

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA

ESCOLA POLITÈCNICA SUPERIOR DE GANDIA

GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



ESCUELA POLITÈCNICA
SUPERIOR DE GANDIA

“Dirección de un videoclip para el grupo Milc de la canción Nocturno de las ovejas”

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autor:

Diego Calzadilla Mesa

Tutor:

Francisco Javier Moral Martín

GANDÍA, 2021

RESUMEN

El trabajo consiste en realizar un videoclip para el grupo Milc de la canción “Nocturno de las ovejas”. Se centrará en la labor como director del proyecto, la forma en que influye en el proyecto y la capacidad que tiene este para aunar a los departamentos bajo una misma idea.

En la investigación se tratará un marco teórico enfocado al valor del videoclip históricamente y Se hará un análisis de las diferentes fases de una producción así como un estudio de los departamentos creativos y técnicos que conformarán el videoclip.

Palabras clave: Videoclip, Dirección, Milc, Departamentos, Producción, Realización.

ABSTRACT

The job consists of making a video clip for a band called Milc of the song “Nocturno de las ovejas”. It Will focus on the work as director of this project, how the director influence the project, and the ability to bring departments together under the same idea. The research will deal with a theoretical framework focused on the value of the video clip historically

And, an analysis of the different phases of a production will be made, as well as a study of the creative and technical departments that will make up the video clip.

Keywords: Videoclip, Direction, Production, departments, Milc

ÍNDICE

1. Introducción.....	4
2. Objetivos y metodología.....	5
2.1. Objetivos.....	5
2.2. Metodología.....	5
3. Marco teórico.....	7
3.1. Historia del videoclip.....	7
3.2. Definición y discurso del videoclip.....	14
4. Caso Práctico (Proceso de creación del videoclip).....	18
4.1. Desarrollo y preproducción.....	18
4.1.1. Espacio sonoro de la canción.....	18
4.1.1.1. Identidad de MILC.....	19
4.1.2. Creación y desarrollo del guión.....	20
4.1.3. Marco productivo: La Stima.....	23
4.1.3.1. El papel de la dirección.....	24
4.1.4. Producción y presupuestos.....	26
4.1.4.1. Financiación y crowdfunding.....	27
4.1.6. Fotografía.....	29
4.1.6.1. Referentes visuales.....	29
4.1.6.2. Planteamiento visual.....	30
4.1.7. Arte.....	33
4.1.7.1. Referentes artísticos.....	33
4.1.7.2. Localizaciones y attrezzo	35
4.1.7.3. Diseño de vestuario.....	40
4.2. Rodaje.....	43
4.3. Post producción y distribución.....	44
4.3.1. Edición.....	44
4.3.2. Etalonaje.....	45
4.3.3. Estrategia de difusión.....	47
5. Conclusiones.....	48
6. Bibliografía.....	50

1. Introducción

Este trabajo de fin de grado nace a partir de una composición musical. Hace unos meses mi grupo de música componía la canción por la que se vertebra este estudio *Nocturno de las ovejas*. Para componerla nos inspiramos en los sueños de cada uno de los integrantes del grupo, e hicimos todo lo posible para proveerla de una atmósfera sonora basada en lo onírico y lo fantástico. Tras unas semanas de trabajo en la interpretación, grabación y producción musical de la obra quedamos satisfechos. Tanto el proceso de composición como el resultado de la canción me inspiró para seguir creando manifestaciones artísticas propias y me motivó a continuar progresando en mi crecimiento profesional y personal.

Ya con la canción compuesta, dedicamos varias sesiones a escuchar el producto. El tema nos parecía que poseía un gran carácter narrativo y evocador, así que decidimos que le haría falta un videoclip que reflejara todas nuestras ideas principales y que acompañara visualmente al tema con el fin de promocionar el mismo. Me ilusioné con la idea de que una manifestación artística como *Nocturno de las ovejas* pueda evolucionar y convertirse en un proyecto más ambicioso y completo. Combinar las dos disciplinas artísticas que más me apasionan (la creación musical y la creación visual) me motiva emocional y profesionalmente. Con la idea del videoclip en mente, no tardé en hacérsela llegar a mi grupo de amigos de la carrera, que afortunadamente tienen inquietudes artísticas similares a las mías y quisieron formar parte del proceso de creación del videoclip.

La experiencia de crear algo original a partir de la nada junto a un grupo de personas es un proceso bello a la par que purificador. El sentimiento de poder ver cómo se va desarrollando un proyecto, con sus problemas, con sus soluciones, sus discusiones y sacrificios; es un viaje muy entretenido, didáctico y me da mucho que pensar. Es fantástico el hecho de expresarse artísticamente como individuo mediante una canción, un cuadro o una fotografía, sin embargo, poder manifestar emociones junto a otras personas que trabajen en un mismo proyecto es algo indescriptible para mí. Conseguir aunar los diferentes puntos de vista del equipo en un producto único y original es la causa que me mueve a desarrollar esta idea.

2. Objetivos y metodología

2.1 Objetivos

Destacamos varios objetivos dentro de esta investigación. El objetivo principal de este trabajo es la realización del videoclip *Nocturno de las ovejas* para el grupo Milc mediante la dirección de los diferentes departamentos que conforman el proyecto. A este objetivo se le suman dos objetivos secundarios:

1. Entender e investigar el valor histórico del videoclip, así como su narrativa y discurso.
2. Elaborar una propuesta de dirección para el desarrollo del proyecto.
3. Llevar a cabo una memoria conformada por los elementos clave para la realización del videoclip *Nocturno de las ovejas* de Milc.

2.2 Metodología

La organización y forma de abordar los aspectos en cualquier estudio es esencial para el desarrollo del mismo, es por esto que necesitaremos de una buena estructura a fin de administrar el trabajo para llevarlo a cabo de la mejor forma posible.

Así mismo, este trabajo, se compone de dos campos a desarrollar, encontramos en una primera parte un marco teórico donde se investigará sobre la historia y el discurso narrativo de los vídeos musicales o videoclips. Y un caso práctico donde se llevará a cabo la producción de “Nocturno de las ovejas” de mi grupo de música Milc. Este caso práctico se basará en la recaudación de información del marco teórico, se extraerán los puntos clave de la primera parte del trabajo para plasmarlos en la preproducción, rodaje y postproducción del videoclip a realizar.

Este trabajo de fin de grado pretende trazar un análisis profundo de los aspectos esenciales del videoclip. Trataremos, en una primera parte, el valor histórico del videoclip

desde sus orígenes hasta la actualidad. A continuación, hablaremos del discurso de los videoclips y cómo este se desmarca narrativamente de otras manifestaciones audiovisuales como pueden ser los largometrajes o el videoarte.

Por otra parte y siguiendo con los puntos a tratar, se elaborará un caso práctico. La dirección y realización del videoclip *Nocturno de las ovejas* de mi grupo musical Milc. Este marco práctico es el eje por el que se articula el trabajo de fin de grado. En él, se hará un seguimiento de los elementos clave para la elaboración del videoclip. En primer lugar trataremos las fases de desarrollo y preproducción, el pilar fundamental que influirá en las fases posteriores. En este apartado se hará una memoria de los diferentes departamentos: Dirección, producción, guion, arte y fotografía. Expondremos una serie de referentes visuales que marcarán una guía y supondrán una clara influencia para la toma de decisiones tanto técnicas como artísticas. Estas referencias serán videoclips de otros artistas así como referencias cinematográficas y audiovisuales en general que ayuden e inspiren la manera de enfocar la dirección del proyecto.

Seguidamente hablaremos del rodaje de la pieza audiovisual, este apartado también contará con una memoria que trate los aspectos de la grabación: planes de rodaje, frames extraídos del vídeo, etc. Acabado el rodaje se expondrán los elementos que conforman la última fase del marco práctico, la postproducción. Trataremos los aspectos importantes de la edición y trazaremos un plan de distribución del videoclip una vez acabado.

Por último se elaborarán conclusiones que recojan el aprendizaje que ha supuesto este proyecto, así como una valoración crítica de la dirección y realización del trabajo. Cabe destacar un apartado final bibliográfico donde se muestre los libros, videos, artículos que hayan formado parte de la documentación sobre el tema de la investigación.

3. Marco teórico

3.1 Historia del videoclip

Mucho antes de que la MTV nos bombardeara con videoclips a todas horas del día, ya existía la representación visual basada en la canción. Para encontrar la primera manifestación de videoclip, debemos remontarnos mucho tiempo antes de la invención de la cámara. El ser humano, en su historia, ha tenido la necesidad de mezclar los estímulos sonoros con los estímulos visuales. Una prueba de esto son las danzas y ritos que se daban en la antigüedad en todas las culturas del mundo, casi siempre acompañadas de música o ritmo. Estas manifestaciones podrían ser el tatarabuelo del videoclip actual, no contaban con un medio en el que se pudiera plasmar esta relación musicovisual, aún así, podemos considerar estas manifestaciones efímeras de música y estímulo visual como proto-videoclips.

La década comprendida entre 1870 y 1880, será uno de los periodos más importantes para la historia de los videoclips. En estos años, en los salones de baile; la música estaba acompañada por un grupo de danza y por imágenes proyectadas mediante linterna mágica, imágenes que se creaban con el fin de acompañar a la pieza musical que se estaba representando en el momento. Estas imágenes nacían con la necesidad de representar visualmente el espacio sonoro de la canción, uniéndose con la música formarían una simbiosis que asentaría los precedentes del discurso musicovisual.

Uno de los primeros testimonios locales nos lo refiere el célebre Barón de Maldà, a propósito de un espectáculo doméstico tenido en 1803, en el ámbito de la aristocracia local, donde se mezclaban música, autómatas, proyecciones de linterna mágica, y un baile final en el que participaba un amplio espectro de la alta sociedad barcelonesa, hasta altas horas de la madrugada, con culminación de juegos de azar (Armell Femenía, M., & Ezquerro, A. 2003, p 298)

Esta simbiosis visual-sonora ha sido investigada por muchos teóricos y artistas a lo largo de la historia. Uno de los artistas que más ha profundizado acerca de la unión de las artes pictóricas y sonoras es Wassily Kandinsky. Este aclamado pintor involucraba varios campos de la percepción en sus cuadros abstractos. En sus obras influía la convergencia del lenguaje musical con los elementos pictóricos como el color o las formas. Dicha asociación artística se denomina sinestesia. Este término es una manifestación clínica en

la que el paciente experimenta la unión de dos o más sentidos en un solo acto perceptivo. Varios autores coinciden en la posibilidad de que Wassily Kandinsky sufriese sinestesia y percibiera el sonido de forma visual.

Los violines, los tonos profundos de las bases, y especialmente los instrumentos de viento en ese momento encarnaban para mí todo el poder de esa hora prenocturnal. Yo vi todos mis colores en mi mente; ellos se pararon enfrente de mis ojos. Salvaje, líneas casi dementes fueron dibujadas en frente de mí. Vassily Kandinsky (1913, p. 364).

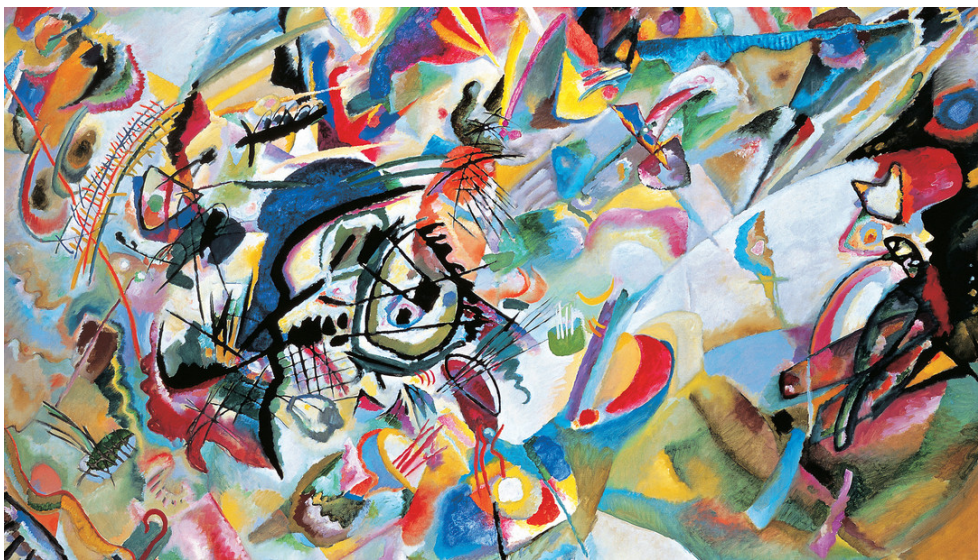


Figura 1: Wassily Kandinsky - Composition VII, 1913.

Fuente: wassilykandinsky.net

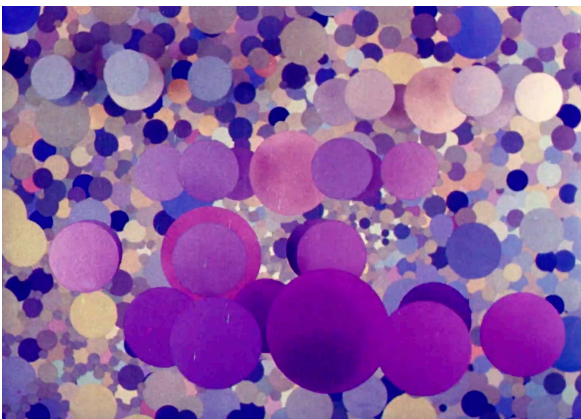
Pero sin duda, el acontecimiento más notable para el desarrollo histórico del videoclip es la invención del fonógrafo. Patentado por Thomas Alba Edison el 19 de febrero de 1878, el fonógrafo (o gramófono denominado posteriormente) es el primer dispositivo capaz de grabar y reproducir sonido. Desde ese momento, la música pasó de ser un arte efímero basado en la presencialidad, el directo y la fugacidad; a ser una manifestación artística que podía ser grabada y escuchada posteriormente. Adquirió un carácter inmortal, que sería una de las cualidades más elementales de la música según como la conocemos y analizamos actualmente. Este precedente es un pilar fundamental para construir las bases de la industria musical. Si existía la posibilidad de grabar y reproducir sonidos nacía la capacidad de comerciar con ellos.

El fonógrafo no solo cambió por completo la perspectiva del arte sonoro, sino que también alteró la historia del séptimo arte. La capacidad de inmersión de sonido en las películas, el doblaje y los musicales cinematográficos se hacían realidad en las décadas

posteriores a la invención del gramófono. Podemos decir entonces, que este avance supondría una revolución tecnológica, técnica, económica y social.

Con la invención del fonógrafo, la imagen y el sonido estarían más ligadas que nunca, aunque en esta mezcla, la música serviría como mero acompañamiento de la imagen. Las piezas musicales se creaban bajo la idea de seguir la narrativa de las imágenes filmadas y nunca al contrario. Con el nacimiento de las vanguardias nace el sentimiento y la motivación de modificar los esquemas dogmáticos, germina la voluntad de desmarcarse artística y técnicamente. Esto da lugar al cine abstracto experimental, un género en el que prima la no narratividad, renegando así de los esquemas convencionales del cine. El cine experimental omite personajes y trama, centrándose únicamente en despertar diferentes emociones en el espectador a través de la imagen pura. En su extensa mayoría este cine fue trabajado por artistas pictóricos que extrapolaban los conocimientos, conceptos y habilidades de la pintura a las películas. Este movimiento poseía diferentes factores que lo alejaban del cine clásico de la época, a parte del carácter no narrativo del mismo, este género ponía en el mismo nivel a la música y a la imagen, creándose así una simbiosis músico-visual muy ligada jamás vista hasta ese entonces.

Distinguiremos ahora el trabajo de dos artistas que despuntan frente al resto debido a su propuesta visual, musical y a su originalidad. Oskar Fischinger y Walther Ruttmann, los precursores del cine abstracto experimental. El primero de estos comenzaría a grabar lo que denominaba como música visual a partir de la década de 1920. Fischinger, en sus trabajos como animador abstracto, destacó por el uso de formas geométricas para



representar visualmente la música de autores como Franz Liszt. En sus poemas musicales primaba el dinamismo, la mezcla de figuras y el dramatismo de sus filmes, todas estas características hacían del cine de Oskar Fischinger todo un universo marcado por la sincronía músico visual que apelaba a las emociones del espectador.

Figura 2: Fotograma extraído de *An optical poem* (1938) Oskar Fischinger

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=FcHsysPGSt0&t=204s>

Esta simbiosis que surgía a principios de la década de los 20 seguiría evolucionando a manos del cine, hasta que en 1927 se anuncia *The Jazz Singer* la primera película que incorpora diálogos con sonido. Este hecho daría paso a una nueva era en la sincronización de la imagen y el sonido, abriendo las puertas a muchas otras producciones y cambiando por completo la historia del cine moderno.

Correlativamente e impulsada por el séptimo arte la danza cobraba mucha importancia a nivel músico-visual, La comedia musical comenzó a obtener más éxito en las grandes pantallas a finales de la década de los 20, muchos musicales de Broadway eran llevados a la gran pantalla debido al éxito de los mismos. *Broadway Melody* (1929) está considerado como el primer gran musical llevado al cine. Además de estas películas en muchos otros filmes podíamos observar diferentes números musicales donde los personajes bailaban y cantaban, esto representaba la ruptura con la rutina o el escape de la realidad. Dichos elementos formarían parte de la configuración del lenguaje y el discurso del videoclip posteriormente, siendo la danza uno de los pilares más longevos y esenciales del formato. Destacamos filmes como *Volando a Río* (1933), *La alegre divorciada* (1934), *Sombrero de copa* (1935), *Swing Time* (1936) o *Sigamos la flota* (1936).

En las siguientes décadas el cine sonoro fue cogiendo cada vez más relevancia, haciendo que las producciones mudas quedaran relegadas a un segundo plano. Mientras en las grandes pantallas el público se emocionaba con musicales y grandes producciones en los bares de las ciudades se hacía popular el *panoram*, un dispositivo similar al jukebox que permitía reproducir una canción a la vez que se proyectaban imágenes en blanco y negro elegidas por los artistas para acompañar al sonido. La simbiosis músico-visual ya empezaba a estar al alcance del pueblo y a formar parte del imaginario colectivo de una manera más tangible. Pero esto sólo era el comienzo de una década marcada por la fama del medio televisivo y su impacto cultural y social.



Figura 3: Panoram

Cómo resultado del fin de la segunda guerra mundial y el ascenso de Estados Unidos a la consideración de primera potencia mundial, la década de los 50 marcó un antes y un después en la historia del audiovisual, por una parte, millones de familias se hacían con un televisor y podían disfrutar de programas musicales como el reconocido *The Ed Sullivan Show*, este acumulaba uno de los mejores índices de audiencia del momento siendo un programa cultural con el fin de promocionar y presentar bandas de música emergentes de la época. Este formato favorecía tanto a la industria televisiva como a la industria discográfica, estableciendo precedentes en el futuro formato del videoclip y fortaleciendo la unión entre los artistas y la gran pantalla. Por otra parte, nos encontramos con fenómenos cómo el de Elvis Presley que conquistaba América con su sonido y presencia, y que además de vender discos protagonizaba películas como *El Barrio contra mí* (1958) o *Jailhouse Rock* (1957)

El boom mediático, cultural y social que suponía la mezcla de las estrellas de rock con la televisión y la gran pantalla hizo que la industria musical se interesara en explotar la imagen y el sonido de los artistas emergentes para recibir beneficios más elevados. La fusión de los artistas con el medio televisivo hacía que estos gozaran de más fama y se convirtieran en figuras de gran influencia mundial. *The Ed Sullivan Show* también presentó a bandas como *The Beatles* en la década de los 60, factor que desencadenaría el prestigio del grupo a nivel global. Los Beatles influyeron tanto en la música como en la televisión o el cine, sacando a lo largo de su corta trayectoria más de 4 películas musicales, la primera *A Hard days Night* (1964), en este film, que buscaba incrementar el público de los Beatles, podemos encontrar diferentes escenas musicales que se asemejan a los videoclips que conocemos hoy en día.



Figura 4: The Beatles, primera aparición en *The Ed Sullivan Show*.

En dichos fragmentos podemos identificar cualidades del videoclip que siguen intactas hasta el día de hoy, el tratamiento del ritmo visual que acompaña a la canción, una narratividad simple que sirve para contextualizar al espectador y una exaltación de los artistas protagonistas para incrementar la fama de estos y posteriormente su promoción y rentabilidad económica. Las películas de los Beatles son un claro ejemplo de la hibridación de la música con el cine y desencadenan un auge en el formato del videoclip basado en una premisa con fines económicos.

Tras una década de innovación tecnológica, artística y cultural como fueron los años 60, el videoclip se convierte en una realidad. Son muchas las bandas que aprovechan la tirada de este formato para promocionar su música y son muchos los programas musicales que invierten en la búsqueda de talentos para su emisión televisiva. En estos años de crecimiento podemos destacar los trabajos de bandas como *The Rolling Stones*, *The Doors*, *Pink Floyd* o *Queen*, que en 1975 estrenaban el videoclip de *Bohemian rhapsody* con el fin de promocionar su nuevo disco.

El éxito del video musical era una realidad mundial a finales de la década de los 70, sin embargo, el crecimiento del mismo se increpitaría una vez creada la famosa cadena de televisión MTV el 1 de agosto de 1981, que únicamente incluía en su programación videoclips de diferentes artistas del momento. Con la creación de la cadena surgió la competencia visual entre las bandas y con esta se fue formando la configuración del discurso del videoclip. La constante emisión de 24 horas de MTV originaba que muchos artistas y discográficas tomaran partido en la búsqueda de un video musical más llamativo e innovador. Viendo el éxito del que gozaba la cadena muchos productores tomaron la decisión de invertir más dinero en generar productos más profesionales y complejos con el fin de acaparar la atención del público. Como afirma Caro:

La MTV, un canal dedicado por entero a la música moderna, se convertirá rápidamente en un trampolín de nuevos grupos que se servirán del videoclip para impactar en la audiencia y hacerse un hueco en el mercado(2014, p. 133).

Como prueba de esto, destacamos el videoclip *Thriller* de Michael Jackson, estrenado junto a la canción el 2 de diciembre de 1983. Este video musical fue el más caro de realizar hasta la época contando con un presupuesto superior a 40000 dólares, es el perfecto ejemplo de la fusión entre el cine y el videoclip. El proyecto tiene una

duración de 13:42 minutos, se caracteriza por la narrativa del mismo, ya que implementa escenas a lo largo del film donde no se expone la música del single, antes de mostrar la canción, el videoclip se centra en contextualizar la historia. Esta obra supuso un cambio estilístico y conceptual dentro del formato , siendo una referencia artísticas para las obras posteriores.

Con el paso de los años el videoclip ha demostrado su capacidad de adaptación a las tecnologías, manifestándose en diferentes medios digitales e influenciando a distintas generaciones a lo largo de la historia. Actualmente con la creación y el auge de internet el video-musical continúa llegando a millones de usuarios alrededor del mundo. Las plataformas digitales facilitan la promoción y distribución de los productos audiovisuales, llegando cada vez a más público y ayudando a la viralización de estos. Analizando las estadísticas de Youtube podemos comprobar que los 5 videos más vistos en toda la plataforma son videos musicales.

Cada día se ven en YouTube 100 millones de vídeos y todos los días se cuelgan 65.000 vídeos nuevos. Jamás ha habido tanta producción y difusión de secuencias filmadas, jamás se han visto tantas videoexpresiones de “arte y ensayo”, jamás su público ha sido mundial con tanta rapidez. (Lipovetsky y Serroy, 2009, 307)



Figura 5: Fotograma extraído del videoclip *Thriller* (1983)

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=sOnqjkJTMAA>

3.2. Definición y discurso del videoclip

Ahora bien, ¿En qué se diferencian el videoclip de otras obras audiovisuales como el cine, o la televisión? ¿Cuáles son las herramientas narrativas que el video musical utiliza? Para responder estas preguntas y hallar en qué se caracteriza el discurso del videoclip, deberemos antes ahondar en su definición.

¿Qué es el videoclip? Para muchos esta cuestión no supone ningún problema. Se podría definir fácilmente en pocas palabras: Es un video realizado para acompañar una pieza musical que tiene el fin de dar promoción a la misma. Esta definición puede resultar correcta aún así de su brevedad, pero si la damos como válida estamos ignorando características esenciales del video musical que nos ayudarían a entender su verdadera naturaleza. Para conocer la definición de videoclip deberemos fijarnos en los estudios de otros autores que intentan definir este concepto. Para Levín (2002) el videoclip es:

Recreación visual, con música de fondo, de una canción que tiene como objetivo la promoción y venta de los discos que editan las casas discográficas y es producido por éstas o por los agentes de los artistas (Levín, 2002).

A partir de esta definición de Levín, podemos destacar que el aspecto más obvio y definitorio del videomusical es la superposición y adición de imágenes para conformar una obra completa que se adscribe a una canción ya existente. Estas imágenes suelen estar creadas en su mayoría con el fin de promocionar los discos de los artistas para su posterior rentabilización económica. Esta sentencia asume que el videoclip o videomusical depende principalmente de la industria discográfica que los produce, y como bien hemos estudiado en la dimensión histórica del videoclip esta definición tiene una validez clara. La industria discográfica y los intereses económicos forman parte de la naturaleza del video musical. Un videoclip sin su correspondiente exhibición y distribución estaría renegando de dicha característica histórica. Ahora pasaremos a otra definición, Sánchez explica:

[El videoclip musical es] una creación audiovisual de vocación cinematográfica surgida al calor del mundo contemporáneo y el vendaval massmediático, un testigo excepcional de las expectativas e inquietudes de las subculturas y tribus urbanas, un reclamo consumista para la juventud en su calidad de soporte publicitario de los productos de la industria discográfica y un vehículo para la autoafirmación y/o difusión y/o propaganda de los respectivos grupos y movimientos que alientan e inspiran su génesis al identificarse con una declaración de intenciones, un código ético y una forma determinada de vivir, comportarse y pensar, siendo

también consecuentemente un documento antropológico polivalente, contradictorio y versátil. (Sánchez, 1996, p. 566).

La definición de Sánchez pone en valor, entre otros, el carácter antropológico del videoclip. Las obras audiovisuales son hijas de cada tiempo y pueden servir de objeto de estudio para comprender e investigar las diferentes culturas o subculturas. Sánchez, Califica el video musical con un reclamo consumista para la juventud. Esta definición ampara el componente cultural y polivalente del video musical. Este enfoque cultural es una clave para entender la historia del videoclip así como su carácter publicitario. El público, es el que muestra interés y como bien expone Sánchez, reclama al creador un producto que posteriormente se consumirá y alimentará al imaginario colectivo de la juventud. Contando con las afirmaciones de Sánchez podemos afirmar que el videoclip aún dentro de su definición un carácter cultural, antropológico y versátil. Para explicar estos conceptos de una forma más concreta Pérez Jimenez afirma:

“al tratarse de un producto más relacionado con la publicidad que con la generación artística, por una parte, y al estar en contacto con las más potentes e innovadoras manifestaciones juveniles, por otro, el videoclip se erige en representante del espíritu de la época en que ha aparecido” (Pérez Jiménez, 2001, 258).

Analizando las propuestas de definición de estos autores se nos aclaran distintos conceptos que son esenciales para la concretar una definición satisfactoria. Desde mi punto de vista, la definición de videoclip no puede ignorar el contenido artístico del mismo y únicamente basarse en el contenido económico o promocional. La creación de un video musical comprende diferentes grupos de trabajo que se mueven con un fin artístico, como puede ser la dirección de arte, el guion, el montaje o la dirección de fotografía. Puesto en claro los valores y la naturaleza del videoclip, realizaré una definición que aúne los distintos puntos de vista de los teóricos.

El videoclip es una creación visual artística construida en base a una canción ya existente que tiene como objetivo promocionar y difundir tanto el tema como el artista. Se coloca como un formato versátil capaz de adaptarse tanto a los diferentes medios de difusión (Televisión o canales de distribución online) como a las inquietudes y deseos del público, convirtiéndose así en un estandarte cultural en los tiempos modernos y un objeto de estudio antropológico.

Una vez definido el videoclip analizaremos los conceptos que lo desmarcan de otras manifestaciones audiovisuales centrándonos en su narratividad y discurso. El video musical, cuenta con una serie de aspectos que le asemejan a otros formatos audiovisuales (Cine, videoarte, televisión) como pueden ser la narrativa, el estilo, o el valor comercial. Sin embargo el tratamiento de las características adscritas al video musical lo diferencian del resto de productos audiovisuales.

Antes de comenzar el análisis de la narratividad y discurso del videoclip, cabe destacar que existen muchísimas formas en las que se manifiestan dichos productos, al ser tan polivalentes podemos ver videos musicales con un enfoque totalmente distinto. Aún así trataremos de entender las características existentes en la mayoría de los videoclips y que hacen que el formato diste de otras manifestaciones.

Para entender cómo se construye la narratividad y el relato visual de los videoclips mencionaremos a Sedeño Valdeñós, que define la narración del videoclip mediante un concepto llamado mercanarrativa. Según Sedeño:

La mercanarrativa supone el conjunto de modalidades narrativas que fundamentan su naturaleza en su función de ser vehículos de objetivos o finalidades publicitarias o comerciales. La publicidad, en diferentes fórmulas como la audiovisual, la cartelería, la fotografía publicitaria..., así como el videoclip musical, pueden ubicarse en esta megacategoría formada por el criterio de la funcionalidad publicitaria u otros fines mercantiles. (Sedeño, 2007, p. 494)

La mercanarrativa modifica los rasgos narrativos del relato para conseguir un mejor resultado comercial. Sedeño, enumera una serie de características en las que se basa dicha mercanarrativa:

- Discurso aplicado y extraordinariamente elíptico.
- Predominio de la seducción sobre la información.
- Finalidad persuasiva.
- Sometimiento a la audiencia.
- Subordinación consciente a las modas.
- Duración breve.
- Permanencia efímera.
- Medios humanos y materiales múltiples.
- Autoría compartida y subsumida a favor del anunciante.
- Estilemas de marca por encima de los autoriales.
- Constricciones múltiples.

(Sedeño, 2007, p. 494)

Como podemos observar el discurso del video musical está sujeto al funcionamiento de la industria discográfica. La narrativa se ve modificada e incluso abreviada a modo de conseguir un mayor impacto comercial. Y en pro de seducir a la audiencia. Dichas mecánicas expuestas por Sedeño son la base del discurso narrativo musical, analizando las mismas podemos ver cambios que alejan a las características del videoclip a las del cine o video arte:

El tiempo: En su mayoría acompañando a la canción. La cronología de los videos musicales rechaza, en su mayoría, la linealidad de los acontecimientos. Mediante la intercalación de escenas y el uso de elipsis temporales. El objetivo de esta modificación en el tiempo es aumentar el dinamismo y la simplicidad del producto a modo de conectar con la audiencia.

El orden de los acontecimientos de la historia como decimos, puede alterarse en el discurso. De no producirse esta variación obtendríamos lo que se denomina una secuencia crónica. Pero si los acontecimientos son presentados de tal modo que existan diferencias en cuanto al orden de su disposición, estaríamos hablando de una secuencia anacrónica (García Jiménez: 2003, 177).

El espacio: Casetti y Di Chio (1994: 76) afirman que un ambiente es el conjunto de elementos que pueblan la trama y actúan como trasfondo, es lo que llena la escena más allá de los personajes. El video musical, al contar con una narrativa abreviada en pro de la comercialización, debe dar toda la información posible para que el público entienda el contexto donde se desarrolla. Los ambientes y espacios son la herramienta perfecta para construir un videoclip con información que sea llamativo.

Los personajes: El uso de los personajes es esencial en los videos musicales, y es un factor que influye en el discurso y la narrativa de este. Los personajes en su mayoría pueden definir su personalidad mediante diálogos, Sin embargo el uso de la imagen y el arte pueden contarnos bastante sobre este. Diferenciamos dos tipos de personajes: Personajes ídolo, suelen ser los artistas o autores de la canción y gozan de un tratamiento especial y cuidado para fomentar la viralización y comercialización de estos. Por otra parte tenemos a los personajes de ficción, que no forman parte de los artistas y que suelen ser el móvil de la narración y acontecimientos que ocurren en la historia.

4. Caso práctico: (Proceso de creación del videoclip)

A continuación se nos presenta el caso práctico de este estudio, trata de hacer un recorrido por todas las etapas de la realización del videoclip Nocturno de las ovejas. Comprende desde las fases iniciales como la preproducción y el desarrollo de la idea hasta la fase final de postproducción y distribución del producto, pasando por el rodaje del mismo. El caso práctico se aborda desde mi experiencia personal como director del proyecto y se realizará a modo de memoria con el fin de poner énfasis en los aspectos esenciales para el desarrollo de un videoclip. Implementaremos los conocimientos y conceptos aprendidos en el marco teórico de la investigación haciendo hincapié en la coordinación y unificación de los puntos de vista del equipo

4.1 DESARROLLO Y PREPRODUCCIÓN

Las primeras fases de diseño y creación de una pieza audiovisual resultan fundamentales para la culminación exitosa del proceso. Desde los primeros esbozos e ideas hasta su rodaje y postproducción, la estructura y distribución de las tareas y agentes implicados debe ser convenientemente analizadas y puestas en valor.

4.1.1 ESPACIO SONORO DE LA CANCIÓN

Analizar el espacio sonoro de “Nocturno de las ovejas” es esencial para elaborar un esquema mental que nos ayude a transformar los sonidos en imágenes. Escuchar la canción elegida, y analizar las emociones y sentimientos que evoca en nosotros contribuirá a formar una idea visual que será la semilla por la que se regirán los diferentes departamentos de la producción audiovisual.

Nocturno de las ovejas se compone de diferentes aspectos que juntos forman la personalidad y el carácter del tema. Por un lado, tenemos la atmósfera musical de la canción, caracterizada por sintetizadores que aportan misticismo y un tempo pausado que contribuye a generar una instrumental pesada a lo largo del tema. Desde un primer momento quisimos dotar a la canción de una atmósfera onírica y abstracta que no tuviera un ritmo demasiado rápido para asemejar la canción al sentimiento de tranquilidad que

tenemos cuándo estamos durmiendo. Este espacio sonoro etéreo es uno de los puntos importantes que encontramos a través de la escucha de la canción y que se plasmarán posteriormente en el videoclip.

Por otro lado tenemos la letra del tema, habla sobre la visión que tenemos, los integrantes del grupo, de los sueños. Los versos nos cuentan cómo nosotros interpretamos y sentimos los sueños: un lugar misterioso a la par que bello en el que suceden tanto episodios románticos y evocadores, como pesadillas o historias sin sentido. Nos inspira este tema ya que se puede abordar de muchas formas. No podemos hablar objetivamente de los sueños pero sí podemos narrar un viaje basado en nuestras experiencias, y crear una historia inspirada en estos.

Tanto la letra como la música juegan un papel fundamental en la canción Nocturno de las ovejas, estas construyen la naturaleza de la canción. Conocer dicha naturaleza nos ayudará a poner imágenes a la canción y posteriormente a trazar un estilo visual que acompañe a la canción y que sirva de guía a los diferentes departamentos que conforman la preproducción del videoclip. Teniendo claro el análisis sonoro de la canción y habiendo escuchado muchas veces el tema, nos es más fácil desarrollar una historia o una idea para el videoclip y enfrentarnos al guión literario del mismo.

4.1.1.1 Identidad de MILC

Para comprender mejor el proyecto del videoclip conviene echar un vistazo a la trayectoria musical del grupo así como sus referentes principales e identidad.

Nuestra historia comienza hace bastantes años en Los Realejos, un pequeño pueblo de Tenerife, Somos amigos desde la infancia y hemos crecido juntos. En nuestra adolescencia nos interesamos por la música y el teatro, pero más concretamente en los Beatles, nos encantó su forma de componer y la evolución de su sonido. Luego fuimos explorando más grupos cada uno por su cuenta, y poniéndolos en común, alimentando y enriqueciendo así nuestras referencias musicales.

Poco a poco nos iba interesando más el mundo de la música y nos animamos a formar un primer grupo con algunos amigos, aprendimos tocando versiones de otras

bandas, y actuando en algunos eventos del pueblo, pero no teníamos una identidad definida. Queríamos que el grupo tuviera un sonido más propio y decidimos crear Milc. Milc nace a principios del 2018, tocamos diferentes géneros musicales, entre estos destacan: el rock, el punk, la psicodelia, el jazz, el new wave, y el garaje. Fluctuar entre estos campos hace que Milc esté marcado por su versatilidad y su evolución; y niega la necesidad de etiquetarse en un estilo concreto. El grupo está compuesto por tres integrantes, un bajista y cantante (Diego Calzadilla Mesa), un batería y teclista (Daniel Albelo Trujillo) y un guitarrista (Antonio Estévez Toste). Entre nosotros componemos y producimos todas las canciones de la banda. El proceso de creación es muy arbitrario, y sin seguir un canon, llegamos a un punto en común de la forma más democrática posible.

4.1.2 Creación y desarrollo del guion

La idea del videoclip es la base en la que se apoyara la preproducción. Nace, desde su inicio, con unos márgenes estipulados por el grupo de música. La canción debía ser representada, pero debería seguir unas normas adscritas al discurso y a la propia narrativa del videoclip para que el global de la obra cobrase sentido. Los márgenes o requisitos establecidos por la banda fueron los siguientes:

1. La estética visual y los elementos narrativos deberían ser de carácter onírico.
2. El ritmo del videoclip debería estar adecuado al ritmo de la canción, respetando así la cadencia pausada del tema.
3. En el contenido del videoclip debería aparecer el grupo de música interpretando la canción.

El guión está conceptuado para respetar los márgenes que estipulamos desde MILC. Este se caracteriza por su narratividad onírica, inspirada en los sueños. La inverosimilitud de los acontecimientos está buscada desde el primer momento para que el resultado se ajuste a los requisitos de la banda. Puesto esto en claro, el videoclip trata de

contar una historia de amor imposible, contextualizada en un universo ficticio donde conviven personajes que se caracterizan por su extravagancia y singularidad.

Antes de adentrarnos en la historia, describiremos los personajes que aparecen en el videoclip y que dan vida al relato audiovisual:

Monstruo: Una bestia de otro mundo creada a partir de harapos, telas, flecos de colores, máscara... Una alimaña afable y entrañable que quiere exprimir la vida hasta la última gota. Vive encerrado y a merced de las madres superiores, y no puede salir al mundo exterior por prohibiciones de las monjas. Su naturaleza es tranquila y sensible.

Amada: Chica de a pie enamorada perdidamente de nuestro protagonista, hará todo lo posible para consumir su amor por la bestia. Su carácter aventurero dista mucho con la forma de vida conservadora del monstruo y de las monjas.

Monjas: Madres superiores, mandonas, caprichosas e intimidantes. Están obsesionadas con el cuidado de su hijo, el monstruo. Ellas se encargan de mantenerlo en cautiverio y de sobre proteger a su hijo inhumano. Harán lo que esté en su mano para hacer que se cumplan sus normas.

MILC (Grupo de música): Su única función es tocar, representan la salida de la rutina del monstruo y la libertad que siente él mismo.

La historia se podría sintetizar en un *logline*: Un Monstruo vive encerrado en su casa con tres monjas que juegan el papel de madre. Este huye de la vivienda con su amante para ver el concierto de Milc, sin embargo las monjas se enteran y acaban con su vida por desacatar sus órdenes.

Ahora desarrollaremos la trama mediante una sinopsis:

El videoclip nos cuenta la historia de un monstruo que vive enclaustrado con tres monjas en una casa. Estas monjas juegan el papel de madre y de cuidadoras de la criatura. Ellas controlan lo que hace, lo que come, hasta lo que ve por la televisión. La monotonía de la convivencia, junto con los valores más conservadores, tienen bastante cansado a nuestro protagonista, que intenta distraerse de la rutina imaginándose libre y fuera de su casa. Es entonces cuando, en la soledad de su habitación, descubre que su amante, lo ha venido a buscar en un descapotable blanco. Él, sin pensarlo dos veces,

salta desde su ventana (mientras las monjas echan una siesta en el salón) y se monta en el coche con su amada. Juntos ponen rumbo al concierto de Milc (el grupo de música). En el trayecto se les ve ilusionados, el monstruo apoya su cabeza en el hombro de la chica y alguna vez mira hacia atrás con un poco de preocupación, ella lo calma, jugando con sus manos entre las telas del traje. Llegan a un arrozal, y ella lo dirige hasta una vieja y pequeña barraca en medio de la nada, cogidos de la mano, entran en la construcción sospechosa y descubren que dentro se encuentra un teatro en el que MILC está tocando su concierto. La chica y el monstruo suben al escenario a bailar, se encuentran super felices bailando la música interpretada por el grupo.

Es entonces cuando las madres superiores se despiertan al ver en el televisor una retransmisión en directo del concierto en el que se encuentra su hijo. Llenas de rabia, deciden ir en busca y captura de su hijo. Las monjas se arman con pistolas, katanas y metralletas que tienen escondidas para situaciones límite y ponen rumbo al concierto para poner orden. Cuando llegan, sacan al monstruo por los cuernos, lo tiran al suelo del arrozal y le propinan una paliza de muerte a ojos de su amada. Esta última, agazapada, llora por la muerte del monstruo. Las monjas, con su hijo tendido en el suelo, se santiguan para dar por terminado el sacrificio.



Figura 6: Fotograma del monstruo muerto con las tres monjas

Fuente: propia, extraída de la grabación de Nocturno de las ovejas

Una vez hecho el guión literario, se tomará como guía creativa para elaborar una propuesta visual tanto en el departamento de arte, como en el departamento de foto. Se deberá observar con precisión las necesidades técnicas, logísticas y artísticas del mismo para elaborar un presupuesto que se ajuste al margen económico con el que contamos para llevar a cabo el proyecto.

4.1.3 Marco productivo: La Stima

La Stima es una productora creativa amateur formada por alumnos del grado de comunicación audiovisual, se dedica a realizar proyectos con el fin de dedicarse al mundo audiovisual profesionalmente. Es el equipo que se encargará de dar forma al proyecto, trabajando conjuntamente en los diferentes roles que requiere el videoclip. Se compone de once personas divididas por roles para llevar a cabo un trabajo más efectivo de cara a la realización del proyecto. En nuestro haber contamos con diferentes proyectos como el anterior videoclip de Milc “La ventana de mi cuarto” o “Galilea” otro video musical para un artista local de Valencia.

Cabe destacar que los miembros, en los que me incluyo, han trabajado sin ánimo de lucro y con el fin de obtener una experiencia gratificante y material audiovisual para sus propios curriculums. *La Stima* se crea desde un prisma amistoso y con el propósito de disfrutar el proceso y obtener experiencia.

El equipo se organiza mediante reuniones por departamentos, tanto físicas como telemáticas. Comenzamos primeramente con las reuniones referentes al reparto de roles y al planteamiento del proyecto. El reparto de roles está elegido en base a los deseos de los integrantes de *La Stima*, trabajar cómodo en un departamento que te guste y te motive es muy importante para la satisfacción personal del equipo y lo considero esencial para que el ambiente de trabajo grupal sea sano y efectivo.

El reparto de roles está asignado de la siguiente forma:

Roles de preproducción:

Dirección y guión: Diego Calzadilla Mesa

Ayudante de dirección: Marta Benages Cervera
Jefa de producción: Ana Revert Alcayde
Dirección de fotografía: Carlos Montó Escudero
Ayudante de fotografía: Izan Serrano
Dirección de arte: Safía Aboulatahia del Pozo
Ayudante de arte: Alejandra de Benito Mesa
Ayudante de arte : Alborada Hernández
Ayudante de arte: Ignacio Monsell Corts
Ayudante de arte: Ana Revert Alcayde
Dirección de actores: Ana Revert, Ignacio Monsell, Diego Calzadilla Mesa

Roles de rodaje:

Dirección: Diego Calzadilla Mesa
Cámara: Carlos Montó Escudero
Cámara 2: Felipe Bolaños Maldonado
Equipo de arte: Safía Aboulatahia, Alejandra de Benito y Alborada Hernández
Script: Marta Benages Cervera
Gaffer: Izan Serrano

Roles de postproducción:

Edición y efectos visuales: Felipe Bolaños Maldonado
Etalonaje: Alba Ramírez
Grafismos: Ignacio Monsell Corts

4.1.3.1. El papel de la dirección

“...eres director cuando asumes toda la responsabilidad en la película, no sólo sobre lo que puede estar bien, sino sobretodo sobre lo que puede salir mal, y al hacerlo no le puedes ya echarla culpa a nadie. A nadie más que a ti...”(Martel, 2009)

Mi papel como director dentro del equipo se compone de diferentes objetivos y tareas que se deben desarrollar con precisión para que el producto final goce de la mayor

calidad técnica y artística posible. Dentro de estos objetivos podemos destacar principalmente la unificación de los diferentes puntos de vista de los departamentos que conforman el proyecto. Esta cuestión está relacionada con la cohesión y coherencia que deben mantener los grupos de trabajo con el fin de unificar el estilo y el mensaje del videoclip. Todas las personas involucradas deben saber cuáles son las ideas y las pautas más importantes para que los departamentos y el proyecto pueda navegar hacia una misma dirección. Dentro de las metas marcadas como director estaba el poder trabajar bajo presión organizadamente. El proceso de creación de un videoclip está sujeto a mucho cambios y problemas que hay que saber abordar de la manera más resolutiva y tranquila posible. Este aspecto es esencial para el desarrollo de otro de mis objetivos como director. Generar un ambiente de trabajo sano y productivo mediante la comunicación entre las personas que conforman el equipo, este estado de tranquilidad y respeto entre los compañeros resulta un punto de suma importancia para el desarrollo del videoclip. Otro de mis objetivos, aunque esté más relacionado con la labor de guionista, es crear una historia que case con las necesidades de la canción escogida que respete los márgenes marcados por el grupo Milc.

Las tareas como director que se han de llevar a cabo para el desarrollo óptimo del videoclip, se basan en la constancia y en el trabajo diario. Estas se extienden por todas las etapas del proyecto, desde la idea hasta la finalización del mismo. Primeramente en las tareas de preproducción, se coordinaron los diferentes departamentos mediante reuniones, en ellas se trataron temas referidos a cada grupo de trabajo y se estableció un seguimiento de los puntos que se trataron en las reuniones para el cumplimiento de los plazos marcados. También es menester supervisar la selección de actores, supervisar las decisiones que se toman en cada departamento, proponer nuevas ideas, soluciones... En definitiva tener un amplio margen de actuación con respecto al equipo fílmico y saber identificar los problemas mediante la comunicación efectiva.

Me gustaría destacar la capacidad de ser flexible dentro de la dirección. En una producción audiovisual existen diferentes puntos de vista sobre cómo llevar a cabo los aspectos que conciernen al desarrollo del vídeo. El director no puede opacar las voces de los compañeros, es más, tiene que saber escuchar, analizar y estar abierto tanto a los cambios como a las opiniones del grupo de trabajo.

4.1.4 PRODUCCIÓN Y PRESUPUESTOS

El departamento de producción es esencial para todo proyecto audiovisual, mediante este podemos realizar de la mejor forma las obras que tengamos en mente. La producción audiovisual abarca desde decisiones financieras, que involucran el margen económico del proyecto, hasta la logística que aúna los medios necesarios para el desarrollo del mismo

Una buena organización resulta importante para abordar todos los aspectos que son necesarios dentro del videoclip. Por ello, desde el departamento de producción y dirección se elaboró un calendario para enumerar las tareas que se necesitaban llevar a cabo el proyecto y respetar los plazos de las mismas.

CALENDARIO - EL NOCTURNO DE LAS OVEJAS. MILC LaStima Producciones

TAREAS	PREPRODUCCIÓN				PRODUCCIÓN				POSTPRODUCCIÓN	
	MAYO				JUNIO				JULIO	
	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2
PREPRO										
GUION	X									
PROPUESTAS		X								
BUSQUEDA LOCALIZACIONES		X								
PRESUPUESTO		X								
CASTING			X							
DESGLOSES			X							
COMPRAS				X	X					
GUION TÉCNICO					X					
PRODUCCIÓN										
PLAN RODAJE					X					
ENSAYOS/ PRUEBAS						X				
RODAJE						X	X			
POSTPRO										
VISIONADO								X		
MONTAJE									X	
EDICIÓN										X

Figura 7: Calendario de *Nocturno de las ovejas*.

Fuente: Propia

Desde el departamento de producción nos encargamos de cumplir los plazos estipulados desde el principio para que el rodaje no se viera afectado, en este calendario podemos observar como varias de las tareas se suceden en un mismo tiempo para así agilizar la producción y llegar con tiempo a los plazos estipulados. A parte de elaborar un calendario de organización, el departamento de producción se hace cargo de contactar

con las localizaciones y conseguir el permiso de las mismas para efectuar el rodaje. En este caso tuvimos que contactar con el Teatro Serrano ubicado en Gandía y diferentes viviendas de particulares que eran necesarias para la realización del videoclip. No obstante, no es tan fácil concretar y cerrar las localizaciones, en muchas ocasiones surgieron problemas para poder rodar en un espacio debido a las circunstancias de los mismos o a los obstáculos que nos ponían los dueños de las localizaciones. Este es un proceso arduo y costoso con el que no contábamos desde un principio, aún así, con trabajo y empeño pudimos grabar en los espacios queridos después de descartar muchos otros.

Igualmente el departamento de producción también se encargó de elaborar los permisos de los derechos de cesión de imagen de los actores

El seguimiento de gastos del videoclip referentes a: atrezzo, vestuario, alquiler de material, dietas y transportes es también labor del departamento de producción. Una vez realizadas las propuestas y desgloses de arte y fotografía, el departamento de producción elabora una estimación del dinero que se necesita para llevar a cabo el videoclip, contando con todos los aspectos que suponen un gasto para el equipo, se estimó que para la realización de Nocturno de las ovejas se necesitarían alrededor de 400€ - 600€. Para llevar las cuentas del presupuesto gastado durante la preproducción y producción del videoclip, decidimos hacer un recuento de todos los tickets de compra y hacer la cuenta de lo que habíamos invertido en el proyecto.

4.1.4.1 Financiación y crowdfunding

Dado que nuestras posibilidades económicas no llegaban al margen monetario marcado por el departamento de producción decidimos crear un crowdfunding o recaudación de fondos para poder afrontar los gastos requeridos para la obra audiovisual. Nuestras opciones serían *Verkami*, *gofundme* y *ulule*. La plataforma elegida sería *gofundme* un sitio web especializado en este tipo de recaudaciones que permitía sacar el dinero sin llegar al objetivo de recaudación.. Una vez planteado el método de financiación del videoclip se idearon una serie de recompensas para las personas que donaran dinero para el proyecto y una breve descripción del proyecto para así dar a conocer lo que

estábamos planeando llevar a cabo y que el público no donara sin saber el fin. La descripción que utilizamos fue esta:

Nocturno de las ovejas es nuestro próximo single y lo estrenaremos próximamente junto con su videoclip. Es para éste para el que les pedimos ayuda. Este proyecto lo estamos llevando a cabo conjuntamente con una joven productora, La Stima. Debido a nuestra situación económica actual y por todos los costes que conlleva hacer un videoclip de calidad hemos decidido contar con esta plataforma para ampliar nuestro presupuesto y llevarlo a cabo de la mejor manera posible. Hasta ahora, MILC es para nosotros un proyecto que ha ido evolucionando de lo personal a lo profesional y pensamos que este es el momento de dar el salto y crear un producto que verdaderamente refleje la identidad, el talento y nuestro amor por lo que hacemos.

Para recompensar el apoyo de los donantes decidimos elaborar una recompensa basada en una rifa, los premios de la misma serían los siguientes:

Se rifarán 3 lotes como recompensa para las personas que apoyen el proyecto:

1º lote: (a partir de 5€) Poster de MILC

2º lote: (a partir de 10 €) Poster de MILC + camiseta edición limitada

3º lote: (a partir de 20€) Poster de MILC + camiseta edición limitada + vinilo de TÁBATA

El método para elaborar el sistema de recompensas se ideó desde el departamento de producción y dirección del proyecto, que vio necesario este tipo de premio para que el público estuviera más abierto a apoyar monetariamente el videoclip.

El resultado del crowdfunding fue más que satisfactorio, después de anunciarlo en redes y compartirlo, llegamos a conseguir 460€ para la financiación del videoclip. Esto entraba dentro del margen económico necesario que habíamos marcado desde producción.



Figura 7: Crowdfunding nocturno de las ovejas

Fuente: <https://www.gofundme.com/f/videoclip-nocturno-de-las-ovejas-milc>

4.1.6 FOTOGRAFÍA

4.1.6.1 Referentes visuales

Tanto el planteamiento visual como la dirección de fotografía se inspira en trabajos audiovisuales de otros autores. Para este proyecto dedicamos tomar distintas referencias según el espacio al que nos enfrentábamos. Las escenas que se desarrollan en un interior tienen como referencia el estilo cinematográfico de Benoît Debie, director de fotografía en las películas del cinematógrafo Gaspar Noé. Este director de fotografía se caracteriza por representar ambientes turbios y transgresores bajo una óptica que lo aleja del resto de los compañeros de profesión. Al querer representar una historia basada en los sueños y lo irreal vimos necesario acercarnos a un planteamiento visual que reflejara estas características. Es por esto que Benoît Debie es una de nuestras principales referencias a la hora de crear el estilo visual. De este referente visual podemos analizar el uso de la saturación como forma de expresividad narrativa y la existencia de las sobras contrastadas que generan una atmósfera misteriosa. También cabe destacar que Darius Khondji, el director de fotografía de *Delicatessen* (1991) influyó en los aspectos referido al color y a la deformación de la imagen.



Figura 8: Fotograma de *Climax* (2018)



Figura 9: Fotograma de *Delicatessen* (1991)

Para representar visualmente los espacios exteriores decidimos reflejar el sentimiento de libertad, tanto en la playa como en el arrozal que aparecen en el videoclip. Las referencias que buscamos forman parte del videoclip “El encuentro” de Amaia y Alizz.



Figura 10: Frame de *El encuentro*.



Figura 11: Frame de *Nocturno de las ovejas*



Figura 12: Frame de *El encuentro*



Figura 13: Frame de *Nocturno de las ovejas*

4.1.6.2 Planteamiento visual

La dirección de fotografía del videoclip es un aspecto realmente importante para todas las producciones audiovisuales, y sin duda, fundamental para la comprensión de la historia de *Nocturno de las ovejas*. Las directrices marcadas por este departamento están basadas principalmente en ambientar el universo onírico en el que se desarrolla la historia del proyecto. Adentrar al espectador en un viaje narrativo basado en la ensoñación es lo que se busca desde este departamento, para ello necesitaremos centrarnos en una serie de aspectos técnicos y artísticos con el fin de cumplir los objetivos propuestos para la dirección de fotografía.

Como se ha dicho previamente, la fotografía de este clip se mueve en el ámbito de lo onírico, para llevar este planteamiento a la práctica deberemos proponer diferentes

objetivos y a trazar un estilo que sea el idóneo para el desarrollo efectivo del vídeo. Los puntos por los que se rige la toma de decisiones referentes a este departamento son los siguientes:

1. La exageración de los estímulos visuales: Se potenciaron los apartados visuales como la luz, el color y la distancia focal para distar de un estilo realista. Para ello se utilizó la exageración y la experimentación dentro de los apartados técnicos de la fotografía. Por ejemplo, con respecto a la lente de la cámara, se usaron objetivos de ojo de pez (8mm) para deformar todo lo posible la imagen y alejarla así de la óptica más similar a la mirada humana (22mm/24mm). En cuanto a la luz y el color se buscarán luces con sombras más duras y colores más saturados e inusuales para aportar dramatismo y peculiaridad.



Figura 14: Frame de Nocturno de las ovejas

Fuente: Propia

2. El uso de cámara lenta: Con la finalidad de ampliar el impacto visual, y emocional del film. La cámara lenta aporta un sentimiento contemplativo a la par que satisfactorio que nos aleja de la realidad, con esta herramienta nos será más fácil conectar con el espectador, tanto visual como emocionalmente, es por esto que la extensa mayoría de los planos en el videoclip están ideados desde un primer momento a grabarse en cámara lenta. Los frames por segundo varían, las tomas que necesitaron

más desaseleración de la imagen fueron grabadas a 120fps, mientras que las tomas que impliquen una menor cámara lenta fueron rodadas a 60fps.

3. Ritmo pausado: Para respetar el espacio sonoro y la atmósfera de la canción. Al enfrentarnos a una canción con un tempo lento, la fotografía debe acompañar al ritmo musical, para ello descartaremos del dinamismo como recurso narrativo y adoptaremos técnicas más estáticas como el plano fijo o el leve zoom in. Así, la música y la imagen se compenetrarán mejor haciendo del producto final una obra más coherente y unificada.

4. El tiempo dentro de la historia: *Nocturno de las ovejas* está conceptualizado para que los sucesos ocurran en un día. Tuvimos que representar y estudiar la luz de las horas en las que se sucedía la historia. Podemos ver cómo al principio del filme está amaneciendo y al final de este es de noche.

Como hemos podido observar la búsqueda de la inverosimilitud en la narrativa depende del planteamiento visual que escojamos durante la preproducción del vídeo. El “qué” vemos en la pantalla y el “cómo” lo vemos juega un papel fundamental para relacionar la historia del videoclip con el estilo visual. Pero para llegar a saber cómo y qué se quiere mostrar se necesita realizar un trabajo previo. Las plantas de cámara, esquemas de iluminación y guión técnico serán la guía de trabajo para poder funcionar cómoda y efectivamente en el rodaje del vídeo.

num	SEC.	PLANO	MOV./ANG.	LENTE	ACCIÓN	LOC.	MINUTADO
1	1	1	PP - PM Frontal zoom out	50 mm	Monstruo mirando a cámara	Espigón	00:00 - 00:07
2	1	2	PP - PM Frontal zoom out	50 mm	chica mirando a cámara	Espigón	00:07 - 00:14
3	1	3	PG Contrapicado Fijo	8 mm	Monstruo y chica mirándose + títulos	Espigón	00:14 - 00:18
4	2	1	PG Frontal-lateral zoom in	8 mm	General estampa de la cocina	Cocina	00:18 - 00:22
5	2	2	PM Contrapicado Travelling (lat)	8 mm	monjas cocinan	Cocina	00:22 - 00:26

Figura 15: Guión técnico Nocturno de las ovejas

Fuente: propia

El departamento de fotografía y el departamento de arte trabajaron conjuntamente para coordinarse con respecto a las medidas del espacio de rodaje, atrezzo necesario para los planos y para mostrar lo esencial en cada toma.



Figura 16: Frame *Nocturno de las ovejas*.



Figura 17: Frame *Nocturno de las ovejas*.

4.1.7 ARTE

4.1.7.1 Referentes artísticos

Entre las inspiraciones artísticas destacamos dos tipos de referencias. Una referencia para la creación de espacios, atrezzo y escenografía y otras referencias para el vestuario. Para diseñar y decorar las localizaciones dentro del videoclip nos basamos en el estilo de Pedro Almodovar, más concretamente en su director de arte Antxon Gómez. Antxon aporta un estilo intimista a las películas de Pedro Almodovar, se caracteriza por la utilización de colores vibrantes, estampados de todo tipo y una decoración que nos cuenta mucho sobre los personajes, siempre basada en aportar características a los mismos bajo una óptica de carácter humano.

“¿Este personaje quién es? ¿Qué hace? ¿Qué le gusta?’ Todo eso se tiene que traducir en su espacio. Es diferente una persona que haya heredado de sus padres un mobiliario, unos libros o unos cuadros, a otro que se acaba de mudar” (Antxon Gómez en una entrevista en el país).

También nos inspiramos en películas o series que se mueven en un registro apartado de la realidad, Por ejemplo *Twin Peaks* (1990) de David Lynch, en la que se trata mucho el recurso de la ensoñación o *Donnie Darko* (2000).



Figura 18: Frame de *La mala educación* (2004)

En cuanto al vestuario del proyecto, nos inspiramos en diferentes estéticas a modo de aportar carácter a los personajes y hablar sobre ellos. Para dar vida al monstruo nos inspiramos en el trabajo de Nick Cave (Figura 19), un artista diseñador de atuendos extravagantes para pasarelas. Y también en *Los Caretos de Podence* una fiesta tradicional de Portugal donde los habitantes se visten de monstruos (Figura 20).



Figura 19: Atuendos de Nick Cave



Figura20 : Festival de caretas de Podence

El vestuario de las monjas y sus personalidades están inspirados en la película *Entre tinieblas* (1983) un film dirigido por Pedro Almodovar que trata sobre el convento inusual y extravagante que tienen tres monjas.

4.1.7.2 Planteamiento artístico

La dirección de arte en *Nocturno de las ovejas* juega un papel fundamental para la comprensión de la historia. El poder reflejar y llevar a la pantalla todas las características esbozadas en el guión literario (atrezzo, vestuario, escenografía...) hace de este trabajo todo un reto. El universo onírico en el que se sitúa la historia de nuestro videoclip tiene que ser creíble para el espectador, para ello, el equipo de arte tiene que poder ambientar el espacio y los personajes para reforzar y ayudar a la historia que se intenta contar. Tomando el guión literario como guía se empieza a dar forma al universo en el que se mueven los personajes de *Nocturno de las ovejas*. Primeramente, se realiza una propuesta de arte, en esta se buscan referencias de vestuario, atrezzo, localizaciones, maquillaje, etc. En esta propuesta también podemos encontrar la fijación de una gama cromática para cada espacio en el videoclip y la realización de un moodboard para poner en papel lo hablado en las reuniones.

Tras unas primeras reuniones trazando una propuesta que se adecue al guión literario y tenga coherencia con el departamento de fotografía y la historia, el equipo de arte tuvo que trabajar en base a los tres pilares fundamentales de la disciplina: El vestuario, el atrezzo y las localizaciones.

4.1.7.3. LOCALIZACIONES Y ATREZZO

El cómputo global de espacios existentes en el videoclip son seis (dos exteriores y 4 interiores). Seis localizaciones que deben contextualizarse y ambientarse bajo una estética coherente con la historia. Empezaremos cronológicamente, en orden de aparición el videoclip.

En primer lugar encontramos una localización exterior, la playa. Esta es sin duda el reto más fácil en cuanto al departamento de arte, ya que, al ser una localización exterior y

contar únicamente con tres planos en el guión técnico, no se necesitaba el uso de escenografía o atrezzo, únicamente el diseño de vestuario. Se eligió una playa cercana a Gandía (Playa de Venecia) ya que cumplía las características exigidas y estaba bien situada con respecto a economizar los gastos de transporte



Figura 21: Playa de Venecia, Gandía.

Figura 22 : Frame de *Nocturno de las ovejas*.

La casa en la que viven las monjas con el monstruo se compone de tres espacios: La cocina, la habitación del monstruo y el salón. Estos tres espacios simulan estar situados en la misma vivienda, pero en realidad se encuentran separados debido a las necesidades artísticas que necesitábamos para cada uno de ellos. La cocina es el centro de mando de la casa, desde ahí las monjas cocinan y controlan el resto de la vivienda pese a su pequeño tamaño. Desde el departamento de arte se decidió que el estilo de esta cocina fuera tradicional, tomando las típicas cocinas de abuela de referencia. Grandes calderos, instrumentos de madera, una pared de azulejo estampada con motivos florales que nos recuerdan a la estética de los 70, un frutero y hortalizas; apoyarían la idea de sobreprotección y jerarquía que pretendíamos transmitir con la personalidad de las monjas. En esta escena la acción se centra en el monstruo, que está jugando con su fabada bajo la atenta mirada de la monja superiora, la disposición del espacio suma al valor narrativo de la escena, podemos ver como el monstruo se encuentra en el medio de la cocina sentado en una mesa para uno mientras las otras monjas se encuentran haciendo otras labores domésticas. En la mesa podemos ver recursos que nos recuerdan a una época más tradicional, un plato de barro, un vasito de vino y un tapete. Nuestras prioridades para escoger la localización de la cocina eran varias, debía tener una pared de azulejos estampados, una estética rústica y una proximidad acequiase para el desplazamiento de equipo y actores. Tras valorar distintos espacios que se asemejaban a

lo que buscábamos nos decidimos por la casa de la abuela de un miembro del equipo que cumplía con todas las necesidades estipuladas desde el departamento de arte.



Figura 23: Frame de *Nocturno de las Ovejas*

El salón de la casa tiene varias características a destacar, este espacio representa un aspecto más en la rutina de la familia de las monjas, aquí ven la televisión, descansan, charlan y debaten. Como en la cocina, esta parte de la casa está basada en un estilo tradicionalista, una televisión antigua, fotos familiares, todo tipo de velas y candelabros, revistas del corazón, figuras y cuadros religiosos, en definitiva una decoración cargada que nos transmite que esta ha sido la vivienda de las monjas durante muchos años y su devoción por la religión. Sin embargo encontramos la existencia de algún elemento anacrónico como puede ser el portátil de una de las monjas. Este anacronismo está buscado desde el departamento de arte, si añadimos elementos que se diferencian cronológicamente de la mayoría, el espectador no sabrá en qué época se contextualiza la historia, dándole un carácter a la misma más confuso y alejado de la realidad.

El requisito que buscábamos para el espacio era que existiese un mueble de pared con estantes donde se pudiera colocar la televisión y decorar con facilidad el espacio de los lados. Tras descartar diferentes opciones decidimos grabar el salón en la casa de un miembro del equipo situada en Almansa. En la figura x podemos

ver la referencia del espacio buscada desde el equipo de arte y en la figura y el resultado final del salón.



Figura 24: Referencia



Figura 25 : Frame Nocturno de las ovejas

La última habitación de la casa de las monjas es la habitación donde duerme el monstruo. Se caracteriza por su escasa decoración y sobriedad y representa el estado de aislamiento social que sufre nuestro protagonista. Cuenta con una cama individual, una mesa de noche con revistas en las que aparece el grupo Milc y en el cabezal de la cama un crucifijo rodeado de leds. Este último elemento también lo podemos situar dentro del grupo de objetos anacrónicos del videoclip. La búsqueda de la habitación fue sencilla, necesitábamos un espacio sin demasiado estímulo visual con dos únicos elementos: una cama pequeña y una ventana.



Figura 26: Frame extraído de Nocturno de las ovejas

La siguiente localización es el arrozal, después de que el monstruo se escape de su casa, la chica lo recoge en un descapotable blanco y juntos ponen rumbo al concierto de Milc. Desde el departamento de arte se buscó una zona natural amplia, al aire libre y sin rastros de industrialización para aportar sensación de libertad a la escena de la fuga del monstruo con la chica. El equipo de arte junto al equipo de dirección se encargó de localizar este espacio en las inmediaciones de Fabara, un pueblo cerca de Gandía. Los elementos clave dentro de esta localización son dos: Primeramente, el descapotable blanco, un modelo antiguo que simbolizara una vía de escape de la monótona rutina del protagonista. Y en segundo lugar una construcción abandonada que sirva con entrada al concierto de la banda. El hecho de que esta edificación sea la entrada al teatro nos distancia de la realidad aportando así más cualidades oníricas al video musical.

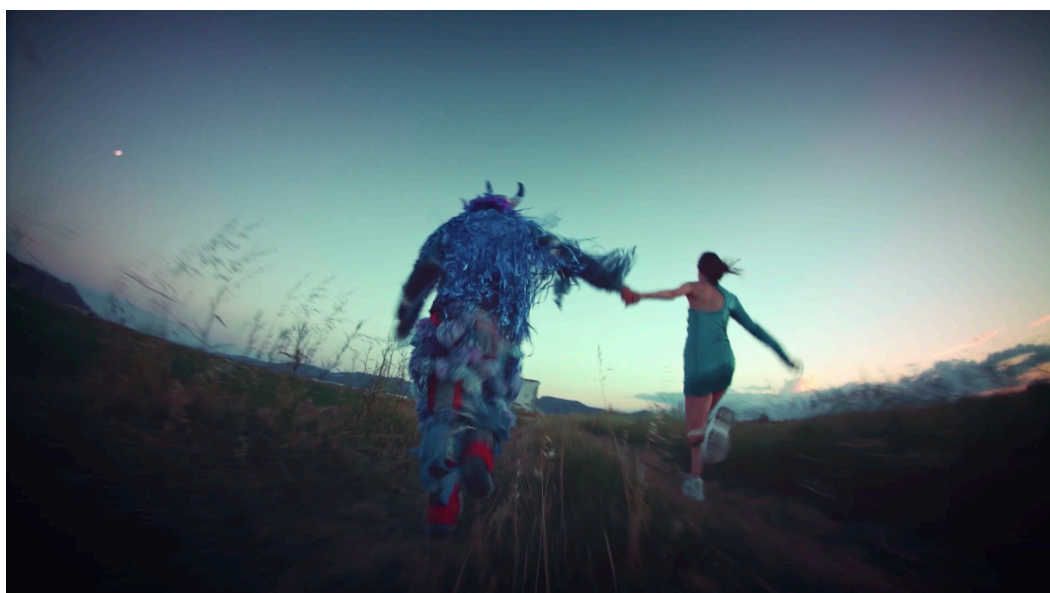


Figura 27: Frame extraído de *Nocturno de las ovejas*.

Como última localización tenemos el concierto de Milc que se desarrolla dentro del teatro Serrano en Gandía. Queríamos aportar un enfoque distinto a la puesta en escena de las actuaciones musicales. Para desmarcarnos de un concierto común de una banda, propusimos que la escenografía dispuesta en el espacio fuera llamativa y aportara dinamismo a la escena. Decimos colocar aparatos electrónicos (Televisores, monitores, impresoras, ordenadores, etc) y que en estos se reproducirán imágenes de los miembros del grupo mientras interpretan la canción. En cuanto a la elección de la localización, queríamos un espacio que distara mucho de la construcción del arrozal, un lugar

ostentoso, grande y vacío que diera protagonismo tanto al grupo como a los protagonistas del videoclip. Tras valorar y contactar con espacios que cumplieran con las características, decidimos escoger el teatro Serrano debido a las condiciones del mismo, a que no suponía ningún gasto económico y a su cercanía.



Figura 28: Frames extraído de *Nocturno de las ovejas*

4.1.7.2 . Diseño de vestuario

Toda obra artística tiene como finalidad transmitir, un mensaje, una historia, un sentimiento...Para que se realice este intercambio de información, que se proyecta desde el autor hasta el público, deben haber muchos factores a disposición del relato. Es decir, todos los departamentos deben poseer coherencia entre ellos y respetar las ideas marcadas desde el comienzo de la preproducción. El diseño de vestuario es uno de los aspectos más importantes a la hora de marcar un estilo visual original y aportar credibilidad al computo global de la historia. En este caso, las directrices marcadas por el equipo de dirección son similares al resto de los departamentos. El vestuario debe estar relacionado con los conceptos esenciales de *Nocturno de las ovejas*, debe mantener el carácter onírico, inverosímil y aportar un toque fantástico para dar vida a los personajes que conforman la historia. Analizaremos el diseño de vestuario escogido para cada uno de los personajes siguiendo el orden de aparición en el videoclip.

El Monstruo: Desde el departamento de arte se buscó que el monstruo transmitiera los valores contrarios a los que simboliza una alimaña para generar un sentimiento de empatía en el público. Mediante el diseño del traje podíamos construir parte de la personalidad del protagonista. La expresión facial de la máscara nos evoca ternura e incluso tristeza, casando a la perfección con el carácter manso y tranquilo del monstruo.

El traje de la criatura está realizado mediante parches, harapos, plumas, lana y pompones y no cuenta con ningún elemento que pueda intimidar o infundir miedo al espectador. El uso de flecos y extensiones de tela se implementó para añadir impacto visual a la imagen y para que el monstruo tuviera más dinamismo en las tomas en las que se utiliza la cámara lenta.



Frame 29: Frame extraído de *Nocturno de las ovejas* **Frame 30:** ""

La chica: representa lo opuesto a la tradición, sus valores distan de los ideales de las cuidadoras del monstruo (Las tres monjas). Para extrapolar el carácter de este personaje a su atuendo decidimos vestirla y maquillarla basándonos en un estilo moderno que chocara con el estilo arcaico de las monjas. Un vestido ajustado de brillos azules y un maquillaje ahumado potenciaría la idea de representar lo opuesto a la privación de libertad que sufre el monstruo.



Figura 31: Frame extraído de *Nocturno de las ovejas*

Las tres monjas: Para desmarcarlas de las típicas monjas y respetar el carácter inverosímil de la historia decidimos que estas llevaran elementos poco comunes con respecto a los hábitos de monjas. Aunque estén vestidas de la misma forma, (cofias, rosarios y mismo uniforme) decidimos diferenciar el perfil de las tres para potenciar una personalidad distinta en cada una de ellas. Juntas representan la tradición, la exigencia y la monotonía de la rutina.

- Monja superiora: la más mayor de todas. Lleva unas gafas de sol, una riñonera donde guarda el tabaco de liar, pintalabios y un rosario colgado del cuello, pero en lugar de llevar una cruz tiene colgado un pito para advertir y señalar cuando no se están respetando las normas dentro de la casa.

- Monja Punk: la menor de la familia. Destacan sus medias de rejilla, su gargantilla de pinchos, su cinturón ajustado y sus zapatillas *converse*. Es la monja más impulsiva.

- Monja tradicional: su estética es la más que se asemeja a una monja convencional, no destaca ningún elemento que se inusual en la vestimenta religiosa. Lleva gafas de vista.



Figura 32: Frame extraído de Nocturno de las ovejas (Monjas)

Milc: el estilo de vestimenta escogido para el grupo se caracteriza por ser alternativo, moderno y misterioso al predominar los tonos oscuros en las prendas. Destacamos el uso de gafas de sol, maquillaje, prendas de cuero y accesorios que relacionan la forma de vestir del grupo con la atmósfera onírica y oscura de la canción.

4.2 Rodaje.

Una vez terminadas las labores de preproducción del proyecto escogemos cuatro días que sean compatibles con la disponibilidad de los actores y el equipo para llevar a cabo la producción de Nocturno de las ovejas. Los días escogidos comprenden desde el martes 22 de Junio hasta el viernes 25 del mismo mes. Antes de las fechas señaladas se elaboran pruebas de fotografía con el material cedido desde la universidad para solventar dudas y sentirnos más cómodos con este a la hora de la grabación. La organización y la logística dentro del rodaje de Nocturno de las ovejas jugó un papel fundamental.

Para disponer organizadamente el tiempo del rodaje se elaboró esta planilla que contiene día, localización, horarios y actores necesarios para cada jornada.

Día	Localización	Tiempo	Actores
Lunes 21	Recogida de material	Recogida de material	Recogida de material
Martes 22	arrozal	19:00 / 22:00	Monjas, chica y monstruo
Miércoles 23	Teatro	8:00/18:00 Teatro mañana y tarde	Chica, milc, monstruo
Jueves 24	Requena, Salón (Gandía)	Requena por la mañana (grupo reducido) arte prepara salón 7:00/21:00	Monjas, Monstruo
Viernes 25	Playa ,Habitación, (Casa de Alborada), Coche.	Playa a las 7:00 Por la mañana (devolución de material a la 13:15)	Chica, Monstruo, monjas

Figura 33: tabla organizativa del rodaje.
Fuente: propia

La improvisación dentro del equipo fue de gran importancia, el grupo de rodaje tiene que ser capaz de solventar los problemas que surgen durante el rodaje, y poder adaptarse a estos con la mayor eficacia posible.

El rodaje estuvo caracterizado por el escaso tiempo de actuación que teníamos en la mayoría de jornadas. Teníamos un leve margen de error ya que para las escenas grabadas en exteriores dependíamos de las horas de luz y no podíamos tomarnos el tiempo que nos hubiese gustado para realizar las tomas con más calma. Aún así, con todos los departamentos ayudando en labores necesarias para el rodaje (transporte, equipo de fotografía, equipo de arte, dirección de actores) y una buena toma de decisiones, el rodaje se realizó de la mejor manera posible.

Se respetaron las medidas de seguridad contra el Covid- 19 que suponían trabajar con equipos de rodaje más reducidos y respetando la distancia de seguridad. Cabe destacar el buen clima de trabajo que existía entre miembros del equipo y actores, esto ayudó a trabajar más cómodamente y a transformar el estrés y la presión del momento en algo más llevadero.

4.3 Postproducción y distribución

4.3.1. Edición

La fase de postproducción comienza en el momento en el que rodamos el último plano del guión técnico. En esta etapa existe una gran responsabilidad, ya que el trabajo de todos los departamentos en la preproducción y el rodaje recae en unas pocas personas que resultarán cruciales para el resultado del videoclip. Al igual que otros departamentos, el equipo de montaje tiene una serie de pautas marcadas desde dirección, que apelan a la naturaleza y al estilo que se le ha querido dar al videoclip. El ritmo pausado del montaje, la implementación de efectos y la corrección de errores son las directrices marcadas para este departamento.

El proceso de montaje fue una experiencia compleja debido a que el montador, el director de fotografía y el director no pudieron editar el vídeo de manera presencial ya que estábamos separados geográficamente. La forma de trabajo consistía en hacerle llegar al

montador los cambios, sugerencias y pruebas que debía implementar en el vídeo después de que este me pasara los primeros montajes. Es por esta razón por la que la dinámica de trabajo se ralentizó. Sin embargo la buena comunicación entre los departamentos hizo que la edición se realizara correctamente.

Para enfrentarse al montaje, primeramente se efectúa la labor de D.I.T, que consiste en volcar los brutos en un disco duro para su posterior ensamblaje. El programa de edición utilizado es Adobe Premiere pro cc 2021. Posteriormente se efectúa un visionado general de los brutos y se elabora una lista de errores que encontremos en los vídeos. Ya con el material revisado, se importan los brutos necesarios en el programa y se efectúa un *rough cut* o primer montaje en base a los tiempos marcados en el guión técnico previamente realizado. Después de muchos cambios y pruebas, el videoclip va tomando forma, una vez ajustados los tiempos de corte de los videos se pasa a la fase de etalonaje. Cuando el color esté modificado se implementaran los efectos visuales y los grafismos.

4.3.2. Etalonaje

El programa utilizado para realizar la corrección de color del videoclip es Da Vinci Resolve 16. La responsable del etalonaje, debe trabajar junto al director de fotografía para reforzar los colores que se habían propuesto desde el departamento en la preproducción.

El valor narrativo del color es un elemento esencial para apoyar la naturaleza onírica que se ha plasmado desde el inicio del desarrollo del proyecto. La saturación y la búsqueda de colores, que no suelen formar parte de un tratamiento de la imagen realista, son aspectos en los que hay que poner énfasis para tener coherencia con los diferentes departamentos del proyecto. Los ajustes de parámetros como la exposición, el contraste, las sombras o la saturación se modificarán en pro de adquirir una estética acorde con la historia del videoclip.

A continuación veremos un antes y un después de algunos planos con la corrección de color realizada.



Figura 33: Comparación de la corrección del color



Figura 34: Comparación de la corrección del color

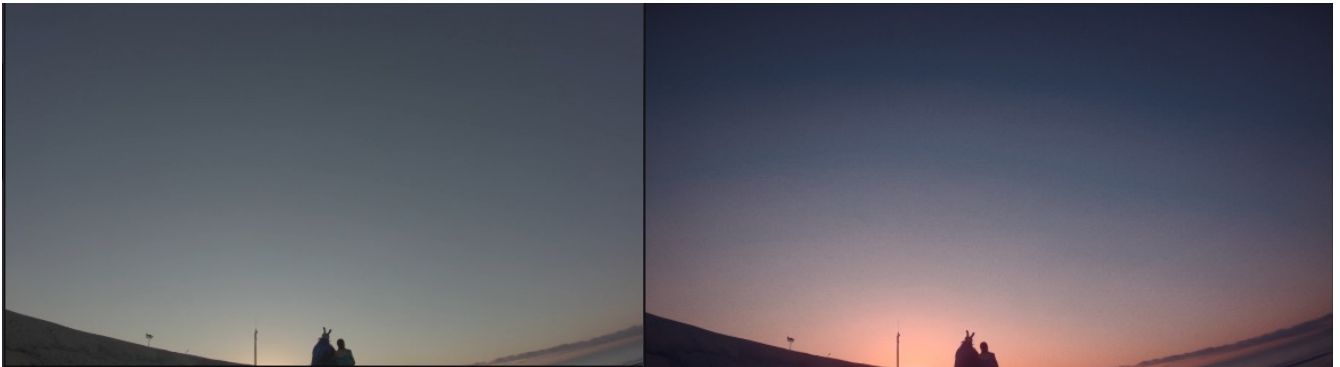


Figura 35: Comparación de la corrección del color



Figura 36: Comparación de la corrección del color

4.3.3. Estrategia de difusión.

Una de las características que definen al videoclip es la búsqueda de promoción del producto. Sin una estrategia de difusión, estamos ignorando dicha característica y dejando el trabajo incompleto. Para hacer llegar el videoclip a más usuarios se elaboró una estrategia centrada en la búsqueda de atención de nuestro target.

La distribución del producto se efectuó mediante diferentes plataformas digitales. Primeramente, desde el departamento de edición se creó un teaser de 15 segundos que aunaba los planos más llamativos del videoclip y que facilitaba la promoción del mismo debido a su corta duración. Una semana antes del estreno en Youtube y en las plataformas digitales como Spotify, Tidal o Amazon Music, se subió la portada del single a la cuenta de Instagram del Milc anunciando que el viernes 27 de agosto se estrenaría el videoclip de la canción realizado por La Stima. Los días siguientes se subió el teaser a Instagram y Twitter desde la cuenta del grupo y de La Stima para aumentar el rango de difusión. Un día antes del estreno publicamos una serie de frames extraídos del vídeo para incrementar el interés del público. Estrenado el videoclip, compartimos el vídeo tanto en las cuentas de Milc y La Stima como en las cuentas personales de los miembros que conformaron el equipo

Cabe destacar que en plataformas como Spotify incluyeron la canción en diferentes playlist editoriales como: “Novedades viernes España”, “Radar indie” o “Novedades indie” alcanzando las 5000 escuchas en una semana. Mientras tanto en YouTube consiguió 1000 visitas en unos días. Vimos incremento exponencial en los seguidores y suscripciones del grupo.

5. Conclusiones

A modo de conclusión repasaremos los objetivos principales y secundarios planteados al inicio de esta investigación con el fin de valorar si se han desempeñado de una manera correcta o no.

El objetivo principal de este estudio es la realización del videoclip “Nocturno de las ovejas” para el grupo MILC mediante la dirección de los diferentes departamentos que conforman el proyecto. Podemos afirmar que la ejecución de este objetivo se ha realizado de manera satisfactoria y que mediante la dirección del mismo los departamentos han trabajado con la mayor eficacia haciendo realidad este proyecto. La dirección de los mismos en pro de conseguir un buen resultado, ha estado presente desde la fase de desarrollo y preproducción hasta la postproducción y difusión del mismo. Como consecuencia, podemos establecer el cumplimiento del objetivo principal de manera efectiva y satisfactoria.

En cuanto a los objetivos secundarios, se plantean tres al inicio de esta investigación:

1. Entender e investigar el valor histórico del videoclip, así como su narrativa y discurso: La elaboración del marco teórico del estudio está centrada en cumplir este objetivo. Tras investigar y hacer un repaso por los acontecimientos históricos del video musical podemos entender el valor histórico del mismo. Aprender los antecedentes del formato nos ayuda a conocer su naturaleza su narratividad y como este se ha adaptado a los medios digitales con el paso de los años. Como consecuencia de realizar este marco teórico podemos afirmar que hemos superado este objetivo.

2. Elaborar una propuesta de dirección para el desarrollo del proyecto: la realización de una propuesta de dirección ha sido efectuada con éxito. El tratamiento de esta propuesta se basa en la generación de directrices para cada uno de los departamentos, en la ideación de un estilo visual y artístico que esté plasmado en el producto final y en la cooperación entre los diferentes grupos de trabajo que conforman el equipo. La existencia de la propuesta de dirección ha sido uno de los objetos esenciales

por los que se ha vertebrado esta investigación. Podemos decir entonces que se ha logrado este objetivo secundario.

3. Llevar a cabo una memoria conformada por los elementos clave para la realización del videoclip “Nocturno de las ovejas” de MILC: El desarrollo de la memoria del proyecto refleja el trabajo que se ha realizado en los diferentes departamentos a lo largo del proceso de producción del videoclip. Transmitir los procesos que se han llevado a cabo durante el desarrollo del trabajo evidencia la veracidad del mismo y el compromiso e implicación que ha tenido el equipo en el video musical. En la memoria realizada constan las pautas marcadas y los puntos claves que han sido esenciales para el desarrollo del proyecto. Es por esto que damos por cumplido este objetivo.

Tras la evaluación de los objetivos, me gustaría aportar a estas conclusiones, a modo de resolución, ciertas reflexiones que han germinado en mi mente. Este proyecto, además de haber sido la manifestación artística más profesional que he efectuado, me ha inspirado y motivado a seguir embarcándome en obras de esta índole. Estar implicado en la creación y el desarrollo desde el principio del proceso (componiendo la música, grabándola, escribiendo el guión...) ha sido un gran honor para mí. Poder ver como este proyecto crecía, de la mano de mis amistades, ha sido una de las experiencias más plenas de mi vida profesional y personal.

6. Bibliografía

Andreu, Cristina (coord.) (2016). *Guía de la creación audiovisual*. AECID. Recuperado de: https://bibliotecadigital.aecid.es/bibliodig/es/catalogo_imagenes/grupo.do?path=1010426

Armell Femenía, M., & Ezquerro, A. (2003). *Música e imágenes hasta la llegada del cine. (Linterna mágica, armónica de cristal, fantasmagorías y teatro de sombras)*. Recuperado de: https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=M%3%9ASICA+E+IM%3%81GENES+HASTA+LA+LLEGADA+DEL+CINE.+%28Linterna+m%3%A1gica%2C+arm%3%B3nica+de+cristal%2C+fantasmagor%C3%ADas+y+teatro+de+sombras%29.+&btnG=

Bórquez, G. C. (2017). *Filosofía y escucha: el caso del sonido en el cine*. *Poliética. Revista de Ética e Filosofía Política*, 5(2), 6-25. Recuperado de: <https://revistas.pucsp.br/PoliEtica/article/view/36811>

Caro Oca, A. M. (2014). *Elementos narrativos en el videoclip: desde el nacimiento de la MTV a la era YouTube (1981-2011)*. Recuperado de: <https://idus.us.es/handle/11441/63957>

Gifreu, A. (2009). *Seminario historia del videoclip. La Casa del Cine/Curso*, 1-7. Recuperado de: http://agifreu.com/docencia/seminario_videoclip.pdf

González, C. P. (2015). *La estética y narrativa del vídeo musical como representante del discurso audiovisual hipermoderno* (Doctoral dissertation, Universidad Complutense de Madrid). Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/38085/1/T37365.pdf>

Manzano, I. M. (2016). *Apuntes sobre dirección, narrativa cinematográfica y música*. *INMÓVIL*, 2(2), 12-12. Recuperado de <https://inmovil.org/index.php/inmovil/article/view/16>

Navarro Herrera, Alba (2020). *Bajo los techos de París (René Clair, 1930): la irrupción del sonido en la representación del espacio urbano parisino*. *Área Abierta. Revista de*

comunicación audiovisual y publicitaria 20 (1), 9-25, Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.5209/arab.64112>

Pérez Rufí, J. P., Gómez Pérez, F. J., & Navarrete-Cardero, L. (2014). *El videoclip narrativo en los tiempos de YouTube. Sphera publica: revista de ciencias sociales y de la comunicación*, 2 (14), 36-60. Recuperado de: <https://idus.us.es/handle/11441/77569>

Sánchez López, J. A. (2002). "Basquiat y El Bosco recuperados. El mito de la culpa y la caída en imágenes de video-clip: "Until it sleeps", Metallica, 1996", en Boletín de Arte, nº 23, Departamento de Historia del Arte, Málaga: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=309066>

Sedeño, A. M. (2007). *Narración y descripción en el videoclip musical. Razón y palabra*, (56). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520729005.pdf>

Sedeño Valdellós, A. M. (2007). *El videoclip como mercanarrativa*. Recuperado de: <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:signa-2007-16-30870/Documento.pdf>

Sedeño, A. M., López, J. R., & Castillo, S. R. A. (2016). *El videoclip posttelevisivo actual. Propuesta metodológica y análisis estético. Revista Latina de comunicación social*, (71), 332-348. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5414049>

Selva, D. (2012). *La difusión del videoclip a través de Internet*. Edita: Fundación Telefónica Patronato de Fundación Telefónica, 90, 43. Recuperado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=-KrHCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA43&dq=videoclip&ots=FW9tsG4XWg&sig=b1cfRjAl6X5IEqIFk-rH6_3WUVw#v=onepage&q=videoclip&f=false

Tarín Cañadas, M. (2017). *La evolución del videoclip narrativo: la simbiosis orgánica del relato cinematográfico y el vídeo musical en el videoclip*. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/41734/1/T38563.pdf>

Videoclip final de la canción *Nocturno de las ovejas* del grupo de música Milc. Disponible en la plataforma de *YouTube* mediante este enlace:

<https://www.youtube.com/watch?v=F4UcNkqwZ0k>