por último, en 2024, el presente proyecto: *Tan Mal*.

En cuanto a sus influencias musicales, Neil elige un camino menos convencional al optar por referentes poco conocidos en lugar de los *mainstream*. Entre ellos, destacan figuras como Daniel Sabater y Trashi, así como incursiones en otros géneros, como el artista musical Rojuu.

### 2.1.2 El género pop-indie

La música "pop" es un fenómeno que define, la "popularidad" de la música en la sociedad. Sus canciones suelen tener una melodía pegadiza y letras que se centran en la temática del amor. La duración suele ser cercana a los 3 o 4 minutos y se basan en un compás 4/4.

El término "indie", en cambio, se acuña a muchos ámbitos como el cine, la moda, la literatura o el arte, en este caso nos centraremos en el panorama musical. En 1992, Julio Ruiz, periodista y locutor de Radio Nacional de España 3, marcó un hito al emplear el término "indie" en su programa Discogrande. Este neologismo, derivado de "independiente", surgió para describir a un conjunto de bandas y artistas españoles sin contrato discográfico que participaban en un concurso de maquetas.

David Hesmondhalgh, en su análisis retrospectivo, destaca que el movimiento indie tuvo sus raíces en el Reino Unido y se introdujo inicialmente bajo la categoría de "rock alternativo" en los Estados Unidos (Hesmondhalgh, D., 1999: 35). La expansión internacional de este término contó con un importante respaldo en España gracias al impacto de la prensa musical especializada, siendo *Rockdelux* y emisoras como *Radio 3 RNE* ejemplos paradigmáticos. Además, festivales como el *FIB* jugaron un papel crucial en consolidar la presencia del movimiento indie en la escena musical española.

En resumen, el término "indie" ya había trazado una significativa trayectoria a nivel global antes de integrarse plenamente en el panorama musical español. Así

pues, se define el género “pop-indie” como la fusión de ambos estilos musicales, fruto de la adaptación de cambios culturales y tecnológicos.

### **3. Metodología. Fases del proyecto**

#### **3.1. Narrativa del videoclip**

La narrativa del videoclip se enmarca en una pequeña historia en la que Neil despierta en su hogar con una quietud aparente, pero su mente se ve sumergida en la melancolía al recordar los momentos de su relación amorosa. En medio de esta introspección, su tranquilidad se ve abruptamente interrumpida por un inusual visitante: dos sospechosos individuos que se identifican como la policía del amor.

En medio del pánico Neil decide escapar, buscando refugio en lugares que le ofrecen una sensación de libertad. Corre hacia un extenso prado verde y luego se dirige a la playa. En estos espacios abiertos, se entrega a la liberación de sus emociones a través de gritos y carreras, consciente de que este episodio alcanzará su conclusión inevitable.

Su intento de evasión llega a su fin cuando es finalmente capturado por la policía del amor. De repente, se encuentra encerrado en lo que podría describirse como la cárcel de los recuerdos. Aquí, se ve obligado a enfrentar todas las imágenes de su relación, obligado a sentir, revivir y sumergirse constantemente en la melancolía. Este entorno se convierte en su nueva realidad, donde la nostalgia y los recuerdos dolorosos se entrelazan para formar una prisión emocional de la que no puede escapar.

#### **3.1.2 Escenas**

En esta fase del proyecto, se analizarán detalladamente las escenas del videoclip. Es fundamental señalar que estas secuencias no se alinean cronológicamente con la narrativa previamente expuesta.

La primera de estas escenas se desenvuelve en la playa, sirviendo como el clímax emocional de la canción. Aquí, el protagonista rompe con el estribillo, marcando un punto álgido en la trama. La amplitud del océano actúa como un espejo de la impotencia del personaje frente a sus abrumadores sentimientos, desencadenando una urgencia palpable de liberación. Este momento de catarsis



es esencial para comprender la psicología del protagonista y la interconexión entre su estado emocional y el entorno simbólico.

La segunda escena, situada en el coche, representa un punto temporal específico en el cual el protagonista emprende una frenética huida del cuerpo de seguridad identificado como la policía del amor. Esta secuencia subraya la lucha activa del personaje por evadir las consecuencias inminentes de sus propias emociones, ofreciendo una perspectiva dinámica y visualmente impactante. A su lado, en el asiento del copiloto, lleva un ramillete de flores que aparece continuamente a lo largo de la narrativa, representando la figura de su pareja.

La tercera escena nos sumerge en la cárcel de recuerdos, un espacio opresivo donde el protagonista se ve obligado a enfrentar de manera ineludible aquello que ha evitado durante gran parte del videoclip. Este segmento refuerza la tensión emocional al someter al personaje a la constante revisión y vivencia de momentos pasados, profundizando en su conflicto interno.

La cuarta escena (plató de amapolas), se materializa como un acto de simbolismo y aceptación. En esta instancia, el artista se presenta cantando la canción a sí mismo, asumiendo con sinceridad su destino y reconociendo la inevitabilidad de las emociones y recuerdos que lo acosan. Este momento es crucial para la evolución del protagonista y añade capas significativas a la trama general.

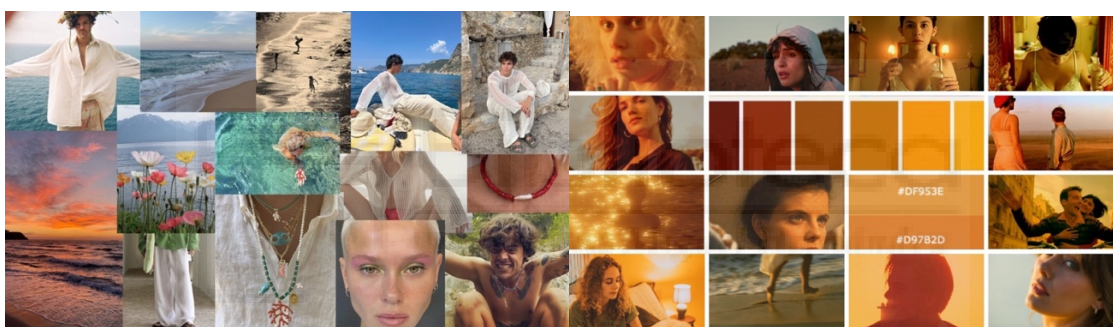
La quinta escena nos transporta al hogar, punto de origen de la narrativa. Es el refugio del artista; este espacio de confianza se ve invadido por la llegada de la policía del amor, desencadenando el inicio del enfrentamiento.

La sexta escena nos sitúa en un prado verde, donde el protagonista experimenta una efímera sensación de libertad. Aquí, entre la naturaleza, el acto simbólico de liberar las flores que representan a su pareja simboliza la emancipación emocional, proporcionando una visión de la búsqueda de identidad del personaje.

Para acabar, la séptima escena consiste en fragmentos de recuerdos de la relación, plasmados en una cámara digital de los 2000s. Estas imágenes no solo evocan el pasado, sino que también introducen una capa adicional de nostalgia, actuando como un puente que conecta las raíces del pasado con la evolución actual de la relación. Se intercalarán en todo momento en el videoclip.

### 3.2. Dirección artística y fotografía

La estética de la escena uno destaca la intención de contrastar la intensidad emocional del protagonista con el apacible entorno de la playa. Este momento específico de la composición musical representa el estribillo, marcado por la explosión emocional del personaje principal, manifestada a través de gritos y una carrera desenfrenada. La elección del escenario en la playa contribuye a la dicotomía narrativa, ya que este lugar evoca calma y serenidad. Para reforzar este contraste, se opta por situar la escena en un momento del día en el que el sol está a punto de aparecer y emitirá un color cálido. Además, se cuida la elección de la vestimenta, que incorpora elementos veraniegos con transparencias. El maquillaje se destaca por colores vivos, y las joyas presentan perlas de colores.



*Figura 1: Escena 1. Paleta artística y colorimetría. Fuente: Elaboración propia*

En consonancia con lo expuesto previamente, la escena dos representa el momento en que el protagonista emprende su huida en coche. Con el objetivo de cohesionar estéticamente esta secuencia con la subsecuente situada en un prado, se ha seleccionado una paleta de colores en la que predomina el verde del fondo. Esta elección cromática se sustenta en la temporalidad compartida entre ambas escenas. En ambas secuencias, se explora la temática de la primavera, haciendo hincapié en elementos visuales como vestuario corto, la presencia de flores y la iluminación natural del entorno.

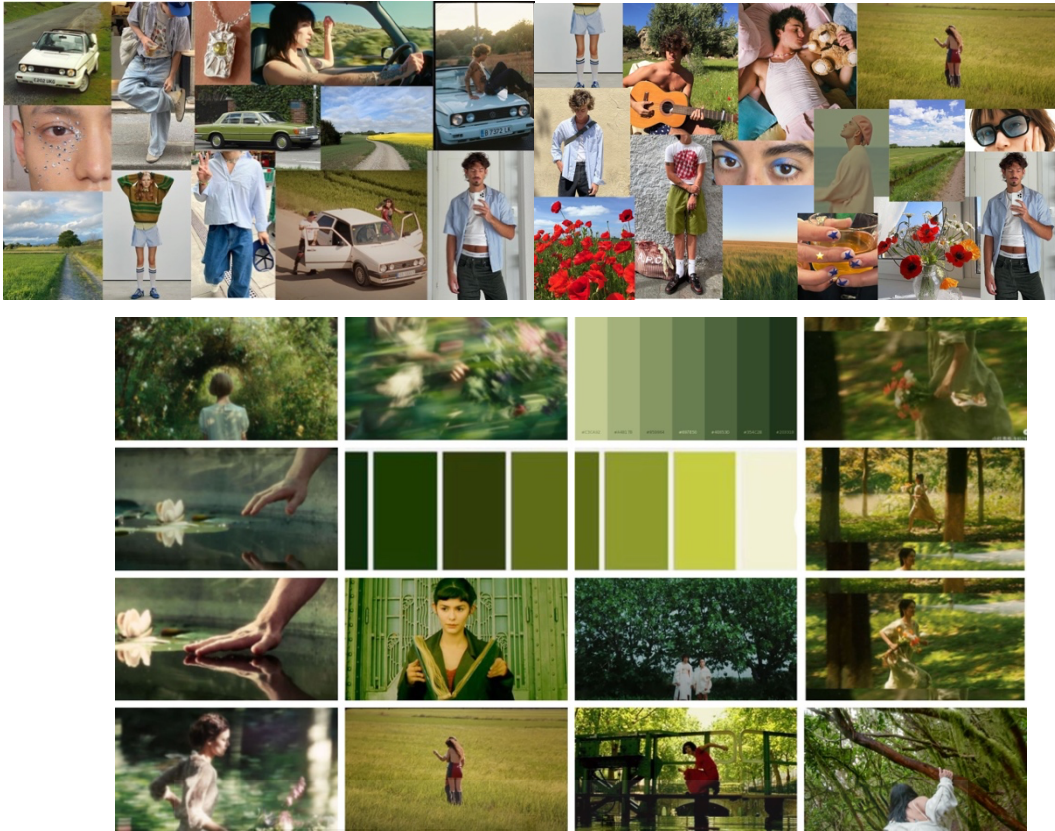


Figura 2: Escenas 2 y 6. Paletas artísticas y colorimetría. Fuente: Elaboración propia

Dentro de la estética de la *tercera escena*, se busca transmitir un aura clásica y misteriosa propia de una cárcel. Este efecto se logra mediante la selección de un vestuario de índole formal y la utilización de una clave baja en la iluminación. La elección de esta estética específica tiene como objetivo enfatizar el componente narrativo que sugiere la situación de encierro del protagonista. La disposición de pocos objetos en la escena y la iluminación sombría se alinean de manera coherente con la trama que plantea la narración. Destacará el color rojo, pionero durante todo el videoclip por el color de las amapolas y en este caso, con doble intención, la de alertar el peligro.



Figura 3: Escena 3. Paleta artística y colorimetría. Fuente: Elaboración propia

La *cuarta escena* se configura estéticamente con el propósito de comunicar una sensación de serenidad, ternura y amabilidad. Este efecto se persigue otorgando un énfasis significativo al protagonista, relegando el fondo a un segundo plano. La consecución de esta estética se logra mediante la adopción de un vestuario más extravagante y colorido en comparación con las escenas precedentes. La elección de planos estáticos se integra como una técnica visual deliberada, con el objetivo de dirigir la atención de la audiencia hacia el personaje central. Esta técnica, combinada con el vestuario llamativo, busca enfocar la narrativa de la escena en la expresión y la presencia del personaje, transmitiendo así las emociones especificadas.

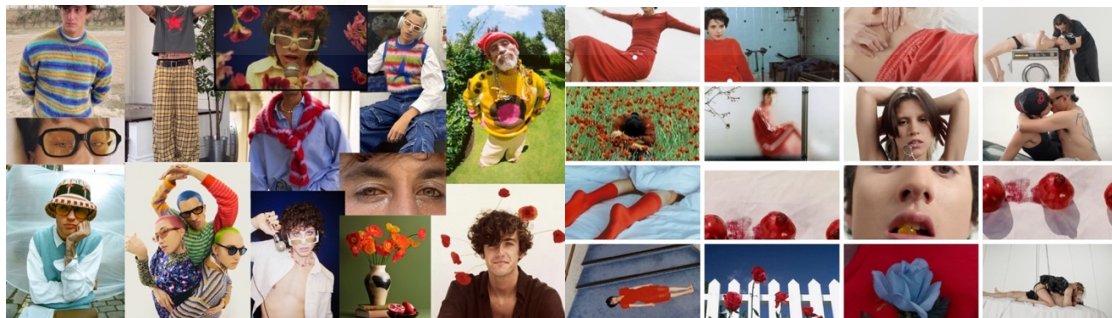


Figura 4: Escena 4. Paleta artística y colorimetría. Fuente: Elaboración propia

La *quinta escena* se erige como el punto de partida desde el punto de vista narrativo, presentando al personaje en un estudio minimalista y luminoso, donde la predominancia de colores blancos configura la paleta visual. Este entorno está poblado de objetos simbólicos, tales como flores, espejos, cuadros, velas y revistas que enriquecen la narrativa. Estos elementos acompañan el momento inaugural del personaje, revelando gradualmente su identidad. La simplicidad del

espacio, resaltada por la vestimenta del protagonista y la colorimetría contribuye a la coherencia estética y a la transmisión efectiva de la narrativa.

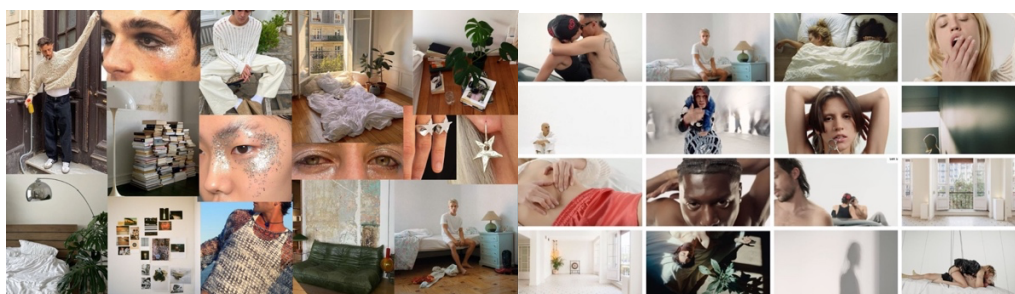


Figura 5: Escena 5. Paleta artística y colorimetría. Fuente: Elaboración propia

La segunda parte de la *escena cinco* marca la llegada de la policía del amor. En esta instancia se busca encapsular la teatralidad, la comicidad y el componente humorístico que ambos personajes introducen en la trama. La esencia de esta escena se encuentra impregnada de un tono irónico marcado por el contraste entre la seriedad de los gestos propios de un cuerpo de seguridad, y la extravagancia visual manifestada a través de pegatinas, colores llamativos y maquillaje distintivo.

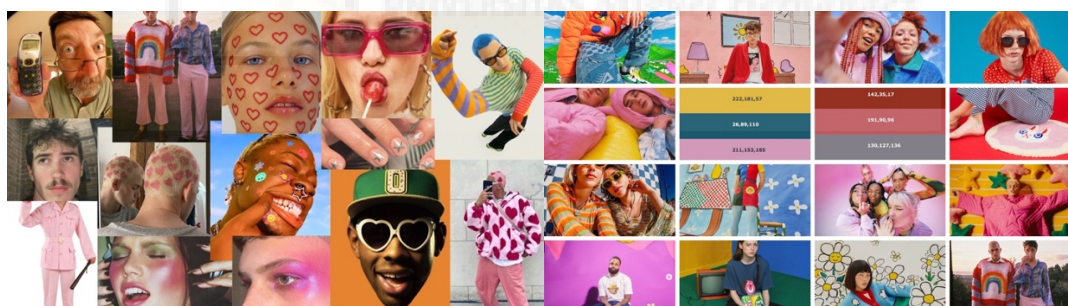


Figura 6: Escena 5.1. Paleta artística y colorimetría. Fuente: Elaboración propia

### 3.2.1. Diseño de vestuario

El diseño de vestuario es un componente esencial en la creación de un videoclip, ya que contribuye significativamente a la construcción de la identidad visual y estética del proyecto. Para cada escena del videoclip, se ha seleccionado cuidadosamente la ropa, asegurando que cada prenda y accesorio refleje la estética buscada y potencie el mensaje narrativo y visual de la producción.

La mayoría de las prendas utilizadas en el videoclip han sido adquiridas de las colecciones de Zara Hombre y Mujer. Esta elección se debe a la versatilidad y estilo contemporáneo que ofrece la marca, permitiendo crear estilos que se alinean perfectamente con la visión artística del videoclip.

Destacando entre los elementos de vestuario, el artista lleva un collar durante todas las escenas que se ha convertido en una pieza clave de su imagen. Este collar ha sido diseñado y confeccionado especialmente para el proyecto en colaboración con la tienda Margharetastudio. Esta colaboración ha permitido crear un accesorio único que no solo complementa el vestuario, sino que también añade un toque de exclusividad y autenticidad al proyecto.



Figura 7: Diseño de vestuario por escenas. Fuente: Elaboración propia

### 3.4. Material utilizado

Para este proyecto hemos utilizado una cámara Sony Alpha 6300 con grabación a 24fps y resolución 4k. No obstante, se ha utilizado también la cámara digital compacta Canon 100Ixtus y la cámara Gopro para las escenas acuáticas. Respecto las lentes, se ha utilizado la variedad de cuatro objetivos: 8mm, 50mm, 27-70mm, y por último un 70-210mm.

En cuanto a los complementos, se han utilizado difusores de fotografía; filtros ND; jaula NEEWER; monitor FEELWORLD FW568 V2 DSLR de 5.5 Pulgadas y estabilizador RONIN SC.

La iluminación se ha conseguido a través de paneles Ledgeo LG-600MCS; foco NEEWER 660 RGB, Cosmobeam Cosmoligth 1000W y Tre-d Fresnel Fluo Spot 800.

### 3.5. Plan de rodaje

El plan de rodaje es una parte crucial en la producción de un videoclip, establece la organización y logística necesarias para llevar a cabo la filmación. Se detallarán las fechas, localizaciones y horario de los rodajes, asegurando una coordinación óptima entre el equipo y los artistas involucrados. Este esquema permite minimizar imprevistos y garantizar que todos los factores los elementos visuales y narrativos se capturen según lo planeado.

## ABRIL / MAYO

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
1 ABRIL	2 ABRIL	3 ABRIL	4 ABRIL	5 ABRIL	6 ABRIL	7 ABRIL
8 ABRIL	9 ABRIL	<b>10 ABRIL</b> RODAJE 14:00h LOFT ALICANTE ESCENA 5	<b>11 ABRIL</b> RODAJE 9:00h-12:00h LOFT ALICANTE ESCENA 5	12 ABRIL	13 ABRIL	14 ABRIL
<b>15 ABRIL</b> RODAJE 9:00h ESCENA 3 CAMPO DE MATOLA	<b>16 ABRIL</b> RODAJE por la mañana 9:00h ESCENA 3 CAMPO DE MATOLA	17 ABRIL	18 ABRIL	19 ABRIL	20 ABRIL	21 ABRIL

22 ABRIL	23 ABRIL	24 ABRIL	25 ABRIL RODAJE 10:00h  PLAYA ESCENA 1 (hasta 19:30 tenis)	26 ABRIL RODAJE 9:00h-13:00h  PLATÓ UMH ESCENA 4	27 ABRIL	28 ABRIL
29 ABRIL RODAJE 10:00h ESCENA 1 PLAYA  sunset hour lo "importante"	30 ABRIL	1 MAYO	2 MAYO RODAJE PLAYA ESCENA 1  sunset hour lo "importante" (hasta 19:30 tenis)	3 MAYO RODAJE 9:00 - 13:00h  PLATÓ UMH ESCENA 4	4 MAYO	5 MAYO RODAJE 9:00h - indefinido  ESCENA 2 COCHE
6 MAYO RODAJE 9:00h - indefinido ESCENA 2 y 6	7 MAYO RODAJE ESCENA 2 Y 6 hasta 15:30	8 MAYO	9 MAYO RODAJE cosas pendientes (hasta 19:30 tenis)	10 MAYO	11 MAYO RODAJE cosas pendientes hasta 19:30	12 MAYO
13 MAYO RODAJE cosas pendientes	14 MAYO	15 MAYO	16 MAYO	17 MAYO	18 MAYO	19 MAYO

Figura 8: Plan de rodaje "Tan Mal". Fuente: Elaboración propia

### 3.6. Postproducción

La postproducción ha tomado tres meses en completarse y se ha dividido en cinco fases:

- *Visionado de los brutos:* Consiste en revisar todo el material grabado durante la filmación para identificar las tomas útiles y descartar las que no cumplan con los estándares de calidad necesarios.
- *Selección de los vídeos:* En esta etapa, se eligen las tomas que mejor se alinean con la visión y el guion del proyecto.
- *Montaje de la línea de tiempo:* Aquí, los clips seleccionados se organizan en una secuencia coherente y lógica. Se ajusta la duración de cada clip y se colocan en el orden correcto para construir la narrativa del video. Durante este proceso, se trabaja en la sincronización de audio y video.
- *Transiciones, gráficos, sonidos y efectos visuales:* Las transiciones, sonidos y los efectos ayudan a suavizar los cambios entre clips, mejorando la fluidez del video. Los gráficos incluyen los créditos iniciales y finales del vídeo.
- *Colorimetría y etalonaje:* La colorimetría implica ajustar los colores de cada clip para lograr una apariencia consistente y atractiva. Esto incluye



corrección de color para solucionar problemas como desequilibrios en el balance de blancos o exposición. El etalonaje, por otro lado, es el proceso de crear un estilo visual específico, aplicando gradaciones de color que refuercen la atmósfera y el tono del video.

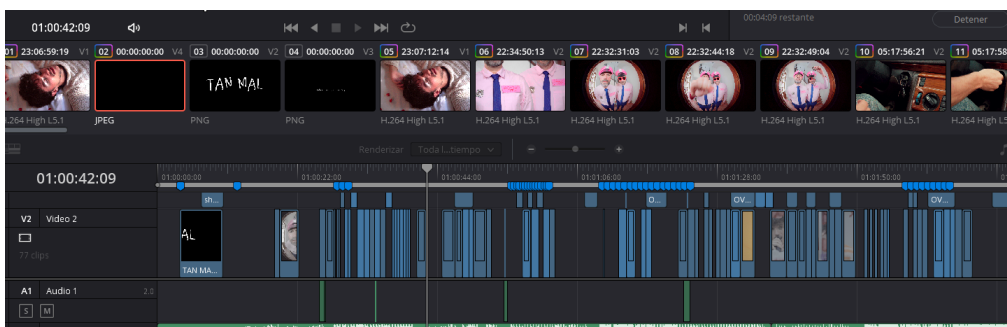


Figura 9: Línea de tiempo de Davinci Resolve. Fuente: Elaboración propia

### 3.7. Campañas publicitarias y estrategia de difusión

Se han realizado cuatro propuestas de campañas publicitarias con tal de mantener al público atento al lanzamiento. La cantidad se debe a las semanas del mes de difusión del proyecto musical. Cada una ofrece un vistazo diferente al proceso de creación.

Todas ellas han sido grabadas con el móvil y la cámara digital compacta. El uso de teléfonos móviles simplifica el proceso de grabación y edición, permitiendo una rápida producción de contenido. Esto es crucial para mantener el impulso de la campaña y asegurar que la audiencia reciba información actualizada de manera constante. Además, muestra el lado más real al proceso creativo, logrando conectar con el público fácilmente.

#### 1. Campaña del Fragmento de la Canción:

- Objetivo: Presentar un adelanto emocionante de la canción mediante un vídeo interpretado por Neil.
- Estrategia: Grabar un segmento específico de la canción en un entorno que se ajuste al tono y la atmósfera de ese fragmento.

- Mensaje: Generar anticipación y emoción al mostrar una pequeña parte de la canción, acompañada de un texto en el post que adelanta el lanzamiento próximo.

## 2. Campaña del Reportaje Fotográfico:

- Objetivo: Describir visualmente el estilo estético de la canción a través de un reportaje fotográfico en distintas localizaciones.

- Estrategia: Capturar imágenes que reflejen la esencia y la estética del videoclip en diferentes escenarios.

- Mensaje: Ofrecer una experiencia visual que complemente la música, permitiendo a la audiencia conectar con la atmósfera y el mensaje visual del videoclip.

## 3. Campaña del Anuncio del Póster:

- Objetivo: Anunciar la fecha de lanzamiento del videoclip de manera llamativa y atractiva.

- Estrategia: Crear un video rápido de TikTok con detalles del póster y su revelación en publicidad exterior.

- Mensaje: Generar expectación al revelar la fecha de lanzamiento y utilizar la publicidad exterior y TikTok para llegar a una audiencia más amplia de manera creativa.

## 4. Campaña del Videoarte Escrito por Neil:

- Objetivo: Presentar una pieza de videoarte escrita por Neil, ofreciendo una perspectiva única y personal.

- Estrategia: Filmar y editar un videoarte que complemente la canción y transmita la visión artística de Neil.

- Mensaje: Proporcionar una experiencia más profunda y reflexiva, mostrando la conexión emocional detrás de la canción ([@xavibochino](#)).

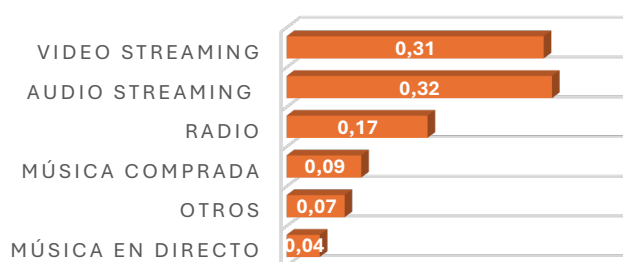
El vídeo musical de Tan Mal se ha diseñado para que se difunda principalmente mediante las plataformas digitales. Las redes sociales son la fuente principal de la viralidad, ya que posibilitan la difusión veloz de un mensaje hacia la audiencia. Los autores Kaplan y Haenlein definen el término “Marketing Viral” como el “boca

a boca” digital y plantean que, para que este se cumpla, se han de cumplir tres criterios: las personas adecuadas deben obtener el mensaje correcto en las circunstancias idóneas; contar con un mensaje suficientemente interesante para ser transmitido; por último, elegir el lugar y el momento adecuado para poner en marcha la acción. (Kaplan, A. M. y Haenlein, M., 2011).

Para que esto ocurra, se ha estudiado qué planificación de medios es la adecuada para que el mensaje y el proyecto se difunda de forma idónea. La estrategia de difusión consistirá en, primeramente, lanzar las cuatro campañas distribuidas escalonadamente a lo largo del mes previo al lanzamiento del videoclip. Cada semana se difundirá una campaña de forma que la última semana del mes se lance finalmente el proyecto. Todas ellas se publicarán en plataformas clave como *Tiktok* e *Instagram* y también en medios no convencionales como publicidad exterior.

El objetivo de estas campañas es generar promoción del videoclip a través de la anticipación y el entusiasmo del público objetivo. La elección de plataformas de redes sociales populares permitirá una amplia difusión, mientras que la publicidad exterior complementará la estrategia, asegurando una presencia impactante en espacios públicos. Esta fase inicial busca establecer una conexión emocional con la audiencia, fomentando la participación y la expectación en torno al próximo videoclip.

## USO HORARIO DE MÉTODOS DE INTERACCIÓN MUSICAL



*Figura 10: Desglose de las horas que las personas dedican a interactuar con la música según los métodos (Informe Global de Música, 2023). Fuente:*

*Elaboración propia*

Según el estudio de la IFPI, el video y audio *streaming* son los métodos más escuchados por la audiencia a nivel internacional. *YouTube*, por un lado, en sus poco más de diez años de historia, ha conseguido transformar por completo el mundo de la música y posicionarse como un almacenamiento digital musical (Márquez, I., 2017). *Spotify*, por otro, es un servicio de transmisión originario de Suecia e hizo su entrada en el mercado de Estados Unidos en 2011, evolucionando gradualmente hacia una destacada plataforma musical. (Von Wiegandt, D., 2013: 182).

Por lo tanto, posteriormente a las campañas, el día 31 de julio, se publicará la canción en *Spotify* (audio streaming) y el vídeo musical en *YouTube* (video streaming), ambos el mismo día.

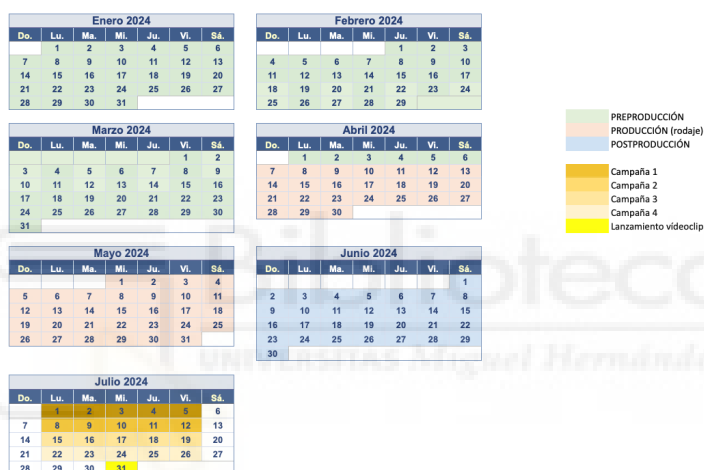


Figura 11: Calendario de preproducción del proyecto por meses. Fuente: Elaboración propia

#### 4. Resultados del proyecto

A continuación, se presenta [el enlace al videoclip](#), que constituye el eje central de este trabajo de fin de grado. Este proyecto no solo representa la culminación de un proceso académico, sino también una obra que refleja el crecimiento personal y profesional.

Link Videoclip “Tan Mal”: <https://www.youtube.com/watch?v=XC2P23kyFkg>

#### 5. Conclusiones

El proceso de preproducción de un videoclip es fundamental y requiere una atención meticulosa. Sin una buena organización, cada etapa del proyecto corre

el riesgo de desmoronarse a medida que se aproxima la fecha de grabación, generando desconfianza tanto en el equipo como en uno mismo. No obstante, afortunadamente gracias al tiempo y el esfuerzo dedicados a esta fase, el proyecto avanzó sin contratiempos.

El proyecto comenzó a planificarse en mayo de 2023, un año antes de su grabación, siendo este margen un factor crucial. Aunque este tiempo podría haber jugado en nuestra contra generando exceso de confianza, logramos mantener un ritmo constante de trabajo reuniéndonos semanalmente para asegurar que todo estuviera listo para la fecha de rodaje. Este enfoque proactivo permitió que el proceso de grabación se desarrollara sin problemas.

Durante el desarrollo entendimos que un video musical requiere la colaboración de muchas más personas de las que éramos, debido a la gran cantidad de detalles a gestionar. Sin la ayuda de mis compañeros y amigos de clase, el videoclip no habría salido adelante con las mismas características.

La financiación fue un desafío significativo. Con más recursos económicos, podríamos haber mejorado aspectos como el material de grabación, el vestuario, las localizaciones y otros elementos clave, lo que habría elevado aún más la calidad del videoclip. Sin embargo, a pesar de estas limitaciones, logramos salir adelante gracias a la contribución económica de todos los involucrados, sin comprometer la estética del proyecto.

La etapa más desafiante fue, sin duda, el montaje de la línea de tiempo; construir la narrativa planteada inicialmente resultó un reto, debido a los inevitables ajustes entre la idea original y el resultado final. Además, también influyó la necesidad de crear una secuencia que resultara atractiva para el espectador en todos los aspectos.

También la etapa del etalonaje supuso una gran dificultad, ya que es una disciplina que conlleva muchos conocimientos técnicos y sin una buena aplicación de ellos la calidad visual del vídeo musical se reduce. Me enfrenté a la compleja tarea de asegurar que todos los clips de cada escena mantuvieran una coherencia visual. Esto implicaba ajustar una multitud de parámetros, como el balance de blancos, la saturación, las curvas de color, el matiz, las luces, las sombras y la nitidez. Además, no solo se trataba de lograr una simetría visual entre los clips, sino también de dotarlos de una personalidad única, evitando que el resultado final fuera simplemente un color estándar y carente de carácter.

Finalmente, me siento profundamente orgullosa de los resultados. Lograr que tu historia y tus personajes cobren vida es una sensación inexplicable. He superado diversos obstáculos, he descubierto nuevas facetas de mí misma y, a pesar de ser el último trabajo de mi carrera, he aprendido valiosas lecciones. Este proyecto no solo representa un logro académico, sino también un crecimiento personal y profesional significativo dentro de la disciplina en la que quiero desarrollarme: la dirección fotográfica.

## 6. Bibliografía

- Arenillas Meléndez, S. (2020). "Indie y masculinidad en la música popular española: el rock alternativo de Los Bichos". *Géneros*, 9(1), 1-24. Recuperado el 16/03/2024 de <https://hipatiapress.com/hpjournals/index.php/generos/article/view/4609/3056>
- Gubern, R. (1987). *La mirada opulenta*. Barcelona, Gustavo Gili.
- Hesmondhalgh, D. (1999). Indie: the institutional politics and aesthetics of a popular music genre. *Cultural Studies*, 13(1), 34–61.
- José Antonio Rueda: *Independientes* [Grabación audiovisual]. (2012). Almería, La Fabriquilla de Producción Audiovisual.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2011). Two hearts in three-quarter time: How to waltz the social media/viral marketing dance. *Business Horizons*, 54(3), 253-263. Recuperado el 02/04/2024 de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007681311000152?via%3Dihub>
- Malagamba, A. (2022, octubre 9). El futuro de la estética musical tiene color isleño con Phoskifilms y Mimo. *Última Hora*. Recuperado el 7/04/2024 de <https://www.ultimahora.es/noticias/cultura/2022/10/09/1806753/futuro-estetica-musical-tiene-color-isleno-phoskifilms-mimo.html>
- Márquez, I. (2017). La 'YouTubificación' de la música. *Telos*, 72-81. Recuperado el 04/04/2024 de <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero106/la-youtubificacion-de-la-musica/>

- Promusicae. (2023). Informe Engaging with Music 2023. Recuperado el 20/03/2024 de <https://www.promusicae.es/descarga-informes/informe-engaging-with-music-2023.pdf-n259/>
- Sedeño, A. N. (2003). Realización audiovisual y creación de sentido en la música: El caso del videoclip musical de Nuevo Flamenco. Tesis Doctoral, Universidad de Málaga. Recuperado el 15/03/2024 de <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/2540/16698496.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Viñuela, E. (2009). El videoclip en España (1980-1995) Gesto audiovisual, discurso y mercado. Madrid, Ediciones del ICCMU.
- Von Wiegandt, D. (2013). Spotify: Incentivizing Album Creation Through "The Facebook" of Music. Recuperado el 11/03/2022 de <https://lawcat.berkeley.edu/record/1125618?v=pdf>
- Weibel, P. (1987). Vídeos musicales. Del vaudeville al videoville. Telos, número 11, 35-44.

## 7. Índice de figuras



Figura 1. <i>Escena 1. Paleta artística y colorimetría</i> .....	12
Figura 2. <i>Escena 2 y 6. Paleta artística y colorimetría</i> .....	13
Figura 3. <i>Escena 3. Paleta artística y colorimetría</i> .....	14
Figura 4. <i>Escena 4. Paleta artística y colorimetría</i> .....	15
Figura 5. <i>Escena 5. Paleta artística y colorimetría</i> .....	16
Figura 6. <i>Escena 5.1. Paleta artística y colorimetría</i> .....	17
Figura 7. <i>Diseño de vestuario por escenas</i> .....	18
Figura 8. <i>Plan de rodaje "Tan Mal"</i> .....	19
Figura 9: <i>Línea de tiempo de Davinci Resolve</i> .....	20
Figura 10. <i>Desglose de las horas que las personas dedican a interactuar con la música según los métodos (Informe Global de Música, 2023)</i> .....	23
Figura 11. <i>Calendario de preproducción del proyecto por meses</i> .....	24

## 8. Anexos

### 8.1. Guion Técnico por escenas

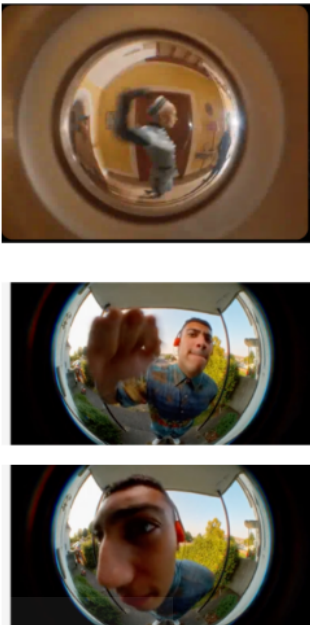


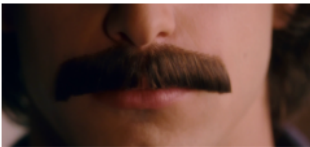
3	El artista está sentado en el suelo/colchón del estudio cantando la canción	PG <b>Lente angular</b> <i>[generative IA]</i>	
4	El artista se mira en el espejo y se toca el cuerpo (la vida nos trató tan tan tan mal...), aquí el espejo estará decorado con amapolas/flores.  En este instante se da cuenta que están tocando la puerta y mira hacia la puerta.	PML <b>50mm</b>	
5	Plano ramillete (se repite en todas las escenas)	PD <b>50mm</b>	

1. ESCENA 5. int./estudio del artista - Inicio de la canción


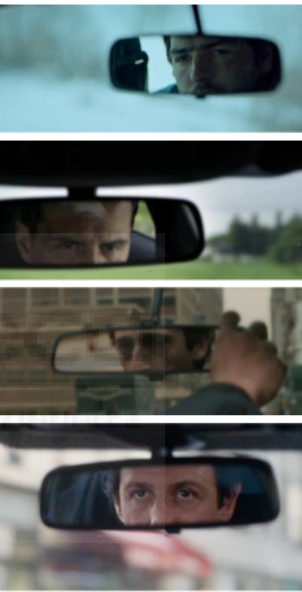

Nº PLANO	ACCIÓN	TIPO DE PLANO + LENTE + EFECTO	TIMING y LETRA	FRAME
1	El artista se despierta en el colchón blanco medio aturdido, abre los ojos lentamente y mira a cámara	Zoom out digital lento desde un PPP hasta PMC <i>[motion blur / efecto sueño]</i> <b>Lente angular</b>	<u>00:00 - 0:25</u>  "La la la la ...la la la la ... *coros*  <i>No sé bien por qué la vida nos trató tan tan tan mal, y aunque yo te lo dije-je-je nunca supimos que iba a pasar...</i>	
2	El artista melancólico pasa la mano sobre la mesa que tiene entre otros objetos "un dibujo de una amapola"	PD de su mano en la mesa <b>50mm</b>		



2. ESCENA 5.1. int/policía del amor |

<p>6</p>	<p>Los policías del amor tocando la puerta enfadados mientras dicen "¡POLICÍA DEL AMOR, ABRAN!". Se acercan a la lente.</p> <p>Se intentará que sea a través de la mirilla, sino utilizaremos un ojo de pez sin la mirilla. Rodar toda la secuencia.</p>	<p><b>Lente ojo de pez</b> [Voyeur/Fisheye]</p>	<p>00:00 - 0:25</p> <p>El mismo momento de la canción que la escena anterior, se va a intercalar un montaje paralelo</p> <p><i>"La la la la ...la la la la ...</i></p> <p><i>*coros*</i></p> <p>...</p> <p><i>No sé bien por qué la vida nos trató tan tan tan mal, y aunque yo te lo dije-je-je nunca supimos que iba a pasar ...</i></p>	
<p>7</p>	<p>Los policías del amor mirando a cámara enfadados. Rodar toda la secuencia.</p>	<p>PM frontal estático y simétrico para dar sensación de teatral</p> <p><b>50mm</b></p>		
<p>8</p>	<p>Los policías del amor de espaldas mientras hacen su acción. Rodar toda la secuencia.</p>	<p>PG de espaldas estático y simétrico para dar sensación de teatral</p> <p><b>50mm</b></p>		
<p>9</p>	<p>Plano detalle de alguna acción/característica de la policía.</p>	<p>PD de algo característico de la policía del amor</p> <p><b>Teleobjetivo o 50mm</b></p>		

3. ESCENA 2. int./coche - Huida

10	El artista mira hacia atrás porque acaba de huir de la policía	PM cámara en mano, perfil <i>[jump cuts]</i> 50mm	Momento previo al rap, cuando rompe después de los coros, el verdadero inicio. Es la huida en coche del artista.  0:25 - 0:40  <i>“No sé bien por qué la vida nos trató tan tan tan mal y aunque yo te lo dije-e-e-e nunca supimos que iba a pasaaaaaar...”</i>	
11	Se quita la purpurina de los ojos	PP a través del espejo <i>[jump cuts]</i> 50mm		
12	Plano inserto del paisaje en movimiento	PG cámara en mano <i>[jump cuts]</i> Lente angular		


				
13	Plano inserto	PD manos anillos <i>[jump cuts]</i> 50mm		
14	Plano inserto	PG cámara en mano del Coche Lente angular		
15	Su acompañante, las flores que representan a ella. Él las mira.	PD amapolas en el coche <i>[jump cuts]</i> 50mm		
16	Saliendo del coche para unir con continuidad la siguiente escena	PML <i>[jump cuts]</i> 50mm		
17	Plano Ramillete	PD 50mm		

4. ESCENA 6. ext./prado verde - falsa libertad

18		PG <b>Lente angular</b>	Momento previo al rap  <u>0:40 - 0:53</u>  <i>“Aunque tu sepas que las cosas no serán para siempre, me cogiste de la mano como agosto a septiembre.</i>  <i>No me importa que no vaya a ir bien porque que vaya bien depende...”</i>	
19	Neil corriendo de perfil igual que el plano de la playa	PG [Cámara lenta y match cut] <b>Lente angular</b>		






5. ESCENA 3. int./cárcel

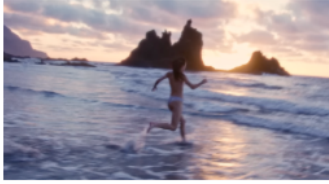



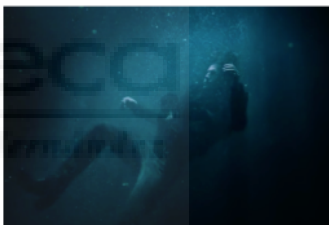

Venimos de un plano de la escena anterior del prado de izq-derecha

20		PG ESTÁTICO <b>Lente angular</b>	Momento "rap"  <u>0:53 - 1:07</u>  <i>“... del camino que elijamos seguir sin el miedo al futuro ni lo que está por venir/ to lo que era colorido ahora se ha vuelto gris</i>	
----	--	-------------------------------------	---	--

21	A modo de cámara de grabación, le están observando por ahí	Lente ojo de pez	<i>Y nunca/ yono me olvide de ti, ni de mi"</i>	
22	Se deshace de las flores, las lanza, las pisa o las quema	PD flores 50mm		
23	TV + recuerdos TV	PD 50mm		
24	Plano ramillete (se repite en todas las escenas)	PD 50mm		



6. ESCENA 1. ext./playa - estribillo

25	Neil corriendo hacia el agua y gritando	Plano secuencia cámara en mano en PG siguiendo al sujeto  <b>Lente angular</b>  <i>[Cámara lenta]</i>	<u>Momento estribillo</u> <b>PEAK</b>  <u>1:07 - 1:22</u>  <i>"[No sé bien por qué la vida nos trató tan tan mal y aunque yo te lo dije-e-e-e nunca supimos que iba a pasar]"</i>	
26		Plano Recurso de la playa en movimiento  <b>Lente angular</b>		
27	Neil corriendo de perfil como en la escena del prado	PG  <i>[Cámara lenta y match cut]</i>  <b>Lente angular</b>		
28	Misma acción que lo anterior  Neil corriendo hacia el agua y gritando	Plano secuencia cámara en mano en PP  <b>50mm</b>  <i>[Cámara lenta]</i>		  



29		Plano Recurso de la playa en movimiento <b>50mm</b>		
30	Plano acuático	Plano fijo cámara en mano en PM <b>50mm</b>		
31	Plano acuático	PD cuello y torso <b>Cámara GoPro</b>		
32	Plano acuático	PD manos <b>Cámara GoPro</b>		
33	Plano acuático	PG artista ahogándose <b>Cámara GoPro</b>		
34	Plano acuático	Recurso agua en movimiento <b>Cámara GoPro</b>		

+ grabar todo con recuerdos como si estuviese reviviendo un momento con ella pero esta vez solo; combinarlo luego en montaje. En las escenas de los recuerdos sale una chica.

7. ESCENA 3 y 3.1 Int/cárcel


35		<p>PG ESTÁTICO</p> <p><b>Lente angular</b></p>	<p>1:22 - 1:35</p> <p><u>El artista canta enfadado</u></p> <p><i>"No se bien quien fue el que te hizo romper cuentos y dejar de creer en la rutina de</i></p>	
36	<p>A modo de cámara de grabación, le están observando por ahí</p>	<p><b>Lente ojo de pez</b></p>	<p><i>querer y dejarse querer ya y no sabes qué hacer, ya no sabes qué hacer. (desde entonces)"</i></p>	

8. ESCENA 4. Int/plató amapolas




37	<p>Decoración del plano con flores</p> <p>El artista se va alejando y acercando a cámara</p>	<p>PG ESTÁTICO</p> <p><b>50mm</b></p>	<p>1:35 - 1:50</p> <p><u>Momento tierno</u></p> <p><i>"Quiero que sepas que todo te va a ir bien conmigo y arreglemos lo juntos lo que ahora está partido, siendo uno en un equipo de dos Amapolas en tu corazón"</i></p>	 
----	--	---------------------------------------	---	--



9. ESCENA recap de todo

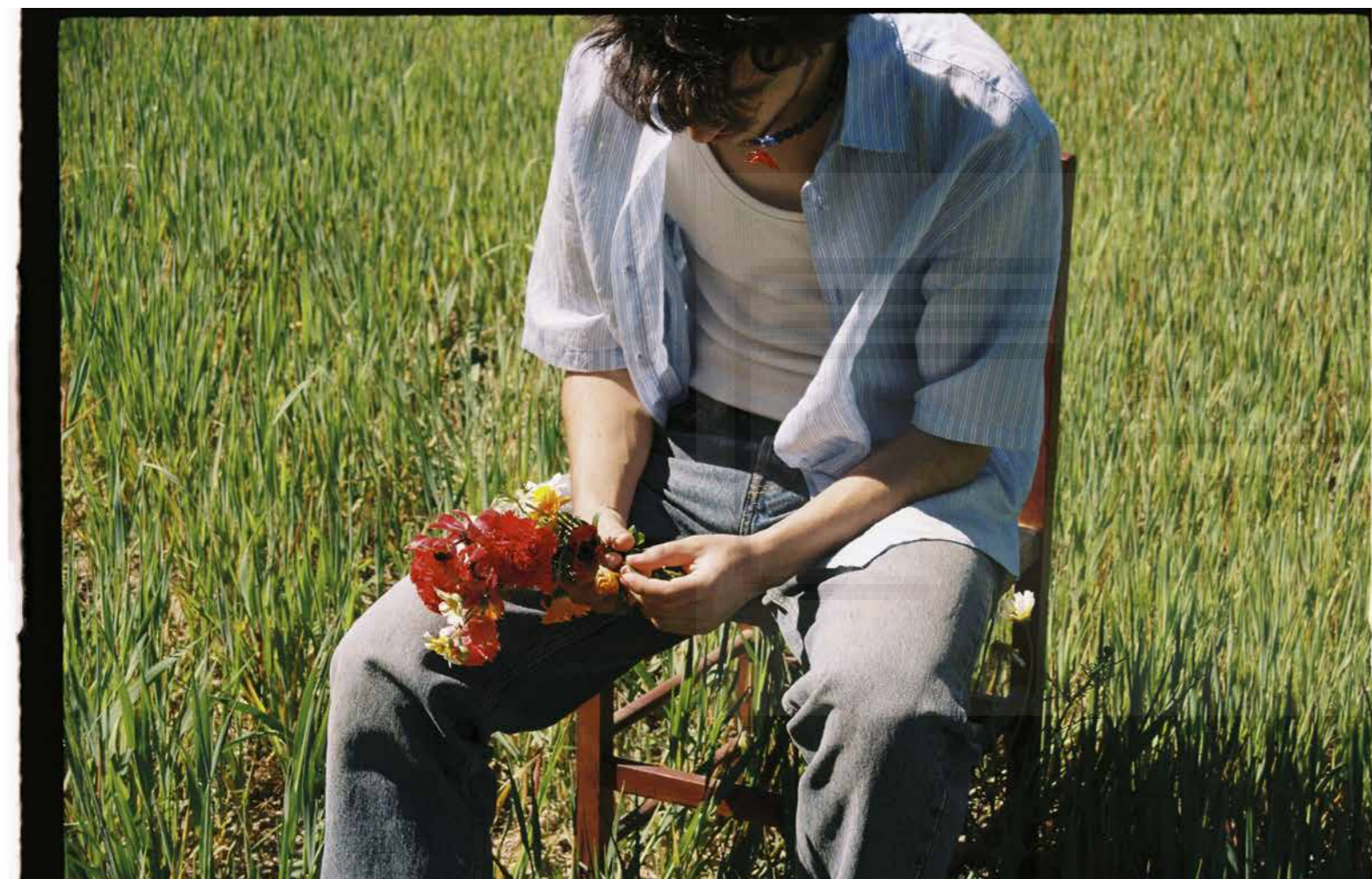
38	<p>Alternar momentos de escenas anteriores en recap; del mar; de la habitación encerrada; de la casa; del plató con amapolas, de los recuerdos...</p> <p>Combinación de las flores/amapolas en la mano de todos los planos</p>		<p><u>1:50 - 2:14</u></p> <p><i>"No sé bien por qué la vida nos trató tan tan tan mal y aunque yo te lo dije-e-e-e nunca supimos qué iba a pasar..."</i></p> <p><i>"No sé bien por qué e-e-e-e la vida nos trató tan tan tan ma-a-a-al..."</i></p>	
----	--	--	--	---

10. ESCENA FINAL

39	<p>Neil abre la puerta de la casa y se entrega.</p> <p>La policía del amor se lleva al artista de forma teatral. Lo cogen de los hombros y lo arrastran dejándose llevar con las piernas arrastrando el suelo. No se resiste, entiende cuál es su destino. Está mirando la cámara</p>	<p>PML frontal travelling hacia atrás</p> <p>50mm</p>	<p><u>2:14 - 2:22</u></p> <p><i>"y aunque tu no lo creas yo ya sé e e e que todo se va a arreglaaaaaar..."</i></p>	
40	<p>Artista mirando a cámara y cantando decaído mientras se lo llevan</p>	<p>PP frontal</p> <p>50mm</p>		
41	<p>Arrastra los talones de los pies mientras la policía se lo lleva</p>	<p>PD pies</p> <p>50mm</p>		

8.2. Fotografía Fija







Biblioteca  
UNIVERSIDAD Miguel Alemán





BIBLIOTECA  
UNIVERSITAS Miguel Hernández





Bib  
UNIVERSITAS





olic  
mas Mig



Biblioteca  
UNIVERSITATIS MIGNONIANA





Diabolote  
Miguel Herr

