



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escuela Politécnica Superior de Gandia

Dirección del videoclip: "Lo que prometimos" de Khalil
Meldin's y Balaclavx

Trabajo Fin de Grado

Grado en Comunicación Audiovisual

AUTOR/A: Moreno Cabanilles, Miquel

Tutor/a: Alcaraz Pagán, M de las Nieves

CURSO ACADÉMICO: 2023/2024

Resumen

Este trabajo aborda el proceso de realización del videoclip para la canción *Lo que prometimos*, de los artistas Khalil Meldin's y Balaclavx. Se focaliza en el rol como director del proyecto, la labor necesaria para que el producto tenga una estructura final cohesiva y en la comunicación entre departamentos durante el proceso.

Siguiendo los pasos marcados por la metodología elegida, se mostrará de forma detallada el proceso de ideación y producción del videoclip desde el punto de vista del departamento de dirección. Además, se mencionarán las distintas técnicas y referentes visuales utilizados para la creación del vídeo musical.

Palabras clave: videoclip, dirección, música, Khalil Meldin's, Balaclavx

Abstract

This paper addresses the process of making the music video for the song *Lo que prometimos*, by artists Khalil Meldin's and Balaclavx. It focuses on the role as director, the work required for the product to have a cohesive final structure and the communication between departments during the process.

Following the steps outlined by the chosen methodology, the ideation and production process will be shown in detail from the point of view of the directing department. In addition, the different techniques and visual references used to create the music video will be mentioned.

Key words: music, direction, video, Khalil Meldin's, Balaclavx

Índice

1. Introducción.....	1
1.1. Objetivos.....	1
1.2. Metodología.....	2
2. Marco Teórico.....	4
2.1. El videoclip urbano.....	5
2.2. El videoclip pop.....	7
3. Caso práctico.....	8
3.1. Desarrollo y preproducción.....	8
3.1.1. Análisis de la letra.....	12
3.1.2. Ideación.....	13
3.1.3. Financiación.....	14
3.1.4. Búsqueda de localizaciones.....	15
3.1.4. Departamento de Fotografía.....	16
3.1.4.1. Referentes visuales.....	16
3.1.4.2. Planteamiento visual.....	20
3.1.5. Departamento de Arte.....	21
3.1.5.1. Referentes.....	21
3.1.5.2. Localizaciones y attrezzo.....	22
3.1.5.3. Diseño de vestuario.....	26
3.2. Rodaje.....	26
3.3. Post producción.....	32
3.3.1. Edición.....	32
3.3.2. Etalonaje.....	33
4. Conclusiones.....	34
5. Bibliografía.....	37

Videoclip Lo que prometimos. Miquel Moreno Cabanilles

Índice de figuras

Figura 1. *Acta de la primera reunión del TFG*. Creación propia

Figura 2. *Fotograma de Lady Gaga en el videoclip Alejandro*. Por Lady Gaga. (8 de junio de 2010)

Alejandro [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://youtu.be/nlqrrmev4mA?si=8iBgYp2lxcLhgvyM>

Figura 3. *El set en Espai Center, Valencia*. Creación propia

Figura 4. *Azotea de la Residencia Visoren*. Creación propia

Figura 5. *Frame del videoclip Buenas, de Quevedo y Saiko*. Por Quevedo. (22 de septiembre de

2023). Buenas [Archivo de Vídeo]. Youtube.

https://youtu.be/v_vlXou_BXA?si=mxZgT4RI2_FBS6GQ

Figura 6. *Frame de Lo que prometimos*. Creación propia

Figura 7. *Frame del videoclip Buenas, de Quevedo y Saiko*. Por Quevedo. (22 de septiembre de

2023). Buenas [Archivo de Vídeo]. Youtube.

https://youtu.be/v_vlXou_BXA?si=mxZgT4RI2_FBS6GQ

Figura 8. *Frame de Lo que prometimos*. Creación propia

Figura 9. *Frame del videoclip Perfecto, de Sen Senra*. Por Sen Senra. (17 de julio de 2020). Perfecto

[Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://youtu.be/b5xW4smeeJo?si=cw6XmmOUN7ksOScu>

Figura 10. *Frame de Lo que prometimos*. Creación propia

Figura 11. *Frame del videoclip Duro, de La Zowi y Mariah Angeliq* Por La Zowi. (14 de marzo de 2024). Duro [Archivo de Vídeo]. Youtube.

<https://youtu.be/ZulKK8xKPhY?si=fX5uRfTSRPZ95ZzX>

Figura 12. *Frame de Lo que prometimos*. Creación propia

Figura 13. *Transición lumínica en Masc, de Doja Cat*. Por Doja Cat. (5 de abril de 2024). Masc

[Archivo de Vídeo]. Youtube.

<https://youtu.be/ktjvgseCjYE?si=DyWMhdRrjBpFiegK>

Figura 14. *Transición lumínica en Lo que prometimos*. Creación propia

Figura 15. *Frame de Lo que prometimos*

Figura 16. *Frame de Tristan's Ascencion*. Por Inside Art. (14 de febrero 2019) Tristan's Aswcencion

[Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://youtu.be/K4YwCqErNcI?si=O2RrnrxQ1T6DNAd>

Figura 17. *Frame de Museo de Rauw Alejandro*. Por Rauw Alejandro. (11 de abril de 2022). Museo

[Archivo de Vídeo]. Youtube.

<https://youtu.be/WZQf4c3F3kA?si=UJautsS92TdxHt8>

Figura 18. *Fotografía en el set de Lo que prometimos*. Creación propia

Videoclip Lo que prometimos. Miquel Moreno Cabanilles

Figura 19. *Fotografía en el set de Lo que prometimos*. Creación propia

Figura 20. *Fotografía en el set de Lo que prometimos*. Creación propia

Figura 21. *Fotografía en el set de Lo que prometimos*. Creación propia

Figura 22. *Fotografía en el set de Lo que prometimos*. Creación propia

Figura 23. *Parte del guion técnico de Lo que prometimos*. Creación propia

Figura 24. *Fotografía en el set de Lo que prometimos*. Creación propia

Figura 25. *Fotografía en el set de Lo que prometimos*. Creación propia

Figura 26. *Fotografía en el set de Lo que prometimos*. Creación propia

Figura 27. *Fotografía en el set de Lo que prometimos*. Creación propia

Figura 28. *Fotografía en el set de Lo que prometimos*. Creación propia

Figura 29. *Comparación de planos tras la corrección de color*. Creación propia

Figura 30. *Comparación de planos tras la corrección de color*. Creación propia

1. Introducción

Este Trabajo de Fin de Grado trata sobre el proceso de creación de un videoclip desde el punto de vista del departamento de dirección. En él nos informamos sobre el formato videoclip y sus características, siempre teniendo en cuenta la canción con la que trabajamos. También repasamos todas las fases de producción del proyecto y cómo se ha desarrollado el rol como director en cada una de ellas.

1.1. Objetivos

Para realizar este proyecto correctamente es necesario pensar en unos objetivos que seguir. Estas metas deben cumplirse cara al final del proyecto, para así demostrar que se ha logrado superar de manera favorable. A continuación, los objetivos a conseguir:

Objetivo General

El objetivo principal de este trabajo es dirigir y desarrollar desde cero un videoclip musical. Como director será importante comunicarse activamente con los distintos departamentos, para de esta forma tener una visión completa del proyecto y lograr un producto profesional y coherente.

Objetivos Específicos

- Buscar información sobre el formato del videoclip musical para conocer sus características y rasgos más importantes.
- Seguir una metodología para una correcta realización y dirección del proyecto.
- Mencionar referentes visuales que ayuden a materializar la idea pensada.
- Participar activamente en todas las fases del proyecto, desde la ideación a la postproducción.
- Rodar el proyecto junto a un equipo dedicado para conseguir un resultado profesional.

1.2. Metodología

Tras tomar la decisión de crear un videoclip, hubo que informarse sobre el formato y buscar unas pautas que nos ayudaran a llevarlo a cabo de la mejor manera posible. Goodwin (1992), nos habla del formato y establece que cada videoclip consta de ocho principios:

1. Vínculos entre la música y las imágenes, es decir, que lo que vemos tenga una relación directa con lo que oímos. Esto se aplica también a la manera de editar el material.

2. Vínculos entre la letra y las imágenes: los videoclips a menudo ilustran accesorios o acciones en la puesta en escena que se encargan de reflejar la letra de la canción.

3. Visualización de las convenciones típicas del género: muchos videos musicales tienden a reflejar aspectos que podrían llegar a considerarse estereotípicos de un género musical específico.

4. Variedad de referencias intertextuales: se refiere a cuando un video hace referencia a otro texto multimedia.

5. Nociones de mirada: cuando el actor o cantante del videoclip mira directamente a cámara. Esto crea la ilusión de que se está dejando que la audiencia forme parte de la historia.

6. Voyeurismo: esencialmente, se trata de buscar la forma de representar algo con la intención de obtener satisfacción sexual.

7. Exigencias del sello discográfico: la productora del artista exigirá ciertas cosas a su intérprete para crear una personalidad o imagen propia.

8. Los videos musicales se basan en interpretaciones, narrativas o conceptos: todos los videos musicales se incluirán en la categoría de interpretación (los actores bailan o tocan la canción), narrativa (se cuenta una historia o mensaje a la audiencia) o concepto (se presenta una idea que puede no estar relacionada con la música).

Una vez numeradas las características del formato, se utilizó una metodología de trabajo que plantea Ruzica Dodig para la ideación y producción de un videoclip y que describe en *Music*

Video in Education and Promotion (2014, pp. 56-58). Dicha metodología plantea los siguientes pasos:

1. Documentación. Este proceso empieza con tener claro qué es un videoclip. Este paso requiere de la visualización de videos musicales, incluso antes de analizar el lenguaje del género. El video debe vender a la canción y al artista, y tener *replay value*¹. Dependiendo del género musical se necesitarán diferentes formas de representación. Un estudiante debe considerar todos estos factores y examinar cómo se adaptarán en su proyecto.

2. Formar un equipo. La elección del equipo es crucial. Para que un equipo funcione de manera correcta es importante que exista una buena comunicación, organización y conocimiento de las técnicas necesarias para esta tarea.

3. Elegir una canción. A veces elegir una canción resulta difícil. En el mundo de la música, el director hace su trabajo, y no tiene por qué gustarle el artista o la música. De hecho, algunos directores afirman que exista esta distancia entre el producto y el creador es algo positivo, ya que se verá desde una perspectiva más profesional. Antes de elegir una canción es importante considerar su género musical y cómo se podría representar en video.

4. El pitch. Este proceso trata de juntar las ideas propuestas para que cualquiera que lea el documento pueda hacerse una idea de cómo será el videoclip. Este tratamiento se muestra al mánager y al artista, para que opinen y den el visto bueno.

5. Visualizar trabajos anteriores de estudiantes. Ver videoclips profesionales puede ser útil para identificar características, pero ver material hecho por un estudiante ayudará a imaginar lo que se puede conseguir y lo que puede ir mal.

6. Planificación y rodaje. En el mundo profesional no suelen dar mucho tiempo para el proceso completo de creación de un videoclip. Por eso, es importante que, si existe un periodo más largo para la preparación y rodaje, se sea fiel a las fechas y no se pierda el tiempo. Todo tiene que estar planificado: el storyboard, atrezzo, vestuario, localizaciones, actores... En el rodaje también es recomendable grabar un mismo plano desde diferentes ángulos, para

¹ Replay value: un término inglés que se utiliza cuando algo se puede repetir varias veces sin resultar aburrido.

tener suficiente material. Después de grabar es importante comprobar que el contenido es bueno y se puede utilizar.

7. Edición. Hay que tener en cuenta que, al importar el contenido al programa de edición, es útil descartar los planos que no sirven. Nombrar los archivos también facilitará la edición. A continuación, es importante cuadrar el contenido y ser crítico para así conseguir el mejor de los resultados.

8. Visualización y *feedback*². La visualización del producto final te da la oportunidad de crear *feedback* sobre el vídeo. Es importante preguntarse cosas y dar vueltas a lo que hemos creado para así comprobar si realmente hemos hecho justicia a la canción y al artista. Hay que ser críticos.

9. Escribir. Escribir sobre el proceso y el *feedback* recibido es útil, también hablar del público del video o incluir un análisis del producto final.

10. Evaluación. La nota final depende de los profesores y todas las otras personas que vean el videoclip.

2. Marco Teórico

El tema al que se le produjo el videoclip se titula *Lo que prometimos*³, canción interpretada por Khalil Meldin's y Balaclavx. Antes de adentrarnos en el proceso de creación y desarrollo del videoclip, fue importante analizar la canción elegida y el género musical al que pertenece. Documentarnos nos sirvió para realizar un producto coherente y fiel al estilo de la canción. Como dice Ruzica Dodig en *Music Video in Education and Promotion* (2014), este es el primer paso para conseguir un videoclip exitoso.

El primer paso es la documentación, un proceso que empieza con tener claro qué es un videoclip. Este paso requiere la visualización de muchos videos musicales, incluso antes de analizar el lenguaje del género. El video debe vender a la canción y al artista, y tener *replay*

² Feedback: término inglés que significa recibir opinión sobre alguna cosa de una persona externa.

³ *Lo que prometimos* es título de la canción a la que le realizamos el videoclip, se puede visualizar en Youtube mediante el siguiente enlace: <https://youtu.be/-qccnpXD0TY?si=vx83cMkDDgo5igXX>

value. Dependiendo del género musical se necesitarán diferentes formas de representación. Un estudiante debe considerar todos estos factores y examinar cómo se adaptarán en su proyecto. (Dodig, 2014, pp. 56)

La canción pertenece al género urbano, pero sin embargo tiene influencias del pop. Khalil Meldin's (2023), en una entrevista con *Acero Magazine*, afirma: “aunque empecé haciendo urbano, me siento mucho más cómodo en el pop. He visto que esa conexión es posible y que se puede cantar pop con pequeños toques de color del urbano. Mi objetivo es crear mi propio estilo”.

Debido a que este tema se centra en la combinación de géneros musicales, era importante analizar ambos y sus videoclips para plasmar correctamente esta mezcla.

2.1. El videoclip urbano

Para investigar sobre el género urbano nos remontamos a sus orígenes. Como nos cuenta Rosales (2015), “la música urbana, y en especial el reggaetón, surge en Puerto Rico, pero se populariza de manera masiva alrededor de 2010 en el resto de los países de Latinoamérica”. En la actualidad, según Sainz de Baranda (2024), se considera al reggaetón como la banda sonora de la juventud.

Aleixa-Àngels Prokesch, en *El reggaeton i els seus elements simbòlics. Un anàlisi de la seua imatge i llenguatge audiovisual* (2020) llevó a cabo un estudio sobre el reggaetón y sus distintas etapas, provocadas por la influencia de múltiples géneros a lo largo de los años. Este análisis afirma que esta mezcla de géneros de la que habla nuestro artista ha ocurrido de distintas formas desde que nació el género urbano.

En este periodo el reggaeton traspasa totalmente las fronteras latinoamericanas, llegando a la cultura anglosajona y europea a través de su mezcla con la cultura pop, que ayudó al reggaeton a consolidar su éxito mundial. Fue el reggaeton más suave y con el contenido menos explícito ese que podemos ver a partir del 2010. (Prokesch, 2020, pp. 48)

El siguiente paso suponía el análisis del lenguaje audiovisual del género. Para esto, Correa (2022), llevó a cabo una investigación en la que analizaba el contenido de 179 videoclips urbanos nominados a los Premios MTV y las letras de sus canciones.

El autor expone que este género de videoclips tiene una colorimetría y letra característicos. Además, su contenido se centra en la mujer como objeto sexual, los lujos y el dinero, mostrando la superioridad del hombre.

La colorimetría está caracterizada por tonos oscuros, azules y grises. La letra aborda temas de romance, sexualidad, sexismo, acompañados por la corporalidad, a través de expresiones y gestualidades del cuerpo, con expresiones de seducción, erotismo y sexualidad. En el contenido se determinó la predominancia de la mujer como objeto sexual, sumado a lujos y dinero, mostrando superioridad del hombre. (Correa, 2022, pp. 185)

Técnicamente resalta la buena ejecución y elección de planos, a la vez que considera a la postproducción como crucial para que el video sea llamativo. También nos habla de que el tipo de videoclip más empleado es el narrativo, porque resulta una forma más real de transmitir un mensaje.

En la dimensión de producción audiovisual [...] se observó una adecuada ejecución y manejo de planos (generales, medios, primeros, detalles), ángulos (picados, contrapicados, cenitales, nadir), precisión en movimientos de cámara; y una buena postproducción que permite la obtención de videos llamativos, con estímulos que captan la atención de los espectadores. El tipo de videoclip más empleado en el género urbano es el narrativo porque transmite la realidad de una situación o vivencias personales a manera de historia. En su mayoría, la mujer es presentada como cosa, es decir, únicamente como objeto sexual, mediante la narración de rupturas amorosas, infidelidades, la superioridad del hombre, y la figura femenina dentro de la sociedad. (Correa, 2022, pp. 186)

El género urbano, por lo tanto, ha estado siempre marcado por unas características muy específicas. Según Penagos (2012), como se citó en Coaquira (2019), la letra y el contenido audiovisual del reggaetón expresan un mensaje recurrente que se traduce en cuatro categorías. Por una parte, el uso de las mujeres como objeto sexual y del sexo, que resulta tergiversado y

abordado desde una vista placentera. Por otra parte, se trata la violencia entre personas y la identidad, enviándose ideas concretas de masculinidad, ideologías y estilo de vida.

2.2. El videoclip pop

La popularización del pop, según Toro (2010), se remonta al inicio de la década de los 60, gracias al auge del grupo musical *The Beatles* en Inglaterra y más tarde en Estados Unidos. Este género es el más vinculado a la comunicación de masas, es decir, las canciones pertenecientes al pop buscan llegar al mayor número de personas posible y cosechar gran éxito entre estas.

Se puede afirmar que las canciones *pop* tradicionales tienen una duración de aproximadamente 3 minutos y medio y un compás de 4/4, que cuentan con una composición de melodías, acordes, bajo y batería, que la inclinación es lanzar más *singles* que *albums*, que sus letras giran en torno a los sentimientos experimentados por el artista con respecto, sobre todo, al amor y que, hasta hace muy poco, se ha nutrido de estilos como el *rock* o el *folk*. (Zumaquero, 2019, pp. 11)

Como nos cuenta Zumaquero (2019), el pop se nutre de estilos musicales diferentes, ya que según la autora “la música *pop* es más un concepto que define el impacto o la difusión de la música en la población, más que un estilo de música concreto” (pp. 11). En la actualidad, este tipo de música más comercial se alimenta de otros géneros como el urbano para llegar a un público más amplio.

Tanto el *rock* como el *folk* han servido de sustento a la música *pop* durante largo tiempo, pero a partir de, aproximadamente 2010, otros dos géneros han comenzado a sustituirles: el *reggaetón* y el *rap* o el *trap*. Estos estilos [...] han terminado por formar parte de su elenco de éxitos, de tal modo que hoy podemos escuchar a cantantes como Shakira sobre una instrumental de *reggaetón* o a Alejandro Sanz sobre un ritmo de *trap*. (Zumaquero, 2019, pp. 12)

Debido a esta mezcla constante entre géneros coexistentes, no se puede crear un modelo con características tan específicas como hemos observado con los videoclips del urbano. No obstante, Evers (2015) comparte un análisis de varios videos musicales del género pop, basándose en las

características del formato videoclip creadas por Andrew Goodwin y que hemos nombrado anteriormente en nuestra metodología.

Los videoclips pop suelen ser tanto performáticos como narrativos, dependiendo de lo que la canción y el artista quiera contar. Lo que se muestra en la pantalla suele estar directamente relacionado con la letra de la canción. Una de las características más importantes es la imagen del artista, aspecto donde la discográfica influye de manera directa, ya que se trata básicamente de un producto a vender a los consumidores.

En *Music video analysis* (2015), Evers remarca que este género de videoclips busca que resulten atractivos por encima de todo, por eso se utilizan referencias a momentos importantes, para captar la atención del espectador y crear un mayor impacto. Para finalizar, se enfatiza la mirada del artista, que normalmente interpreta la canción a cámara. Su figura también es siempre la principal, dejando claro que lo importante es la persona y no sólo la canción.

3. Caso práctico

A continuación, nos adentraremos en el caso práctico, la parte del trabajo que abarca desde el proceso de ideación y desarrollo a la postproducción del videoclip. Esta fase está enfocada desde el punto de vista como director del proyecto.

Durante el proceso, se tuvo en cuenta en todo momento la fusión de géneros musicales mencionada en el marco teórico, para que de esta manera el resultado tuviese coherencia con lo que escuchamos.

3.1. Desarrollo y preproducción

Como todo TFG, elegir el tema sobre el que basarlo supone un gran dilema. Por mi parte, tuve claro que se nos presentaba una oportunidad y que la universidad nos podía facilitar el acceso al préstamo de material y reserva de espacios, así que sería algo inteligente crear un producto profesional que nos sirviera de portafolio para el futuro.

El primer paso fue reunirme con mi amiga y compañera Elvira, ya que hablamos sobre crear algo juntos. Como vemos en la Figura 1, nos decidimos por el formato videoclip, ya que la música es una de las cosas más importantes en nuestro día a día. Una vez decidido el formato audiovisual, numeramos las futuras tareas a realizar.

Figura 1

Acta de la primera reunión del TFG

1ª REUNIÓN 28/12/2023

Miquel y Elvira se reúnen y discuten los temas de interés sobre los que hacer el TFG. Tras una lluvia de ideas, se decantan por la **creación de los videoclips de un EP musical de algún artista**. Deciden buscar y decantarse por dicho artista.

Tenemos que:

- Decidir el artista y las canciones que vamos a producir en un videoclip, hablar con dicho artista, blablabla...
- Guionizar los videoclips
- Buscar un equipo
- Buscar recursos (económicos, equipo...)

Como bien vemos en la metodología, el primer paso es documentarse. El videoclip es un formato que los dos hemos consumido mucho a lo largo de nuestra vida, por lo tanto, este proceso inicial fue bastante ameno. Este formato audiovisual juega con que cada canción contiene su propio mundo, por lo tanto, existen muchísimas posibilidades creativas durante el proceso de ideación. Al decidirnos por el vídeo musical, ese mismo día dimos un repaso a videoclips que nos habían marcado, desde Michael Jackson a Lady Gaga, a la que podemos ver en la Figura 2. Supimos instantáneamente que habíamos tomado la decisión correcta, porque aparte de conocer el formato por consumirlo, teníamos tiempo para informarnos profundamente sobre sus características.

Figura 2

Fotograma de Lady Gaga en el videoclip Alejandro



Tras finalizar nuestro Erasmus, nos volvimos a reunir. Tuvimos que debatir sobre qué rol asumiríamos cada uno, especialmente pensando en cómo queríamos enfocar nuestro Trabajo Fin de Grado. Finalmente, optamos porque Elvira y yo codirigiríamos el videoclip.

Poco después, al comentarles la idea a nuestros respectivos tutores, nos sugirieron que le diésemos una vuelta al proyecto y a los roles. Tras buscar la forma de cuadrar lo que queríamos llevar a cabo y teniendo en cuenta estas advertencias, nos lanzamos y decidimos codirigir dos videoclips para dos canciones distintas, de esta forma cada uno podría centrar su TFG en un videoclip distinto.

Poco a poco seguimos avanzando y dando forma al proyecto. La búsqueda de equipo se ralentiza, pero no se pospone, debido a que preferíamos confirmar antes a los artistas y unas fechas aproximadas de rodaje, para así comunicar todo de la manera más clara posible. No obstante, durante este periodo muchos compañeros se interesaron por el proyecto y se ofrecieron a participar en cuanto se pusiera en marcha.

En este punto del proceso y siguiendo la metodología, era importante centrarse en la búsqueda del artista y la canción. Para ello, creamos un mensaje que explicaba la intención de nuestro proyecto y un *reel*⁴ que permitía a las agencias visualizar algunos de los proyectos en los que habíamos trabajado. Nos parecía importante comunicarnos con personas que nos llamaran la atención o que tuviesen un estilo característico, es decir, ser algo selectivos. Tras reunirnos y mandar mensajes a varios artistas, sólo quedaba esperar y ver cuáles de estos respondían.

Unos días después y con varias propuestas en nuestro correo, nos juntamos para valorar las opciones. Al principio, nadie nos cuadraba estilísticamente, por lo que seguimos contactando con artistas. Poco después, contactó con nosotros *Sentido Único Sentido*, una agencia que representa a varios artistas. Su propuesta resultó llamativa, ya que nos ofrecían grabar el videoclip de dos artistas y sus canciones, es decir, ya tendríamos los dos videoclips cerrados.

Elegir la canción es un paso clave de este proceso y, aunque el estilo de estos artistas no era exactamente lo que buscábamos, dijimos que sí a Khalil Meldin's y a TK MAMI. Decidimos

⁴ Un *reel* es un video corto y fácil de ver. Se conoce como reel los videos cortos en los que muestras tu trabajo.

acceder porque nos brindaron muchas facilidades y además el tiempo no nos sobraba: nos ofrecieron dos canciones, nos dijeron fechas aproximadas y la comunicación era rápida y eficaz. Elegir este género musical es una decisión inteligente, ya que la música urbana es la más mediática y escuchada por la juventud en la actualidad.

Después de reunirnos con la mánager en varias ocasiones, fijamos fechas y el primer videoclip a realizar sería el de *Lo que prometimos*, una canción de Khalil Meldin's en colaboración con Balaclavx. Aunque se tratara de una canción urbana de reggaetón, un estilo con el que no nos solemos identificar, lo tomamos como un reto y un reflejo de lo que podría pasar en ocasiones en nuestro futuro laboral: no trabajar en proyectos que concuerden con tus gustos personales. Cómo bien dice Ruzica Dodig (2014), la autora en la que basamos nuestra metodología, “el director hace su trabajo, y no tiene por qué gustarle el artista o la canción” (pp 56-58).

Ya teníamos claras las fechas, así que el siguiente paso fue confirmar definitivamente al equipo. Para esto, quisimos tener en cuenta la cantidad de TFGs que ya se encontraban en fase de producción. Con esto presente, contactamos individualmente con la gente justa y necesaria para tener un buen equipo que participara activamente en el proyecto.

Elvira y yo nos encargamos de la dirección, junto a Iria Elorduy como script. El departamento de producción lo encabezó Óscar Martínez, junto a la ayuda de Sara Francés como jefa de producción y Julia Muller con Paula Molina como ayudante y auxiliar de producción respectivamente. El departamento de arte fue guiado por María de los Ángeles Lomeña, que se encargó de crear espacios impactantes con la ayuda de Sara Grau y Sara Méndez como ayudantes, además de Carlos Díaz-Pintado como encargado del vestuario.

Encontrar un director de fotografía resultó un tanto complicado, ya que todas las personas que nos pasaban por la mente estaban ocupadas con otros proyectos. Finalmente, tomó las riendas del equipo Lucía García-Robledo, junto a Nuria Díaz-Madroñero como cámara. El ayudante de cámara fue Marcos Sanfeliu y la auxiliar Iria Elorduy, compartiendo equipo con Manuel Pardo como gaffer y Pablo Morales como eléctrico. Además, contamos con una maravillosa foto fija, Ginebra Cots, que capturó prácticamente todas las fotos de este documento. Por último, de la

edición nos encargamos Elvira y yo, con la ayuda de Pablo Daniel Barabaschi en el etalonaje y de María Molina en el grafismo.

3.1.1. Análisis de la letra

Tras recibir la canción y escucharla varias veces, decidimos analizar la letra, ya que es el elemento que determina lo que veremos. Mediante esta observación conseguimos identificar unos sentimientos específicos y crear el ambiente general del videoclip. Además, la letra sirvió como la base para crear el guion técnico y el storyboard.

El inicio de la canción, una instrumental con tono melancólico, ya nos adelanta el *mood*⁵ de la canción. Cuando Khalil empieza a cantar, podemos deducir que está resentido por un mal de amores y, como bien dice en una de las frases, se arrepiente de todo lo que sintió por esa persona. En los siguientes versos, de camino al estribillo, deja de lado ese resentimiento hacia la chica a la que canta y pasa a contarle cómo se arrepiente de no haberle dicho lo que sentía. Con un tono nostálgico, también habla de lo que echa de menos su compañía y de que aprovechará esta canción para decirle lo que no le dijo en su día. Toda esta primera parte de la canción es característica del pop, ya que se centra en sus sentimientos en forma de balada y sobre una instrumental delicada.

El ritmo de la canción cambia totalmente en el estribillo y ahora Khalil nos cuenta lo que se le pasa por la cabeza bajo un *beat* más urbano. Para el artista, la chica de la que habla también piensa en él. Además de esto, con la frase “solo no estoy tan mal” le dice que está bien sólo, pero prefiere pasar el tiempo a su lado, para así cumplir “lo que prometimos”.

A continuación, aparece Balaclavx y la temática concuerda con lo que cantaba Khalil: ya de entrada le hace saber a la chica que la necesita a su lado. La canción toma un giro interesante porque, aunque sigue cantando sobre cuanto necesita a esta persona, lo hace sobre una instrumental muy movida, creando un contraste entre letra y ritmo característico del género urbano. En sus versos también está presente el concepto “sólo no estoy tan mal, pero prefiero estar contigo” y básicamente se dedica a decirle cosas bonitas y lo que significa esta chica para él.

⁵ Mood: palabra que viene del inglés y se utiliza para expresar el estado de ánimo de algo o alguien.

Finalmente, Khalil canta el puente, que sirve de conexión entre los versos de Balaclavx y la parte final, donde vuelve el estribillo reggaetonero que hace que la canción acabe con un buen ritmo y tono. Sin embargo, la instrumental final vuelve a calmar el ambiente, haciendo referencia directa al inicio de la canción.

3.1.2. Ideación

Después de analizar la letra, llegó el momento de idear el videoclip que la acompañaría. Algo que nos preocupaba a la hora de pensar en el concepto era la temática, ya que los videoclips urbanos tienden a utilizar elementos que pueden considerarse estereotípicos. Por lo tanto, quisimos asegurarnos de evitar posibles connotaciones machistas e historias cliché.

La canción trata sobre el resentimiento y la nostalgia que siente una persona cuando deja de estar con alguien por la que tiene sentimientos románticos. Por eso, la canción nos transportó directamente a espacios de soledad donde estos pensamientos y sensaciones suelen florecer. Normalmente nos solemos refugiar y pensar en temas complicados en nuestro hogar, así que pensamos en que Khalil podría estar en casa, lamentándose por el fin de su amor. Sin embargo, queríamos retornar, y grabar en una casa, aunque fuese en distintas habitaciones, no suponía algo muy original. Debido a esto y tras darle varias vueltas, decidimos apostar por lo conceptual, es decir, seguiríamos trabajando en esta idea, pero con una visión más minimalista.

Pensando sobre lo mencionado, se nos ocurrió que una forma divertida de trabajar sería construir varios escenarios en un mismo set. Este set sería completamente negro, para así crear una sensación de profundidad infinita, haciendo referencia a la soledad. La idea era algo diferente que mostrar en un videoclip urbano, pero que a la vez cuadraba completamente con la canción y su discurso.

Como bien se expone en nuestra metodología, era momento de reunirnos con la mánager y los artistas para contarles nuestra idea. El concepto les gustó y nos dieron el visto bueno, lo único en lo que insistieron fue en añadir una escena exterior para que existiera una mayor diversidad de espacios. Accedimos y le dimos otra vuelta al concepto para así incorporar esta petición: ahora se

grabaría una nueva escena en la que los dos artistas interpretarían la canción en un escenario, construido en una azotea. Teniendo la idea clara, faltaba darle sentido y forma con la ayuda de los demás departamentos.

Para conseguir materializar el concepto en el que se piensa, el director, sea del departamento que sea, debe conocer a otros autores e inspirarse en productos ya realizados. Para este videoclip, queriendo fusionar los géneros pop y urbano, tuvimos como referencia a directores, planos, escenarios y tipos de iluminación de ambos mundos.

3.1.3. Financiación

Antes de empezar con la parte más creativa, como cabezas del proyecto, fue necesario reunirse con el departamento de producción para tratar dos temas: la financiación y la búsqueda de localizaciones.

Para seguir con el proyecto adelante y mandarle un presupuesto a la mánager, tuvimos que decidir cómo financiaríamos el videoclip. Como ya he mencionado anteriormente, debido a la cantidad de compañeros que ya habían puesto en marcha sus proyectos enfocados a TFG, lo último que queríamos era pedir más dinero a la gente. Volver a crear *crowfundings*⁶, vender rifa o cualquier forma de obtener beneficios económicos nos parecía innecesario, porque los demás proyectos ya lo habían hecho. Por eso, decidimos en conjunto que cada persona que usara este trabajo como su TFG, en este caso los directores de cada departamento, pondría una cantidad determinada de dinero. De esta forma pudimos estar tranquilos y no depender de nada para conseguir financiación. No obstante, sabemos que el TFG era una ocasión especial y que no debemos financiar en el futuro un trabajo que después va a ser de otra persona. Esto no volverá a ocurrir, pero esta vez decidimos no calentarnos la cabeza para conseguir dinero, ya que tampoco disponíamos de mucho tiempo. De hecho, desde que cerramos las fechas de entrega teníamos unas cuatro semanas para realizar y editar el videoclip.

⁶ Crowdfunding: página web mediante la cual es posible recaudar dinero para proyectos y causas.

3.1.4. Búsqueda de localizaciones

La siguiente tarea fue encontrar los lugares donde grabar el videoclip. Como directores del proyecto, era conveniente acompañar al equipo a localizar, para así observar si la idea que se tiene en mente se puede trasladar a dicho espacio.

Tras buscar opciones que coincidieran con las fechas de rodaje, decidimos visitar un set de grabación llamado Espai Center, ubicado en Valencia. Este lugar contaba con el espacio negro que buscábamos y, además, tenía un set blanco que podría venirnos muy bien. Una vez allí, vimos que existía la posibilidad de que lloviera artificialmente en el set, un recurso más que podría enriquecer visualmente lo que sucedía en el videoclip. Tras comprobar que todo era correcto, es decir, que se podían modificar las luces y su color, la lluvia funcionaba, había suficiente espacio... cerramos la fecha con el propietario y ya teníamos localización de rodaje.

Figura 3

El set en Espai Center, Valencia



Lo que más costó fue encontrar una azotea, y no sólo por tener espacio, sino porque necesitábamos tiempo suficiente para grabar de noche. Fuimos a varios lugares entre Valencia y Gandía, teniendo en cuenta donde se alojaban los artistas, hasta encontrar algún exterior que se adaptara a nuestras necesidades. Finalmente, contactamos con la Residencia Visoren en Gandía, que confió en nosotros para grabar en su azotea por la noche.

Figura 4*Azotea de la Residencia Visoren*

3.1.4. Departamento de Fotografía

Desde el desarrollo de la idea, el departamento de dirección tuvo muy en cuenta al departamento de fotografía, ya que, al tratarse de escenarios minimalistas, la luz tenía un papel crucial para representar lo que ocurre en cada uno de estos lugares. La iluminación es un recurso que marca la diferencia entre un proyecto profesional y un proyecto de estudiantes, por eso resultó ser uno de el elemento más estudiado y comentado con el departamento de fotografía durante las reuniones.

3.1.4.1. Referentes visuales

Lo primero fue pensar en el ambiente general del producto, es decir, en la iluminación y los colores principales del videoclip. Para empezar desde algún punto, quisimos contactar con el artista y su mánager, para saber que les transmitía la canción. Nos dieron varias referencias visuales: *Buenas* de Quevedo y Saiko y *Si te la encuentras por ahí* de Feid. El primer videoclip nos pareció interesante y bastante relacionado con lo que teníamos pensado, el segundo lo descartamos porque trataba un concepto y unas localizaciones totalmente diferentes.

En el primer videoclip se nos presenta un ambiente frío y oscuro que acompaña a una temática parecida a la de nuestra canción, el desamor y resentimiento. Los tonos varían entre azules, verdes y grises, cambiando a cálidos en ciertas escenas y combinados con sombras duras.

La iluminación cambia constantemente y es dinámica. Este videoclip pertenece al género urbano, y tiene muchos rasgos característicos del mismo: iluminación llamativa, ambiente de fiesta, una historia sobre desamor... Este producto fue una gran referencia para nuestro videoclip en cuanto a iluminación.

Figura 5

Frame del videoclip Buenas, de Quevedo y Saiko



Figura 6

Frame de Lo que prometimos



Figura 7

Frame del videoclip Buenas, de Quevedo y Saiko

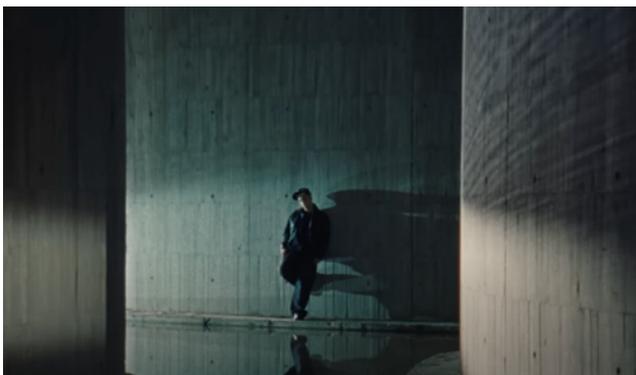


Figura 8

Frame de Lo que prometimos



Consideramos importante buscar videoclips con fondos negros, para así averiguar qué hacer con un espacio como ese y, además, que tipo de iluminación causaría un mayor impacto. Para ello, nos fijamos en el trabajo de un director llamado Jean La Fleur, en especial en el videoclip de la canción *Perfecto* de Sen Senra. Este es un tema pop que se representa de manera onírica, característica del género, en su videoclip.

Este director tiene un estilo muy personal que podemos observar en cada uno de sus proyectos, aunque sean géneros distintos. Este video en específico es interesante porque al igual que nosotros, disponían de un fondo negro y el resto eran elementos planteados de una manera que logran hacer las escenas especiales. En este caso, los planos elegidos y los movimientos de cámara son variados y cuadran con el discurso de la canción. Otro de los puntos fuertes del videoclip, a parte de la iluminación, es el propio artista, que con su interpretación cautiva al espectador y aporta una marca, caracterizándolo como artista.

Figura 9

Frame del videoclip Perfecto, de Sen Senra



Figura 10

Frame de Lo que prometimos



Figura 11

Frame del videoclip Duro, de La Zowi

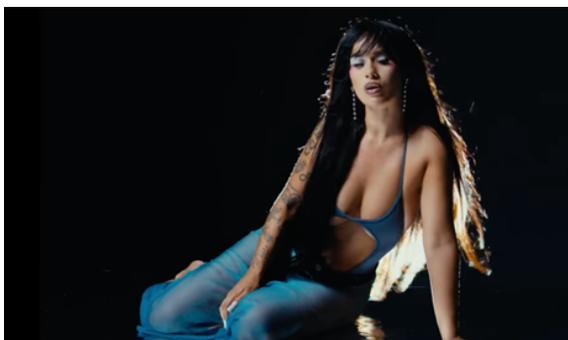
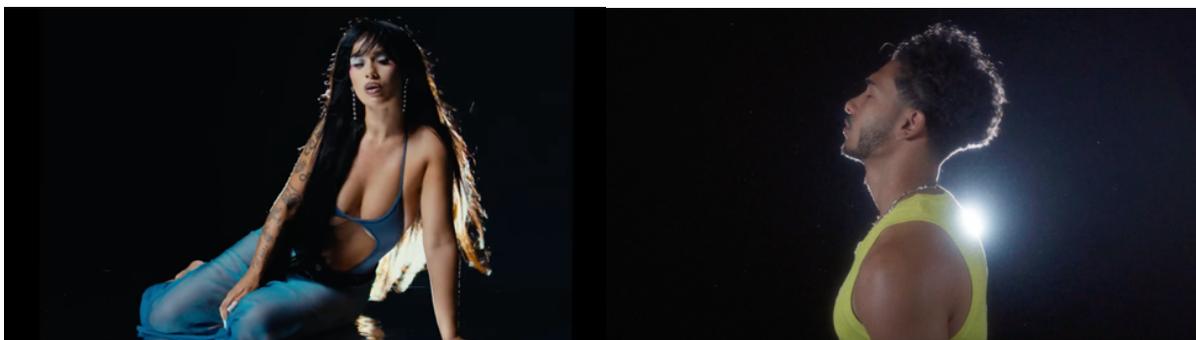
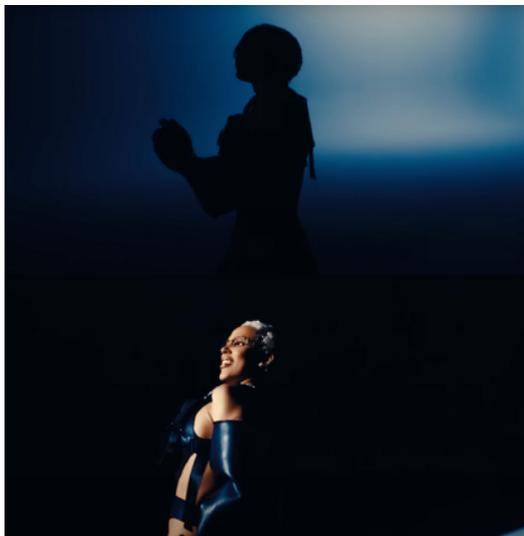


Figura 12

Frame de Lo que prometimos



Otro videoclip que resultó una inspiración en cuanto a sus técnicas de iluminación fue *Masc* de Doja Cat. El videoclip sucede en un set totalmente blanco, en el que solamente ocurren cambios de iluminación constantes y que intentamos recrear en una de las escenas. Esta canción trata el resentimiento hacia alguien y se aprecia que intenta evocar a esos momentos en los que tienes dilemas internos en tu soledad.

Figura 13*Transición lumínica en Masc, de Doja Cat***Figura 14***Transición lumínica en Lo que prometimos*

En cuanto a planos, nos inspiramos en videoclips de ambos géneros para conseguir esta mezcla que buscábamos. Se utilizan planos más generales y lentos, que aportan algo a la historia que les falta a los planos más cerrados y rápidos: le dan importancia a lo que les rodea. Pensamos también en planos que aportan dinamismo y hacen más interesante el escenario: contrapicados desde una plataforma, aberrantes, circulares... además, era crucial el utilizar objetivos con gran angulación que deformaran la imagen en ciertos momentos.

Figura 15*Frame de Lo que prometimos*

Tras la búsqueda de referentes, era importante transmitir claramente al departamento de fotografía que la iluminación debía enriquecer los sets, y también ser diversa, para así aportar dinamismo. Debido a esto, pensamos en transiciones, cambios bruscos entre luz y oscuridad, focos dirigidos a los artistas...

3.1.4.2. Planteamiento visual

Tras varias reuniones, creamos un documento con un planteamiento visual final. Estos fueron los objetivos que el departamento de dirección comunicó al equipo de fotografía:

1. Colores que cuenten la historia: la paleta de colores estaría compuesta por tonos fríos en su gran mayoría, con algún color que aporte calidez en ocasiones. Es importante no abusar de la presencia de color, ya que buscamos adentrarnos en un determinado ambiente, no poner el foco en un elemento específico y alejarnos de él.
2. Una iluminación dinámica: que provenga de diversos ángulos, con la presencia de alguna transición lumínica. Se crearían sombras, tanto suaves como duras, y se jugaría en ocasiones con varios tipos de temperatura de color. Habría que buscar algún material para conseguir un efecto onírico que aportaría un aspecto más “popero” en algunas escenas.
3. Planos interesantes: es importante añadir toques de personalidad al producto, ya sea mediante el punto de vista o la propia angulación de los planos. Tiene que existir una mezcla de planos abiertos y cerrados, picados y contrapicados... para así aportar dinamismo. Las ópticas comprenderían el rango entre un 12-16mm a un 75mm, creando deformaciones en la imagen y resaltando el espacio en ciertos planos.
4. La profundidad: un rasgo muy importante a tener en cuenta es separar a los artistas y atrezzo del fondo para simular estar perdido en plena oscuridad, en el vacío. Para ello es clave estudiar el espacio disponible y crear un esquema de iluminación junto al departamento de arte y de dirección, para así saber qué sucede y donde se ubica cada elemento plano por plano. De esta forma lograremos este efecto de profundidad infinita.

3.1.5. Departamento de Arte

Junto con el departamento de arte, el principal objetivo era que los escenarios, aparte de minimalistas, fueran atractivos visualmente, ya que buscábamos sorprender con la imagen. Nuestro trabajo fue mantener un contacto constante con la directora de arte y discutir las posibilidades en cuanto a la creación de los espacios, paleta de colores... Además, era necesario comparar las propuestas de arte y fotografía para comprobar su compatibilidad y que en el rodaje no hubiese problemas entre departamentos.

3.1.5.1. Referentes

Uno de los referentes para el departamento de arte fue una video performance titulada *Tristan's Ascencion*. Este proyecto habla sobre una historia de amor y muerte de una manera muy conceptual. Esto le sirvió al equipo de arte para asegurarse de que no era necesario crear espacios repletos de atrezzo y detalles para transmitir un mensaje de manera impactante y exitosa.

Otro de sus referentes fue un videoclip perteneciente al género urbano que plasmaba el discurso de la canción a través de una idea conceptual. Se trata de *Museo* de Rauw Alejandro, en cuyo videoclip, con varios sets minimalistas y con un gran papel de la iluminación, recrean un espacio que transporta al espectador a un museo ilusorio.

Figura 16

Frame de Tristan's

Ascencion

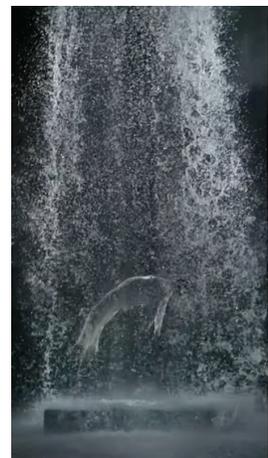
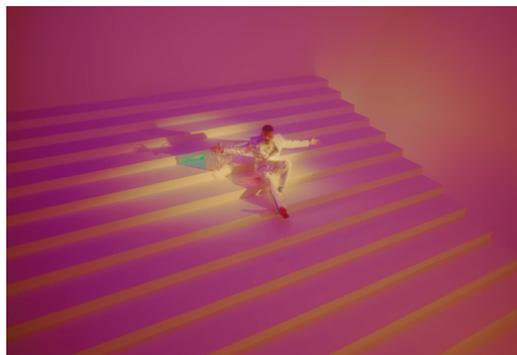


Figura 17

Frame de Museo de Rauw Alejandro



3.1.5.2. Localizaciones y attrezzo

Durante el proceso de creación de espacios, fue importante transmitir correctamente al departamento de arte nuestras ideas y escuchar sus propuestas para llegar a un punto común. Como hemos mencionado anteriormente, la historia plasmada en nuestro videoclip tendría lugar en varios escenarios conceptuales que simularían las distintas habitaciones de una casa. A parte, se grabaría una escena exterior en una azotea, donde los artistas interpretarían la canción sobre un escenario.

Tras barajar varias ideas junto al departamento de arte, decidimos que sería interesante utilizar un recurso que nos brindaba el estudio: la lluvia. El rollo de la canción agradecía este nuevo componente y, además, conseguiríamos de esta forma llamar la atención del espectador. La utilizaríamos para las escenas más importantes de la canción, para así ensalzar su dramatismo. Agregando a lo anterior, también existía una opción que inundaba el suelo del set negro, por lo que el equipo de arte propuso utilizarlo para algunas escenas. Esta fue una muy buena idea, ya que podríamos crear una especie de ilusión óptica donde los escenarios parecieran flotantes y la imagen sería mucho más interesante.

Figura 18

Fotografía en el set de Lo que prometimos



El set se divide en dos partes, una con fondo negro y otra con fondo blanco. Prácticamente todas las escenas interiores del videoclip se tuvieron lugar en el fondo negro. El fondo blanco se utilizó para las transiciones lumínicas y para darnos un respiro de la constante oscuridad del negro.

A continuación, repasaremos cada uno de los escenarios que aparecen en el videoclip y algunas de sus curiosidades. También veremos como se trata de escenarios conceptuales en los que la calidad es más importante que la cantidad.

La habitación y el baño

En estos sets ocurren los momentos más dramáticos de la canción. En medio de un espacio totalmente negro vemos a un chico solitario (Khalil), con poco a su alrededor, recordando y pensando en todo lo que ha sentido por alguien. Con estas escenas pedimos a las chicas de arte que plasmaran en el espacio de forma dramática y experimental este sentimiento de tristeza. Aprovechando la lluvia del set, se llenó el espacio de agua, creando así una imagen con el reflejo de los colchones y la luz, como vemos en la Figura 2.

Figura 19

Fotografía en el set de Lo que prometimos



Entrada a la casa y salón

En estos escenarios sólo aparece Balaclavx. Aquí quisimos mostrar una especie de metáfora con la puerta del salón. Cuando una persona finalmente da el paso y habla sobre sus sentimientos, da un paso hacia delante, desahogándose, y deja atrás una puerta que ha abierto y a la vez cerrado porque ya ha confesado sus sentimientos. Al principio de sus versos, el artista le habla a la chica que le gusta desde fuera, pero conforme va diciéndole todo lo que siente, consigue avanzar y estar más cerca de ella o simplemente salir de su cabeza y sentirse más tranquilo tras compartirlo.

Lo más comentado respecto a este espacio fue que atrezo colocar como parte del salón y sus colores. Una de las peticiones del departamento de dirección fue que los muebles tuviesen color, ya que con tanta oscuridad se consideraba necesario. El verde de la puerta fue decisión del departamento de dirección.

Figura 20

Fotografía en el set de Lo que prometimos



Ciclorama negro

En el ciclorama negro, aparte de los espacios que acabamos de mencionar, también tenían lugar escenas más sencillas que no requerían montaje por parte del equipo de arte. Entre ellas tenemos la escena en la que Khalil canta delante de un foco de luz que le perfila la silueta y, cómo

no, las escenas en las que se utilizó la lluvia. Consideramos importante que estos planos existieran debido a que dan importancia directa a los artistas y nos hacen centrarnos en ellos, no en su alrededor.

Ciclorama blanco

Este espacio sirvió para jugar con distintas iluminaciones y probar varias transiciones. Este escenario tampoco requería montaje por parte del departamento de arte, simplemente se utilizaron distintas técnicas de iluminación y se confió en el talento de los artistas para interpretar la canción. El set blanco fue añadido cara al final del proceso de preproducción, pensando en el montaje final pensamos que sería buena idea contrastar el negro con el blanco en ocasiones, sobre todo porque ayudaría también a cambiar el *mood* del videoclip, como ocurre con la instrumental de la canción.

Azotea

Se trata de la única localización en exteriores. En la azotea se construyó un escenario en el que los artistas interpretaron la canción hacia cámara desde distintos ángulos. Se utilizó una lona como fondo del escenario, para así poder ver a Khalil y Balaclavx perfectamente. Es interesante porque en esta escena tenemos el negro del cielo y el blanco de la lona, haciendo referencia a los dos sets que vemos durante el videoclip.

Figura 21

Fotografía en el set de Lo que prometimos



3.1.5.3. Diseño de vestuario

Se nos ofreció la oportunidad de vestir a uno de los artistas, Balaclavx. Al igual que el propio videoclip, lo que transmitimos al encargado de vestuario fue que queríamos mostrar un estilo rompedor, pero a la vez que no desentonara con la simplicidad de la canción y la estética del propio artista. El contacto con el artista fue fácil y rápidamente se le enviaron las propuestas de vestuario, dándonos el visto bueno sin pensarlo dos veces.

El vestuario es algo muy importante porque, no sólo va a acompañar al artista como figura principal durante ciertas escenas, sino que también va a ayudar a que la imagen sea más interesante e incluso cohesiva con su alrededor. Nuestro encargado de vestuario hizo un gran trabajo cohesionando la estética de la canción, del artista y del videoclip.

Figura 22

Fotografía en el set de Lo que prometimos



3.2. Rodaje

Tras saber la fecha de publicación de la canción, se cuadraron las agendas de los artistas para que viajaran a Valencia. Ya que tenían otros compromisos profesionales, la grabación se organizó a lo largo de dos días, el lunes 22 de abril y el martes 23 de abril.

Llegada esta fase, presente también en nuestra metodología, el director tiene la responsabilidad de observar el trabajo de los distintos departamentos y de ser capaz de comunicarse con el equipo de la mejor forma posible, para así conseguir que el producto final sea fiel al concepto inicial. Además, es importante saber mostrar a los artistas qué ocurriría en cada escena y qué acciones tendrán que llevar a cabo. Supuso todo un reto, pero lo afrontamos con muchas ganas.

Durante el rodaje, una herramienta esencial es el guion técnico. Sin embargo, para el formato videoclip resultó ser diferente a lo que estábamos acostumbrados. Al principio, creíamos que lo correcto era crear un guion técnico anotando en cada plano cuanto duraría exactamente y sobre que partes de la canción sucedería. Lo que pasó, es que la mánager nos recomendó grabar menos planos y centrarnos en que durante cada plano se interpretara un buen trozo de la canción, para así tener suficiente material por si a los artistas después, durante el proceso de postproducción, no les gusta cómo salen, lo que hacen o cómo se ve alguno de los planos. En los anexos podemos ver tanto el guion técnico como el storyboard.

Figura 23

Parte del guion técnico de Lo que prometimos

DUR.	ESC. + PLANO	VISUALIZACIÓN	PLANTA CÁMARA	ÓPTICA	DESCRIPCIÓN	SONIDO	ACTORES	ATREZZO	ANOTACIONES
7s	1-1		Plano general Frontal	50mm / luz atardecer / movimiento gymbal zoom in digital + manual zoom digital meter 4k	Vemos la pancarta en la azotea vacía, con el atardecer de fondo. Nos acercamos a ella, aparecen los gráficos de la canción.	Instrumental	-	Pancarta, truss, etc.	Traveling in/Zoom in Atardecer
6s 12s total	2-2A		Primer plano 3/4	70mm / gymbal	Khaili está sentado en los colchones, vemos su cara en primer plano.	PRIMERA PARTE ESTROFA KHALIL	Khaili	Cíclorama negro. Colchones, mantas, agua, etc.	
	2-2B		Plano medio largo 3/4	28mm / hml techo + panel led ctb ilumina solo los colchones	Khaili está sentado en los colchones, ya vemos hasta su cintura y parte del colchón.	ESTROFA KHALIL + estribillo	Khaili	Cíclorama negro. Colchones, mantas, agua, etc.	Con un travelling salimos del primer plano al plano entero/general. Khaili sentado.
	2-2C		Plano general 3/4	28mm / hml techo + panel led ctb ilumina solo los colchones y el agua.	Khaili está sentado en los colchones, ahora se ve la localización en su totalidad, los colchones y el agua.	recurso	Khaili	Cíclorama negro. Colchones, mantas, agua, etc.	
	3-3		Plano general - Plano medio largo 3/4	esquema de luz quevedo / 50mm / maquina humo	Vemos el baño con todos sus elementos mientras nos acercamos a Khaili, que está frente al espejo.	SEGUNDA PARTE ESTROFA KHALIL	Khaili	Espejo empañado con ventana en medio Máquina de humo.	El cristal tiene que estar empañado, menos una parte de su cara. Se necesita un cristal y vapor de agua.
	3-3B		Plano medio largo 3/4	esquema de luz quevedo / 50mm / maquina humo	Khaili se mira al espejo sin cantar	SEGUNDA PARTE ESTROFA KHALIL	Khaili	Espejo empañado con ventana en medio Máquina de humo.	El cristal tiene que estar empañado, menos una parte de su cara. Plano recurso. Se necesita un cristal y vapor de agua.

Primer día - lunes 22 de abril

La grabación el primer día tuvo lugar en la azotea de la Residencia Visoren, en Gandía. El equipo estaba citado a las 18:30h para montar el set, un escenario al aire libre. Los artistas, por otro lado, fueron convocados a las 19:30h en la misma localización.

Antes de rodar, convocamos una reunión con el equipo de fotografía mientras el equipo de arte y producción recogían el escenario y el material en Valencia. Con tan poco tiempo para organizar todo, no habíamos tenido la oportunidad de reunirnos con el departamento de foto por completo, así que era necesario repasar de arriba abajo el guion técnico, storyboard y todas las coreografías que harían los artistas, documento que también podemos encontrar como anexo. Tras una larga reunión, cada componente se quedó con los objetivos claros y nos preparamos para el rodaje.

El montaje del escenario, previo al rodaje, fue todo un reto debido a que la predicción meteorológica no estaba muy a nuestro favor. El aire hizo que la lona blanca se desgarrara varias veces y que la estructura no resultara muy fija. Sin embargo, con la ayuda de todo el equipo se montó el escenario de forma segura y, además, el viento se calmó.

Figura 24

Fotografía en el set de Lo que prometimos



Esto hizo que el comienzo del rodaje se retrasara un poco, pero al grabar de noche no hubo problema porque no teníamos hora límite. Cuando los artistas estuvieron preparados para grabar, les explicamos lo que tenían que hacer: interpretar la canción hacia cámara, pensando que era el estribillo final y, por lo tanto, el clímax de la canción. Empezamos con unas pruebas que sirvieron de calentamiento a todos, tanto al equipo como a los artistas.

Tras varias repeticiones, teníamos suficientes ángulos y pudimos dar por finalizada la grabación. Esta primera toma de contacto no nos dejó muy buen sabor de boca porque el equipo estaba un poco disperso, cosa que no se podía permitir en el rodaje del día siguiente, ya que teníamos el tiempo justo. Además, la mánager quiso tomar un poco las riendas y nos retrasó el final de la jornada.

No obstante, no se demoró mucho el fin del rodaje porque al día siguiente el equipo debía trasladarse a Valencia muy pronto y los artistas tenían que volver esa misma noche al piso que les alquilamos en la ciudad. Nos fuimos a dormir sabiendo lo que comunicar al equipo el día siguiente y con ganas de afrontar el segundo día de rodaje.

Figura 25

Fotografía en el set de Lo que prometimos



Segundo día - martes 23 de abril

A las 8:45h llegamos a Valencia, específicamente al estudio Espai Center. Este día era con diferencia el más complicado, ya que teníamos una gran cantidad de planos que grabar y el tiempo justo para ello. Además, organizamos unas cuantas coreografías que tuvimos que mostrar a los artistas.

Los talentos llegaron a las 9:00h, por lo tanto, todo empezó bastante rápido. Al realizar el plan de rodaje, decidimos que mientras la iluminación se preparaba en el set que se iba a grabar, el departamento de arte montaría el set que se usaría en el plano posterior.

Empezamos con algunos problemas, ya que la directora de fotografía creó unas plantas de cámara que no concordaban con lo hablado en la reunión. Este fallo de comunicación resultó algo desconcertante, pero no de gravedad, así que seguimos adelante con una actitud positiva. Grabamos primero los planos en los que salía Balaclavx, ya que tenía que irse antes para coger un tren.

Además, hubo que cuadrarlo todo muy bien ya que en algunos planos se usaría agua. Por eso, una vez se mojase el set los siguientes planos también tendrían que estar mojados, todo esto está representado en el plan de rodaje. Dividimos el día en dos: antes de comer, donde se grabarían todos los planos de Balaclavx y los que no necesitaran agua, y después de comer, donde se grabarían los planos de Khalil, en los que el suelo si debía estar mojado.

Figura 26

Fotografía en el set de Lo que prometimos



Figura 27*Fotografía en el set de Lo que prometimos*

Balaclavx tuvo varias escenas en las que le tocó hacer ciertas acciones. El joven estuvo dispuesto a escucharnos y a aportarle su propio rollo, algo que recalcamos que era importante, lo nuestro era más orientativo. En el plano en el que le canta a la puerta, le íbamos dictando cuando tenía que cantar hacia la mirilla y cuando hacia la cámara. En el salón, le explicamos de qué punto a qué punto tendría que moverse, el resto sería una especie de *freestyle*⁷ suyo. Khalil, por su parte, tiene una parte menos movida, por lo que no tenía coreografías como tal. Tratar con él se centró más en que se sintiera ese dramatismo que conlleva lo que canta en su expresión y movimientos.

Durante la grabación hubo ocasiones en las que se pudo improvisar porque teníamos algo de tiempo. Además, algunos de nuestros compañeros propusieron planos interesantes que tuvimos la oportunidad de grabar. El rodaje siguió su curso y gracias al gran trabajo de todo el equipo, conseguimos grabar prácticamente todos los planos, algo por lo que estar muy satisfechos, ya que habían muchos cambios de set y ángulos distintos que grabar.

⁷ Freestyle: crear o hacer algo esporádicamente, sin una preparación previa.

Figura 28

Fotografía en el set de Lo que prometimos



3.3. Post producción

Para el proceso de post producción disponíamos de algo más de una semana. Esta parte del proyecto fue con diferencia la que más cambió en comparación con la idea original. De esta parte del proyecto nos encargáramos en su mayoría Elvira y yo, ya que había que estar en contacto constante con la mánager para intercambiar opiniones y nos gusta el proceso de edición.

3.3.1. Edición

Lo que desde dirección se quería conseguir con el montaje era seguir el ritmo de la canción con el ritmo de los planos, básicamente lo que pensamos en el guion técnico. El montaje original empezaba más lento y conducía al espectador cada vez más rápido al estribillo. Al montar y enviar la primera versión, esta idea fue descartada rápidamente debido a que la mánager opinaba que no funcionaba, que debía ser más dinámico. Por esta razón y porque todas las versiones tenían que pasar por la mánager y luego los artistas, estuvimos una semana sin parar de probar fórmulas nuevas e intentar plasmar todo lo que nos pedían en el montaje. Se crearon muchas versiones distintas, llegando un punto en el que el guion técnico era totalmente orientativo, ya que tuvimos que pensar en un montaje nuevo a raíz de ese dinamismo que nos decían que faltaba.

La versión final acabó siendo totalmente distinta a la inicial, y opinamos que a mejor. La ayuda y los consejos de la mánager nos guiaron bastante hasta encontrar un punto intermedio

entre lo que buscaban ellos, que era un montaje más dinámico, y lo que nosotros planeamos desde un principio, algo más lento. Acabamos entendiendo que lo importante era que no resultara aburrido y que fuera ameno, por lo que estar en constante contacto con la mánager y sobre todo escucharle, influyó en dar forma al producto final.

3.3.2. Etalonaje

En etalonaje llevábamos una idea inicial clara, pero no teníamos los conocimientos suficientes para llevarlo a cabo correctamente. Tras una primera reunión y poco tiempo para el proceso de etalonaje, nos pusimos manos a la obra. El resultado inicial no fue el esperado y nos agobiamos un poco, no quedaba el color que queríamos y la imagen a veces era de mala calidad. Estuvimos una noche sin parar de editar en casa para al día siguiente enseñarle al etalonador lo que queríamos exactamente, ya que en la primera toma de contacto no supimos expresárselo correctamente.

Las sesiones posteriores fueron muy bien, ya que descubrimos que teníamos los brutos en un formato que no tocaba en DaVinci, así que cambiamos eso y todo mejoró. No obstante, y durante este proceso de corrección de color, nos dimos cuenta de que algunos de los planos no estaban expuestos correctamente, factor que hacía difícil el etalonaje en ocasiones puntuales, ya que resaltaba los fallos de la imagen. Finalmente, conseguimos salvar este problema tras el uso de varias herramientas y efectos, así que quedamos satisfechos con el resultado final, aunque no fuera de la calidad visual que buscábamos.

Figura 29

Comparación de planos tras la corrección de color

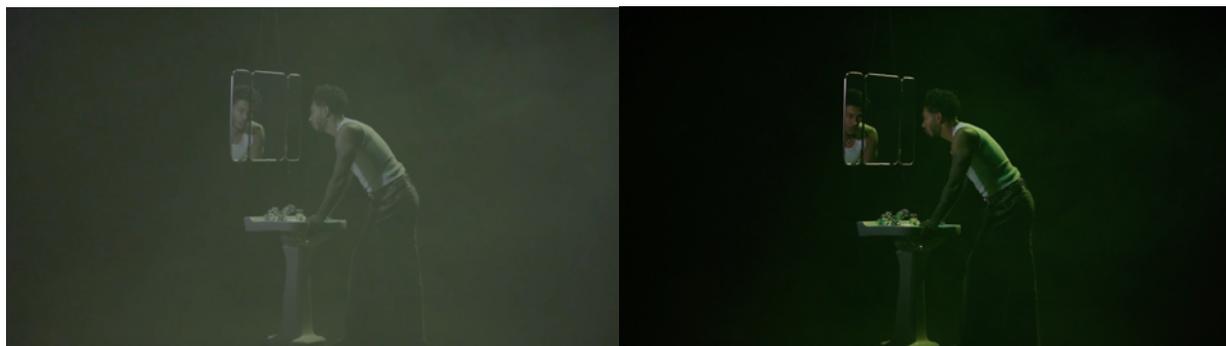
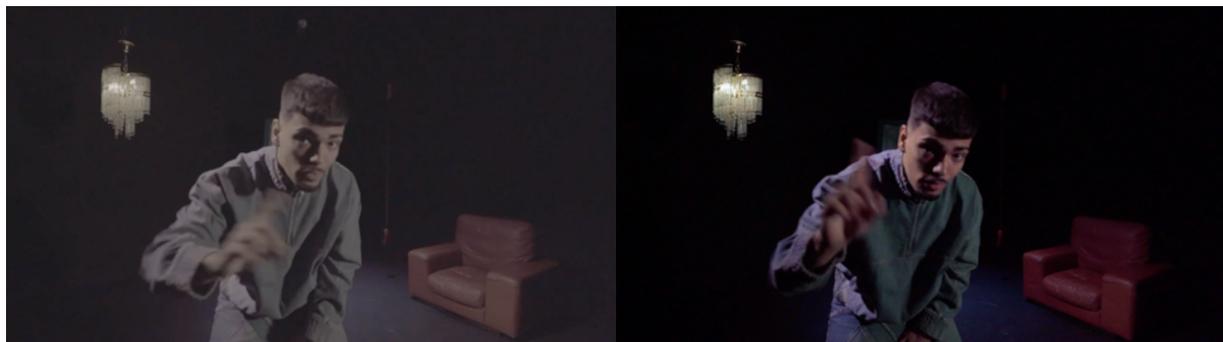


Figura 30

Comparación de planos tras la corrección de color



4. Conclusiones

Como modo de concluir este trabajo, vamos a repasar tanto el objetivo principal como los objetivos secundarios, para así comprobar si los hemos cumplido exitosamente.

El objetivo principal era dirigir y desarrollar creativamente desde cero un videoclip musical. Este cometido general podemos decir que se ha cumplido correctamente, ya que aparte de rodarlo, lo ideamos desde la nada. Parte de este objetivo también consistía en, como director, comunicarse activamente con los distintos departamentos. Este apartado se podría considerar cumplido en general, aunque también es cierto que por ejemplo con el departamento de fotografía costaba más la comunicación o entendimiento.

A continuación, repasaremos los objetivos específicos y veremos si los hemos logrado:

- Buscar información sobre el formato del videoclip musical: esta fue la primera fase del proyecto y una fundamental. Nos ayudó a conocer más sobre el formato y a tener en cuenta características que con un cortometraje no barajábamos.
- Seguir una metodología para una correcta realización y dirección del proyecto: el TFG se basa en el seguimiento de una metodología que nos ayudó a realizar de forma correcta el videoclip.

- Mencionar referentes visuales que ayuden a materializar la idea pensada para el videoclip: creo que los apartados en los que se mencionan referentes hablan por sí solos. Durante el proceso de investigación e ideación, muchos videoclips nos ayudaron a mostrar visualmente algunas de las imágenes que sólo podíamos ver nosotros en nuestra mente.
- Participar activamente en todas las fases del proyecto, desde la ideación a la postproducción. Como director, es importante tener en cuenta a todos y cada uno de los departamentos, ya que después serás el encargado de que todos los elementos del producto tengan sentido y una estructura cohesiva. A mi personalmente me apasionan todos los departamentos, por lo que intento estar siempre presente si me necesitan.
- Rodar el videoclip junto a un equipo dedicado para conseguir un resultado profesional: en mi opinión, conseguido con creces. Éramos un equipo pequeño, pero con muchas ganas de llevar a cabo el proyecto. Las reuniones eran constantes, la comunicación era sencilla y el buen rollo era evidente.

Otra cosa que hemos aprendido es que no podemos trabajar pagándoles a los artistas. Este caso era especial porque se trataba de nuestro TFG, pero no volverá a ocurrir. No obstante, es cierto que después de la realización del videoclip contactaron con nosotros artistas que podrían considerarse grandes en la industria musical, al menos para nosotros. Por lo tanto, se podría decir que hemos conseguido un producto llamativo y profesional con lo poco que teníamos.

Lo que me llevo de este proyecto es una afirmación de que el mundo de lo audiovisual es el mundo al que pertenezco. Crear algo desde cero y estar presente durante todo el proceso de producción es algo precioso que te llena de una manera especial. Además, todo el trabajo culmina en ver lo que has imaginado representado en una serie de imágenes, da igual que sea un videoclip, un cortometraje o una película... es igual de especial verlo reflejado en cualquier formato y poder compartirlo.

Trabajar en equipo y tener la suerte de que muchos de ellos sean amigos míos es un lujo que voy a agradecer para siempre, porque aparte de quererlos mucho tienen un talento y una profesionalidad increíbles. Ojalá poder trabajar con gente así siempre y que el destino cruce nuestros caminos siempre que sea posible.

5. Bibliografía

- Calzadilla, D. (2021). *Dirección de un videoclip para el grupo Milc de la canción Nocturno de las ovejas* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad Politécnica de Valencia]
<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/176030/Calzadilla%20-%20Direccion%20de%20un%20videoclip%20para%20el%20grupo%20Milc%20de%20la%20cancion%20Nocturno%20de%20las%20ovejas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Coaquira Jarita, E. J. (2019). *La música de género urbano: reggaetón y la influencia en el comportamiento del adolescente* [Trabajo de Investigación, Universidad Peruana Unión]
<https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstreams/9d631d89-7d26-4d8c-9245-a02332097816/download>
- Correa, E. (2022). *Análisis de la Producción Audiovisual en Videoclip de Género Urbano* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad Nacional de Chimborazo]
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/9754/1/UNACH-EC-FCEHT-DGR-00016-2022.pdf>
- Dodig, R. (2014). *Music Video in Education and Promotion* [Archivo PDF]. <http://sm-provincijalat.hr/wp-content/uploads/2015/01/Music-Video.pdf>
- Evers, K. (2015). *Music Video Analysis Part 1* [Archivo PDF].
<https://es.slideshare.net/slideshow/music-video-analysis-part-1/51587917>
- Evers, K. (2015). *Music Video Analysis Part 2* [Archivo PDF].
<https://es.slideshare.net/slideshow/music-video-analysis-part-2/51588405>
- Goodwin, A. (1992). *Dancing In The Distraction Factory: Music Television and Popular Culture*. University of Minnesota Press
- Medina, A. (13 de junio, 2023). Bailar con el corazón roto. *Acero Magazine*.
<https://acero.metalmagazine.eu/post/khalil-meldins-bailar-con-el-corazon-roto>
- Meldin's, K. (8 de mayo 2024). Lo que prometimos. [Archivo de video] Youtube.
https://youtu.be/-qccnpXD0TY?si=G3_8LIZzm6cCrxhZ

Penagos, Y. (2015). *Lenguajes del poder. la música reggaetón y su influencia en el estilo de vida de los estudiantes* [Archivo PDF].

https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4323457.pdf&ved=2ahUKEwjfvrOHscuHAXoR6QEHUEDHIIQFnoECwQAQ&usg=AOvVaw3_D_sBex2Rg6vuX9YEacCl

Peña, J. (2019). *Producción completa de un videoclip musical* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad Politécnica de Valencia]

<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/127820/Peña%20-%20Producción%20y%20realización%20de%20un%20audiovisual%20de%20bajo%20presupuesto.pdf>

Prokesch, A. (2020). *El reggaeton i els seus elements simbòlics. Una anàlisi de la seua imatge i llenguatge audiovisual* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad Politécnica de Valencia]

<https://riunet.upv.es/handle/10251/149795>

Ramírez Noreña, V. K. (2012). *El concepto de mujer en el reggaeton: Análisis lingüístico. Lingüística y Literatura* [Archivo PDF]. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4236110.pdf>

Rosales, G. E. (2015). *La música urbana y su incidencia en el comportamiento de los estudiantes de sexto curso del colegio fiscal experimental Leonidas García* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Guayaquil]

<https://scholar.google.com.ar/scholar?oi=bibs&cluster=16566025412476075420&btnI=1&hl=es>

Sainz de Baranda, P. (10 de septiembre, 2021) El reggaetón desde sus orígenes hasta la actualidad: celebra el día del género musical del momento. *MegaStar.Fm*.

https://www.megastar.fm/musica/noticias/dia-internacional-del-reggaeton-20210915_1497803

Toro, E. (4 de enero, 2010). Lo ordinario y lo culto: una incidencia cultural y contextual en la música clásica y la música pop. *Psicoespacios*.

https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4323457.pdf&ved=2ahUKEwjfvrOHscuHAXoR6QEHUEDHIIQFnoECwQAQ&usg=AOvVaw3_D_sBex2Rg6vuX9YEacCl

irioja.es/descarga/articulo/5012846.pdf&ved=2ahUKEwj44PN78KHAXW8U6QEHOzOOasQFnoECBMQAQ&usg=AOvVaw07h7ZVDZWfC8fS__xZsAMQ

Zumaquero, C. C. (2019). *Música pop e identidad: la constitución del sujeto en la sociedad neoliberal* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de La Laguna]

<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/9754/1/UNACH-EC-FCEHT-DGR-00016-2022.pdf>