

**PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN Y
POSTPRODUCCIÓN DE UN
VIDEOCLIP MUSICAL**

TRABAJO FIN DE GRADO

CRISTIAN SEMPERE IBORRA 20.483.139Y

DIRECCIÓN: D.VICENTE JOSÉ BENET FERRANDO

GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

MODALIDAD C

JUNIO 2017

Trabajo de Final de Grado realizado por Cristian Sempere Iborra, alumno de Grado en Comunicación Audiovisual por la Universidad Jaume I de Castellón, bajo la tutorización de D. Vicente José Benet Ferrando.

(INFORMACIÓN IMPORTANTE: El presente documento se encuentra enlazado entre sus diferentes epígrafes. Haciendo click en cualquier punto del índice se desplazará a ese apartado, de la misma manera en que, si pulsa encima del título de cualquier capítulo del documento le devolverá al índice, para facilitar al usuario la experiencia de navegación)

Resumen

Llega un punto en el que toda banda musical, si quiere seguir creciendo en número de seguidores, debe acompañar visualmente aquellas canciones con las que desea darse a conocer a su público, mediante imágenes que recojan su estilo e identidad.

Este texto recoge todos los aspectos sobre la realización de un videoclip para la banda *PugNator*, que será su primero y se lanzará junto a su segundo disco.

Se ha dividido entre preproducción, que recoge la búsqueda y elección de la banda y la planificación de qué, cuándo y cómo se grabaría, la producción, momento de la grabación, y la postproducción, en la que se ha realizado el montaje y posteriores arreglos.

Palabras clave: *Banda musical, imágenes, realización, videoclip, pre-/post-/producción, grabación.*

Abstract

In order to obtain higher number of followers, every musical band needs visual accompaniment for the songs through which they want to be known for by their audience. And for doing so, images are the key that depict the band's style and identity.

Therefore, this project analyses all the aspects of the making of the video clip for the *PugNator* band. This video clip will be their first, and it will be released together with their second album.

The process of the making of comprises the following phases: pre-production, production, and post-production. The first consists of the search and choice of the band, as well as the planning for what, when and how should be recorded. The production phase belongs to the moment of the recording. While the last is for the production completion and further arrangements.

Key words: *Musical band, images, the making of, video clip, pre- and post-/production phases, recording.*

ÍNDICE

- 1. INTRODUCCIÓN**
 - 1.1. Justificación y Oportunidad del Proyecto
 - 1.2. Objetivos
 - 1.3. Estructura del Trabajo Fin de Grado
- 2. MARCO TEÓRICO: ESTADO DE LA CUESTIÓN**
 - 2.1. Definición de Videoclip
 - 2.2. Historia del videoclip
 - 2.3. Referentes Audiovisuales
- 3. PREPRODUCCIÓN**
 - 3.1. Búsqueda de la Banda
 - 3.2. ¿Por qué PugNator?
 - 3.3. Búsqueda de Localizaciones
 - 3.4. Sinopsis del Proyecto de Producción
 - 3.5. Estructura de la Producción
 - 3.6. Conceptualización de la Idea
 - 3.7. Música: Análisis de la Forma de Onda
 - 3.8. Moodboard
 - 3.9. Estilismo
 - 3.10. Guión Literario
 - 3.11. Guión Técnico
 - 3.12. Storyboard
 - 3.13. Presupuesto
- 4. PRODUCCIÓN**
 - 4.1. Material Utilizado
 - 4.2. Planificación del Rodaje
 - 4.3. Plan de Rodaje
- 5. POSTPRODUCCIÓN**
 - 5.1. Montaje
- 6. PLAN DE EXPLOTACIÓN DEL PRODUCTO**
 - 6.1. Análisis del Mercado al que va Dirigido el Producto o Servicio
 - 6.2. Plan de Comunicación y Marketing
- 7. GESTIÓN DE DERECHOS DE AUTORÍA. REGISTRO**
- 8. RESULTADOS**
- 9. MEMORIA DE PRODUCCIÓN**
- 10. CONCLUSIONES**
- 11. BIBLIOGRAFÍA**
- 12. ANEXO**

TABLE OF CONTENTS

- 1. INTRODUCTION**
 - 1.1. Project Justification and Its Opportunities
 - 1.2. Goals
 - 1.3. Structure of the Final Degree Project
- 2. THEORETICAL FRAMEWORK: THE STATE OF THE QUESTION**
 - 2.1. Video Clip Definition
 - 2.2. The Story of the Video Clip
 - 2.3. Audiovisual Representatives
- 3. PRE-PRODUCTION PHASE**
 - 3.1. The Search of the Band
 - 3.2. Why PugNator?
 - 3.3. The Search of the Locations
 - 3.4. Project Production Overview
 - 3.5. Production Structure
 - 3.6. Idealization of the Piece
 - 3.7. Music: Analyzing the Waveform
 - 3.8. Moodboard
 - 3.9. Style
 - 3.10. Literary Script
 - 3.11. Technical Screenplay
 - 3.12. Storyboard
 - 3.13. Budget
- 4. PRODUCTION PHASE**
 - 4.1. Materials used for this project
 - 4.2. Shoot Planning
 - 4.3. Shooting Plan
- 5. POST-PRODUCTION PHASE**
 - 5.1. Editing
- 6. OPERATIONAL PLAN OF THE PRODUCT**
 - 6.1. Analyzing the Target Market for the Product or Service being Addressed to
 - 6.2. Communication Strategy and Marketing Plan
- 7. COPYRIGHT MANAGEMENT AND REGISTRATION**
- 8. OUTCOME**
- 9. PRODUCTION MEMORANDUM**
- 10. CONCLUSIONS**
- 11. BIBLIOGRAPHY**
- 12. ANNEXES**

1. INTRODUCCIÓN

El vídeo musical es un instrumento utilizado por las bandas como una forma de promoción. Acompañar a la música con imágenes la hace todavía más atractiva y agradable, pues añade el estímulo al sentido de la vista.

El objetivo de este proyecto es la creación de un vídeo-clip para la banda PugNator, compuesta por 4 miembros procedentes de diferentes municipios de Castellón y etiquetada bajo el estilo *Heavy Metal*. La canción elegida para el clip se titula *Crazy Head* y saldrá junto al disco completo llamado *Anxiety* en Julio del 2017.

Crazy Head es una canción escrita por Arturo Núñez Tarragona, el cantante de la banda, cuya letra hace referencia a los pensamientos de un hombre que habla consigo mismo, preguntándose por qué no entiende ni es entendido por la sociedad, sin saber si son ellos o él mismo el que está sumido en la locura y no es capaz de ver la realidad.

PugNator es una banda con un estilo musical bastante potente y por ello quería que el vídeo-clip fuese capaz de transmitir esa fuerza a través de las imágenes.

A través de las páginas de este documento, el lector podrá conocer de qué manera se ha llegado finalmente a la creación del producto, así como todos los procesos por los que ha pasado para su elaboración.

1. INTRODUCTION

Music video is a tool used by music bands as a way of promotion. Images that accompany the music make it even more attractive and enjoyable, since they add stimulus to the sense of sight.

Therefore, the main goal of the current project is to create a video clip for the music band PugNator. It is composed of four members from different municipalities in Castellón and its style is Heavy Metal. The song chosen for the clip is titled *Crazy Head*, and it will be released in the band's full album, *Anxiety*, which will be available in July 2017.

Crazy Head is a song written by Mr. Arturo Núñez Tarragona, who is also the band's singer. The lyrics allude to the thoughts of a man that speaks to himself, wondering why does he not understand the society, and why does the society not understand him. He also wonders whether the society is crazy or it is him who is unable to see the reality.

Since PugNator is a band with a powerful musical style, it was necessary to create a video clip able of depicting such power through images.

Moreover, the reader of this paper will be able to know how exactly this project was done, as well as to see in detail all the processes that followed its elaboration.

1.1. JUSTIFICACIÓN Y OPORTUNIDAD DEL PROYECTO

Entre las diferentes modalidades a escoger para el proyecto de final de carrera, decidí decantarme por la modalidad C, la creación de una pieza audiovisual y su correspondiente dossier. Las asignaturas que se imparten durante la carrera se abren a un amplio abanico de roles y es el alumno el que, a lo largo del desarrollo de la misma, debe ser consciente de aquellos que más le satisfacen y/o en los que se desenvuelve con mayor soltura, para orientar su carrera de cara al futuro. Personalmente, no creo que la investigación sea mi fuerte y, aunque no descarto emprender proyectos profesionales en un futuro a corto plazo, la modalidad C es probablemente en la que me encuentro más cómodo.

Desde hace ya muchos años, antes de comenzar la carrera, siempre había tenido en mente emprender un proyecto audiovisual. A lo largo de mi vida he tenido relación con el mundo de la música y siempre me había fascinado el formato del videoclip. Obras de corta duración que, aunque no siempre cuentan historias, complementan al sonido y le dan mucha más fuerza, al brindar al espectador un apoyo visual. No tenía por aquel entonces ni los conocimientos ni las herramientas, ni probablemente la seguridad ni voluntad para emprender un proyecto de estas características.

El videoclip es un formato que tiene algunas reglas discursivas propias poco o nada utilizadas en otros como el cine o la televisión. Reglas que, personalmente, me atraen y con las que quisiera experimentar.

El Proyecto Final de Grado se presentó pues como una oportunidad. La última e idónea ocasión para demostrar lo aprendido. Algo que servirá como carta de presentación para el futuro en un mercado sobresaturado con una alta competencia, en la que la diferenciación es probablemente el único camino hacia el éxito.

El proyecto debía ser algo que me hiciera sentir realizado personalmente. Algo que me ilusionase. Tantas horas frente a un papel, un bolígrafo y un ordenador iban a tener que valer la pena, solo así el proyecto podría finalmente ver la luz.

Decidí que iba a hacerlo solo. Durante el transcurso de la carrera se realizan documentales y cortos de ficción, pero en el producto final, creativamente, solo queda la huella del guionista, director y quizás, si no es la misma persona, el montador. Este proyecto debía ser un reflejo de mí. Debía mostrar mi creatividad y aquello que he aprendido durante los 4 años. Y no solo eso. Debía ser una oportunidad para auto-obligarme a aprender aquello que no hubiese aprendido. A indagar e investigar cómo solucionar los problemas que encontrase por el camino. A ser autodidacta y saber desenvolverme en aquellos roles que antes no hubiese ocupado. Finalmente y sobre todo, demostrar que había adquirido la madurez suficiente para tirar de mí mismo, de no necesitar que nadie me empujase ni tener un lastre del que arrastrar.

Cuando se emprende un proyecto de estas características y se hace de manera grupal, con la intención de incorporarlo en un futuro a los portfolios personales de sus integrantes, existe un problema, y es que la persona a la que se le enseñe como “prueba de capacidades”, probablemente se pregunte donde empiezan y terminan las funciones de cada uno. Es difícil delimitar y demostrar qué parte de cada uno está en ese proyecto.

En mi caso no hay género de dudas. La situación me ha requerido adoptar un enfoque de trabajo totalmente multidisciplinario. Todo el proyecto, desde su inicio a su fin, refleja claramente mis capacidades. Al menos hasta el momento, pues durante su desarrollo adquiriré nuevas capacidades y conocimientos. Existen una serie de errores que debo cometer y de experiencias que vivir antes de enfrentarme al mercado laboral.

1.2. OBJETIVOS DEL PROYECTO

El Trabajo de Final de Grado es el momento en el que el alumno debe demostrar y poner en práctica todos los conocimientos adquiridos a lo largo de sus 4 años de formación. Pero no debe limitarse solo a ser una muestra del saber del alumno, sino también, a través de la investigación y de manera autodidacta, ser tomada como una oportunidad para ampliar conocimientos y adquirir destreza. Debe aprovechar además para involucrarse en aquellas tareas del audiovisual en las que tenga un menor dominio, pues será la última oportunidad de poder hacerlo en un entorno universitario, donde cuente con la ayuda de un profesorado que pueda guiarle para alcanzar dichos objetivos.

Es muy usual que durante el transcurso del grado el alumno desarrolle a lo largo de su trayectoria el mismo rol o función dentro del audiovisual, probablemente la que más le atraiga. Pero éste es un amplio sector en el que se valorará el dominio en el mayor número de disciplinas posibles, dada la situación actual en la que la sociedad nos demanda cada vez más mayor versatilidad. Es una oportunidad para que el fotógrafo comprenda las dificultades de la captación del sonido, para que aquel que suele dirigir entienda la complejidad creativa que supone plasmar una buena historia en un guion, o para que el constructor de relatos saque a relucir su don de gentes para emprender la labor del productor, por citar algunos ejemplos.

Pero este proyecto no aporta beneficio únicamente a su creador, así que los objetivos a alcanzar van más allá de uno mismo. El autor Paolo Peverini nos habla de tres intenciones existentes ante la creación de un videoclip: la del artista, que pretende aumentar su número de seguidores, la de la discográfica, cuya ambición es aumentar su venta de discos y la del autor del videoclip, que ansía darse a conocer como creador de contenido (2002: 68).

Así pues, previa iniciación del proyecto, se plantearon una serie de objetivos a cumplir con la realización del mismo:

Objetivos generales:

- *Ser capaz de concebir una idea inicial y desarrollarla*
- *Utilizar eficientemente los recursos propios para llevar a cabo una producción a un nivel profesional*
- *Adquirir los conocimientos necesarios, en cuanto a técnicas y recursos propios del videoclip (sincronía de imagen y sonido, técnicas de montaje, efectos visuales) para desarrollar proyectos similares a posteriori en el ámbito laboral*
- *Obtener un producto final de calidad equiparable a la existente en el mercado, atractivo, y coherente con el estilo musical, que sirva como carta de presentación tanto para la banda como para el director del proyecto.*
- *Plasmar la identidad de una banda y de una canción concreta en una pieza audiovisual*

Objetivos específicos:

- *Valerse por sí mismo, sin recurrir a profesionales externos en todas las fases del producto*
- *Regirse a los plazos planificados previamente y trabajar de manera organizada de acuerdo a los tiempos establecidos*
- *Proyectar con suficiente antelación los problemas que puedan surgir y sus posibles soluciones, así como solventar aquellos que aparezcan de forma fortuita a la mayor brevedad posible.*
- *Realizar la producción con el mínimo coste posible*

1.2. GOALS

The final degree project is the moment when a student must demonstrate the knowledge acquired during the four years of his degree, and put it into practice. But it should not be only a demonstration of what he knows, rather than a way of gaining knowledge and skills while carrying out an autodidactic research. He should also seize this moment in order to produce audiovisual tasks where the student lacks of knowledge. Thus, by doing so in the university environment, he should be guided by lecturers in order to achieve the established goals.

It is common that a student, during his college career, takes the same roles or functions within the audiovisual field, usually those he likes most. However, this is a wide sector that values the mastery of the higher number of disciplines, since the current society demands greater versatility every time. For instance, it is an opportunity for a photographer to realize the challenges of the sound pickup, so that those who are in charge would understand the complexity of the creative process that undergoes a good story's plot. And moreover, it would allow the screenwriter to demonstrate his people skills to understand the role of the producer.

Nonetheless, the current project does not benefit solely to its author. Thus, the goals to fulfill go beyond oneself. And according to the author Paolo Peverini (2002:68), there are three existing aims while creating a video clip: the artist's focus that tries to obtain higher number of followers; the sound recording industry's pursuit of increasing the record sales; and the author's desire to be known as its content creator.

Therefore, before conducting this study, a series of goals were set to be achieved:

Overall Objectives:

- *To be able to conceive an initial idea and develop it afterwards.*
- *To efficiently utilize own resources in order to carry out production at a professional level.*
- *To achieve the required knowledge with regard to technics and video clip's resources (synchronicity between image and sound, editing techniques, visual effects) in order to carry out similar projects later on.*
- *To obtain the final product with comparable quality to the already existing on the current market. It should also be appealing and coherent with the musical style that would serve as cover letter for both, the musical band and the project manager.*
- *To reflect the band's identity, as well as the song's in matter nature for the audiovisual work.*

Specific Objectives:

- *To depend on your own, without looking for external professional aid during each one of the processes.*
- *Meet the previously agreed deadlines, and work in an organized way according to the timeframes established.*
- *To detect at time the problems that may arise, as well as to provide their resolutions. Also, to solve the problems already occurred as fast as possible.*
- *To carry out the production with minimal cost.*

1.3. ESTRUCTURA DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO

El presente trabajo final de grado estaría dividido en 6 bloques:

El primer bloque correspondería a la introducción, apartado en el que se realiza una breve presentación sobre la naturaleza del proyecto, los motivos que han llevado a elaborar esta tipología y los objetivos que se pretenden alcanzar.

En el segundo bloque hacemos un repaso desde el nacimiento del vídeo-clip hasta nuestros días y las diversas definiciones que han aportado distintos teóricos sobre este formato.

El tercer apartado pertenece a la preproducción. En él se detalla toda la información que ha sido necesaria recopilar y generar para poder dar forma al vídeo-clip, tanto de forma visual como detallada textualmente. Este apartado es sumamente importante ya que una mala preproducción puede llegar a arruinar todo un proyecto.

En el cuarto capítulo encontraríamos la fase de producción. Analizamos toda la información de los rodajes; Los horarios establecidos, las diferentes tareas, qué planos van a grabarse, cómo y qué material se necesitará para ello.

La quinta sección está reservada para la postproducción. En ella examinamos los procesos que hemos realizado de corrección de color (etalonaje) y añadido de efectos que han sido necesarios para dejar nuestro vídeo-clip con un acabado visual mucho más potente y profesional.

Finalmente el último bloque está destinado a estudiar la manera de explotar el producto de la manera más efectiva posible, así como una recapitulación de todo el proyecto, con los resultados obtenidos y las conclusiones a las que se ha llegado durante todo el proceso.

1.3. STRUCTURE OF THE FINAL DEGREE PROJECT

The current final degree project is divided into six sections: The first one is a brief introduction that gives an idea on the nature of the project. It also describes the reasons for the choice of typology, as well as the goals to be achieved.

The second part reviews the birth of video clips up to nowadays, and provides different definitions that scholars set to this format.

The third section belongs to the pre-production phase. It includes all the information needed to gather and generate in order to give shape to the video clip, both visually and textually. This section is extremely important because a bad pre-production may ruin the whole project.

The next fourth part deals with the production phase: shooting data were analyzed; deadlines were set; the diverse tasks to be done, what forefronts to be recorded, and how and what materials were needed for this were determined.

The section number five covers the post-production phase. It examines the processes for the color correction and added effects used in order to provide a more intense and professional visual finish to our video clip.

Finally, the sixth step studies the most effective way to exploit the product, as well as overviews the current project with its results and final conclusions after all the before mentioned processes.

2. MARCO TEÓRICO: ESTADO DE LA CUESTIÓN

El Trabajo de Final de Grado debe fundamentarse en base a un marco teórico o estado de la cuestión. Se debe investigar y por tanto aportar información sobre el tema que se va a tratar. Este marco nos permitirá delimitar la materia a tratar. No consistirá únicamente en recopilar información previa a nuestro estudio, ya que conocer la información ya existente nos permitirá establecer qué vamos a aportar nosotros de acuerdo a investigaciones previas.

2. THEORETICAL FRAMEKORK: THE STATE OF THE QUESTION

The Final Grade Work must be based on a theoretical framework or state of the art. It is necessary to investigate and therefore provide information on the subject to be treated. This framework will allow us to delimit the matter to be treated. It will not only consist of gathering information prior to our study, since knowing the information already existing will allow us to establish what we will contribute according to previous research.

2.1. DEFINICIÓN DE VIDEOCLIP

En este apartado vamos a exponer diferentes definiciones que han aportado diversos autores sobre el concepto de vídeo-clip.

Los vídeo-clips son producciones audiovisuales destinadas prioritariamente a fomentar el consumo musical (Sánchez, 2009, p.186)¹. En esta definición como vemos el vídeo-clip es un instrumento mediante el cual generar un beneficio económico a través de la promoción de las bandas. Sin embargo, aunque pudiera parecer que el concepto vídeo-clip es obvio y de sentido común, no todos los autores parecen estar de acuerdo con esta afirmación. Viñuela Suárez argumenta que “el vídeo musical es un fenómeno audiovisual que no cuenta con una definición válida y consensuada que lo delimite y lo sitúe dentro de los fenómenos que conforman la industria musical. Esto responde a una suma de factores que han ido configurando y transformando el videoclip, convirtiéndolo en un género audiovisual en constante evolución que exige una continua revisión”² (2002-2003:539).

Las definiciones pretenden ser amplias para englobar todos los casos posibles, sin embargo existen definiciones, que por ser demasiado restrictivas, dejan fuera ejemplos que deberían estar dentro. Podemos citar pues el caso de la DRAE que lo define como un cortometraje, generalmente musical, de secuencias breves y formalmente inconexas, usado con frecuencia en publicidad” (RAE,2003). Debemos tener en cuenta que esto dejaría fuera aquellas piezas que emplean secuencias largas o planos-secuencia como *HIDDEN PLACE*, de *Björk* o *YELLOW* de *Cold-Play* (Selva p.88).

Peter Weibel, uno de los teóricos más críticos de este formato propone la siguiente definición:

¹ SÁNCHEZ, Juan Antonio. (2009). Historia, estética e iconografía del videoclip musical. Málaga: Servicio de publicaciones de la universidad de Málaga.

² VIÑUELA, Eduardo (2002-2003): “El videoclip como producto de la interacción con otros géneros y medios audiovisuales y lingüísticos”, en Archivum. Revista de la facultad de filología, n. 52-53, pp.539-550.

“los vídeos musicales representan un desarrollo electrónico el arte y del cine y del vídeo y los convierten en el centro de una nueva estética: collage electrónico (imágenes movidas de objetos movidos en varias capas espaciales), división, simultaneidad, fragmentación de la narración (niveles) de planos y significados, espacio inmaterial no cartesiano, tiempo no lineal, color televisivo, manipulación digital de todos los colores y formas, absoluta artificiosidad de la composición de la imagen, simulación de escenas, transformaciones geométricas libres, nuevos efectos gráficos, etcétera³”

En un estudio presentado por Alf Bonjberg, este autor define el vídeo-clip de la siguiente manera:

“El videoclip es una de las fuerzas de transmisión de la música actual, sus características principales son:

La imagen sujeta a la sintaxis de la música y a la letra de la canción, además la narración está sujeta a dos tipos de narraciones: La narración en las letras y la narración en la música”

Pérez Yarza por su parte propone la siguiente definición:

“El videoclip ilustra visualmente una canción [...] Se parte de la premisa que el videoclip funciona como la publicidad en el sentido de la rentabilidad, su programa de base es un contrato comercial; otra de las premisas del videoclip radica en que puede existir una canción sin videoclip pero no un videoclip sin canción. (Pérez Yarza,1993:12)”

Y finalmente expondremos la definición que propone Chion:

“el videoclip es un desarrollo nuevo en la imagen de la dimensión lineal y rítmica en detrimento del espacio. Es el enriquecimiento temporal de la imagen, que se hace más fluido, cambiante y chispeante, más detallado y tiene como correlato inevitable, en efecto, su empobrecimiento espacial, trasladándose de nuevo al mismo tiempo a los principios del cine mudo [...] Se sirve de una base musical que reina sobre el conjunto, con la única limitación de sembrar aquí y allá unos puntos de sincronización, con la intención de unir la imagen y la música de manera flexible, lo que permite a la imagen pasearse a su gusto por el tiempo y el espacio.(Chion, M.1993:156-158).”

³ Weibel, P: “Vídeos musicales: Del vaudeville al videoville”. Teos, nº11, Septiembre-Noviembre 1987,p.42

De todas estas definiciones podemos desprender que el vídeo-clip es una combinación de imagen y música, y otros recursos como silencios y diálogos, en los que, de forma contraria como ocurre en el cine, es la imagen la que está supeditada a la música, es la que le sirve de acompañamiento. La existencia de la música siempre es anterior a las imágenes y su duración es la que las condiciona formal y temporalmente.

2.1. VIDEO CLIP DEFINITION

In this section we are going to present different definitions that have contributed several authors on the concept of video-clip.

Video clips are audiovisual productions aimed primarily at promoting musical consumption (Sánchez, 2009, p.186). In this definition as we see, the video-clip is an instrument through which to generate an economic benefit through the promotion of bands. However, while it may seem that the video-clip concept is obvious and common sense, not all authors seem to agree with this statement. Viñuela Suárez argues that "music video is an audiovisual phenomenon that does not have a valid and consensual definition that delimits it and places it within the phenomena that make up the music industry. This corresponds to a sum of factors that have been shaping and transforming the video clip, making it into a constantly evolving audiovisual genre that demands continuous revision "(2002-2003: 539).

The definitions are intended to be broad to encompass all possible cases, however definitions exist, which are too restrictive, leaving out examples that should be inside. We can cite the case of the DRAE that defines it as a short film, usually musical, of brief and formally disjointed sequences, frequently used in advertising "(RAE, 2003). We should keep in mind that this would leave out those pieces that use long sequences or plane-sequences such as *HIDDEN PLACE* by Björk or *YELLOW* by Cold-Play (Selva p.88). Peter Weibel, one of the most critical theorists of this format proposes the following definition:

"Musical videos represent an electronic development of art and film and video and make them the center of a new aesthetic: electronic collage (moving images of objects moved in several layers of space), division, simultaneity, fragmentation of the narrative Levels) of planes and meanings, non-Cartesian immaterial space, non-linear time, television color, digital manipulation of all colors and shapes, absolute artifice of image composition, simulation of scenes, free geometric transformations, new graphic effects, and so on. "

In a study presented by Alf Bonberg, this author defines the video clip as follows:

"The videoclip is one of the forces of transmission of the current music, its main characteristics are: The image subject to the syntax of the music and to the letter of the song, besides the narration is subject to two types of narrations: The narration in the letters and the narration in the music"

Pérez Yarza proposes the following definition:

"The video clip visually illustrates a song [...] It is based on the premise that the video acts as advertising in the sense of profitability, its basic program is a commercial contract; Another of the premises of the video is that there may be a song without a video clip but not a music video without a song" (Pérez Yarza, 1993: 12)

And finally we will expose the definition proposed by Chion:

"The videoclip is a new development in the image of the linear and rhythmic dimension to the detriment of space. It is the temporal enrichment of the image, which becomes more fluid, changing and sparkling, more detailed and inevitably correlates with its spatial impoverishment, moving again at the same time to the principles of silent cinema [...] It uses a musical base that reigns over the whole, with the only limitation of sowing here and there a few synchronization points, with the intention of uniting the image and music in a flexible way, which allows the image to walk to your liking By time and space (Chion, M. 1993: 156-158). "

Of all these definitions we can deduce that the video-clip is a combination of image and music, and other resources like silences and dialogues, in which, contrary to what happens in the cinema, it is the image that is

subject to music , Is the one that serves as an accompaniment. The existence of music is always prior to the images and their duration is the one that conditions them formally and temporally.

2.2 HISTORIA DEL VIDEOCLIP

Para echar una vista atrás e identificar el curso que ha seguido el videoclip debemos identificar qué formatos audiovisuales fueron los precursores como la televisión, pero cuya mayor influencia viene dada por el cine. Como señalan Adell(1988,p.55), Mundy(1999,p.242-243), Schwichtenberg(1992,p.118) y Berton (2007,p.18), la combinación de música e imagen no es algo nuevo en manera alguna con la aparición del videoclip (Selva,p.121)⁴.

Si nos remontamos no ya a lo que entenderíamos hoy día por videoclip, una producción audiovisual cuya imagen está supeditada al sonido con fines comerciales, encontraríamos que “el cineasta alemán Oskar Fischinger empezó a realizar, en el año 1921, películas animadas en las que las imágenes se adaptaban con asombrosa meticulosidad a las inflexiones de música preexistente (discos de jazz y de música clásica). Varias de sus producciones estaban destinadas a servir de publicidad del disco sobre el cual se había construido la banda icónica”⁵ (Raúl Dura,1988,p.22).

Aunque es importante mencionar este precedente debemos tener en cuenta que esas obras audiovisuales no estaban concebidas de la misma manera en la que hoy entendemos el videoclip, con imágenes fuertemente ligadas a la canción, sino que en este caso se pretendía acompañar a la música de una manera más leve y sutil, y aunque ya comenzaba a acompañar a los cambios rítmicos no lo hacía de forma tan rigurosa como hoy día. Tampoco servía para publicitar a los propios intérpretes puesto que no tenían por qué salir en ellos. Lo importante seguía siendo la imagen.

En los años 40 comenzaron a difundirse en los bares y boleras los llamados *Soundies*. Se trataba de unos proyectores que funcionaban con la misma

⁴David Selva Ruiz. (2014). El videoclip: Comunicación comercial en la industria musical. Sevilla: Ediciones Alfar.

⁵ Raúl Durá Grimalt. (1988). Los videoclips. Valencia: Servicio de publicaciones.

tónica que las *Jukebox*. Con el pago de unas monedas podían escucharse canciones acompañadas con imágenes en las que se podía ver a los cantantes en situaciones rutinarias o con cierto toque cómico (Raúl Dura,1988). En 1960, en Francia, aparecieron unas máquinas muy similares llamadas scopitones.

Fue en Estados Unidos a mediados de los 70 cuando las discográficas comenzaron a difundir vídeos sobre filmaciones de los conciertos. Se hacían películas de las canciones o se les añadían efectos especiales en caso de que no se pudiera contar con la banda o su forma de actuar no fuese lo suficientemente actual. Su éxito hizo que comenzase a plantarse la posibilidad de crear una cadena musical (Raúl Dura,1988).

En los años 80, en un canal llamado *Nickelodeon* comenzó a emitirse un programa semanal llamado *Popclips*. Marcó un precedente sobre el éxito de la emisión de vídeo-clips en televisión, lo que dio lugar a la *MTV*, un canal en el que se emitían las 24 horas del día. Fue en este momento cuando se convirtió en un importante fenómeno de masas.



En 1975 la conocida banda *Queen* sacó el primer videoclip que contenía efectos especiales, “*Bohemian Rhapsody*”. En el año 1983 aparece *Thriller* de *Michael Jackson*, creado por *John Landis*, basado en el género de terror y siguiendo una estructura narrativa lineal, marcando un antes y un después en la industria del vídeo-clip en la temática y forma de realizarlos(Sánchez, 2009, p.168)⁶.

En 1984 y tras el éxito de la *MTV*, Ted Turner, un conocido empresario del sector audiovisual decidió lanzar el canal *Cable Music Channel* para intentar

⁶ SÁNCHEZ, Juan Antonio. (2009). Historia, estética e iconografía del videoclip musical. Málaga: Servicio de publicaciones de la universidad de Málaga.

hacer sombra a la MTV, pero que a diferencia de esta ofrecía contenidos musicales más abiertos, centrándose en los éxitos sin tener en cuenta los estilos musicales. Puesto que la MTV tenía acuerdos de exclusividad con muchas formaciones Cable Music Channel no podía cerrar acuerdos con lo que finalmente fue vendida a la propia MTV que la rebautizó bajo el nombre de *Video Hits One* en la que incluía contenido que aparecía en su canal principal.

En el año 2004 fue la segunda revolución tras la MTV. iTunes Store comenzó a comercializar vídeos musicales, convirtiendo el vídeo-clip de una pieza promocional a un elemento más de merchandising, de algo que costaba dinero a algo con lo que obtener un beneficio directo. Plataformas como *YouTube* le fueron sucediendo dos años más tarde, convirtiéndose en repositorios de vídeo-clips (entre otras piezas audiovisuales) que amasaban grandes cantidades de dinero gracias a la publicidad. El descontrol de las discográficas sobre su contenido dio lugar a *Vevo* (2009), basado en *Youtube*, pero diseñada para rentabilizar al máximo los contenidos de los vídeos musicales y repartir los beneficios con *Google*.⁷

De todo ello podemos deducir que el cine ha influenciado fuertemente al clip, en cuanto a sus recursos estilísticos o su continuidad espacio-temporal o en la narración (aunque no se cumpla siempre). Concretamente el vídeo-clip se inspiró en las vanguardias cinematográficas así como en el cine musical. No obstante es importante destacar que el clip ha desarrollado ciertos propios recursos que son aceptados en ese contexto, pero no lo serían en el cine.

Como vemos, el videoclip no surgió de una forma espontánea ni fue concebido como tal, sino que al igual que el cine, fue una serie de corrientes y prácticas que se fueron sucediendo y desarrollando. Con el paso de los años iba a evolucionar lentamente hacia el formato actual tal y como lo conocemos, añadiendo cada una de las características que lo componen.

⁷ Rufián, Teo (2014). *Una mirada a la historia del vídeo-clip*

2.2 THE STORY OF THE VIDEOCLIP

To take a look back and identify the course that has followed the video clip we must identify what audiovisual formats were the precursors such as television, but whose greatest influence comes from the cinema. as adell (1988, p.55), mundy (1999, p.242-243), schwichtenberg (1992, p.118) and berton (2007, p.18) point out, the combination of music and image is not something new in any way with the appearance of the video clip (selva, p.121).

If we go back no longer to what we would understand today by video clip, an audiovisual production whose image is dependent on sound for commercial purposes, we would find that "the german filmmaker oskar fischinger began to make, in 1921, animated films in which the images adapted with astounding meticulousness to inflections of pre-existing music (jazz and classical music). several of his productions were destined to serve as publicity for the album on which the iconic band had been built "(Raúl Dura, 1988, p. 22).

Although it is important to mention this precedent we must take into account that these audiovisual works were not conceived in the same way in which we now understand the video clip, with images closely linked to the song, but in this case it was intended to accompany the music of a a more subtle and subtle way, and although he was already beginning to accompany the rhythmic changes, he did not do it as rigorously as he does today. Nor did it serve to publicize the own interpreters since they did not have to leave in them. The important thing remained the image.

In the 1940s, the so-called soundies began to spread in bars and bowling alleys. these were projectors that worked with the same tonic as the jukebox. with the payment of some coins could be heard songs accompanied with images in which the singers could be seen in routine situations or with a certain comic touch (raúl dura, 1988). in 1960, in france, very similar machines called scopitones.

It was in the united states in the mid-1970s when record companies began broadcasting videos about concert footage. songs were made of the songs or added special effects in case the band could not be counted on or their way of acting was not current enough. its success made the possibility of creating a musical chain begin to be planted (Raúl Dura, 1988).

In the 80's, on a channel called nickelodeon began to broadcast a weekly program called popclips. it set a precedent on the success of the broadcast of video clips on television, which gave rise to MTV, a channel in which they were broadcast 24 hours a day. it was at this time that it became an important mass phenomenon.

In 1975 the well-known queen band released the first video containing special effects, "bohemian rhapsody". In the year 1983 appears thriller of michael jackson, created by john landis, based on the genre of terror and following a linear narrative structure, marking a before and after in the industry of the video-clip in the subject and form to realize them (Sánchez , 2009, p.168).

In 1984 and after the success of the MTV, Ted Turner, a well-known entrepreneur of the audiovisual sector decided to launch the channel cable music channel to try to make shadow to the MTV, but that this one offered more musical contents more open, focusing on the successes without regard to musical styles. since MTV had exclusivity agreements with many formations cable music channel could not close deals with what was finally sold to the own MTV that renamed it under the name of video hits one that included content that appeared in its main channel.

In 2004 it was the second revolution after MTV. iTunes Store began marketing music videos, turning the video clip of a promotional piece to an element of merchandising, something that cost money to something with which to obtain a direct benefit. platforms like youtube happened two years later, becoming repositories of video clips (among other audiovisual pieces) that

amassed large amounts of money thanks to advertising. the decontrol of the record companies on its content gave rise to Vevo (2009), based on YouTube, but designed to maximize the content of music videos and spread the benefits with google.

From all this we can deduce that the cinema has strongly influenced the clip, in terms of its stylistic resources or its spatio-temporal continuity or narrative (although not always fulfilled). specifically, the video clip was inspired by the cinematic avant-garde as well as the musical cinema. Nevertheless it is important to emphasize that the clip has developed certain own resources that are accepted in that context, but would not be it in the cinema.

As we see, the videoclip did not arise spontaneously or was conceived as such, but like the cinema, it was a series of currents and practices that were happening and developing. Over the years I was slowly evolving towards the current format as we know it, adding each of the features that make it up.

2.3. REFERENTES AUDIOVISUALES

Para desarrollar un aspecto estético en este proyecto es necesario fijarse en referentes anteriores, otros videoclips que van a influenciar este proyecto y a través de los cuales poder definir el aspecto del mismo.

Depeche Mode - Stripped (<https://www.youtube.com/watch?v=qU8UfYdKHvs>)

Aunque el estilo musical es distinto me llamó la atención la estética del videoclip y la localización, concretamente en un desguace, y las secuencias en las que golpean un vehículo, homenaje el cual quise hacer en mi proyecto.



COB - Trashed, Lost & Strungout (<https://www.youtube.com/watch?v=XVifw7Atg2Y>)

Esta banda tiene un estilo musical bastante similar, forma parte de hecho de sus influencias, y tiene una estética industrial que es la que quería reflejar en mi videoclip.



Norther- Frozen Angel (<https://www.youtube.com/watch?v=xjEXb5hKRek>)

Al igual que el anterior, esta banda es de un estilo musical similar y que recoge estéticamente la idea que quiero plasmar.



Deathstars – Metal (<https://www.youtube.com/watch?v=R5-8JpdRQdk>)

Este videoclip recoge algunos tipos de planos que vi interesante para mi proyecto.



Como vemos todos estos videoclips recogen una estética similar a la de la banda PugNator. Son por tanto algunos de los ejemplos en los que me he inspirado para la realización de mi proyecto ya que es visualmente el aspecto que quiero plasmar. Melena larga, ojos pintados, camisetas sin mangas... Se utilizan además muchos planos americanos, generales o detalle de los diferentes integrantes. Suelen ser planos de corta duración para mantener el ritmo de la canción y hechos cámara al hombro, porque es un estilo musical que demanda movimiento.

El *Trash* metal es un subgénero que proviene del *Heavy metal*, nacido en Inglaterra y Estados Unidos entre los años 60 y 70, caracterizado por guitarras distorsionadas, riffs y bajo y batería con sonidos pesados.

Su estética está fuertemente influenciada por la de los motoristas y sus culturas roqueras. Chupa de cuero, melena larga, accesorios cromados, pinchos, piercings y tatuajes, chalecos vaqueros con partes, botas negras militares o de acero... son algunos de los rasgos distintivos de esta cultura. Además, podemos ver una estrecha relación en su imagen y valores con los celtas, sajones y vikingos y la cultura caballeresca de la edad media, temática recurrente en muchas canciones de esta clase de bandas.

2.3. REFERENTES AUDIOVISUALES

To develop an aesthetic aspect in this project it is necessary to look at previous video clips, other video clips that will influence this project and through which to define the appearance of the same.

Depeche Mode - Stripped (<https://www.youtube.com/watch?v=qU8UfYdKHvs>)

Although the musical style is different I was struck by the aesthetics of the video clip and the Location, specifically in a scrapping, and the sequences in which they hit a Vehicle, homage I wanted to do in my project.



COB - Trashed, Lost & Strungout (<https://www.youtube.com/watch?v=XVifw7Atg2Y>)

This band has a very similar musical style, it is in fact part of their influences, and has an industrial aesthetic that is what I wanted to reflect in my video clip.



Norther- Frozen Angel (<https://www.youtube.com/watch?v=xjEXb5hKRek>)

Like the previous one, this band is of a similar musical style and that collects aesthetically the idea that I want to shape.



Deathstars – Metal (<https://www.youtube.com/watch?v=R5-8JpdRQdk>)

This video clip collects some types of plans that I saw interesting for my project.



As we see all these videoclips have an aesthetic similar to that of the Band PugNator. They are therefore some of the examples in which I have Inspired for the realization of my project since it is visually the aspect That I want to translate. Long mane, painted eyes, tank tops ... Se Many American, general, or detail Different members. They are usually short-term plans to maintain the Rhythm of the song and made camera to shoulder, because it is a musical style Which demands movement.

The Trash metal is a subgenre that comes from Heavy Metal, born in England and the United States between the 60s and 70s, characterized by guitars Distorted, riffs and bass and drums with heavy sounds.

Its aesthetics is strongly influenced by that of motorists and their cultures Rockers Leather sucker, long hair, chrome accessories, skewers, Piercings and tattoos, cowboy vests with parts, black military boots or Steel ... are some of the distinctive features of this culture. Further, We can see a close relationship in their image and values with the Celts, Saxons and Vikings and the chivalric culture of the Middle Ages, thematic Recurrent in many songs of this kind of bands.

PREPRODUCCIÓN

En la producción de un videoclip esta es quizá la fase más extensa del mismo. Durante este periodo se debe idear, organizar y preparar todo el producto audiovisual. Por muy planeada que esté una producción siempre pueden surgir... y surgirán problemas. De ahí la importancia de, durante esta fase, además de investigar y organizar qué aparecerá en el producto final, qué permisos necesitaremos para el rodaje, materiales, localizaciones... adelantarse también a los posibles problemas que puedan surgir durante las siguientes fases para tener soluciones y alternativas. En definitiva, tener preparada una buena maleta de planes B.

3.1. BÚSQUEDA DE LA BANDA

Para realizar la búsqueda de la banda se utilizaron diferentes vías de comunicación con la intención de llegar a la mayor cantidad de personas posibles. El objetivo consistía en tener el mayor abanico de agrupaciones posibles para tener mayor cantidad y variedad entre la cual escoger. Para el **formato online** se diseñó el siguiente cartel:

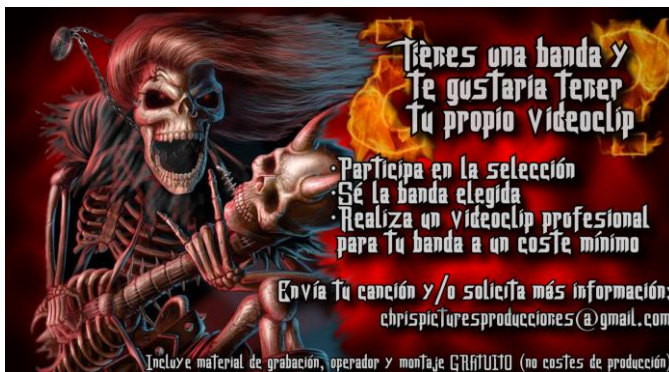


Figura 1. Cartel inicial para la red

Tras dos semanas sin demasiado éxito en las redes sociales se revisó el cartel para encontrar el problema del bajo índice de respuesta. Que las bandas supieran que iban a tener que competir con otras bandas para ser las elegidas podía ser un incentivo para crear desinterés. Es por este motivo que se optó por una nueva versión del cartel en la que esto no se mencionase, con el fin de transmitir “más facilidad” de ser la banda elegida.



Figura 2. Cartel definitivo para la red

Preproducción, Producción y postproducción de un videoclip musical *Crazy Head - Pugnator*

Para publicitar la oferta de manera online se recurrió a una serie de páginas relacionadas con el sector musical, que suelen las más visitadas por bandas y músicos de Castellón, así como páginas con buen número de seguidores. Las siguientes son algunas muestras de ello.

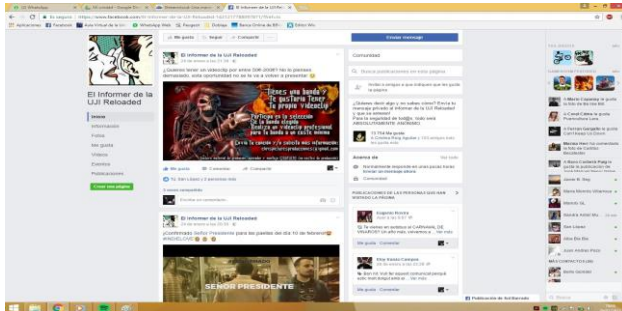


Figura 3. Anuncio en “el informer de la uji”



Figura 4. Anuncio en “músicos buscan músicos en Castellón”



Figura 5. Anuncio en Guitarristas Castellón



Figura 6. Anuncio en “Apoya a los grupos de música locales”

Autor: Cristian Sempere Iborra
Tutor: D. Vicente José Benet Ferrando

Para el **formato físico** se diseñó el siguiente cartel:

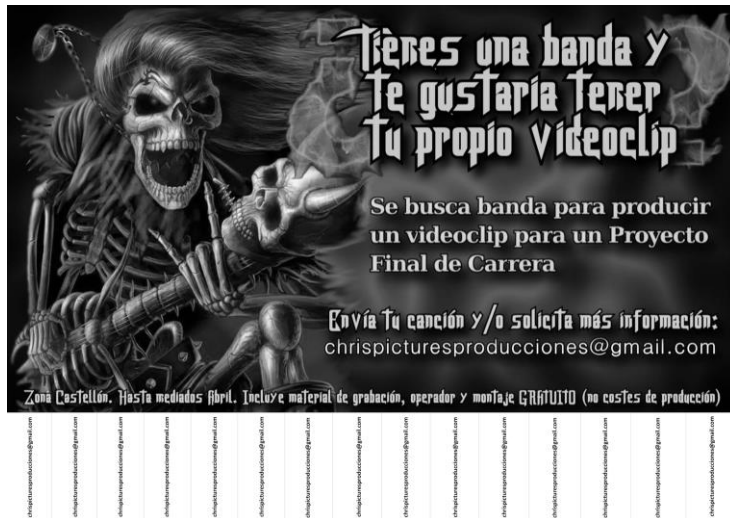


Figura 7. Cartel para tablones de anuncio físicos

Se trataba de la versión online convertida a escalas de grises por cuestiones de:

- Abaratamiento de costes
- Visibilidad: Una vez visitados diferentes tablones de anuncios observé que la mayoría de los carteles estaba a color. En este caso lo importante no era el contenedor sino el contenido y un cartel a escala de grises llamaba más la atención si estaba rodeado de carteles a color.

Además se le añadieron tiras recortables con el correo al que dirigirse para facilitar a los interesados el acceso a la vía de comunicación.

Para esta modalidad la tarea consistió en visitar tanto los locales de copas que suelen frecuentar las personas relacionadas con bandas, como los propios locales de ensayo en los cuales estas mismas ensayan. La entrada a los segundos fue mucho más complicada, ya que fue necesario contactar con los dueños de todos ellos para poder entrar y colgar los carteles en los respectivos tablones de anuncios. Este tipo de locales está cerrado al público y los propietarios solo suelen

Listado de bares de copas visitados:

- **Pub Manowar.** *C/ Bartolomé Reus, 31, 12002 Castellón de la Plana*
- **Pub Barri Gotic.** *C/ Peñiscola 9, 12003 Castellón de la Plana*
- **Pub L'espurna.** *C/ Alcalde Tarrega 43, 12004 Castellón de la Plana*
- **Pub Four Seasons.** *C/ Castelldefels 14, 12004 Castellón de la Plana*
- **Pub Veneno Stereo.** *C/ Alcalde Tarrega 49, 12004 Castellón de la Plana*
- **Pub Terra.** *C/Ramón Llull 19, 12005 Castellón de la Plana*

Listado de locales de ensayo visitados:

- **La Pua.** *Av/ dels Germans Bou, 237B, 12100 Castelló de la Plana*
- **Sodarock.** *Pol. La Residencia, Nave 44-45, 12004 Castelló de la Plana*
- **Black Ice.** *Pol. Acceso Sur - C/ Francia, 5C, 12006 Castelló de la Plana*
- **La Burbuja.** *Polígono Fadrell-Industrial, 39, 12005 Castelló de la Plana*
- **Tras la Puerta.** *C/ Bélgica 35, Calle B, 12540 Villareal*
- **La Casa Del Loco.** *Ctra. Almazora, 55, 12005 Castellón de la Plana*
- **Asociación musical Rellamp.** *C/ San Fernando, Nave 7, 12200 Onda*
- **Volumen Zero.** *Camino de Artana 63, 12540 Villareal*
- **CastleRock.** *Partida Ramonet, 29B, 12550 Almazora*

Para establecer comunicación se prefirió no dar un teléfono personal hasta haber elegido qué bandas podían ser las posibles, por lo que se creó un correo electrónico específico para tal propósito: chrispicturesproducciones@gmail.com
A través de este correo las siguientes bandas se pusieron en contacto conmigo como aparece en la fotografía:

Preproducción, Producción y postproducción de un videoclip musical *Crazy Head* - Pugnator

- Pugnator
- Jako al rey
- Skakeados
- Wacheras en el frenillo
- Blue Room
- Malonda
- Sumeria
- Waldenskeit
- Lèpoka
- Ganjahrous People
- Skizophonic
- Orgull De Classe
- Malababa
- Grand
- Los criptozoos
- PróximaB
- La guarida del javato
- Under Cold Sun
- Furious People

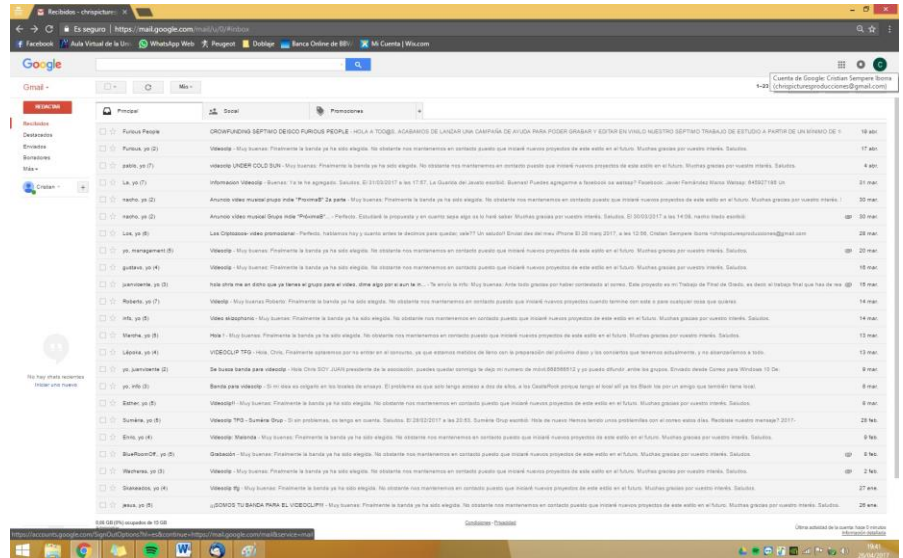


Figura 8. Correo del proyecto y contestaciones de bandas

De entre todas ellas, finalmente se visitó a **Pugnator**, **Los Criptozoos** y **Under Cold Sun**. Tras valorar las disponibilidades horarias de los integrantes de la banda, sus estilos musicales, su identidad como banda y el grado de interés en el proyecto se optó por escoger a **Pugnator**.

3.2 ¿POR QUÉ PUGNATOR?

La tarea de búsqueda de la banda fue ardua y tediosa pero...¿Qué me llevó a escoger a esta banda?

El primer motivo fue su estilo musical. Las bandas que contactaron conmigo pertenecían a distintos géneros musicales: Ska, Pop, Rap, Rock, Folk, Punk, Indie... Esta banda en cambio podríamos englobarla dentro del estilo Heavy Metal. Soy musicalmente mucho más afín a este último por lo que durante mi vida he escuchado mucha variedad de este género a la par que he visto cientos de vídeo-clips. Esto significa que conozco mucho mejor los recursos estilísticos que suelen utilizarse en ese tipo de vídeos musicales y por tanto me era mucho más fácil hacerme una idea mental si era un género que conocía visualmente y era de mi agrado, antes que realizar un vídeo-clip sobre música que no me transmitía nada y cuyos recursos estilísticos no conocía.

El segundo motivo fue la disponibilidad. Otras bandas tenían horarios muy dispares, que no eran constantes cada semana, lo que dificultaba mucho el rodaje y reuniones con la banda para comentar aspectos en la pre-producción. Necesitaba una banda que tuviera la disponibilidad necesaria para poder llevar a cabo este proyecto.

El tercer y último factor que tuve en cuenta fue la implicación con el proyecto. Necesitaba a una banda realmente interesada y dispuesta a poner de su parte todo lo necesario para sacarlo adelante. No podía arriesgarme a escoger a alguien que no inspirase confianza o que no estuviera seguro, o lo suficientemente entregado. De no estarlo, después de llevar semanas en pre-producción podrían haber cambiado de idea y todo el trabajo realizado no hubiera servido de nada, ya que este proyecto iba a estar enfocado a una banda, a un estilo y a una canción en concreto y por tanto no hubiese valido para otra.

3.3 BÚSQUEDA DE LOCALIZACIONES

A la hora de realizar la búsqueda de lugares en los que realizar el videoclip se han tenido en cuenta diversos factores.

Uno de los más importantes fue la situación geográfica. Se buscaban lugares lo más cercano posibles de Castellón, sopesando junto a otros factores, ya que, a mayor lejanía, mayor tiempo de viaje y también mayor gasto económico por la gasolina empleada. En cada día de grabación tenían que moverse tres vehículos para poder llevar a la banda, a los ayudantes del director y todo el material, tanto el musical como el necesario para realizar la producción. La elección del lugar estaba también supeditada a la temática y estilo del videoclip.

Teniendo en cuenta del tipo de banda que se iba a tratar había cierto tipo de lugares que podían guardar relación con la misma. Debían ser también lugares con facilidad de acceso para un vehículo normal, ya que había que cargar mucho material y que no disponíamos de un vehículo capaz de rodar por terrenos montañosos.

Los lugares visitados fueron: La central hidroeléctrica de Ribesalbes, El Ágora de Alcora, Desguace Auto-Des y la Cantera la Torreta.

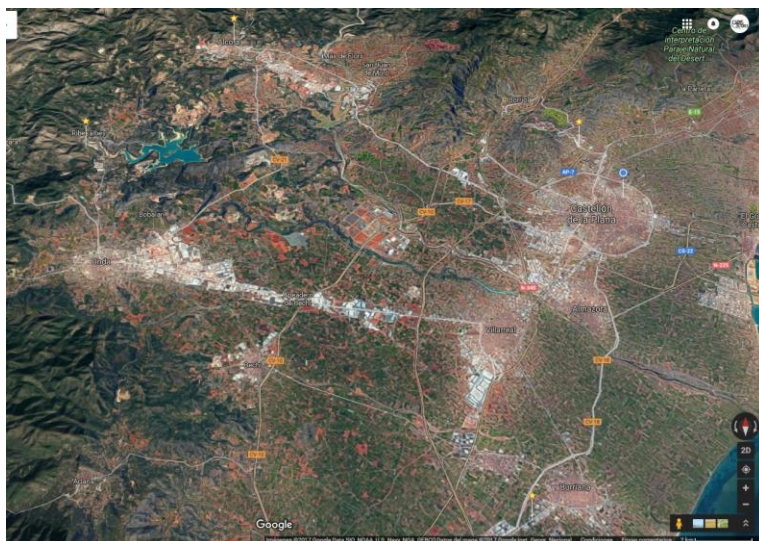


Figura 9. Localizaciones visitadas para la grabación

Autor: Cristian Sempere Iborra
Tutor: D. Vicente José Benet Ferrando

RUTA 1



Esta primera ruta realizada el día 27/04/2017 consistió en viajar a la central hidroeléctrica de Ribesalbes y al Ágora de Alcora

RUTA 2



En esta segunda ruta realizada el 3/05/2017 nos desplazamos hasta el desguace Auto-Des.

RUTA 3



En esta tercera ruta realizada el 5/05/2017 nos desplazamos hasta la Cantera la Torreta.

Central hidro-eléctrica de Ribesalbes

Fue la primera localización visitada. Se encuentra a las afueras de Ribesalbes.

(<https://www.google.es/maps/place/40%C2%B001'01.2%22N+0%C2%B016'40.9%22W/@40.0166537,-0.2782904,18.5z/data=!4m6!3m5!1s0xd5fe05e83ae3301:0xdc6d2ed238b60a22!7e2!8m2!3d40.0170139!4d-0.2780321>)



Figura 10. Imagen tomada en la localización

Pros

Lugar de fácil acceso y apartado, con una vista que guarda relación en el estilo musical a tratar.

Contras

No se pueden hacer planos muy generales porque no hay espacio para poner lejos la cámara.

Ágora de Alcora

En el mismo día se visitó también este lugar que se encuentra dentro del pueblo de Alcora.

(<https://www.google.es/maps/place/Ctra.+Lucena,+8,+12110+Alcora,+Castell%C3%B3n/@40.0738928,-0.2112828,115m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0xd5fe411ef4e0943:0x4006ca85fe8eae2!8m2!3d40.074054!4d-0.2112587>)

Pros

Cuenta con espacio de sobra para hacer todos los planos que sea necesario.

Contras

No guarda relación directa con el estilo de la banda a la par de que, aunque el ayuntamiento nos lo cierre, es complicado controlar la gente que pueda aparecer por las partes de arriba.



Figura 11. Imagen tomada en la localización



Figura 12. Imágenes tomadas en la localización

Desguace Auto- Des

El desguace Auto-Des está situado en Burriana, dedicado al reciclaje de automóviles.

(<https://www.google.es/maps/place/AUTODES+S.L/@39.8800498,-0.1020336,177m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x0:0x51a64d02347580da!8m2!3d39.8804001!4d-0.102188>)



Figura 13. Imagen tomada en la localización

Pros

Energía para cargar las baterías, posibilidad de manipular el escenario y bastantes facilidades. Una estética acorde al estilo musical.

Contras

Normas de seguridad estrictas y la necesidad de tener que tapar todas las matrículas. La Luz del sol no ilumina todas las partes debido a la altura de las filas de coches.



Figura 14. Imagen tomada en la localización

Cantera La Torreta

La cantera fue el último lugar a visitar, situada entre Castellón y la Coma (Borriol). Un lugar con altas medidas de seguridad y al que fui difícil tener acceso.

(<https://www.google.es/maps/place/40%C2%B001'05.0%22N+0%C2%B002'52.5%22W/@40.0179055,-0.0478255,19.75z/data=!4m6!3m5!1s0xd5ffe59936e580d:0xac9ed1e42e321b25!7e2!8m2!3d40.0180556!4d-0.0479234>)



Pros

Fuerte estética en consonancia con el estilo musical. Planos muy vistosos. Gran cantidad de espacio y distintos encuadres posibles.



Contras

Imposibilidad de cargar la batería de la cámara y dificultad de acceso para los vehículos. Al tratarse de un agujero en la tierra las paredes son altas y van quedando huecos a lo largo del día en los que el sol no llega.



Figura 13. Imágenes tomadas en la localización

Sopesando los pros y los contras de cada localización finalmente se optó por realizarlo en el desguace Auto-Des. Aunque quizás la Cantera hubiera sido el lugar elegido por su fotografía, el hecho de cargar las baterías era crucial, ya el modelo de cámara utilizada y grabando en algunos casos a 60p, iba a tener un alto consumo que podría no llegar a las 4 horas de grabación. Al tratarse de una cantera tenía también tramos de tierra bastante pronunciados que quizás un vehículo normal no pudiera superar. De hecho, el día en el que quedamos con la empresa para que nos mostrase el lugar nos subieron a un 4x4, y todos los vehículos que por allí circulaban, además de los camiones y excavadoras con grandes neumáticos, eran vehículos todo-terrenos. No disponían tampoco de vehículos que pudieran prestarnos para salvaguardar esta situación.

Por ese motivo finalmente optamos por escoger el desguace. Aunque quizás no era tan vistoso como el anterior, no íbamos a tener problemas de acceso ni energía, además de que se nos proporcionaba una serie de facilidades.

3.4. SINOPSIS DEL PROYECTO DE PRODUCCIÓN

El vídeo-clip no pretende contar una historia por sí mismo sino que a través de algunas imágenes, combinadas con la banda tocando, pretende establecer metáforas sobre la letra. Al principio el cantante, estableciendo relación con la letra se encuentra en un lugar distinto al que la banda y emprendiendo la marcha llegará justo en el momento indicado. Más tarde, los diferentes componentes de la banda golpearán un vehículo que emana un fuerte humo rojo, estableciendo una rotura con el orden establecido. Esta última secuencia Pretende ser además un homenaje con la canción Stripped de Depeche Mode.

A continuación se detalla la letra tanto en Inglés (original) como su traducción al castellano.

Letra de la canción (Inglés):

CRAZYHEAD

I don't know how to forget, another life yet,
the other reality the voice that speaks to me.

You'll go crazy.

What's in the radio, what you say,
no no no, do not believe anything,
more trust in me.

Pay attention
what's in the radio, what you say,
make up your mind,
so let's go on.

I have to take hard decisions, my life is absurd
My ideas contradict, turning as the stick,
don't know which side, the targets of light.

All this leads to think about me, who am i to society,
i'm different, i'm abnormal? or is this normal?

You'll go crazy.

What's in the radio, what you say.

No no no, do not believe anything,
more trust in me.

Pay attention,
what's in the radio, what you say.

Make up your mind.

so let's go on.

I have to take hard decisions, my life is absurd,
i'm tired of you make me doubt, and decide wrong.

What's in the radio, what you say.

No no no, do not believe anything,
more trust in me.

Pay attention,
what's in the radio, what you say.

Make up your mind.

so let's go on.

Letra de la canción (Castellano):

DEMENTE

No sé cómo olvidar, la otra vida todavía,
la otra realidad, la voz que me habla.

Te vas a volver loco.

Lo que está en la radio, lo que hay que decir,
no no no, no te creas cualquier cosa,
confía más en mí.

Presta atención,

lo que está en la radio, lo que hay que decir.

Abre tu mente

así que vamos a seguir adelante.

Tengo que tomar decisiones difíciles, mi vida es absurda.

Mis ideas se contradicen, girando como el palo,
no saber qué lado apunta a la luz.

Todo esto me lleva a pensar, quien soy para la sociedad,
¿Soy diferente, soy anormal? ¿o esto es lo normal?

Te vas a volver loco.

Lo que está en la radio, lo que hay que decir.

No no no, no te creas cualquier cosa,
confía más en mí.

Presta atención,

lo que está en la radio, lo que hay que decir.

Abre tú mente

así que vamos a seguir adelante.

Tengo que tomar decisiones difíciles, mi vida es absurda.

estoy cansado de que me hagas dudar, y de decidir mal.

Lo que está en la radio, lo que hay que decir.

No no no, no te creas cualquier cosa,
confía más en mí.

Presta atención,
lo que está en la radio, lo que hay que decir.

Abre tú mente
así que vamos a seguir adelante.

3.5. ESTRUCTURA DE LA PRODUCCIÓN

En esta producción ha trabajado una única persona y por tanto ha tenido que asumir todas las tareas. No obstante indicaremos cuales son los roles que se han tenido que adoptar en este proyecto, ya que estos varían dependiendo del tipo de producción.

Cargo	Nombre y apellidos
Director	Cristian Sempere Iborra
Productor	Cristian Sempere Iborra
Guionista	Cristian Sempere Iborra
Director de fotografía	Cristian Sempere Iborra
Cámara	Cristian Sempere Iborra
Editor/Montador	Cristian Sempere Iborra

3.6. *CONCEPTUALIZACIÓN DE LA IDEA*

La concepción del contenido del videoclip comenzó por escuchar de forma reiterada la canción, para observar qué sentimientos, ideas y sensaciones proporcionaba. A fin de cuentas, examinar qué sugería la canción al ser escuchada.

Debemos tener en cuenta que la banda cuenta con una identidad propia, una imagen, una temática en sus letras y un estilo concreto. Las imágenes que acompañasen a la canción debían ir en consonancia con esas características.

La banda define su estilo musical dentro del *Trash Metal*, que se caracteriza por tener ritmos rápidos, agresividad y contundencia. Era necesario plasmar estas características del subgénero proveniente del *Heavy Metal* en el videoclip. Los videos musicales de este tipo de género suelen caracterizarse por planos cortos y movimientos de cámara rápidos que aportan un ritmo y dinamismo acorde a la canción.

Para conocer bien este tipo de producción audiovisual, el videoclip, y más concretamente el de este género musical, comencé por el visionado de videoclips de bandas similares, para detectar los recursos estilísticos más utilizados. A continuación pasaremos a detallar los patrones que hemos detectado:

Tipos de encuadre: Los tipos de planos más recurrentes suelen ser los primeros planos en los que captan expresiones de la cara o miradas a cámara, planos americanos o enteros, que utilizan para encuadrar tanto al músico como a su instrumento y planos detalle, muy utilizados para encuadrar el micro, solos de guitarra o golpes de percusión en la batería.

Ritmo: Suelen ser imágenes con mucho ritmo y movimiento, porque es un estilo musical que suele caracterizarse por su rapidez. Suelen utilizarse para ello grúas, travellings o cámara al hombro y se suelen evitar por tanto los planos estáticos. En los vídeo-clips descriptivo-narrativos suele utilizarse mucho las cámaras lentas para la parte narrativa.

Duración: Suelen utilizarse planos de corta duración. No suelen durar más de 5 segundos y abundan los planos de uno y dos segundos para dotar de ritmo y velocidad al vídeo-clip.

Códigos de transición: Se utiliza un flujo constante de imágenes, rápidas que obligan al espectador a centrar su atención. En la inmensa mayoría de los casos se encadenan las imágenes mediante corte.

Etalonaje: En el proceso de post-producción el etalonaje suele recurrir a colores oscuros, metálicos, oxidados o monocromo (insertando en ocasiones objetos a color para centrar la atención), con altos contrastes y saturaciones de los colores.

Entorno: En las secuencias meramente descriptivas en las que sale la banda se suele recurrir mucho a lugares como desguaces, canteras, playas, desiertos o lugares secos o fábricas abandonadas.

Iluminación: Se trata de un elemento muy importante en este tipo de producciones por su expresividad. Según el tipo de iluminación ofrece mayor profundidad de campo, texturas distintas o potencia unos colores en detrimento de otros.

En el caso de mi clip musical la idea es utilizar algunos de estos recursos:

- Encuadres de planos americanos en su mayoría, algunos detalle y pocos generales.
- Imágenes con mucho ritmo, con cámara al hombro y utilización de travellings y grúas para conseguir planos más espectaculares.
- Planos de corta duración, de 2 segundos de media.
- Transiciones siempre por corte.
- Etalonaje con colores metálicos y oxidados y oscuros para estar en consonancia con el entorno.
- Iluminación natural de la que será necesario corregir las sombras más duras.

3.7. *MÚSICA: ANÁLISIS DE LA FORMA DE ONDA*

La forma de onda en un archivo de audio es una representación visual de las variaciones sonoras en el tiempo. Estos gráficos nos aportan información importante como la amplitud, ausencia de sonido o incrementos y disminuciones del mismo. Se representa mediante el eje horizontal (X) y vertical (Y), que simbolizan la variación de amplitud y de tiempo, respectivamente.

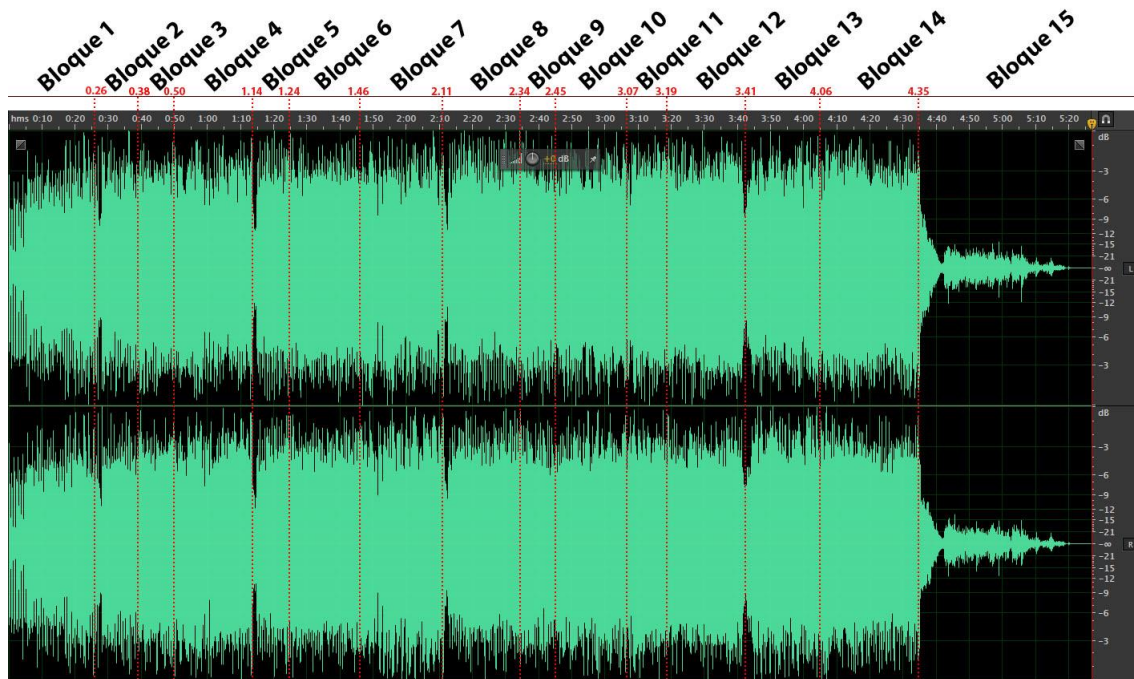
Esta información visual es crucial tanto si tenemos la intención de realizar ediciones de audio como si queremos buscar sincronía y correlación con imágenes.

Por tanto podemos utilizar la forma de onda para guiarnos en el montaje visual, utilizando unos cortes u otros o variando su duración para que las imágenes viajen al mismo ritmo que la música dependiendo de las variaciones de amplitud.

Todo software de edición de audio utiliza estas gráficas para representar el sonido. Algunos de los programas más comunes son *Adobe Audition*, *Logic Pro Studio* o *Avid Pro Tools*. Es importante utilizar estas herramientas para conseguir mimetizar imagen y sonido, causar la sensación de que todo lo que aparece en pantalla ha ocurrido en el mismo espacio temporal sin interrupciones. De no hacerlo, caeríamos en el error de que nuestro videoclip termine pareciendo una sucesión de imágenes a las que se le ha añadido música por encima.

Además muchas de las canciones se rigen por una especie de patrón que permiten fraccionarla de acuerdo a su contenido musical, como al dividir una película en introducción, nudo y desenlace. Algunas de estas divisiones suelen repetirse varias veces a lo largo de la canción, íntimamente ligadas a los cambios de amplitud y que utilizaremos para marcar estas divisiones.

Este apartado consistirá en realizar un análisis de la estructura de onda de la canción, con el fin de segmentarla en bloques de acuerdo a su ritmo, amplitud y contenido, con el fin de obtener una serie de bloques que nos ayudarán en el proceso de montaje.



Bloque 1

00:00-00:26 - Introducción

Bloque 2

00:27-00:38 - Puente 1

Bloque 3

00:39-00:55 - Estrofa 1

Bloque 4

00:56-01:14 - Estribillo

Bloque 5

01:15-01:24 - Post-estribillo 1

Bloque 6

01:25-01:46 - Estrofa 2

Bloque 7

01:47-02:11 - Estribillo

Bloque 8

02:12-02:34 - Post-estribillo 2

Autor: Cristian Sempere Iborra

Tutor: D. Vicente José Benet Ferrando

Bloque 9

02:35-02:45 - Puente 2

Bloque 10

02:46-03:07 - Desarrollo musical 1

Bloque 11

03:08-03:19 - Solo guitarra

Bloque 12

03:20-03:41 - Desarrollo musical 2

Bloque 13

03:42-04:06 - Estribillo

Bloque 14

04:07-04:35 - Cierre

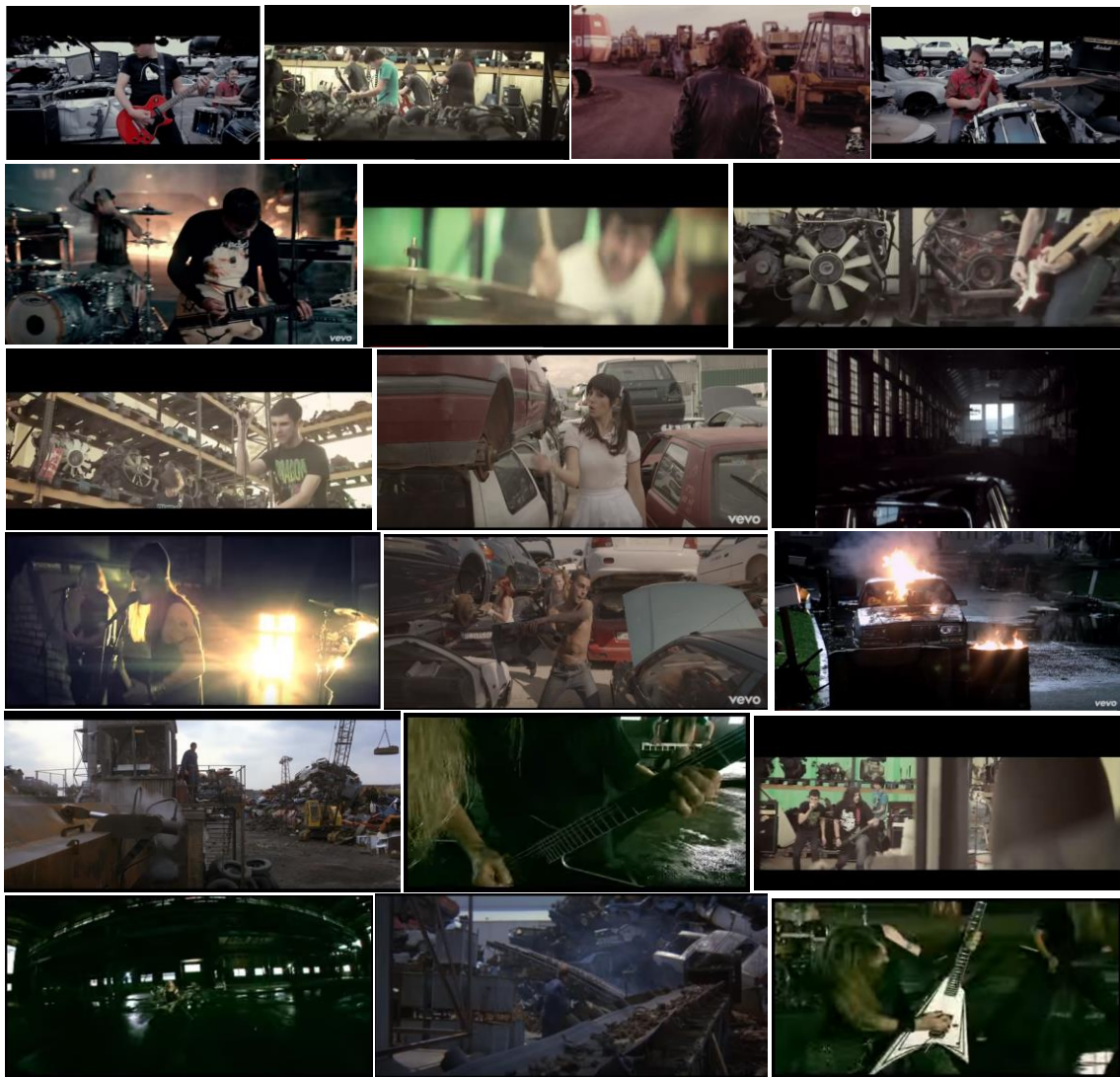
Bloque 15

04:36-05:26 - Final

3.8. MOODBOARD

Una de las herramientas muy interesantes a utilizar a la hora de crear una pieza audiovisual de este tipo, el videoclip, es el *moodboard*. Esta técnica consiste en juntar segmentos de otras piezas audiovisuales, imágenes, recortes, películas, prensa o cualquier pieza que ayude a describir visualmente el estilo que se quiere dar al proyecto. Gracias a esto estamos creando una referencia visual a la que atendernos y la cual utilizar como guía.

Para tener esa ayuda orientativa que facilite obtener un el estilo deseado se ha desarrollado el siguiente *moodboard*:



Autor: Cristian Sempere Iborra
Tutor: D. Vicente José Benet Ferrando

3.9. ESTILISMO



Estos son los integrantes de la banda. Un cantante, un guitarra, un bajista y un batería. Aunque sus edades oscilan entre los 22 y los 53 años tienen gustos musicales bastantes similares.

Como no podría ser de otra manera todo llevan claramente una estética de Heavy Metal que suelen ser pantalones vaqueros, ajustados, melenas largas, botas y chalecos. En este caso llevan además maquillaje. Una base de color en la cara para tapar imperfecciones y evitar brillos, así como sombra de ojos para resaltar sus miradas.

En la siguiente tabla se presenta un desglose de la ropa utilizada por los miembros de la banda en el videoclip. Existe una misma línea y similitud entre los diferentes integrantes, que se ha buscado expresamente para crear una identidad visual concreta.

Preproducción, Producción y postproducción de un videoclip musical
Crazy Head - Pugnator

CANTANTE	GITARRISTA	BAJISTA	BATERISTA
			

Autor: Cristian Sempere Iborra
Tutor: D. Vicente José Benet Ferrando

3.10. GUIÓN LITERARIO

El guión literario es el documento en el que plasmar la narración que se pretende contar a través de las imágenes. Es un documento que permite al lector imaginar cómo sería la imagen, incluyendo descripciones de los personajes, sus gestos y expresiones, el escenario en el que están, o cualquier información que sea necesaria para proyectar las imágenes mentalmente que luego se convertirán en realidad.

Este vídeo-clip no pretende ser una película por sí sola, de manera que las imágenes que se intercalan con las de la banda no cuentan una historia correlativa entre ellas sino que establecen visualmente metáforas que ayudan a apoyar visualmente el contenido de la letra de la canción.

Las imágenes de la banda en la que tocan sus instrumentos están destinadas a crear ritmo y añadirle espectacularidad al vídeo-clip, pero puesto que no aportan información narrativa no las comentaremos en este apartado.

SEC. 1 - EL CANTANTE SE DIRIGE A LA BANDA. EXT. DÍA

Puesto que el cantante no comienza hasta el segundo 44, en esta secuencia la banda comienza a tocar sin él. Sentado en un sofá pasa el tiempo fumando un cigarro. Se levanta, lo apaga y se dirige al lugar en el que se encuentra la banda, donde finalmente coge el micrófono colocado en el suelo y comienza a cantar.

SEC. 2 - DESTRUCCIÓN DE UN VEHÍCULO. EXT. DÍA

En esta secuencia vemos a la banda golpeando un vehículo quemado con grandes herramientas, del que emana un denso humo rojo. Desde diferentes partes y de diferentes maneras

los componentes golpean el vehículo. Estas imágenes representen una rotura con el pasado, con el orden establecido, cuando el personaje decide dejar de dudar de sí mismo y confiar en que es él quien es capaz de ver la realidad y no el resto de la sociedad.

3.11. GUIÓN TÉCNICO

Una vez tenemos desarrollado el guión literario el siguiente paso es realizar un guión técnico. Este reflejara plano a plano todo lo que se ha redactado en el guión técnico. Si en el anterior explicábamos de forma general qué contiene el conjunto del vídeo, en este explicaremos, uno a uno, el tipo de encuadre, los movimientos de cámara y qué técnica se utiliza para conseguirlo, describiendo la imagen que aparece, más en algunos casos detalles necesarios sobre la iluminación y/o el sonido.

Es un documento imprescindible que sirve como guía durante el rodaje, para que el director, director de fotografía, cámara, técnico de sonido...compongan el plano tal y como estaba planeado. Para complementar este guión necesitaríamos el Storyboard que presentaremos en el siguiente punto.

Así pues, a continuación, se muestra el guión técnico realizado para la composición del vídeo-clip:

SECUENCIA 1. CRÉDITOS. INTERIOR.				
Sec.	Plano	Indicaciones técnicas	Descripción de la imagen	Seg.
1	1	Plano medio corto. Travelling	Motor de vehículo	4"
1	2	Plano detalle cámara fija. Tráfoco	Tubo de aire y motores de vehículos	7"
1	3	Plano detalle cámara fija. Tráfoco	Imagen engranaje y empieza los créditos	4"
1	4	Primerísimo primer plano. Travelling	Motores y palets	5"
1	5	Primer plano. Travelling	Mesa mecánico	4"

SECUENCIA 2. INTRODUCCIÓN. EXTERIOR. DÍA				
Sec.	Plano	Indicaciones técnicas	Descripción de la imagen	Seg.
2	6	Plano medio largo. Cámara hombro	Baterista tocando	1"
2	7	Plano medio. Cámara hombro	Cantante fumando	1"
2	8	Plano medio. Cámara hombro	Movimiento hacia los trastes del bajista	2"

Preproducción, Producción y postproducción de un videoclip musical
Crazy Head - Pugnator

SECUENCIA 3. PUENTE 1. EXTERIOR. DÍA				
Sec.	Plano	Indicaciones técnicas	Descripción de la imagen	Seg.
3	9	Plano general. Grúa en diagonal	Músicos tocando	2"
3	10	Plano medio largo. Cámara hombro	El cantante tira la cena y se apoya en el respaldo	1"
3	11	Plano americano. Cámara hombro	Batería golpeando la caja	1"
3	12	Plano entero. Grúa izquierda-derecha	Músicos tocando con aire desde la derecha	2"
3	13	Plano detalle. Cámara hombro	El mazo golpeando a doble pedal	2"
3	14	Plano medio largo. Cámara hombro de abajo-arriba	El cantante se incorpora	2"

SECUENCIA 4. ESTROFA 1. EXTERIOR. DIA				
Sec.	Plano	Indicaciones técnicas	Descripción de la imagen	Seg.
4	15	Plano entero. Grúa derecha- izquierda	Músicos tocando	2"
4	16	Plano medio largo. Cámara hombro	Batería golpeando la caja y doble pedal	2"
4	17	Plano detalle. Cámara hombro	Se apaga un cigarro en un cenicero	1"
4	18	Plano medio corto. Cámara hombro	Pasos del cantante	2"
4	19	Plano entero. Grúa derecha- izquierda	Músicos tocando	2"
4	20	Plano medio. Cámara hombro	Se ve de frente. El cantante camina	2"
4	21	Plano americano. Cámara hombro. Tráfoco	Batería golpeando la caja y platillos	2"
4	22	Cámara Fija (Con dispositivo portátil errático)	La banda toca y el cantante coge el micro	1"
4	23	Plano detalle. Cámara hombro	El bajista cabecea y desliza sus dedos en los trastes	2"
4	24	Plano entero. Cámara hombro	El cantante adelanta un paso	1"
4	35	Plano medio largo. Cámara hombro	El guitarra cabecea	1"

SECUENCIA 5. ESTRIBILLO. EXTERIOR. DIA				
Sec.	Plano	Indicaciones técnicas	Descripción de la imagen	Seg.
5	36	Plano medio largo. Travelling. Tráfoco	El cantante inicia la voz	3"
5	37	Plano americano. Cámara hombro	El bajista cabecea se echa hacia atrás	2"
5	38	Plano medio corto. Cámara hombro. Desde las manos hasta la cabeza	Baterista golpeando con las baquetas	4"
5	39	Plano medio. Cámara hombro.	Guitarrista se echa hacia atrás y cambia las manos de trastes	5"

SECUENCIA 6. POST-ESTRIBILLO_1. EXTERIOR. DÍA				
Sec.	Plano	Indicaciones técnicas	Descripción de la imagen	Seg.
6	40	Plano medio corto. Cámara hombro.	El cantante mira a cámara, niega con la mano y levanta el mentón	6"
6	41	Plano general. Cámara fija.	Banda en movimiento	5"

Autor: Cristian Sempere Iborra
 Tutor: D. Vicente José Benet Ferrando

Preproducción, Producción y postproducción de un videoclip musical
Crazy Head - Pugnator

SECUENCIA 7. ESTROFA 2. EXTERIOR. DÍA				
Sec.	Plano	Indicaciones técnicas	Descripción de la imagen	Seg.
7	42	Plano medio largo. Cámara hombro.	Cantante haciendo gestos en relación con la letra	4"
7	43	Plano medio largo. Cámara hombro.	El guitarrista cabecea de adelante a atrás	1"
7	44	Plano medio corto. Cámara hombro.	Bajista se retira el pelo de la cara	1"
7	45	Plano general. Grúa de arriba a abajo	La banda toca y el cantante abre sus manos haciendo referencia a Jesucristo crucificado	7"
7	46	Plano medio largo. Cámara hombro.	Baterista tocando	5"
7	47	Plano general. Travelling adelante-atrás.	El grupo toca y el cantante adelanta un paso	2"

SECUENCIA 8. ESTRIBILLO. EXTERIOR. DIA				
Sec.	Plano	Indicaciones técnicas	Descripción de la imagen	Seg.
8	48	Plano americano lateral derecha. Cámara hombro	Guitarrista cabecea hacia atrás	5"
8	49	Plano medio corto. Cámara hombro	Bajista cabecea y se echa hacia atrás	4"
8	50	Plano americano por eje derecho. Cámara hombro	Guitarrista toca y cantante canta	4"
8	51	Plano medio corto por eje derecho. Cámara hombro	Baterista tocando	4"
8	52	Plano medio largo por eje derecho. Cámara hombro	Cantante gesticulando	4"
8	53	Plano americano. Travelling hacia atrás	Cantante señalando	3"
8	54	Plano medio corto por eje derecho. Cámara hombro	Bajista se echa hacia adelante	3"

SECUENCIA 9. POST-ESTRIBILLO_2. EXTERIOR. DIA				
Sec.	Plano	Indicaciones técnicas	Descripción de la imagen	Seg.
9	55	Plano americano. por eje derecho. Cámara hombro	Guitarra cambia de trastes	4"
9	56	Plano medio largo por eje izquierdo. Cámara hombro	Baterista golpea caja, platillos, tom y timbales	5"
9	57	Plano medio largo frontal. Cámara hombro	Cantante señala a su cerebro	4"
9	58	Plano americano. Grúa arriba-abajo	Cantante aparta la mano de su cerebro y abre la palma	2"
9	59	Plano medio largo por eje izquierdo. Cámara hombro	Batería toca timbales y platillo	3"
9	60	Plano general. Travelling atrás-adelante	Mirando hacia abajo, mira a cámara y comienza a cantar	8"

Preproducción, Producción y postproducción de un videoclip musical
Crazy Head - Pugnator

SECUENCIA 10. PUENTE_2. EXTERIOR. DIA				
Sec.	Plano	Indicaciones técnicas	Descripción de la imagen	Seg.
10	60	Plano medio corto izquierda-derecha. Cámara hombro	Guitarrista tocando	4"
10	61	Plano medio corto izquierda-derecha. Cámara hombro	Bajista tocando	3"
10	62	Plano medio corto izquierda-derecha. Cámara hombro	Baterista tocando	3"

SECUENCIA 11. DESARROLLO MUSICAL_1. EXTERIOR. DIA				
Sec.	Plano	Indicaciones técnicas	Descripción de la imagen	Seg.
11	63	Plano americano. Grúa izquierda derecha	Banda tocando	4"
11	64	Plano medio corto abajo-derecha. arriba hombro	Baquetas golpeando caja y platillo	5"
11	65	Plano americano izquierda-derecha. Cámara hombro	El cantante mira abajo y alza las manos haciendo cuernos	3"
11	66	Plano americano. Cámara hombro	Bajista tocando	4"
11	67	Plano general. Grúa derecha-izquierda	Banda tocando y guitarra con un solo	2"
11	68	Plano detalle. Cámara hombro	Solo de guitarra	3"

SECUENCIA 12. SOLO GUITARRA. EXTERIOR. DIA				
Sec.	Plano	Indicaciones técnicas	Descripción de la imagen	Seg.
12	69	Plano entero. Cámara hombro	Guitarrista moviendo la cabeza en círculos	2"
12	70	Plano medio largo. Cámara hombro ladeada	Movimientos de izquierda a derecha de los componentes	4"
12	71	Plano americano frontal. Cámara hombro	Movimiento hacia atrás y solo de guitarra	5"

SECUENCIA 13. DESARROLLO MUSICAL_2. EXTERIOR. DIA				
Sec.	Plano	Indicaciones técnicas	Descripción de la imagen	Seg.
13	72	Plano detalle frontal. Cámara hombro	Solo guitarra, se ven los trastes	2"
13	73	Plano medio largo derecha-izquierda Cámara hombro	Baterista golpea timbales y platillos	2"
13	74	Plano medio corto izquierda-derecha. Cámara hombro	Baterista golpea timbales y platillos	2"
13	75	Plano general. Grúa derecha-izquierda	Banda cabeceando arriba- abajo	2"
13	76	Plano general. Cámara fija	Banda tocando y cantante cabeceando izquierda- derecha	2"
13	77	Plano detalle. Cámara hombro	Solo de guitarra	1"

Preproducción, Producción y postproducción de un videoclip musical
Crazy Head - Pugnator

SECUENCIA 14. INTRODUCCIÓN. EXTERIOR. DIA				
Sec.	Plano	Indicaciones técnicas	Descripción de la imagen	Seg.
14	78	Plano medio corto izquierda-derecha. Cámara hombro	Baterista golpea platillos	1"
14	79	Plano detalle. Cámara hombro	Dedos del bajista en los trastes	2"
14	80	Plano americano. Cámara hombro	Bajista golpeando un vehículo	3"
14	81	Plano medio corto izquierda-derecha. Cámara hombro	Bajista mirando los trastes de su bajo	3"

SECUENCIA 15. ESTRIBILLO. EXTERIOR. DIA				
Sec.	Plano	Indicaciones técnicas	Descripción de la imagen	Seg.
15	88	Plano general. Travelling atrás	Banda tocando	3"
15	89	Plano americano. Cámara hombro	Cantante golpeando un vehículo	2"
15	90	Plano medio corto izquierda-derecha. Cámara hombro	Cantante con la cabeza gacha mira a cámara	2"
15	91	Plano general. Grúa izquierda - derecha	El grupo cabecea de arriba a abajo	3"
15	92	Plano entero lateral derecho. Cámara hombro	El guitarrista cabecea	2"
15	93	Plano entero. Cámara hombro	El guitarrista golpea un vehículo	2"
15	94	Plano medio corto lateral izquierdo	Expresiones faciales del baterista	2"
15	95	Plano americano. Cámara hombro	Baterista golpea un vehículo	1"
15	96	Plano general. Travelling atrás-adelante	Todo el grupo toca y el cantante inicia un grito cogiendo el micro entre sus palmas	3"
15	97	Plano americano lateral derecho. Cámara hombro	El guitarrista cabecea	2"
15	98	Plano detalle frontal. Cámara hombro	Guitarrista se echa hacia atrás y trastea, luego hacia adelante	2"
15	99	Plano medio corto. Cámara hombro	Baquetas golpeando timbales y platillo	2"

SECUENCIA 16. CIERRE. EXTERIOR. DIA				
Sec.	Plano	Indicaciones técnicas	Descripción de la imagen	Seg.
16	100	Plano medio largo lateral derecha. Cámara hombro	Cantante cantando y negando con el dedo	3"
16	101	Plano medio corto frontal. Cámara hombro	Cantante mirando a cámara	2"
16	102	Plano medio corto lateral izquierdo. Cámara hombro	Baterista golpeando timbales	2"
16	103	Plano medio largo lateral derecha. Cámara hombro	Bajista pega zancada adelante	2"
16	104	Plano medio corto frontal. Cámara hombro	Bajista tocando	1"
16	105	Plano general. Travelling atrás-adelante	Banda tocando	3"
16	106	Plano general. Grúa izquierda-derecha	Banda tocando	3"

Autor: Cristian Sempere Iborra
Tutor: D. Vicente José Benet Ferrando

Preproducción, Producción y postproducción de un videoclip musical
Crazy Head - Pugnator

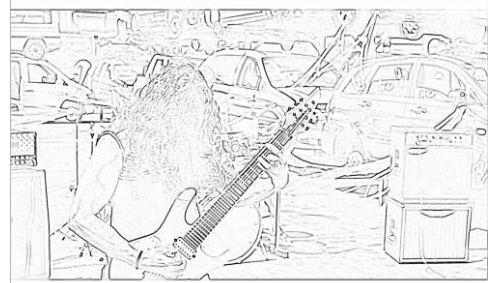
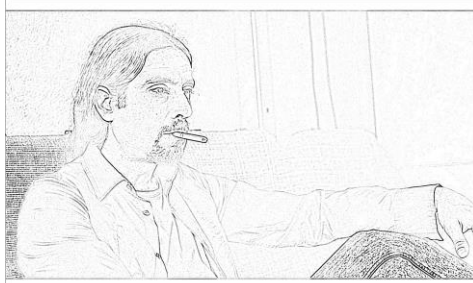
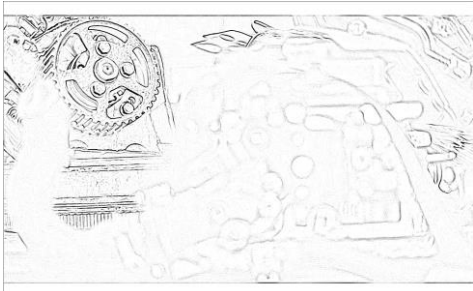
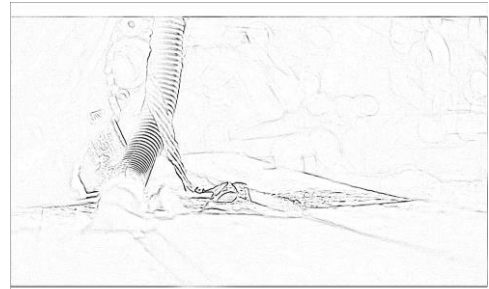
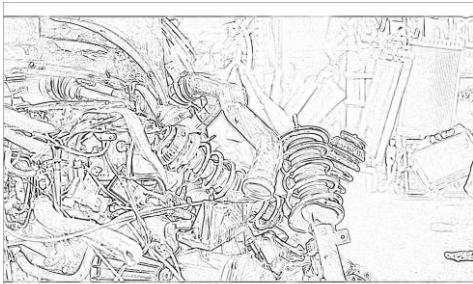
16	107	Plano medio corto lateral derecha. Cámara hombro	Baterista tocando timbales y platillos	3"
16	108	Plano americano lateral derecha. Cámara hombro.	Guitarrista tocando	2"
16	109	Primer plano abajo arriba. Cámara hombro.	Baquetas golpeando	2"
16	110	Plano medio largo. Cámara hombro.	Bajista cabeceando y se echa hacia atrás	2"
16	111	Plano general. Travelling atrás-adelante	Banda tocando	1"
16	112	Plano americano lateral derecha. Cámara hombro.	Guitarrista cabeceando	1"
16	113	Plano general. Travelling atrás-adelante	Banda tocando	1"
16	114	Plano americano. Cámara hombro.	Baterista tocando	1"
16	115	Plano general. Travelling atrás-adelante	Banda tocando	1"
16	116	Plano americano. Cámara hombro.	Bajista tocando	1"
16	117	Plano general. Travelling atrás-adelante	Banda tocando	1"

SECUENCIA 17. FINAL. EXTERIOR. DIA

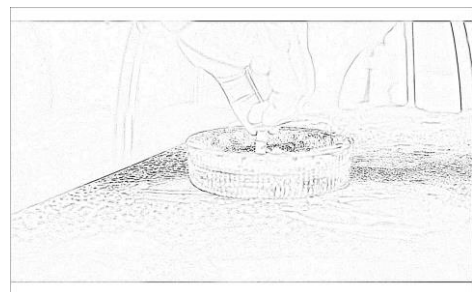
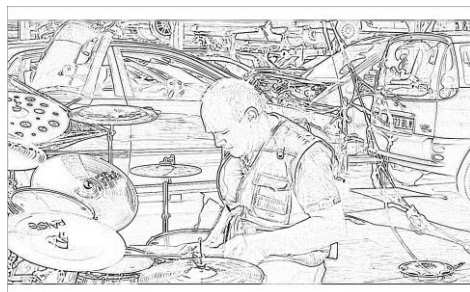
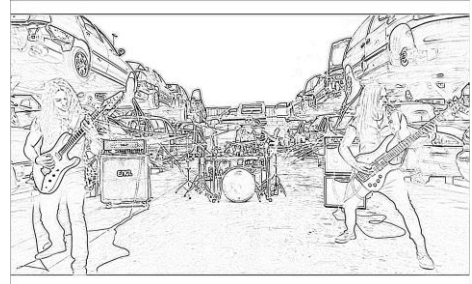
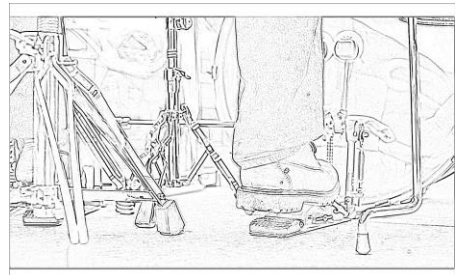
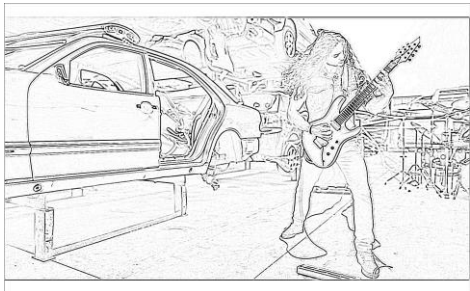
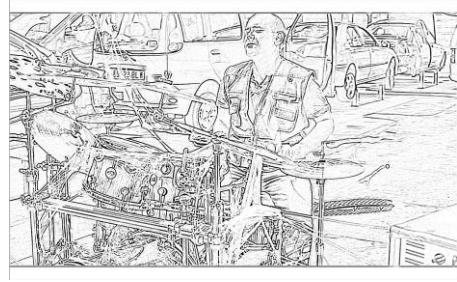
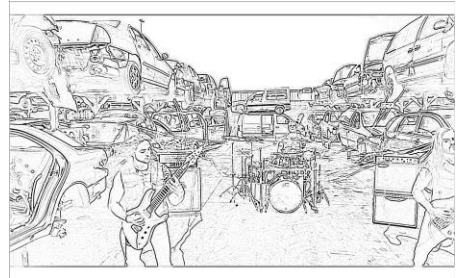
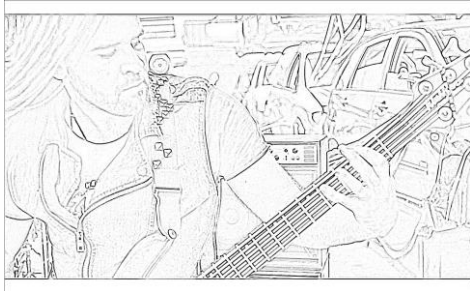
Sec.	Plano	Indicaciones técnicas	Descripción de la imagen	Seg.
17	118	Plano americano lateral derecha. Cámara hombro.	Guitarrista cabeceando	2"
17	119	Plano medio largo. Cámara hombro.	El cantante alza el micro	2"
17	120	Plano medio largo. Cámara hombro.	El baterista golpea timbales y platillos	2"
17	121	Plano medio corto. Cámara hombro.	Bajista tocando	2"
17	122	Plano americano. Grúa izquierda-derecha	Bajista tocando	2"
17	123	Plano americano lateral derecha. Cámara hombro.	Guitarrista cabeceando	1"
17	124	Plano general. Travelling adelante - atrás	Banda tocando y el cantante abre sus brazos y mira al cielo y fundido a negro	9"

3.12. STORYBOARD

Antes de la realización del videoclip se hizo un Storyboard a mano con dibujos muy sencillos y simples, ya que no poseo grandes dotes de dibujo. Por no ver apropiado presentar tales bocetos opté por la realización de fotografías durante en el rodaje y así como la captación de frames de vídeo para componer el siguiente Storyboard.

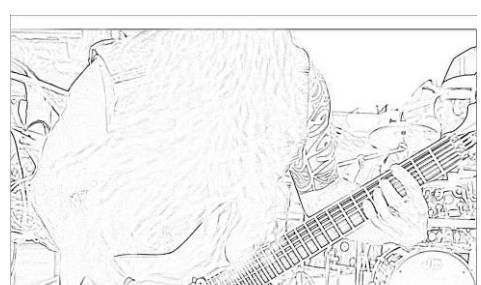
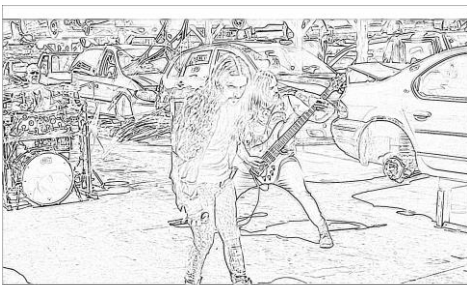
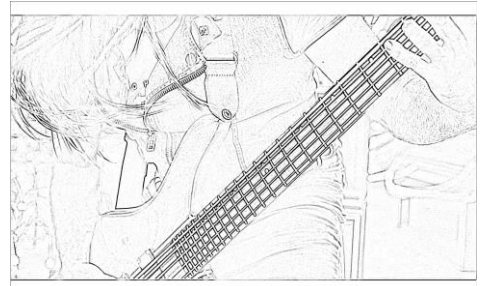
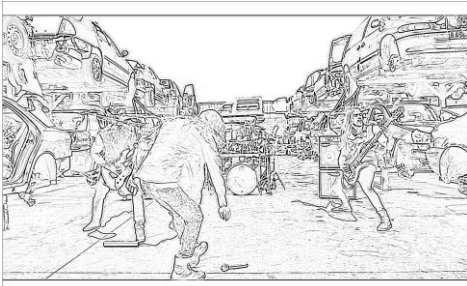
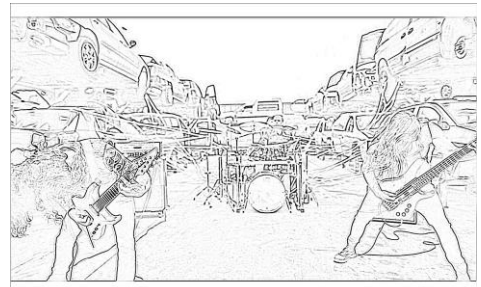


Preproducción, Producción y postproducción de un videoclip musical
Crazy Head - Pugnator



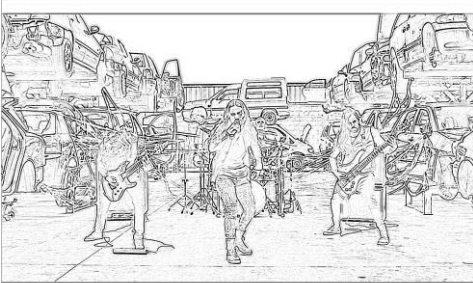
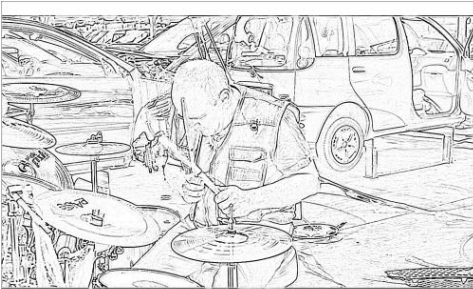
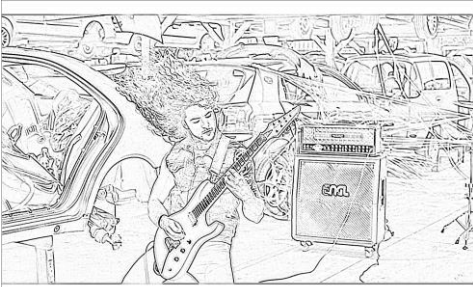
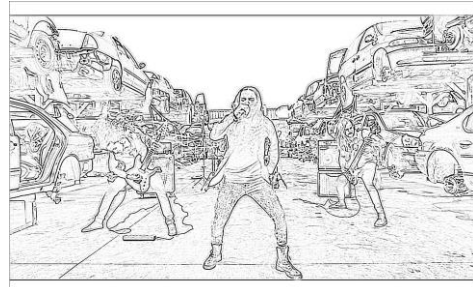
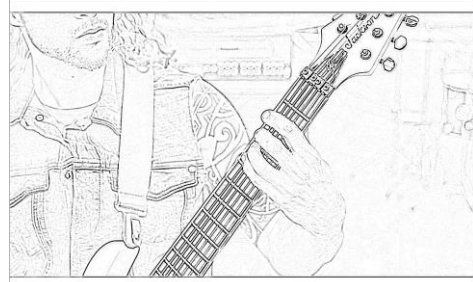
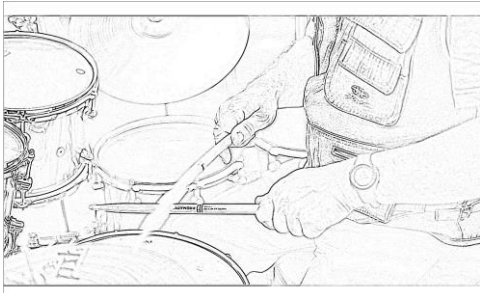
Autor: Cristian Sempere Iborra
Tutor: D. Vicente José Benet Ferrando

Preproducción, Producción y postproducción de un videoclip musical
Crazy Head - Pugnator



Autor: Cristian Sempere Iborra
Tutor: D. Vicente José Benet Ferrando

Preproducción, Producción y postproducción de un videoclip musical
Crazy Head - Pugnator



Autor: Cristian Sempere Iborra
Tutor: D. Vicente José Benet Ferrando

3.13. PRESUPUESTO

Cuando un cliente solicita una pieza audiovisual a una productora es necesario que esta haga un presupuesto aproximado del coste en el que va a incurrir en la consecución de la misma. Deberá conocer esta cifra para que el cliente decida si puede asumir el coste (sumado al margen de beneficio de la productora) y en los casos en que se decida financiar parte de la producción (ya que los inversores, sean estas entidades públicas o privadas, necesitan saber la cuantía total y a qué se va a destinar).

Es por ello que a las productoras se les exige un presupuesto detallado de los gastos derivados de la producción, entre alquileres de material, gastos de personal, dietas, ambientación y decorados...

Existe una plantilla oficial en nuestro país facilitada a través de la página del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte a la que deben atenerse todas aquellas productoras que tengan la intención de solicitar subvención pública.

A pesar de que este proyecto está destinado al ámbito privado, debe ser un reflejo de la realidad posterior a este periodo universitario. Es por ello que para la realización del mismo se utilizará la plantilla oficial.

PRESUPUESTO/COSTE DE LA PELÍCULA LARGO/CORTOMETRAJE

TÍTULO

‘Crazy Head’ Pugnator

FORMATO

Digital MP4 - 1920 x 1080p. - Codec
H.264

COLOR / BLANCO Y
NEGRO

Color

EMPRESA PRODUCTORA

Chris Pictures Producciones

DIRECTOR:

Cristian Sempere Iborra

PAÍSES PRODUCTORES O COPRODUCTORES

España

<u>Núm.</u>	CAPITULO 03,- Equipo			REMUNERACIONES BRUTAS	RETENCIONES		DIETAS
					I.R.P.F.	SEG.SOCIAL	
03.01.0							
	Director.....	D.	Cristian Sempere Iborra				
03.01.0	Ayudante 1	D.	Andreu Montoliu Álvaro	50	2% = 1	(1,55%+1,60+0,10%)= 1,625	10
03.01.0	Fotógrafa evento	D.	Leticia Martínez Roldan	50	2% = 1	(1,55%+1,60+0,10%)= 1,625	10
03.01.0	Maquillaje	D.	Elvira Camacho cañada	50	2% = 1	(1,55%+1,60+0,10%)= 1,625	10
			TOTALES	150	3	4,875	30

PRODUCCIÓN

Una vez se tiene organizado todo el proyecto es hora de pasar a la acción. En esta parte del proyecto es cuando damos vida a todo aquello que hemos ideado previamente y hemos plasmado sobre el papel. Es el momento de coger nuestra cámara y el resto de material y captar las imágenes que habíamos imaginado. A continuación se detalla este proceso.

4.1. MATERIAL UTILIZADO

En cuanto a lo que materiales se refiere, una de las claves de este proyecto ha sido tener total independencia de empresas de alquiler de materiales debido también a que es un coste que personalmente no puedo asumir. Afortunadamente, el Laboratorio de Comunicación de la Universidad Jaume I cuenta con un amplio surtido equipos, dispositivos y accesorios de calidades profesionales para realizar proyectos audiovisuales.

La independencia no ha sido únicamente en cuanto al material, sino que se ha optado por no recurrir a operarios externos. Ello ha implicado tener que documentarme para aprender otros roles que hasta el momento no había desempeñado, de manera que adoptase los conocimientos suficientes para cubrir todas las partes del proceso.

A continuación realizaremos un desglose del material utilizado para la producción de este videoclip, detallando algunas de sus características más importantes y el uso que tendrán en esta producción.

Captación de la imagen



Figura 1: Cuerpo y lentes

La cámara utilizada para la realización de este proyecto ha sido una *DSLR* Canon, concretamente el modelo *5D Mark IV*. Es una cámara actual ya que no ha cumplido a día de hoy ni tan solo un año en el mercado y está valorada en 3.999,90€.

Este modelo cuenta con un sensor *Full Frame CMOS* de 30,4 megapíxeles y es capaz de grabar incluso a 4K (Aunque en este proyecto no vamos a hacer uso de esta opción).

Los objetivos elegidos han sido un 50mm fijo 1,8 y un 24mm fijo 1,4, con los que hacer desde planos detalle hasta planos generales.

Sujeciones y soportes para la cámara



Figura 3: Trípode Neewer



Figura 4: Shoulder Rig



Figura 2: Slider

Para la sujeción de cámara en plano fijo se han utilizado trípodes de la marca *Neewer* y *Velbon*.

Los planos en movimiento se han hecho gracias a un *Shoulder Rig* que permite mayor estabilidad y control del enfoque, y al *Slider*, que permite hacer *travellings* de frente, marcha atrás y laterales.



Gracias a un travelling y una grúa se podrán hacer planos más espectaculares que serían imposibles sin esta maquinaria.

Sonido



Para la parte del audio se utilizará un micrófono RODE para DSLR. Se trata de un micro de condensador que se alimenta a través de la conexión minijack de 3,5mm. Será

necesario para sincronizar las imágenes con la canción en post-producción, ya que, durante la grabación está continuamente sonando un altavoz con tocando en las canciones, que a su vez sirve como guía para los artistas, simulando que están ese momento.

El altavoz al que nos referimos es el SKYTEC SPJ-PA915. Tiene conexión usb y una batería incorporada a la vez que enchufe para la corriente eléctrica. Tiene la potencia suficiente para que el sonido llegue a la cámara y a todos los miembros de la banda, aun teniendo en cuenta el sonido que producirá la batería (El resto no sonarán).



ILUMINACIÓN

Para no incurrir en gasto eléctrico en las grabaciones en interiores y dado que será suficiente puesto que cuenta con 5900 Lux de potencia, se opta por usar focos LED.



4.2. PLANIFICACIÓN DEL RODAJE

Para poder organizar el rodaje se tuvo en cuenta tanto la disponibilidad de los artistas, la del desguace, la meteorología y las horas de luz.

Puesto que los miembros del grupo están actualmente trabajando, el único día del que disponen para grabar era el domingo.

El desguace por su parte está abierto también de lunes a sábado, por tanto el domingo es también el único día en el que se pueden aprovechar todas las horas de sol y en el que contamos con el lugar totalmente despejado de trabajadores y clientes, ya que el sábado cierra al mediodía.

Otras las restricciones con la que tengo que lidiar es con el tiempo de cesión de la localización. Ya que el desguace no recibirá remuneración alguna por mi parte y que debe contratar personal para que nos abra para rodar y esté presente por si necesitamos cualquier cosa, no me aseguran que podamos grabar otro día, así que, necesariamente las escenas en el desguacen deben ser grabadas en un día.

Para aprovechar el mayor número de horas de sol tenemos que hacer una jornada intensiva de 14 horas y media, llegamos al lugar a las 7.00 de la mañana y terminando a las 21.00 de la tarde aproximadamente.

DÍA DE RODAJE – 21 DE MAYO, 2017

El día de rodaje se realizará el domingo 21 de Mayo en el desguace Auto-Des de Burriana.

Meteorología

El día elegido iba a ser parcialmente nuboso. El sol no caería tan directo pero sería más iluminación más que suficiente. No interesaba un cielo totalmente despejado en primer lugar por las altas temperaturas y los problemas que iba a derivar, como demasiada sudoración que deshiciese el maquillaje de los artistas así como molestias para el equipo de grabación. El otro problema que presentaba un día totalmente soleado eran las sombras duras. Como se iba a tener que grabar en un día, si las sombras eran demasiado duras se iba a notar las diferencias entre las imágenes del mediodía con las primeras y últimas del día.

Como se puede observar en la fotografía las horas de mayor temperatura fue entre las 14 y las 15, rango de tiempo que se utilizó para ir a comer.

Preproducción, Producción y postproducción de un videoclip musical

Crazy Head - Pugnator

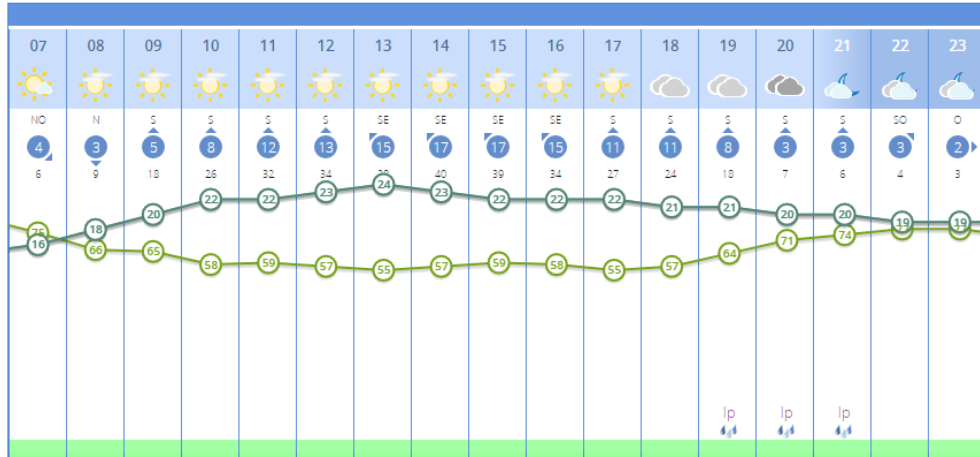
Capital: Borriana/Burriana (altitud: 12 m)

Latitud: [39° 53' 22" N](#) - Longitud: [0° 5' 1" O](#) - Posición: [Ver localización](#)

Zona de avisos: Litoral sur de Castellón

Descargar XML de la predicción horaria de Borriana/Burriana

Humedad relativa (%) Sensación térmica (°C) Temperatura (°C)

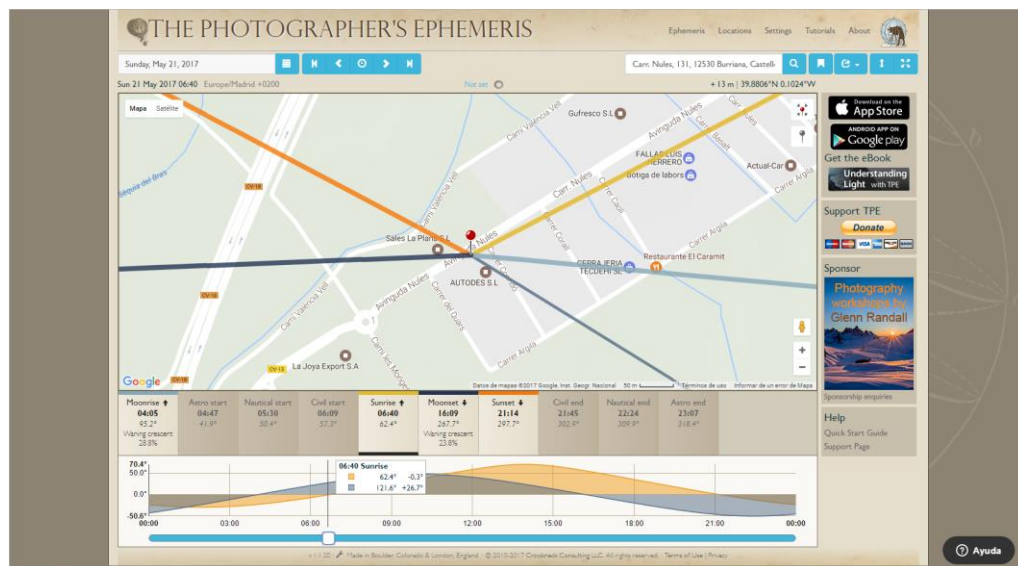


Autor: Cristian Sempere Iborra
Tutor: D. Vicente José Benet Ferrando

Iluminación

Ya que la grabación iba a desarrollarse durante el día nuestra fuente de iluminación iba a ser la luz solar, es por ello que saber qué recorrido iba a seguir el sol así como su intensidad iba a ayudar a tomar una serie de decisiones como decidir dónde ubicar a la banda para que las sombras no fuesen tan duras, tener la cantidad de luz deseada o planificar los descansos en fuertes horas de sol.

Existe una herramienta multiplataforma, tanto para *PC* como *Smartphone* llamada *The Photographer Ephemeris*. Este software es totalmente gratuito y nos proporciona información sobre el recorrido del sol dependiendo del lugar en el que nos hallemos, la altura a la que empezará a caer luz o la longitud de las sombras. Suele utilizarse sobre todo en fotografía y vídeo para conocer las condiciones de luz o para salir en busca de imágenes concretas (como una puesta de sol).



Como podemos observar en la imagen el amanecer se producirá a las 6:40 y el atardecer a las 21:14. Afortunadamente las fechas en las que nos encontramos nos dan bastantes horas de sol. Como observamos en la fotografía aproximadamente a partir de las 14:00 comenzaría a cambiar la dirección de las sombras. No obstante se buscó un día como este, parcialmente nublado, para que no fuesen tan duras y fuesen un problema menor.

4.3. PLAN DE RODAJE

Un plan de rodaje es una guía planificada de todos los pasos que se van a seguir durante los días de grabación. Es una herramienta que nos permite seguir un orden previamente establecido para administrar el tiempo del que disponemos y saber en todo momento si estamos cumpliendo los objetivos marcados, para asegurar que estos se cumplan. En caso de retraso, muy común en los rodajes, permite ser consciente de la necesidad de acelerar el ritmo, acortar los descansos o valorar a qué planos renunciar en caso de que no haya alternativa.

Una vez se analizan todos los factores que pueden afectar a la grabación del videoclip se tiene claro qué planos se van a grabar y cómo hacerlo, se diseña un plan de rodaje detallado. Este documento nos sirve para tener claro cómo se desarrollará el rodaje y como guía a seguir in situ.

21 DE MAYO, 2017

PREPARACIÓN

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
7:00 - 7:30	Preparación del material	Trípodes, cámara, shoulder rig, grua, travelling
7:00 - 8:00	Preparación del escenario	Batería, instrumentos y ambientación.
8:00 - 8:30	Maquillaje de los artistas	Set de maquillaje y maquilladora

PLANOS DETALLE

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
---------	-------------	----------

Preproducción, Producción y postproducción de un videoclip musical
Crazy Head - Pugnator

8:00 - 8:30	Grabación planos recursos (mesa de taller y motores)	Cámara, slider y trípodes
-------------	--	---------------------------

PLANO GENERAL

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
08:45 - 09:00	Grabación plano general fijo de la banda	Cámara ,24mm y trípode

PLANO AMERICANO DERECHO CANTANTE

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
09:00 - 09:15	Grabación plano americano del cantante en su eje de 180º derecho	Cámara, 50mm y shoulder rig

PLANO AMERICANO DERECHO GUITARRISTA

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
09:15 - 09:30	Grabación plano americano del guitarrista en su eje de 180º derecho	Cámara, 50mm y shoulder rig

PLANO AMERICANO DERECHO BAJISTA

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
10:00 - 10:15	Grabación plano americano del bajista en su eje de 180º derecho	Cámara, 50mm y shoulder rig

PLANO AMERICANO DERECHO BATERISTA

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
10:15 - 10:30	Grabación plano americano del baterista en su eje de 180º derecho	Cámara, 50mm y shoulder rig

PLANO AMERICANO IZQUIERDO CANTANTE

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
10:30 - 10:45	Grabación plano americano del cantante en su eje de 180º izquierdo	Cámara, 50mm y shoulder rig

PLANO AMERICANO IZQUIERDO GUITARRISTA

Autor: Cristian Sempere Iborra
Tutor: D. Vicente José Benet Ferrando

Preproducción, Producción y postproducción de un videoclip musical
Crazy Head - Pugnator

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
10:45 - 11:00	Grabación plano americano del guitarrista en su eje de 180º izquierdo	Cámara, 50mm y shoulder rig

PLANO AMERICANO IZQUIERDO BAJISTA

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
11:00 - 11:15	Grabación plano americano del bajista en su eje de 180º izquierdo	Cámara, 50mm y shoulder rig

PLANO AMERICANO IZQUIERDO BATERISTA

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
11:15 - 11:30	Grabación plano americano del baterista en su eje de 180º izquierdo	Cámara, 50mm y shoulder rig

PLANO DETALLE CANTANTE

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
11:30 - 11:45	Grabación plano detalle frontal del cantante	Cámara, 50mm y shoulder rig

PLANO DETALLE GUITARRISTA

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
11:45 - 12:00	Grabación plano detalle frontal del guitarrista	Cámara, 50mm y shoulder rig

PLANO DETALLE BAJISTA

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
13:00 - 13:15	Grabación plano detalle frontal del bajista	Cámara, 50mm y shoulder rig

PLANO DETALLE BATERISTA

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
13:15 - 13:30	Grabación plano detalle frontal del baterista	Cámara, 50mm y shoulder rig

PLANO GRUA 1

Autor: Cristian Sempere Iborra
Tutor: D. Vicente José Benet Ferrando

Preproducción, Producción y postproducción de un videoclip musical
Crazy Head - Pugnator

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
16:00 - 16:15	Grabación plano detalle frontal del baterista	Cámara, 50mm y grua

PLANO GRUA 2

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
16:15 - 16:30	Grabación plano detalle frontal del baterista	Cámara, 50mm y grua

PLANO TRAVELLING

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
16:30 - 16:45	Grabación plano detalle frontal del baterista	Cámara, 50mm y travelling

PLANO DESTRUCCIÓN VEHÍCULO

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
17:00 - 17:30	Grabación planos en los que la banda destruye un vehículo	Cámara, 50mm y shoulder rig

PLANO CANTANTE FUMANDO

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
17:30 - 18:00	Grabación planos en los que la banda destruye un vehículo	Cámara, 50mm y shoulder rig

PLANO FRONTAL CANTANTE ANDANDO

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
18:00 - 18:30	Grabación plano delantero en el que el cantante camina	Cámara, 50mm y shoulder rig

PLANO FRONTAL CANTANTE ANDANDO

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
18:00 - 18:30	Grabación plano delantero en el que el cantante camina	Cámara, 50mm y shoulder rig

TRASERO CANTANTE ANDANDO

Autor: Cristian Sempere Iborra
Tutor: D. Vicente José Benet Ferrando

Preproducción, Producción y postproducción de un videoclip musical
Crazy Head - Pugnator

HORARIO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL
19:00 - 19:30	Grabación plano trasero el que el cantante camina	Cámara, 50mm y shoulder rig

POSTPRODUCCIÓN

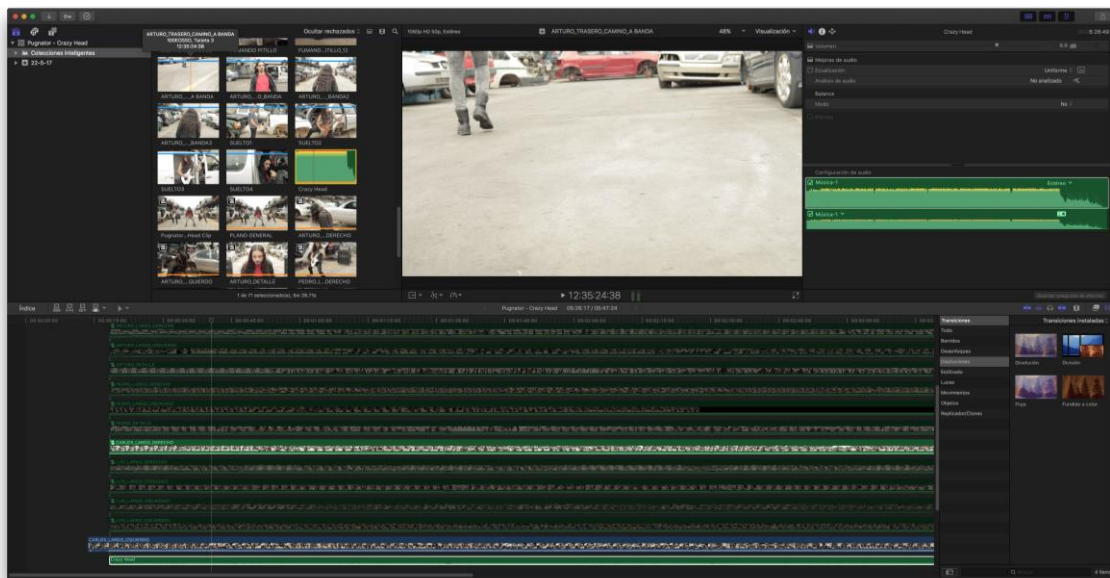
Esta es la última fase de elaboración del producto. Una vez obtenidas las imágenes, estas tendrán que pasar por varios procesos para obtener la obra final. En este apartado explicaremos como se ha realizado el proceso.

5.1 MONTAJE

Una vez obtenidas todas las imágenes el siguiente paso es importarlas en el software de montaje, en el que decide qué fragmentos se utilizarán para el vídeo, qué partes de esos fragmentos y en qué orden. Esta fase es una tarea muy laboriosa sobre todo en proyectos de este tipo en los que se utilizan una gran cantidad de planos de poca duración y en los que los personajes se mueven constantemente, factores que complican el seguimiento del raccord.

Para esta fase el software elegido ha sido el *Final Cut X* ya que es bastante intuitivo y sencillo de utilizar. Durante el transcurso del grado ha sido el que más he utilizado por tanto es también en el que tengo un mayor dominio.

En primer lugar se renombraron los clips con los nombres de los personajes que aparecían y/o el tipo de plano y/o el soporte utilizado como podemos ver en la fotografía.



El orden de los clips es el siguiente:

- Plano general
- Plano_izquierdo_Arturo
- Plano_derecho_Arturo
- Plano_detalle_Arturo
- Plano_izquierdo_Pedro
- Plano_derecho_Pedro
- Plano_detalle_Pedro
- Plano_izquierdo_Carlos
- Plano_derecho_Carlos
- Plano_detalle_Carlos
- Plano_izquierdo_Luis
- Plano_derecho_Luis
- Plano_detalle_Luis
- Grua_1
- Grua_2
- Travelling_1
- Travelling_2
- Planos detalle

Una vez tenemos los planos agrupados el siguiente paso consiste en sustituir el sonido ambiente por la propia canción grabada de estudio y sincronizarlo. Aunque la canción va a sonar en una pista aparte, esto facilita, al cortar cada fragmento, asegurarse de que todo está siempre sincronizado.

Una vez todo está ya totalmente ordenado y sincronizado, el siguiente paso es consultar el guión técnico e ir cortando pedazo a pedazo y subirlo a una pista en la parte superior. La dificultad de esto es cortar los pedazos en el tiempo exacto para no producir desfases y además respetar las normas de raccord.

Una vez montado el vídeo-clip queda añadir los planos detalle para el principio con el nombre del director, el sonido de radio de inicio y añadir al final los créditos.

6. PLAN DE EXPLOTACIÓN DEL PRODUCTO

Uno de los pasos a seguir cuando vamos a crear un producto es la elaboración de un plan de explotación. Nuestro objetivo es que sea consumido por el mayor número de personas posibles, sea éste un producto físico, un bien o un servicio. No importa si lo hacemos persiguiendo unos objetivos económicos o si se trata de un producto cultural y tenemos unos propósitos más bien sociales, nuestro objetivo seguirá siendo llegar al máximo de personas que sea posible. Para alcanzar este objetivo deberemos analizar el mercado en el que va a estar accesible nuestro producto una vez terminado, estudiar a nuestros posibles competidores y también el público al que queremos dirigimos. Una vez que hayamos recopilado estos datos deberemos elaborar un plan de comunicación en el que se planifique qué estrategias seguiremos, cuando cómo, dónde y por qué.

6.1 ANÁLISIS DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO EL PRODUCTO O SERVICIO

El análisis de mercado es una herramienta que permite analizar la situación del mercado en el que se va a difundir nuestro producto con el fin de detectar las necesidades del mismo y las oportunidades que nos ofrece y que podemos explotar para alcanzar nuestros objetivos.

Es necesario realizar este estudio para determinar de cuál es la mejor manera para explotar nuestro producto y que cumpla su cometido, en este caso, llegar al mayor número posible de personas, perfiles que tengan interés en este tipo de productos.

Condiciones del mercado

Comenzaremos por realizar un análisis de la competencia en Castellón. Las empresas encargadas de realizar proyectos como el mío, en este caso, vídeos, son las productoras audiovisuales. Las bandas de Castellón y alrededores suelen recurrir a productoras que también se encuentran en esta área geográfica, por cuestiones de movilidad, economía y porque en muchos casos tienen ya relaciones pasadas. Comencemos por realizar un listado de las mismas:

- ***Wanna Filmmakers***

Productora que cuenta con un buen número de producciones a sus espaldas. Entre sus creaciones, destaca la cantidad de vídeos corporativos y publicitarios. Han realizado varios vídeo-clips, pero siempre para la misma banda.

- ***Micrea Film Projects***

Al igual que la anterior sus trabajos anteriores han sido muy centrados en la publicidad, vídeos corporativos y grabaciones de festivales. El vídeo-clip es precisamente el producto con el que menos han trabajado.

- ***NoclaFilms Producciones S.L***

Nuevamente se repite la tónica anterior, con trabajos para instituciones, eventos, publicidad... Esta productora no ha realizado ningún video musical.

- ***Nautilus, Films & Projects, S.L***

Esta productora está más dedicada a la realización de documentales de naturaleza, promoción de rutas, gastronomía... No supone por tanto un caso de competencia directa.

- ***Utopic Estudios***

Esta productora audiovisual ofrece un producto distinto al resto puesto que su labor está centrada en la creación de experiencias de realidad virtual y vídeos 360º, dedicadas al entretenimiento, la promoción y también para incorporarlos a procesos de formación.

- ***Eric Benajes***

Hemos dejado para el final al más importante y es que este director de fotografía freelance está especializado en el formato vídeo-clip y es la persona que ha producido probablemente el mayor número en la provincia. Podríamos calificarlo como la competencia más directa.

En todos los casos se trata de productoras de un **tamaño pequeño** que en ningún caso supera los 4 trabajadores en plantilla y en el que sus integrantes no tienen tareas fijas sino que son multidisciplinares. De las anteriormente citadas solo una se dedica casi exclusivamente a los vídeo-clips, y del resto solo algunas de ellas han realizado alguno en algún momento esporádico.

En cuanto a los **clientes**, Castellón y los pueblos de alrededor (Villareal, Almazora, Onda...) cuenta con aproximadamente 30 locales, entre pubs y salas de conciertos en torno a este estilo musical, además de unos 10 locales de ensayo en los que un buen número de bandas pertenecen al mismo género musical. Tal número de bandas, locales de ensayo, pubs y salas de concierto indica que en esta área geográfica existe un importante volumen de público afín a estos estilos musicales ya sea de manera directa o indirecta.

Oportunidades de Mercado

En España existen, aunque no muchos, **concursos** de vídeo-clips a los que autores noveles pueden recurrir para presentar sus obras audiovisuales con el fin de darse a conocer. Afortunadamente la era tecnológica en la que vivimos permite no tener que presentarlas de forma presencial, facilitando el acceso a cualquier concurso de España.

Existe también en Castellón una **comunidad** consolidada **de músicos**, bandas, locales de ensayo, pubs... es decir, una colectividad de personas relacionadas con el mundo de la música que comparten gustos e inquietudes similares. Trabajar con una de las bandas es una buena manera de introducirse en ella y dar a conocer mi labor al resto de miembros del colectivo para tratar de obtener proyectos en un futuro.

Las redes sociales son también una herramienta interesante y prácticamente interesante para dar a conocer mi labor como creador de contenido. A través de estas plataformas puedo dar visibilidad a mi proyecto a centenares o miles de personas que, al ver el vídeo-clip no solo verán a la banda sino el nombre del autor de la misma.

6.2 PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

En el anterior apartado hemos hablado del contexto situacional en el que se va a encontrar el producto, de su público objetivo y de la competencia. Así pues, en este apartado analizaremos cuáles son las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO) que afectan a la productora, estableceremos objetivos, definiremos el público objetivo, la estrategia y las acciones.

DAFO

Fortalezas internas:

- Entusiasmo, frescura y ganas de aprender propias de alguien que está introduciéndose en el sector.
- Acceso a material variado y de calidad (cedido por la Universidad Jaume I) actualmente
- Asesoramiento del proyecto por profesionales (profesorado) actualmente
- Conocimientos sobre música y sobre el formato concreto del videoclip
- Orientación multidisciplinar

Debilidades internas:

- Necesidad de materiales propios
- Falta de experiencia
- Eficiencia inferior a la media
- Falta de reputación al no haber anteriores proyectos en los que basarse

Oportunidades externas:

- Concursos para jóvenes directores en los que darse a conocer
- Nuevas tecnologías que ofrecen formas de difusión a bajo coste e incluso gratuitas
- Sector del vídeo-clip no muy tenido en cuenta por las productoras locales
- Auge de las necesidades audiovisuales en empresas y particulares

Amenazas externas:

- Competencia con amplia experiencia en el sector
- Competencia con mayor cantidad de recursos
- Falta de conocimiento de la sociedad en cuanto a los costes y dificultad de creación de piezas audiovisuales, lo que dificulta manejar cifras altas y deja poco margen
- Alto intrusismo laboral en el sector

Objetivos

- Conseguir que las revistas y blogs musicales de la zona se hagan eco del lanzamiento del vídeo-clip
- Establecer amistad con bandas de la zona
- Conseguir visibilidad en los medios con este y otros proyectos
- Fomentar la interacción con posibles futuros clientes en las redes sociales
- Hacerme un hueco entre las empresas locales del sector
- Llegar a nuevos públicos de otros estilos musicales

Público objetivo

Puesto que los recursos son limitados, una empresa debe analizar a qué público objetivo quiere dirigirse. Si solo podemos llegar a 100 personas es mejor que nos dirijamos a aquellas 100 personas que creamos que pueden estar interesadas en consumir en nuestro producto, en vez de dirigirnos a 100 personas aleatorias. De esta manera aumentaremos las probabilidades de que nuestro producto sea consumido y obtengamos por tanto un mayor beneficio.

En este caso nos dirigimos a hombres y mujeres de entre 18 y 60 años, miembros de una banda musical, sea cual sea su estilo y con poder adquisitivo medio (ya que un vídeo-clip no es un producto de primera necesidad ni algo que todo el mundo puede o está dispuesto a pagar, debido a su elevado precio y a que no es algo que aporte un beneficio fácilmente cuantificable).


Estrategia y acciones

Este rango de edad, desde el más joven hasta el más mayor está familiarizado con las nuevas tecnologías es por ello que a través de redes sociales como Facebook y páginas en concreto dentro de esta plataforma es una buena opción para publicitar la labor que llevo a cabo. Cada cierto tiempo es necesario realizar publicaciones informativas con los trabajos que realizado y precios, además de los anteriormente realizados para que sirvan como muestra.

Este público también suele concentrarse en una serie de salas, pubs y locales en los que poder publicitarse mediante cartelería. Al igual que online, es necesario colgar información publicitaria en sus tabloneros sobre la productora.

A lo largo del año además suelen hacerse un buen número de conciertos, festivales y eventos a los cuales, en la medida de lo posible, patrocinar a cambio de publicidad en sus carteles y los locales en los que se celebren dichos eventos, para dar mayor visibilidad a la productora.

7. GESTIÓN DE DERECHOS DE AUTORÍA. REGISTRO

 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	SOLICITUD n.º: Fecha, hora y minuto de presentación / /h.min. (A rellenar por la Administración)
	REGISTRO CENTRAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL OFICINA PROVINCIAL DE _____

**SOLICITUD DE PRIMERA INSCRIPCIÓN
AUTOR/ES TITULAR/ES DE LOS DERECHOS
IMPRESO AUTORES 1 A-T**

SOLICITANTE (1) Ver instrucciones al dorso

NOMBRE Y APELLIDOS	CRISTIAN SEMPERE IBORRA		
NACIONALIDAD	ESPAÑOLA	DNI	20433139-Y
DIRECCIÓN: C/	CAMINO LA PLANA	N.º	12 BLQ ESC PISO 3 LETRA A
LOCALIDAD	CASTELLÓN	PROVINCIA	PAÍS
C.P.	12004	TFNO	MÓVIL 660604341 E-MAIL cristiansempere@hotmail.es

ACTÚA (marcar la casilla correspondiente):
 EN SU PROPIO NOMBRE Y COMO TITULAR DE LOS DERECHOS
 EN REPRESENTACIÓN DEL TITULAR/ES DE LOS DERECHOS (Se aportará poder de representación)

TÍTULO DE LA OBRA (2) (Deberá ser idéntico al que figura en el ejemplar aportado)

VIDEOCLIP DE LA CANCIÓN "CRAZY HEAD" DE LA BANDA PUGNATOR

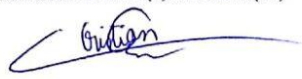
AUTOR/ES (3) Marcar la casilla que corresponda:

<input checked="" type="checkbox"/> ÚNICO AUTOR:			
NOMBRE Y APELLIDOS	CRISTIAN SEMPERE IBORRA		
NACIONALIDAD	ESPAÑOLA	DNI	20433139-Y
DIRECCIÓN: C/	CAMINO LA PLANA	N.º	12 BLQ ESC PISO 3 LETRA A
LOCALIDAD	CASTELLÓN	PROVINCIA	PAÍS
C.P.	12004	TFNO	MÓVIL 660604341 E-MAIL cristiansempere@hotmail.es

VARIOS AUTORES (Se deberá rellenar el Anexo al Impreso AUTORES 1, sin marcar ni rellenar los datos de ÚNICO AUTOR)

COMO SOLICITANTE, DECLARO QUE EL TITULAR DE LOS DERECHOS ES EL PROPIO AUTOR O AUTORES

En CASTELLÓN, a 26 de JUNIO de 2017.
FIRMA DEL SOLICITANTE(S) / TITULAR(ES)



Plazo de Resolución: El plazo máximo para resolver y efectuar la notificación correspondiente será de seis meses contados desde la fecha de entrada de la presente solicitud, según el art. 24.1 del Reglamento del Registro (R.D. 281/2003, de 7 de marzo. BOE del 28 de marzo). Transcurrido dicho plazo sin que se haya dictado resolución expresa, se entenderá estimada la solicitud de acuerdo con lo dispuesto en el art. 24 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

Protección de Datos de Carácter Personal: En cumplimiento del artículo 5.1 de la Ley orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, se le informa que los datos facilitados por usted van a ser introducidos en un fichero del que es Responsable la Subdirección General de Propiedad Intelectual del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (Plaza del Rey, s/n, Madrid) a donde usted podrá dirigirse a ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición con arreglo a lo previsto en dicha Ley. Asimismo se le informa que los datos facilitados por usted a través del presente formulario no van a ser cedidos a ningún otro organismo.

Autor: Cristian Sempere Iborra
Tutor: D. Vicente José Benet Ferrando

Preproducción, Producción y postproducción de un videoclip musical
Crazy Head - Pugnator



MINISTERIO
DE EDUCACIÓN, CULTURA
Y DEPORTE

SOLICITUD n°:

Fecha, hora y minuto de presentación

/ /h.min.

(A rellenar por la Administración)

REGISTRO CENTRAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
OFICINA PROVINCIAL DE _____

SOLICITUD DE PRIMERA INSCRIPCIÓN. ANEXO AL IMPRESO AUTORES 2
DECLARACIÓN DEL PRODUCTOR O PRODUCTORES
DE LA OBRA CINEMATográfica U OBRA AUDIOVISUAL

ANTES DE RELLENAR ESTE ANEXO, LEER LAS OBSERVACIONES Y NOTAS AL PIE

TÍTULO DE LA OBRA³: VIDEOCLIP DE LA CANCIÓN "CRAZY HEAD" DE LA BANDA PUGNATOR

NOMBRE Y APELLIDOS O DENOMINACIÓN SOCIAL DEL PRODUCTOR/ES: _____

CRISTIAN SEMPERE IBORRA

MARCAR SÓLO UNA DE LAS SIGUIENTES CASILLAS (Son autores de la obra audiovisual, exclusivamente: el director-realizador; los autores del argumento, la adaptación y los del guión o los diálogos; y los autores de las composiciones musicales, con o sin letra, creadas especialmente para la obra):

- Declaro que el/los productor/es es/son también el/los único/s autor/es de la obra.
- Declaro que el productor es uno de los autores de la obra. Se adjunta a la solicitud el correspondiente documento de cesión de derechos de cada uno de los demás autores al productor.
- Declaro que el productor no es autor de la obra. Se adjunta a la solicitud el correspondiente documento de cesión de derechos de cada uno de los autores al productor.

OBJETOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL QUE SE DESEAN PROTEGER Y DEL QUE SON AUTORES LAS PERSONAS QUE SE INDICAN A CONTINUACIÓN (Marque las casillas que correspondan e indique el nombre del autor. La asignación de autoría reflejada a continuación en el presente Anexo, deberá coincidir exactamente con los créditos que figuren en el ejemplar identificativo de la obra audiovisual):

- DIRECCIÓN AUTOR/ES: CRISTIAN SEMPERE IBORRA
- REALIZACIÓN AUTOR/ES: CRISTIAN SEMPERE IBORRA
- GUIÓN AUTOR/ES: CRISTIAN SEMPERE IBORRA
- ARGUMENTO AUTOR/ES: _____
- ADAPTACIÓN AUTOR/ES: _____
- DIÁLOGOS AUTOR/ES: _____
- COMPOSICIONES MUSICALES
(creadas especialmente para la obra) AUTOR/ES: _____
- Con letra AUTOR/ES: _____
- Sin letra

MARCAR UNA DE LAS SIGUIENTES CASILLAS:

- El ejemplar identificativo presentado contiene composiciones musicales preexistentes, no creadas especialmente para la obra, por lo que dichas composiciones se excluyen de la inscripción.
- El ejemplar identificativo presentado no contiene composiciones musicales preexistentes.

OBSERVACIONES: Este ANEXO es complementario del impreso AUTORES 2 OBRA CINEMATográfica U AUDIOVISUAL, y deberá presentarse conjuntamente con aquél y con el impreso AUTORES 1.

En CASTELLÓN a 26 de JUNIO de 2017
FIRMA DEL SOLICITANTE(S) / PRODUCTOR(ES)

³ Deberá coincidir exactamente con el título del ejemplar y con el indicado en los impresos AUTORES 1 y AUTORES 2.

Autor: Cristian Sempere Iborra
Tutor: D. Vicente José Benet Ferrando

Preproducción, Producción y postproducción de un videoclip musical
Crazy Head - Pugnator



MINISTERIO
DE EDUCACIÓN, CULTURA
Y DEPORTE

SOLICITUD n°:

Fecha, hora y minuto de presentación

/ /h.min.

(A rellenar por la Administración)

REGISTRO CENTRAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
OFICINA PROVINCIAL DE _____

**SOLICITUD DE PRIMERA INSCRIPCIÓN. IMPRESO AUTORES 2
OBRA CINEMATOGRÁFICA U OBRA AUDIOVISUAL**

ANTES DE RELLENAR ESTE IMPRESO, LEER LAS OBSERVACIONES Y NOTAS AL PIE

TÍTULO DE LA OBRA¹ VIDEOCLIP DE LA CANCIÓN "CRAZY HEAD" DE LA BANDA PUGNATOR

MINUTAJE _____ IDIOMA ORIGINAL (en su caso) INGLÉS

PRINCIPALES INTÉRPRETES (en su caso) LUIS HERRERA GUINOT, CARLOS MORENO VIVAS,
PEDRO FERRIS SORATER Y ARTURO NÚÑEZ TARRAGONA.

FECHA DE DIVULGACIÓN DE LA OBRA (en su caso) _____

N° DEPÓSITO LEGAL (en su caso) _____

SEUDÓNIMO²: _____

(A rellenar sólo en caso de que el autor deseara registrar los derechos sobre la obra bajo seudónimo.)

Sólo en el supuesto de haberse rellenado el campo seudónimo, marcar una de las dos siguientes casillas:

Sin anonimato

Con anonimato. En este caso, y si la obra ha sido divulgada, indíquese a continuación el nombre y apellidos o denominación de la persona física o jurídica, con acreditación de su identidad, a la que corresponda el ejercicio de los derechos de propiedad intelectual: _____

SE ACOMPAÑARÁ A LA SOLICITUD:

- Una descripción por escrito de la obra, en soporte papel, debidamente encuadernada, con las páginas numeradas, sin tachaduras ni correcciones, y haciendo constar título, autor/es y productor/es en la portada.

- Una grabación de la obra en un soporte cuyo contenido pueda ser examinado por el Registro (CD, DVD), haciendo constar título, autor/es y productor/es en el soporte.

OBSERVACIONES:

- Este impreso es complementario del impreso AUTORES 1, y se presentará conjuntamente con aquél.
- También deberá presentarse la declaración del productor/es (ANEXO al presente impreso).
- Deberán cumplimentarse todos los campos, salvo los no obligatorios. En caso contrario, conforme a lo dispuesto en el artículo 68 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, se requerirá al interesado para que subsane la falta en un plazo de diez días, con indicación de que, si así no lo hiciera, se le tendrá por desistido de su petición, previa resolución dictada al efecto.

En CASTELLÓN a 16 de JUNIO de 2017

FIRMA DEL SOLICITANTE(S) / TITULAR(ES)

¹ Deberá coincidir exactamente con el título del ejemplar y con el indicado en el ANEXO al presente impreso y en el impreso AUTORES 1.

² En caso de rellenar este campo, el seudónimo indicado deberá figurar igualmente en la portada del ejemplar. Si hay varios autores con seudónimo, deberá indicarse cuál es el seudónimo de cada uno de ellos.

Autor: Cristian Sempere Iborra
Tutor: D. Vicente José Benet Ferrando

8. RESULTADOS

Una vez terminado el vídeo-clip llegaba el momento de hacer un visionado analítico y autocrítico del producto final para saber si había cumplido con las expectativas iniciales si el resultado era el que se había concebido sobre el papel.

En mi humilde opinión el resultado final ha sido bastante satisfactorio. El videoclip consigue mantener el ritmo y potencia de la canción. Ciertos planos como los hechos a partir de la grúa o el travelling, le confieren además un toque más profesional pues son elementos con los que no suele contarse en producciones *amateur*, además de una cámara fotográfica y una óptica profesionales que agregan una gran calidad de imagen. El aspecto y calidad final bien podría asemejarse a otras producciones hechas para bandas medianamente conocidas que contratan sus vídeo-clips a productoras pequeñas o freelance, que aunque cuentan con experiencia no poseen los mismos recursos que productoras grandes.

Es obvio esta producción no puede compararse con otras realizadas por grandes productoras que cuentan con equipos profesionales, muchos recursos, amplia experiencia y un amplio equipo de personal. Es por ello que a la hora de analizar y valorar el resultado final y querer compararlo con otras producciones, es necesario tener en cuenta que ha sido la primera experiencia y sobre todo, que ha sido realizado por una sola persona, lo que ha hecho que tener que realizar tal cantidad de trabajo hiciese que el tiempo jugase en contra.

Por tanto teniendo en cuenta que ha sido realizado por una sola persona y ha sido el primero, estoy satisfecho con el resultado.

9. MEMORIA DE PRODUCCIÓN

El desarrollo de este proyecto ha costado muchas horas de dedicación, teniendo en cuenta que el volumen de trabajo y todos los roles han sido asumidos por una sola persona.

Comencé buscando la banda. Desarrollé un cartel y lo colgué en diferentes páginas de internet cada cierto tiempo. A la vez desarrollé otro con un formato de tiras. Tuve que contactar y desplazarme con los dueños de los locales de ensayo para poder entrar y colgar los carteles.

Poco a poco fui recibiendo correos electrónicos de diferentes bandas. Llegada la fecha límite, decidí entre tres y tras hablar con ellos tomé la elección.

Una vez elegida la banda comencé con la búsqueda de localizaciones. Visité distintos lugares, hablé con varias empresas y tras sopesar decidí realizarlo en el desguace.

Elegido banda y lugar solo quedaba conceptualizar cómo iba a ser el videoclip. Tras semanas de trabajo llegó el día de grabación. Una larga jornada desde la el alba hasta casi la puesta de sol. El rodaje consistía en poner la canción una y otra vez y grabar desde diferentes puntos de vista los planos que ya tenía pensado.

Una vez obtenidas las imágenes llegó el “trabajo de oficina”. Horas y horas frente al ordenador sincronizando sonido y montando imágenes. Posterior al montaje y para finalizar, se pasó a la corrección de color con “Da Vinci”.

Tras todos estos procesos obtuve el producto final que era el objetivo de mi proyecto.

10. CONCLUSIONES

Después de estos largos meses trabajando en mi proyecto he llegado a una serie de conclusiones:

- **La importancia de la planificación:** Es imprescindible acudir al rodaje teniendo muy claro qué y cómo se va a grabar porque los tiempos son muy limitados como para pensarlo en el último momento. No tener claro qué materiales necesitamos, conocer la meteorología o la iluminación, pueden invalidar todo un día de rodaje.
- **Hacer un videoclip no es tan sencillo como pueda parecer:** Dependerá también del estilo, pero los hay que llevan gran cantidad de planos y mucho movimiento, por lo cual no es fácil mantener el raccord y la sincronía musical en la fase de montaje.
- **Es importante conocer la teoría, pero es necesario practicar para dominarla:** Durante los 4 años de carrera adquirimos gran cantidad de conocimientos, pero no es hasta el momento de ponerlos en práctica cuando de verdad comprendemos, asimilamos y dominamos muchos de ellos.
- **Nunca se debe ser optimista con el tiempo:** Durante los rodajes el tiempo pasa muy rápido, hay muchas cosas que preparar y surgen imprevistos. Es necesario tener claro cuánto tiempo necesita cada acción.
- **La importancia de la seguridad de los datos:** Es necesario comprobar constantemente las tarjetas de memoria, así como hacer copias de seguridad para no perder todo el trabajo realizado.
- Finalmente, puedo concluir que el resultado final me ha satisfecho. Este proyecto ha sido una gran experiencia con la que he disfrutado y de la que he aprendido mucho.

10. CONCLUSIONS

After several months of researching and carrying out this project, a series of conclusions were made:

- **The importance of planning:** it is indispensable to come to the shooting knowing what and how is going to be recorded, since time is limited to making it at last moment. Furthermore, not knowing what materials do we need, ignoring the weather conditions or the light would invalidate a whole day of shooting.
- **The making of a video clip is not as easy as it may sound:** it also depends on the style, although some people have various plans and there are also further movements, it is difficult to maintain the raccord and musical synchronization during the shooting stage.
- **The relevance of knowing the theory, and its need to be put into practice:** during the four years of the degree, we obtain a wealth of knowledge. But it is during the last moment of implementing such knowledge when we really comprehend, internalize, and master it.
- **Never being optimistic about weather conditions:** during shootings time goes by very quickly; there are many things to be arranged, and contingencies may arise. Hence, it is essential to bear in mind how much time is needed for each action.
- **The importance of the security of the data:** it is crucial to constantly check memory cards, as well as to regularly back up in order to avoid losing the work done.

Finally, I can proudly claim that I am pleased with the outcome. This project has developed into great experience that I acquired, enjoyed and learnt a great deal from its processes.

BIBLIOGRAFÍA

ADELL, Joan-Elies(1998). La música en la era digital. La cultura de masas como simulacro. Lleida, Milenio

BANKS, Jack (1996): *Televisión monopolística: La misión de la MTV de controlar la música*. Boulder & Oxford.

BERTON, Linda (2007). Videoclip: Storia del video musicale dal primo film sonoro all'era di YouTube. Milán, Mondadori.

BJÖNBERG, Alf (2000) "Structural Relationships of music and Images in Music Video". Oxford University Press, p.346-378

BROC, David (2005). *El mundo del videoclip desde la perspectiva electrónica*. Barcelona, Alpha Decay, pp.197-218

CHION, Michel (1993): La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido. Barcelona, Paidós.

DURÁ, Raúl (1988). Los videoclips. Valencia: Servicio de publicaciones.

FERNÁNDEZ, Luiz (2008). *Los nuevos MTV de la era de internet* (En línea)

Disponible en:

http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2008/10/31/actualidad/1225445279_850215.html [Consultado 22 de Junio del 2017]

GONZALEZ, Allan. *Heavy Metal: estética, emociones y moral*. (En línea) Disponible en: <http://esteticacr.blogspot.com.es/2010/05/heavy-metal-estetica-emociones-y-moral.html>[Consultado 26 de Junio del 2017]

MUNDY, John (1999): *Pupolar music on screen: Frin Hollywood musical to music video*. Manchester & Nueva York, Manchester University Press.

PEVERINI, Paolo. (2002). "Il Videoclip: Un' analisi dei dispositivi enunciativi" en Trailer, spot, clip, siti, banner: La forma brevi della comunicazione audiovisiva. Roma. Meltemi.

PEREZ-YARZA, Marta (1996): *El vídeoclip e imágenes del descrédito*. Black Hole Sun, de Soundgarden. Valencia, Episteme

RUFÍAN, Teo (2014). *Una mirada a la historia del vídeo-clip* (En Línea) Disponible en: <https://www.hispasonic.com/reportajes/mirada-historia-videoclip-ii/39338> [Consultado el 22 de Junio del 2017]

SÁNCHEZ, Juan Antonio. (2009). *Historia, estética e iconografía del videoclip musical*. Málaga: Servicio de publicaciones de la universidad de Málaga.

Autor: Cristian Sempere Iborra

Tutor: D. Vicente José Benet Ferrando

SÁNCHEZ, Maximiliano. *Thrash metal: del sonido al contenido*. (En línea) Disponible en: http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2007/sanchez_m/sources/sanchez_m.pdf [Consultado el 26 de Junio del 2017]

SCHWICHTENBERG, Cathy (1992). Music video: The popular pleasure of Visual Music”, en LULL, James(ed.): Popular music and communication. Newbury park, Sage,

SELVA, David (2014). El videoclip: Comunicación comercial en la industria musical. Sevilla: Ediciones Alfar.

VERNALIS, Carol (2004) *El vídeo musical en YouTube: Nuevas estéticas y transformaciones genéricas*. Columbia university press. P.233-259

VIÑUELA, Eduardo (2002-2003): “El videoclip como producto de la interacción con otros géneros y medios audiovisuales y lingüísticos”, en Archivum. Revista de la facultad de filología, n. 52-53, pp.539-550.

WEIBEL, P: “Vídeos musicales: Del vaudeville al videoville”. Teos, nº11, Septiembre-Noviembre 1987, p.42

WIKIPEDIA, “*Moda Heavy metal*” (En línea) Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Moda_heavy_metal [Consultado el 26 de Junio del 2017]

WIKIPEDIA “*Heavy Metal*” (En línea) Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Heavy_metal [Consultado el 26 de Junio del 2017]

ANEXO

APODERADA:
PAQUI FOREA GIMENO 18998502 L

MODELO DE SOLICITUD DE CESIÓN PUNTUAL DE BIENES INMUEBLES

D/D^a., CRISTIAN SEMPERE IBORRA con D.N.I.
20482139-Y y Domicilio en C/CAMINO LA PLANA N°12

Teléfono de contacto

660604341

Correo electrónico

al285648@uji.es

SOLICITA

Que le sea/n cedido/s temporalmente los siguientes bienes inmuebles:

DESGUACE AUTO-DES S.L

propiedad de VÍCTOR USÓ MAIQUES con D.N.I.
18904940K con domicilio en

CARRETERA BURRIANA-NULES 12530 BURRIANA (CASTELLÓN)


Fecha: Del 21 / 5 /2017 al / /20 con motivo de

GRABACION DE UN VIDEOCLIP PARA LA BANDA "PUGNATOR"

aceptando el cumplimiento de las condiciones generales de la cesión en el caso de que sea atendida su petición.

En Castellón, a 21 de MAYO de 2017


AUTO-DES, S.L.U.
DESGUACE
964514809


Fdo. Por ambas partes

CONDICIONES GENERALES

1. El bien inmueble será cedido única y exclusivamente para el uso que consta en esta solicitud.
2. El bien antedicho deberá devolverse en las mismas condiciones en las que fue cedido.
3. El bien inmueble será devuelto el mismo día de la fecha acordada.
4. El cesionario se responsabiliza de los daños que sufra la propiedad, de los daños que ocasionen a terceros, debido a un mal uso de la propiedad y de su contenido. Será responsabilidad del cesionario, vigilar por el uso adecuado de la propiedad.
5. El cesionario, debe de vigilar que todas las personas que disfruten de la cesión, hagan uso adecuado del contenido y continente que se solicita.
6. El cesionario se responsabiliza de cualquier accidente que sufra el bien cedido, por un uso no adecuado del contenido y continente cedido.
7. El cesionario, debe de cumplir las normas de seguridad que existan en el centro, debiendo de informar de cualquier anomalía detectada, al Cedente o propietario.
8. No se recibe por parte del Cesionario, contraprestación alguna por la cesión del uso de la finca.
9. En caso de sanción administrativa por incumplimiento de normativas locales, autonómicas, nacionales o comunitarias durante el uso, serán responsables del cumplimiento de la sanción o condiciones impuestas por la Administración Pública.

DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En CASTELLÓN, a 21 de MAYO de 2017.

Don / doña. ARTURO NUÑEZ TARRAZONA
mayor de edad, titular del DNI. : 73391001-W por este documento autorizo expresamente a CRISTIAN SEMPERE IBORRA, 20483139Y el uso, la difusión y la explotación sobre las imágenes y declaraciones grabadas en el día de la fecha, o parte de las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilidades o aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma.  Fdo. _____	Firma de producción:  Fdo. _____
---	--

DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En CASTELLÓN, a 21 de MAYO de 2017.

Don / doña. Pedro Ferris Salater
mayor de edad, titular del DNI. : _____ por este documento autorizo expresamente a CRISTIAN SEMPERE IBORRA 20483194-Y el uso, la difusión y la explotación sobre las imágenes y declaraciones grabadas en el día de la fecha, o parte de las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizaciones o aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma.  Fdo. _____	Firma de producción:  Fdo. _____
---	--

DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En CASTELLÓN, a 21 de MAYO de 2017.

Don / doña. Carlos Moreno Umas
mayor de edad, titular del DNI. : 53226344-C por este
documento autorizo expresamente a CRISTIAN SEMPERE IBORRA, 20483139-Y
el uso, la difusión y la explotación sobre las imágenes y declaraciones grabadas en
el día de la fecha, o parte de las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en
la actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y
por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizaciones o aplicaciones
que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos en la Ley
Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad
Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma.  Fdo. _____	Firma de producción:  Fdo. _____
---	--

DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En CASTELLÓN, a 21 de MAYO de 2017.

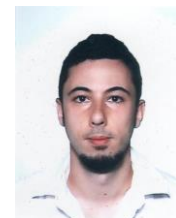
Don / doña. LUIS Herrera Guimot
mayor de edad, titular del DNI. : 19956877 R por este
documento autorizo expresamente a CRISTIAN SEMPERE IBORRA, 20483139-Y
el uso, la difusión y la explotación sobre las imágenes y declaraciones grabadas en
el día de la fecha, o parte de las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en
la actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y
por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizaciones o aplicaciones
que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos en la Ley
Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad
Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma.  Fdo. <u>Luis Herrera</u>	Firma de producción:  Fdo. _____
---	--

Cristian Sempere Iborra



Tlf: 660604341
Correo Electrónico: cristiansempere@hotmail.es
29/04/1986
DNI:20483139Y
Castellón

Formación académica

1. (2013) Grado en Comunicación Audiovisual – Actualmente , Universidad Jaime I
2. (2010) Grado Superior en Desarrollo de Aplicaciones Informáticas, I.E.S Miralcamp.
3. (2007) Grado Medio en Explotación de Sistemas Informáticos, I.E.S el Caminàs.

Formación extra académica

- (Septiembre 2015 - Actualmente) Curso de doblaje y locución 135/h, Escuela Fernando Acaso
4. (2003) Curso de Primeros Auxilios, Centro de Formación de la Cruz Roja ,40 horas

Experiencia laboral

5. (Julio 2016 – Septiembre 2016) Mercadona Benicasim, **Cajero y Reponedor**
6. (Julio 2014 – Diciembre 2014) BEEP Benicasim, **Técnico informático y Comercial de tienda.**
7. (Septiembre 2013 – Marzo 2014) Decathlon España, **Vendedor deportivo**
8. (Junio 2012 - Enero 2013) Telyco S.A.U [Movistar], **Comercial de tienda.**
9. (Junio 2011 – Febrero 2012) Brogaphone S.L, [Vodafone], **Comercial de tienda.**
10. (Febrero - Mayo,2011) Albaidar S.L, **Responsable Mantenimiento Informático de la empresa.**
11. (Junio,2006 – Enero,2011) BEEP Castellón, **Técnico informático y Comercial de tienda.**
12. (Junio,2005 – Septiembre,2005) Aquarama Benicasim, **Técnico Mantenimiento.**
13. (Agosto 2003) Farmacia M^a Luz Guimera, **Ayudante de farmacia.**

Idiomas

14. (Ingles) Nivel bajo en escritura y expresión oral.
15. (Valenciano) Nivel medio en escritura y expresión, alto en comprensión oral.

Informática

16. (Microsoft Office: Word, Excel...) Nivel alto.
17. S.O Microsoft Windows: Nivel alto.
18. Programación JAVA: Nivel Bajo-Medio.
19. Conocimientos de Técnico Informático: Nivel alto.

Aficiones

- Actividades deportivas tales como atletismo, snowboard, trekking...
- Gran afición por la música y aprendizaje de varios instrumentos musicales de manera autodidacta.

Datos de interés

- Carnet de conducir tipo B con habilitación BTP. Vehículo propio.