



Universidad Miguel Hernández

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche

Grado en Comunicación Audiovisual

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2018/2019



“Estética del videoclip Overdrive. Iluminación y dirección de arte”

Trabajo de carácter práctico o profesional

Realizado por Alba Garrido Sánchez

Tutorizado por Damián Jordà Bou

ESTÉTICA DEL VIDEOCLIP OVERDRIVE

Iluminación y dirección de arte



Alba Garrido Sánchez
Universidad Miguel Hernández

Índice

Resumen	4
Palabras clave	4
1. Introducción	5 – 11
1.1. Objetivos	6
1.2. Investigación previa y referencias	6 – 11
2. Realización del proyecto: fases	12 – 17
2.1. Metodología	12 - 17
2.1.1. Preproducción	12 – 15
2.1.1.1. Preproducción: Diseño de iluminación	13 – 14
2.1.1.2. Preproducción: Dirección de arte (diseño de atrezzo, maquillaje, vestuario y paletas de color)	14 – 15
2.1.2. Rodaje	15 – 17
2.1.3. Postproducción: Montaje y etalonaje	17
3. Resultados del proyecto	19 – 21
4. Conclusiones	22 – 23
5. Bibliografía y filmografía	24 – 25
5.1. Bibliografía	24 – 25
5.2. Filmografía	25
6. Índice de tablas, gráficos y figuras	26
7. Anexos	27 – 31
7.1. Guion literario	27
7.2. Guion técnico	28 – 29
7.3. Necesidades técnicas y artísticas	30 – 31

Resumen

En este trabajo podemos encontrar una investigación breve sobre la estética de los videoclips de EDM (Electronic Dance Music) y un análisis y diseño de todos los aspectos que definen la estética de un videoclip, desde el diseño de la iluminación hasta la elección del vestuario. Además, mostraremos como poner en práctica la estética diseñada y como mantenerla a lo largo de las fases de producción.

Abstract

In this work we can find a brief investigation about music videos aesthetics of EDM (Electronic Dance Music) and an analysis and design of all aspects that define the aesthetics of a video clip, from the lighting design to the choice of wardrobe. In addition, we will show how to implement the aesthetics designed and how to maintain it throughout the production phases.

Resum

En aquest treball podem trobar una investigació breu sobre l'estètica dels videoclips d'EDM (Electronic Dance Music) i un anàlisi i disseny de tots els aspectes que definixen l'estètica d'un videoclip, des del disseny de la il·luminació fins a l'elecció del vestuari. A més, mostrarem com posar en pràctica l'estètica dissenyada i com mantindre-la al llarg de les fases de producció.

Palabras clave

Videoclip; estética; iluminación; dirección arte; color; atrezzo; diseño; postproducción; etalonaje; montaje.

Keywords

Video clip; esthetic; illumination; art direction; colour; props; design; postproduction; grading; montage.

Paraules clau

Videoclip; estètica; il·luminació; direcció d'art; color; attrezzo; disseny; postproducció; etalonatge; muntatge.

1. Introducción

El trabajo que encontramos a continuación es una breve investigación acerca de los elementos que influyen en la estética de un videoclip y la puesta en práctica de todos los elementos teóricos que los alumnos hemos ido adquiriendo a lo largo de los cuatro años de la carrera universitaria. El videoclip, como producto audiovisual, es un tipo de producto que permite una gran experimentación visual y con un lenguaje propio, por lo que el uso de este tipo de video permite a los creadores una amplia gama de posibilidades en cuanto a la narración y a la estética, haciendo de esta un elemento con gran peso en la transmisión del mensaje que los artistas pretenden mostrar.

Para realizar este videoclip hemos necesitado investigar otros productos audiovisuales relacionados con el mensaje a transmitir para crear tanto una historia como una estética que acompañase, y a su vez, ensalzase la canción a la que vamos a hacerle el videoclip (*Overdrive*, de Kripak y Thorne). A continuación, encontraremos los pasos y fases que se han seguido para definir y diseñar la estética en la que se basa el videoclip, además de su puesta en práctica a lo largo del proceso de producción. Es decir, mostraremos todas los pasos a seguir para diseñar y aplicar la estética de un video, desde la preproducción, donde hemos diseñado y escogido una serie de elementos relacionados con la iluminación, el color y el atrezzo acordes con el mensaje; pasando por la producción, donde se ha puesto en práctica ese diseño previo; y, hasta la postproducción, donde hemos corregido ciertos aspectos del color y del encuadre para mantener la estética que previamente se había diseñado en programas específicos para ello.

A pesar de la planificación y de todos los recursos económicos y temporales que se puedan llegar a emplear en la producción de un producto audiovisual, siempre hay ciertos aspectos que se van modificando debido a unos factores u otros. Aun así, hay que saber mantener la esencia de lo que se había planteado en un principio para que el resultado se ajuste a lo que tanto el equipo técnico como los clientes, en este caso los autores de la canción tenían pensado. Por ello, tuvimos que corregir ciertos aspectos para mejorar los resultados y mantener la estética que habíamos planeado.

La realización de este trabajo nos ha permitido conocer los aspectos más relevantes a la hora de establecer una estética adecuada para un proyecto concreto. Nos ha ayudado a investigar sobre programas que nos han ayudado a mejorar los resultados y a aplicar los conocimientos que hemos adquirido en la carrera. Además, tener un cliente real nos ha ayudado a trabajar de forma más metódica y a ceñirnos a unas directrices impuestas por el cliente.

1.1. Objetivos

Como punto de partida para este proyecto teórico-práctico vamos a establecer los siguientes objetivos, cuyo nivel de consecución revisaremos en las conclusiones:

- Investigar los antecedentes de videoclips de música pop/electrónica y la estética empleada.
- Analizar las distintas áreas que influyen en la estética de un videoclip.
- Realizar un videoclip para unos artistas musicales de manera profesional.
- Elaborar y definir una estética visual acorde a lo que se intenta transmitir con el videoclip y con la música.
- Aplicar la estética escogida en la fase de producción del proyecto.
- Aprender a utilizar softwares de etalonaje de forma profesional.

1.2. Investigación previa y referencias

Siempre hemos sentido la necesidad de acompañar a la música con imágenes, aunque estas fueran estáticas. Con la entrada del cine sonoro en los años 20, la relación entre música e imagen se fue estrechando cada vez más, sin embargo, la música siempre ha estado sometida a los intereses de la imagen. No fue hasta que aparecieron directores de cine vanguardistas como Hans Richter, Walter Ruttmann o Oskar Fischinger que rompieron esta tendencia. Este último impulsó lo que él llamaba música visual, donde realizaba una serie de animaciones basadas en figuras geométricas, líneas y puntos que estaban supeditadas al ritmo de la música. En sus películas como *Spirals* (1926) u *Optical poem* (1938) podemos ver un baile hipnotizante de formas y figuras que ilustran la música con el único objetivo de acompañarla. Además, este director fue el que

creó la apertura de la película de *Fantasia* (Walt Disney, 1940) donde la música de J. S. Bach lideraba y llevaba el ritmo de las imágenes que aparecían.

Con el auge de los musicales y con la aparición de la televisión, la industria musical comienza a ser consciente de las posibilidades que pueden ofrecer estos formatos para los artistas. En los años 50 aparecen los famosos films musicales del cantante Elvis Presley en los que cantaba y actuaba y se usaban como una herramienta de marketing del cantante. Además, surgieron programas televisivos dedicados a la música en los que aparecían los cantantes y artistas y promocionaban sus discos, actuaciones, productos, etc. Aquí podemos ver como empieza a surgir uno de los pilares básicos de la naturaleza de los videoclips, que es la promoción de los artistas y de sus canciones para reforzar su imagen como cantantes.

En 1975 este género que se fue formando poco a poco da un gran salto gracias al videoclip *Bohemian Rhapsody*, una canción del grupo británico de rock *Queen*. Este video filmado por Bruce Gower, con el objetivo de promocionar el nuevo disco de estos artistas, supuso un antes y un después en la historia del videoclip ya que fue uno de los primeros que no solo mostraban a la banda tocando, sino que mostraban un significado conceptual además de usarse como herramienta de marketing para el grupo e incrementar las ventas de su álbum. Aunque, sin duda, lo que popularizó a los videoclips fueron los canales temáticos musicales. El 1 de octubre de 1981 se inaugura en la televisión el canal MTV con la retransmisión del videoclip *Video kill the radio star* (*The Buggles*) dirigido por Russell Mulcahy. Este canal donde se transmiten exclusivamente videoclips las 24 horas del día supuso una revolución en la industria musical, televisiva y en la vida de mucha gente.

Como vemos, a lo largo del tiempo este género audiovisual ha ido adquiriendo su propio lenguaje y estética que lo hacen único. El videoclip, definido por la RAE como “cortometraje en el que se registra, generalmente con fines promocionales, una única canción o pieza musical”, es un género en el que existe un alto grado de experimentación y en el que los creadores se dan bastante libertad en cuanto a narrativa, estética, etc., siguiendo siempre la estructura del tema musical. Es decir, que es un género “(...) que nace, inicialmente, con la finalidad de promover un bien de consumo inmaterial como

la música, pero que, a la vez, se proyecta como un ámbito de experimentación y expresividad (...)" (Rocallo y Uribe-Jongbloed, 2016, p. 83).

Debido a este alto grado de experimentación, hay muchas formas distintas de clasificar los videoclips. Sedeño, en la Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal realiza varias clasificaciones de videoclips en función de varios puntos de vista. Uno de los más conocidos es el que se realiza desde el punto de vista de su "mayor o menor interés por el desarrollo de programas narrativos" (Sedeño, 2007, p.9) en el que diferencia tres tipos de videoclips: el descriptivo, en el que aparece el grupo tocando, el narrativo, en el que se desarrolla una historia; o el narrativo-descriptivo, en el que se mezclan los dos anteriores. Dentro de este último podemos ubicar el videoclip que realizaremos para los artistas Kripak y Thorne, ya que ofrece muchas posibilidades de experimentación tanto a nivel narrativo como estético. En los videoclips, la estética juega un papel muy importante a la hora de transmitir los mensajes que se quieren dar tanto con la canción como con las imágenes, ya que una vez acabado el producto y puesto a disposición del público, este formará parte de la imagen del grupo.

A pesar de ser un género audiovisual que ofrece tantas posibilidades, no hay que olvidarse de que la música es la protagonista y que la imagen debe estar subordinada a ella y de que ambas cosas deben estar en armonía. Por ello es muy importante documentarse sobre el género musical en el que podemos situar la canción a la que se le realiza el videoclip, en este caso electropop o pop electrónico, e investigar acerca de sus características visuales en cuanto a color, iluminación, etc.

Este género musical se caracteriza por tener la base del pop con tintes fríos, sintéticos y robóticos. Hay una gran cantidad de artistas que se engloban dentro de este estilo musical como Lady Gaga, Sia o Billie Eilish. Por esta misma razón existen muchos estilos diferentes de videoclips, desde un estilo más oscuro como el de Billie Eilish en su canción *Bury a friend* dirigida por Michel Chaves, publicada en enero de 2019, hasta Ariana Grande con un estilo más dulce como en su videoclip *Thank u, next* dirigido por Hannah Lux Davis y publicada en noviembre de 2018. Como vemos, hay muchos artistas clasificados dentro de este género musical y cada uno de ellos tiene su propio estilo. Es muy complicado englobar en una misma estética los videoclips de un género musical

ya que muchas veces esta depende del mensaje que se quiera transmitir con el producto. Por ello, para encontrar referencias estéticas en cuanto a luz, color, etc. nos centramos en el mensaje que los artistas querían transmitir con esta canción.

La canción *Overdrive* de Kripak y Thorne habla sobre cómo un hombre pierde todo por estar metido en las drogas, un tema muy tratado en diferentes tipos de productos audiovisuales. En los videoclips de música electrónica suele ser común:

La combinación de los loops de la música de baile con los estridentes flashes que, además de luces, lanzan las frenéticas imágenes que los VJ's "pinchan" mediante mezcladores de canales, se combinan con la conocida utilización de sustancias estimulantes (...). (Jordà, 2015, p. 230).

Aun así, este tema se puede abordar desde distintos ángulos en función de que se quiera transmitir. Muchos productos audiovisuales se decantan por mostrar las alucinaciones y la alteración de la percepción que produce el consumo de drogas, y lo suelen hacer mediante el uso de muchos colores debido al estilo psicodélico. Como por ejemplo en la película de Gaspar Noé de 2009 *Enter the void* en la que se narra la historia del fantasma de un narcotraficante.



Figura 1: *Enter the void*. Gaspar Noé. 2009.



Figura 2: *Enter the void*. Gaspar Noé. 2009.

Otros, deciden mostrar la dependencia que generan y lo hacen mediante el uso de imágenes más oscuras y tenebrosas con elementos extraños para indicar esa dependencia o ese mal viaje por el que está pasando el protagonista debido al consumo de drogas. Por ejemplo, la película *Réquiem por un sueño* de Darren Aronofsky del 2000, en la que se narra la historia de una abuela adicta a

las pastillas y un joven adicto a los estupefacientes, podemos ver un tono más oscuro y apagado para resaltar la dependencia que sufren sus protagonistas.



Figura 3: *Réquiem por un sueño*. Darren Aronofsky. 2000.



Figura 4: *Réquiem por un sueño*. Darren Aronofsky. 2000.

Para el videoclip de *Overdrive* decidimos mostrar ambas caras de la moneda mediante el uso de los colores en la iluminación basándonos en la película de *Enter the void* y el uso de un elemento oscuro para mostrar esa dependencia y toxicidad. Para ello decidimos basarnos en el videoclip dirigido por Carlos López Estrada de la canción de *When the party's over* de Billie Eilish publicado en octubre de 2018 en el que podemos ver como la artista bebe un líquido negro que después llora. Para ello, incorporamos esa toxicidad mostrada a través de un líquido negro usando una bañera con el agua negra en la que se

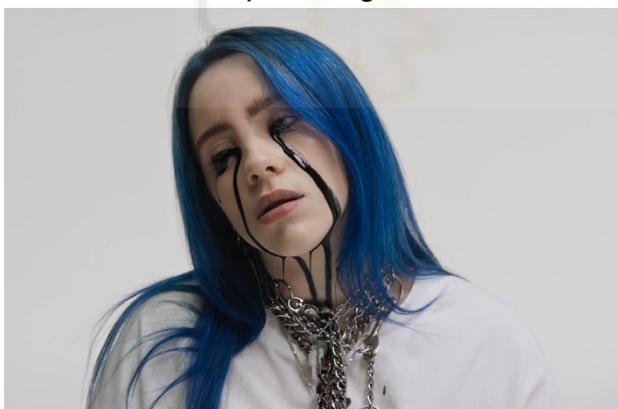


Figura 5: Videoclip *When the party is over*. Billie Eilish. 2018.

iban a introducir los protagonistas, basándonos a su vez en el videoclip dirigido por Matthew Diillion Cohen de la canción *Will he* de Joji publicado en enero de 2018 en el que vemos al cantante metido en una bañera con el líquido rojo simulando sangre.

En muchos de los productos audiovisuales en los que se trata el tema de la droga esta sale explícitamente en la pantalla, sin embargo, para este videoclip no queríamos que fuera tan evidente por lo que decidimos personificar la droga como en la campaña publicitaria de “Drogas, mejor sin ellas” que se desarrolló entre el año 2000 y 2001, en la que vemos a personas vestidas con una camiseta en la que podemos leer la droga que es interactuando con distintos personajes. Aun así, la idea de vestir a la droga con una camiseta en la que se escribiera la

droga que era no nos convencía, por lo que para elegir el vestuario tanto de la droga como de los protagonistas nos basamos en *Alicia en el país de las maravillas* (Lewis Carrol, 1865) ya que es una historia con muchos elementos fantásticos asociados a la cultura de la droga. Además, el personaje del conejo blanco es un símbolo que se relaciona con seguir algo ciegamente cuya persecución culmina en vivir aventuras. Este símbolo nos parecía muy adecuado para representar la droga, ya que las personas dependientes siguen a la droga



Figura 6: Alicia en el país de las maravillas. Tim Burton. 2010.

para vivir aventuras y “viajes” imposibles en la vida real.

Uno de los sitios más comunes en el que podemos ver el consumo de drogas es en una fiesta, pero para mostrar una fiesta hacen falta muchos recursos tanto personales como técnicos, por lo que nos decantamos por mostrar una fiesta acabada en la que aparecen los personajes en el suelo simulando los efectos devastadores de la droga. para ello nos basamos en el videoclip de *Will he* del cantante Joji en el que vemos como hay una persona disfrazada de panda bailando alrededor de gente en el suelo. Para esta escena también nos inspiramos en el videoclip dirigido por Javier Giner de *Miénteme* de Ricky Merino publicado en noviembre de 2018, en el que vemos al protagonista cantando entre toda la gente tirada en el suelo, y en el video *Come Undone* del cantante Robbie Williams publicado en 2002 dirigido por Jonas Åkerlund.



Figura 7: Will he. Joji. 2018.



Figura 8: Come undone. Robbie Williams. 2002.

2. Realización del proyecto: fases

2.1. Metodología

2.1.1. Preproducción

Es innegable que la palabra “estética” lleva implícito la concepción de lo “bello”, el Diccionario de la Real Academia Española define estética como “pertenciente o relativo a la percepción o apreciación de la belleza” además de definirla como “conjunto de elementos estilísticos y temáticos que caracterizan a un determinado autor o movimiento artístico”. Por lo que, podemos decir que la estética estudia la esencia y la percepción de la belleza y los conjuntos de elementos que caracterizan un determinado estilo. La estética en los productos audiovisuales es un elemento diferenciador y mediante el que los espectadores reconocen a un determinado autor o estilo. Además, mediante ella, los autores enfatizan el significado o el mensaje que desean hacer llegar a su público. Como hemos mencionado anteriormente, el videoclip es un tipo de producto audiovisual en el que hay un gran espacio de libertad para los creadores ya que, en ellos, por ejemplo, no dependemos de un record (continuidad) ni de una línea argumental que haya que seguir a rajatabla o la posibilidad de narrar o no una historia. Estos elementos hacen del videoclip un tipo de producto en el que la estética juega un papel fundamental en hacer llegar al espectador el mensaje que quieran ofrecer tanto el autor de la canción como el director del videoclip.

Hay varios elementos que definen la estética de un producto como el vestuario, maquillaje, peluquería, atrezzo, localizaciones, etc. pero sin duda, “existen dos elementos que son fundamentales y muy necesarios: la luz y el color” (Apoclam, 2012). Mediante la combinación de todos estos elementos se consiguen resultados y, por lo tanto, estéticas, muy diferentes. Sin olvidar que siempre hay que tener en cuenta que la estética debe acompañar a la música o ayudar a reforzar ese mensaje que se pretende transmitir al público. Por esta misma razón, para definir el mensaje y por lo tanto la estética del videoclip para la canción *Overdrive* fue necesario reunirse con los autores de la canción para poder establecer el mensaje que querían transmitir y por lo tanto la estética del mismo.

Kripak y Thorne tenían muy claro que querían mostrar la historia de un hombre y una mujer que perdían todo por estar metidos en el mundo de la droga, sin embargo, no querían mostrar de forma explícita la droga y sus consecuencias. Por ello, el equipo tuvimos que elaborar un guion¹ muy breve basado en dos localizaciones que expresase este mensaje. Una de las localizaciones se basaba en mostrar una fiesta acabada con todos los invitados en el suelo como si estuviesen muertos con un único personaje que sí estaría en movimiento, la droga. Con esto queríamos mostrar el papel de la droga en una fiesta, que por un lado te mantiene activo y, por otro, te acaba dejando tirado en el suelo. La otra localización queríamos que fuera más abstracta, es decir, una habitación que el espectador no pudiese saber exactamente dónde está, ya que esta simbolizaba el lugar donde estaban las personas a las que le había dado una sobredosis. Este lugar definió una parte muy importante de la estética del vídeo. Para enfatizar el hecho de que las personas que estaban en esa habitación habían muerto a causa de una sobredosis decidimos hacer uso de una bañera (la cual tuvimos que arreglar, pintar y construir unas patas de hierro con ayuda de un herrero profesional) llena de agua. El agua es un elemento que se ha usado muchas veces para unir el ser humano a la naturaleza, casi siempre usada para enfatizar la vida, además de que la bañera suele ser un lugar común en los productos audiovisuales en el que se producen suicidios. Aquí es donde entra un elemento caracterizador de la estética del videoclip, y es que todo el líquido, tanto el que hay en las botellas de la fiesta como el que llena la bañera, es negro. Este elemento lo usamos para reforzar esa toxicidad que conlleva el consumo de las drogas y, por lo tanto, ese veneno que nos metemos en el cuerpo que al final acaba por destruirnos.

2.1.1.1. Preproducción: Diseño de iluminación

Una vez estuvo el guion definido y escogidas las localizaciones, comenzamos a definir el estilo de la iluminación que iba a caracterizar el videoclip. Para ello, usamos de referencia la película *Enter the void* de Gaspar Noé de 2009 y en el videoclip de *Will he* de Joji de 2018. Decidimos usar una iluminación en la destacan los colores reforzando la psicodelia y los efectos de

¹ El guion literario lo podemos encontrar en 7.1. Guion literario (página 27).

las drogas, por ello la iluminación debía ser irreal, mostrando así la percepción alterada de una persona que está bajo los efectos de las drogas. En la localización de la fiesta, el uso de los colores en la iluminación refuerza la idea de que en ese lugar se ha producido una fiesta ya que el uso de colores en la luz es algo muy común en espectáculos y discotecas, mientras que en la segunda localización nos ayudaba a definir más todavía que era un lugar inexistente. Solo podemos ver una luz más “real” en cuanto al color en los momentos donde están los protagonistas en la bañera sin el conejo. Con este cambio en la iluminación se intenta resaltar que es lo real y que es la ficción, mientras que en la ficción podemos ver como el conejo (la droga) está junto a ellos porque están bajo los efectos de la droga, mientras que cuando la iluminación carece de esos colores el conejo no se encuentra presente y es lo que podríamos considerar la realidad.

2.1.1.2. Preproducción: Dirección de arte (diseño de atrezzo, maquillaje, vestuario y paletas de color)

La paleta de color empleada tanto para la luz como para los elementos de atrezzo y vestuario se basa en tonos azules y rosados y adyacentes. Usamos la psicología del color para asociar un estado o un sentimiento a los colores. Por ejemplo, el rosa que entre sus significados encontramos la locura, lo unimos a la droga, por lo que todos los personajes o elementos que tengan un detalle de ese color se asocia al consumo de drogas, por esta razón el conejo lleva una pajarita de color rosa y los dos personajes principales llevan algún elemento en su vestuario de este color. Por esta misma razón, la localización escogida para la habitación donde estaría ubicada la bañera debía contener este color. El color azul, siguiendo la psicología del color, lo empleamos para mostrar esa tranquilidad en la que se sumergen las personas que consumen drogas ya que las personas adictas entran en un estado de necesidad, rozando la locura, cuando no disponen de su dosis, pero cuando la obtienen y se colocan todas esas preocupaciones causadas por el mono se disipan en un mar de tranquilidad y felicidad.

En cuanto al atrezzo, vestuario, maquillaje y peluquería nos basamos esencialmente en *Alicia en el país de las maravillas* ya que nos aportaba símbolos que podían ayudarnos a mostrar a la perfección nuestro mensaje. Un elemento que extrajimos de ahí fue el uso de relojes para dar importancia al

tiempo, por esta razón podemos ver como hay diferentes relojes repartidos por las escenas, desde los que están en la pared hasta los que llevan a modo de collar los protagonistas. Mediante este elemento hicimos hincapié en la pérdida de la noción del tiempo que conlleva el consumo de drogas a la vez que lo usamos para reforzar la idea de que les quedaba poco tiempo de vida a los protagonistas de esta historia.

2.1.2. Rodaje

Una vez definimos todos estos elementos, el equipo técnico realizó otra reunión con los autores de la canción para mostrarles cómo sería el videoclip y las características del mismo y, a su vez, que nos dijeran si estaban conformes con la idea o si querían realizar cambios. Cuando acabamos la reunión y tuvimos luz verde para continuar comenzamos las tareas como realizar el guion técnico², hacer un listado de las necesidades técnicas y de arte³, organizar el casting y estipular las fechas para el rodaje en una orden de rodaje.

El rodaje del videoclip estaba coordinado para realizarse durante dos días completos (del 11 al 12 de enero del 2019) y en él intervinieron dos protagonistas, los dos autores de la canción y siete extras. Antes de la llegada del equipo artístico, el equipo técnico preparó el set de rodaje de la fiesta. Para la iluminación se usaron dos leds, uno para iluminar el fondo de un tono azulado para lo que usamos filtros de color azul; y otro led con un filtro CTO para darle al cantante un tono anaranjado. También pusimos dos lamparitas de mesa a ambos lados del sofá con una temperatura de color cálida para simular que la luz era intermitente para reforzar la idea de que algo no funciona bien, es decir, para hacer ver al espectador de que la fiesta ya está acabada y de que todos los que están en el suelo están afectados por el consumo de drogas.

Mientras que para recrear el espacio de una fiesta usamos distintos artículos como globos, confeti, luces de colores, bolas de papel, vasos de plástico, botellas, etc. siguiendo la paleta de colores escogida previamente en la que dominan los tonos azulados y los rosados. En la pared pusimos tres relojes además de uno en una de las mesitas que quedaban al lado del sofá para

² El guion técnico lo podemos encontrar en 7.2. Guion técnico (página 28 – 29).

³ Las necesidades técnicas y artísticas las podemos encontrar en 7.3. Necesidades técnicas y artísticas (página 30 – 31).

fortalecer esa idea de que cuando se hace un exceso en el consumo de drogas es muy probable que te de una sobredosis, y, por lo tanto, que te quede poco tiempo. Además, toda la bebida que aparece en la pantalla que podemos ver en vasos y botellas había sido mezclada con colorante negro para conseguir que pareciera un líquido tóxico.

Una vez estuvo listo el set de rodaje llegaron todos los miembros del equipo artístico que iban a intervenir en esa escena. Para los extras decidimos ponerles ropas de tonos más neutros como son el blanco, gris, negro, beige y marrón para restarles fuerza y que los protagonistas resaltaran entre el resto de los extras. Para el chico protagonista decidimos usar una pajarita de un color rosa apagado, casi beige, con una camisa con flores del mismo tono que la pared del segundo set; y para la chica protagonista decidimos usar un jersey de un tono azul pastel y unos pantalones cortos rosa pastel, además para resaltar el hecho de que le queda poco tiempo decidimos ponerle un collar con un pequeño reloj. Para el conejo, alquilamos un disfraz de conejo blanco, aunque en un primer momento iba solo a colocarse la máscara y a llevar un traje de color rosa pastel. Sin embargo, nos fue imposible encontrar un traje de ese tono por lo que finalmente decidimos colocarle el disfraz completo y añadir complementos de color rosa para reforzar la locura de este personaje. Por esta razón, le pusimos una pajarita de color rosa fuerte, además de un collar con forma de reloj. La máscara del conejo nos dio problemas debido a su material, estaba hecha de silicona y la forma de la cabeza se perdía, por lo que tuvimos que forrarla por dentro con tela para conseguir que mantuviera su forma, sin que al artista le molestara. Cuando todo estuvo listo para rodar, nos pusimos a grabar los distintos planos que teníamos reflejados en el guion técnico, y al acabar todos los extras se fueron a sus casas y nos quedamos ahí, el equipo técnico, los dos protagonistas y los autores de la canción para continuar la grabación.

Al día siguiente, el equipo técnico comenzó a preparar el segundo set de rodaje que tenía lugar en una habitación. Colocamos la bañera y la llenamos de agua caliente para que los actores no pasasen frío. Una vez estuvo llena tintamos el agua con el colorante para adquiriera esa tonalidad negruzca. Colocamos una rosa en la parte trasera de la bañera y les dijimos a los actores que deberían llevar bañador de color negro debido a que les había dado una sobredosis. En cuanto a la iluminación, colocamos un panel LED en la

parte derecha (en un ángulo aproximado de 45°) con un filtro azul y una bola de luz de decoración con una tonalidad rojiza detrás de la bañera, además de la luz del techo para iluminar un poco más la escena, para dar la sensación de realidad. Cuando todo estuvo listo comenzamos a grabar los planos de la bañera en la que intervenían los dos protagonistas. Cuando hubimos acabado, los protagonistas se fueron y el equipo técnico vació la bañera y la quitó y puso en su lugar una silla rosa en la que iban a sentarse tanto el conejo como el cantante. El esquema de iluminación siguió intacto, lo único que sí que sufrió cambios fue la luz del techo, la cual apagamos para dar a entender de que a pesar de que es el mismo lugar, no están en el mismo sitio que los dos protagonistas.

2.1.3. Postproducción: Montaje y etalonaje

Al acabar el rodaje, devolvimos el material prestado y nos dispusimos a comenzar la fase de postproducción. Para realizar el montaje utilizamos el programa Adobe Premiere Pro 2019 y seguimos parte del guion técnico que habíamos elaborado y modificamos otras. Gracias a que las escenas fueron grabadas con la cámara Sony Alpha en formato 4K pudimos reencuadrar algunos planos y realizar movimientos generados digitalmente que no habían sido capturados. Añadimos efectos de VHS, efectos espejo, de tinta, etc. con la intención de añadir más psicodelia al vídeo, además de realizarlo por motivos estéticos.

Una vez ensamblamos todo el material exportamos los datos XML para introducir el videoclip montado al programa Davinci Resolve 16 para realizar el etalonaje. En un principio hicimos un etalonaje que no se ajustaba a nuestros objetivos ya que, debido a los colores de la luz, por ejemplo, el disfraz del conejo se nos quedaba de un tono azulado y no de color blanco y al intentar compensarlo los colores perdían intensidad. Por esta razón tuvimos que volver a realizar un nuevo etalonaje que quedase más cerca de lo que teníamos en mente. Después de este nuevo etalonaje, volvimos a extraer los XML para volver a insertar en Adobe Premiere el montaje y así añadir los créditos que habíamos diseñado previamente en Adobe Photoshop CC 2019. Estos consisten en una imagen negra que ocupa toda la pantalla y sobre ella recortamos las formas de la tipografía con los distintos nombres que habían participado en el desarrollo del videoclip. Cuando estuvo todo montado en el Premiere exportamos el vídeo en

formato de 1920x1080 para la plataforma de Youtube y procedimos a enviárselo a los autores de la canción. Los dos artistas fijaron una fecha para su publicación en las redes sociales que fue programado para el 16 de marzo de 2019. Actualmente el videoclip está en fase de distribución se puede encontrar en el canal de Youtube del artista y productor Kripak.



3. Resultados del proyecto

Es bastante común en las producciones audiovisuales se realicen modificaciones a lo largo del desarrollo del proyecto debido a razones de tiempo y/o recursos, y nosotros no estuvimos exentos de ello. Por ejemplo, reducimos bastante la narración inicial que habíamos planteado debido a varios factores como la localización, que no era lo suficientemente grande como para realizar lo que en un principio habíamos pensado. El chico protagonista debía buscar a la chica protagonista por la fiesta, sin embargo, no podíamos realizar ese recorrido debido a la falta de espacio. Además, los extras que conseguimos no eran suficientes como para simular una fiesta que está en su apogeo, por lo que tuvimos que pensar en algo distinto que reflejase que ahí había habido una fiesta, por lo que al final nos decantamos por realizar la “postfiesta”, donde todo el mundo ya se ha marchado y quedan solo unos cuantos agotados por el cansancio y por el consumo de drogas.



Figura 9: Overdrive. Fuente: elaboración propia. 2019.

También hicimos modificaciones en cuanto al atrezzo y vestuario, pero que al final resultaron ser más un acierto que un problema. El vestuario del conejo en un principio iba a estar compuesto de un traje de color rosa con solo la cabeza del disfraz del conejo, pero debido a que no pudimos encontrar un traje de estas características decidimos usar el disfraz completo de conejo blanco por lo que lo convierte en un personaje más extraño y que llama más la atención del espectador. Otro de los cambios efectuados fueron los relojes, teníamos pensado colocar en la pared del set de la habitación rosa muchos relojes

diferentes, sin embargo, no hubo forma de aguantarlos pegamos por lo que decidimos prescindir de ellos y colocarlos de manera más sutil.

A pesar de todo esto, la estética del videoclip es uno de los puntos fuertes del mismo debido a que genera una sensación de psicodelia y desconcierto al espectador. Uno de los mejores aspectos del vídeo es su paleta de color formada principalmente por tonos azules y rosas como podemos ver en la figura 10 y 11. Esto aporta una armonía análoga la cual se consigue usando los colores adyacentes del tono general escogido, en este caso el azul.

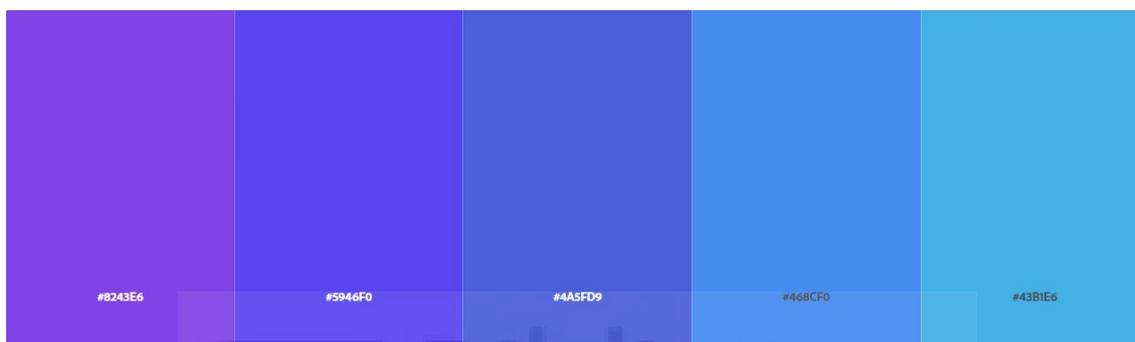


Figura 10: Paleta de color 1. Fuente: elaboración propia. 2019.

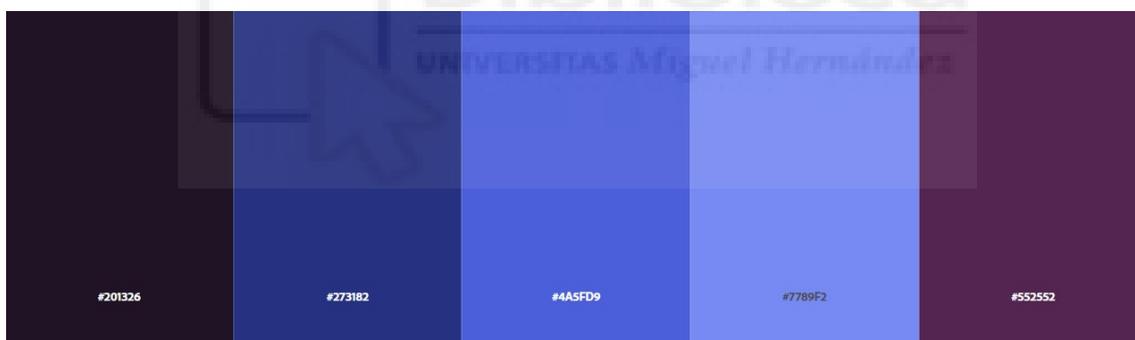


Figura 11: Paleta de color 2. Fuente: elaboración propia. 2019.

Gracias a que realizamos el etalonaje dos veces pudimos mantener esa paleta de colores además de recuperar otros como fue el blanco del conejo para sacar realmente los colores que buscábamos. Para poder realizar el etalonaje de nuevo y obtener nuestros objetivos tuvimos que investigar acerca del programa de Davinci Resolve ya que ninguno de nosotros estaba muy familiarizado con él. Aun así, al final obtuvimos el mejor resultado que podíamos sacar y dotando a todas las imágenes de una homogeneidad y un toque rosado que acentúan el significado que le otorgamos a este tono gracias a la psicología del color, la locura.



Figura 12: Primer etalonaje Overdrive. Fuente: elaboración propia. 2019.



Figura 13: Segundo etalonaje Overdrive. Fuente: elaboración propia. 2019.

A pesar de todos los cambios o problemas que nos surgieron a lo largo del proceso de realización (en el que se incluyen todas las etapas de producción) pudimos lograr un vídeo acorde al mensaje que los autores querían transmitir. Además, el ritmo de las imágenes y la velocidad del montaje siempre acompaña a la música, otorgándole un papel muy importante a la misma para no olvidar que la gran protagonista es ella. Tanto los autores de la canción como el equipo artístico y técnico quedaron contentos con estos resultados y nos han apoyado y ayudado en la fase de distribución. Como hemos ido viendo mediante los fotogramas extraídos del video, el resultado final de este proyecto es un videoclip con una estética muy marcada por los colores y la iluminación. Estos elementos hacen del video un gran acompañamiento de la música, ayudando a definir más el mensaje y la intencionalidad que quieren transmitir los autores con esta canción.



Figura 14: Overdrive. Fuente: elaboración propia. 2019.



Figura 15: Overdrive. Fuente: elaboración propia. 2019.

4. Conclusiones

Realizar un videoclip que se ajuste al mensaje que desean transmitir el/los autor/es de una canción siempre conlleva un trabajo previo, hay que saber que estilo de videoclips se pueden hacer, si se quiere contar o no una historia, el ritmo de las imágenes y un largo etcétera. Por ello, decidimos investigar un poco sobre el estilo de los videoclips que tenían canciones del mismo género musical (electro pop). Sin embargo, definir un único estilo de videoclip para un género musical es demasiado complicado porque hay muchos estilos diferentes de videoclips, cada uno con sus peculiaridades. De esta manera, cambiamos el enfoque y en vez de buscar el estilo de los videoclips de un mismo género musical, buscamos videoclips que trataran el mismo tema que íbamos a tratar nosotros en nuestro videoclip. Así, conseguimos identificar dos líneas generales que suelen seguir los videoclips que tratan el tema de las drogas, por un lado, utilizan muchos colores para retratar esos “viajes” que se producen al consumir droga, y por otro, una línea más oscura donde muestran el lado negativo de estas. Gracias a esto, conseguimos encontrar referencias para realizar el videoclip de la canción *Overdrive* y conseguir un punto intermedio entre ambas caras de la moneda, insertando elementos tanto de lo positivo como de lo negativo.

Para incluir estos elementos que son comunes en los productos audiovisuales que tratan el tema de drogas desde una forma sutil, ya que eran los autores de la canción los que nos pusieron esta condición, tuvimos que analizar los distintos elementos que podíamos usar para plasmar todo lo que queríamos. Por esta razón, decidimos dar énfasis a los simbolismos que nos ofrecen ciertos objetos o colores, como por ejemplo el color rosa asociado a la locura o la figura del conejo blanco de *Alicia en el país de las maravillas*, asociado a seguir a algo ciegamente. De manera que elaboramos una estética acorde a las indicaciones que nos dieron los artistas de la canción que se basaba en mostrar esos “viajes” mediante el uso de colores en la luz, y esa parte negativa mostrada a través del líquido negro de la bañera. Aun así, la estética que habíamos planeado en un primer momento en la fase de postproducción, en concreto a la hora del etalonaje, se nos perdió debido en parte a que no sabíamos utilizar bien el programa Davinci Resolve, por lo que tuvimos que

investigar acerca de este programa y de qué herramientas deberíamos usar para recuperar los blancos sin que perdiéramos el color de la luz. Después de varios intentos conseguimos lograr quitar ese tono azul de los objetos blancos y ensalzar los rosas de la escena sin que el resto de los colores perdiera intensidad. Aun así, está claro que siempre hay cosas nuevas que aprender y que siempre podríamos mejorar ciertos aspectos del videoclip, aun así, tanto el equipo técnico y artístico como los autores de la canción han quedado bastante satisfechos con el resultado destacando sobre todo la estética tan marcada que tiene. Gracias a la realización de este proyecto hemos podido disfrutar de primera mano lo que es ajustarse a las peticiones de un cliente y conseguir todos los objetivos de la manera más sencilla técnica y económicamente hablando.



5. Bibliografía y filmografía

5.1. Bibliografía

- Gifeu, A. (2010). Seminario historia del videoclip. Recuperado de: http://www.agifreu.com/docencia/seminario_videoclip.pdf
- Jordà Bou, D. (2015). *Vaselina en la lente*. Alcoy, España.
- La estética cinematográfica: luz y color. (2012). *Cine y valores*. Recuperado de: <http://cineyvalores.apoclam.org/la-estetica-cinematografica-luz-y-color.html>
- Magro, E. (2012). Drogas y psicopatías en «El País de las Maravillas». *ABC Cultura*. Recuperado de: https://www.abc.es/cultura/abci-drogas-psicopatias-alicia-carroll-201209010000_noticia.html
- Pascual García, A. (2017). ¿Quién fue Oskar Fischinger, el padre de la música visual? *Quo*. Recuperado de: <https://www.quo.es/ser-humano/a66684/oskar-fischinger/#>
- Real Academia Española. (2018). Estético, ca. *Diccionario de la lengua española* (23ª ed.). Recuperado de: <https://dle.rae.es/srv/fetch?id=GrPCrf2>
- Real Academia Española. (2018). Videoclip. *Diccionario de la lengua española* (23ª ed.). Recuperado de: <https://dle.rae.es/?id=bmPcwTz>
- Roncallo Dow, S. y Uribe-Jongbloed E. (2017). La estética de los videoclips: propuesta metodológica para la caracterización de los productos audiovisuales musicales. *Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas*, volumen 12 (número 1), pp. 79 – 109. Recuperado de: <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cma/article/view/16233/Articulo>
- Sedeño, A. M. (2007). Narración y Descripción en el Videoclip Musical. *Razón y Palabra*, (número 56), pp. 1 – 11. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520729005.pdf>
- Sedeño Valdellós, A. (2015). Aproximación a la estética del videoclip musical en la contemporaneidad. Recuperado de: https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/9124/IBERCOMRIUM_A.pdf?sequence=1

- Tormo, T. (2014). Una mirada a la historia del videoclip (1ª parte). *Hispasonic*. Recuperado de: <https://www.hispasonic.com/reportajes/mirada-historia-clip-1-parte/39290>

5.2. Filmografía

- Delbosc, O., Maraval, V., Missonnier, M. y Noé, G. (productores) y Noé, G. (director). (2009). *Enter the void*. [Cinta cinematográfica]. Francia: Film France.
- Eilish, B. [Billie Eilish]. (2018, octubre, 25). Billie Eilish – when the part's over. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=pbMwTqkKSps>
- Eilish, B. [Billie Eilish]. (2019, enero, 30). Billie Eilish – bury a friend. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=HUHC9tYz8ik>
- Grande, A. [Ariana Grande]. (2018, noviembre, 30). Ariana Grande – thank u, next. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=gl1aHhXnN1k>
- Merino, R. [Ricky Merino]. (2018, noviembre, 25). Ricky Merino – Miénteme. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=I5arEs4n2oA>
- Miller, G. [88rising]. (2017, octubre, 18). Joji – Will he. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=R2zXxQHBpd8>
- Watson, E. y West, P. (productores) y Aronofsky, D. (director). (2000). *Réquiem por un sueño*. [Cinta cinematográfica]. EEUU: Artisan Entertainment.
- Williams, R. [Robbie Williams]. (2011, marzo, 16). Robbie Williams – Come Undone. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=4D35vfQ7eZg>
- Zanuck, R. D., Roth, J., Todd, S. y Todd, J. (productores) y Burton, T. (director). (2010). *Alicia en el país de las maravillas*. [Cinta cinematográfica] EEUU: Walt Disney Pictures.

6. Índice de tablas, gráficos y figuras

Figura 1: Enter the void. Gaspar Noé. 2009.	9
Figura 2: Enter the void. Gaspar Noé. 2009.	9
Figura 3: Réquiem por un sueño. Darren Aronofsky. 2000.	10
Figura 4: Réquiem por un sueño. Darren Aronofsky. 2000.	10
Figura 5: Videoclip When the party is over. Billie Eilish. 2018.	10
Figura 6: Alicia en el país de las maravillas. Tim Burton. 2010.	11
Figura 7: Will he. Joji. 2018.	11
Figura 8: Come undone. Robbie Williams. 2002.	11
Figura 9: Overdrive. Fuente: elaboración propia. 2019.	18
Figura 10: Paleta de color 1. Fuente: elaboración propia. 2019.	19
Figura 11: Paleta de color 2. Fuente: elaboración propia. 2019.	19
Figura 12: Primer etalonaje Overdrive. Fuente: elaboración propia. 2019.	20
Figura 13: Segundo etalonaje Overdrive. Fuente: elaboración propia. 2019.	20
Figura 14: Overdrive. Fuente: elaboración propia. 2019.	20
Figura 15: Overdrive. Fuente: elaboración propia. 2019.	20

7. Anexos

7.1. Guion literario

SEC. 1: INT. NOCHE. CASA.

Vemos el salón de una casa con decoración festiva (globos, vasos, copas, botellas...). En él hay varias personas tiradas por el suelo con ropa arreglada y en medio a un conejo que baila alrededor de ellas. Luego vemos la misma escena, pero aparece el cantante Thorne en vez del conejo.

La cámara va recorriendo el espacio mostrándonos a todos los personajes.

SEC 2: INT. NOCHE. HABITACIÓN ROSA

Nos encontramos en una habitación de color rosa vacía casi al completo, en ella solo hay una butaca de color rosa en la que aparece el conejo bailando y después Thorne cantando.

La cámara realiza movimientos de vaivén y planos más aberrantes.

SEC. 3: INT. NOCHE. BAÑERA

En la misma habitación ahora vemos una bañera llena de agua de color negro y dentro a una de las chicas que había en la fiesta sin moverse, casi con el agua al cuello. A su lado, hay un chico que tampoco se mueve. Ambos van en ropa interior.

7.2. Guion técnico

Secuencia	Nº Plano	Tipo plano	Movimiento	Descripción	Música
1	1	PG máster frontal	-	Thorne canta sentado en una silla y a su alrededor hay gente tirada en el suelo	Overdrive
1	2	PG máster frontal	-	El conejo bailando sentado en una silla con gente alrededor tirada en el suelo	Overdrive
1	3	PM frontal	-	Thorne fumando	Overdrive
1	4	PM frontal	-	El conejo echando humo	Overdrive
1	5	PM	Traveling lateral	Gente tirada en el suelo	Overdrive
1	6	PM frontal picado	-	Thorne en el suelo	Overdrive
1	7	PM frontal picado	-	El conejo bailando tirado en el suelo	Overdrive
1	8	PA frontal	Ligeros movimientos laterales	Chica bailando	Overdrive
1	9	PA frontal	-	Chica y chico se encuentran	Overdrive
2	1	PG máster frontal	-	Thorne cantando	Overdrive
2	2	PG máster frontal	Ligeros movimientos laterales	Thorne cantando	Overdrive
2	3	PM máster lateral contrapicado	Libres	Thorne cantando	Overdrive
2	4	PG máster frontal	-	Conejo bailando	Overdrive

2	5	PG máster frontal	Ligeros movimientos	Conejo bailando	Overdrive
2	6	PM frontal	-	Conejo echando humo y bailando	Overdrive
3	1	PM lateral	-	Chica se recuesta en la bañera	Overdrive
3	2	PM frontal a la chica	-	Chica apoyada en la bañera	Overdrive
3	3	PM cenital	-	Chica en la bañera	Overdrive
3	4	PM lateral	Traveling lateral con movimientos de vaivén	Chica en la bañera	Overdrive
3	5	PM escorzo chica	-	Conejo mira a la chica en la bañera	Overdrive
3	6	PM	-	Chica y chico en la bañera	Overdrive
3	7	PM	Traveling lateral	Chica y chico en la bañera	Overdrive
3	8	PP picado	-	Chico metido en la bañera	Overdrive
3	9	PM frontal al chico	-	Chico en la bañera	Overdrive
3	10	PM lateral	-	Chico en la bañera	Overdrive
3	11	PM	Panorámica hacia abajo (de conejo a reflejo del conejo)	Conejo mirando al chico en la bañera	Overdrive
3	12	PA escorzo conejo	-	Chico en la bañera	Overdrive

7.3. Necesidades técnicas y artísticas

Técnicas

- Cámara Sony Alpha
- 3 Cargadores
- 3 Tarjetas de memoria de 32g
- 2 Trípodes
- 3 Paneles LED Nanguan CN-600 CSA
- 2 IANIRO cuarzos 800w (butanitos)
- 1 Filtro dicróico
- 1 Conos Snoot 55 Cosmobeam soporte
- Rollos Rosco (Difusor 25%, CTB 25%, CTO 25%, Gelatina azul, roja, verde y amarilla)
- 2 banderas
- Pinzas mordaza
- 1 Reflector Lastolite 1.25m diametro Blanco/Plata/Oro
- 1 ceferino
- 1 Rótula Ceferino
- 1 Espada para rótula Ceferino
- 1 Extensión Ceferino 100cm Avenger
- 3 Sacos de arena
- 2 Alargadores

Artísticas

Atrezzo:

- Luces de colores
- Vasos de cubata
- Globos
- Copas
- Botellas de alcohol vacías
- Botellín de cerveza vacío
- Decoración para colgar de fiesta
- Taburetes
- Mesa alta

- Relojes
- Cotillón
- Colorante negro
- Bola discoteca

Vestuario chica

- Zapatos negros o beige
- Camisa azul o vaquera
- Pantalones cortos rosas
- Colgante reloj pequeño

Vestuario chico

- Camisa flores
- Pajarita rosa palo clarito
- Pantalones beige
- Zapatos marrones o negros

Vestuario conejo

- Disfraz de conejo (cuerpo y máscara)
- Pajarita rosa fuerte
- Colgante reloj grande
- Americana rosa
- Vaqueros
- Camisa de botones
- Zapatos oscuros

Vestuario cantante

- Camiseta gris
- Vaqueros
- Zapatos oscuros

Vestuario extras

- Ropa de salir negra u oscura