

## Treball de Fi de Grau

Títol

**PROCESO DE PRODUCCIÓN DE UN VIDEO MUSICAL  
PARA UN ARTISTA INDEPENDIENTE**

Autoria

**Daniel Martínez Atero**

Professorat tutor

**Laia Sánchez**

Grau

Comunicació Audiovisual

Tipus de TFG

Projecte

Data

**12/06/2020**

# Facultat de Ciències de la Comunicació

## Full resum del TFG

### Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	PROCÉS DE PRODUCCIÓ D'UN VIDEO MUSICAL PER A UN ARTISTA INDEPENDENT
Castellà:	PROCESO DE PRODUCCIÓN DE UN VIDEO MUSICAL PARA UN ARTISTA INDEPENDIENTE
Anglès:	PRODUCTION PROCESS OF A MUSIC VIDEO FOR AN INDEPENDENT ARTIST
Autoria:	Daniel Martínez Atero
Professorat tutor:	Laia Sánchez
Curs:	4t
Grau:	Comunicació Audiovisual

### Paraules clau (mínim 3)

Català:	videoclip, producció, preproducció, postproducció, artista independent
Castellà:	videoclip, video musical, producción, preproducción, postproducción, independiente
Anglès:	music video, production, independent artist

### Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	En aquest projecte trobareme reflectides totes les fases de la producció d'un vídeo musical. Des de la definició dels referents principals i la primera idea fins a la postproducció del producte i la seva promoció per xarxes socials. Es desenvolupen tots els documents de preproducció necessaris i també la planificació pel rodatge.
Castellà:	En este proyecto encontraremos reflejadas todas las fases de producción de un video musical. Desde la definición de los referentes principales y la primera idea hasta la postproducción del producto y su promoción a través de redes sociales. Se desarrollan todos los documentos de preproducción necesarios y también la planificación del rodaje.
Anglès:	This project elaborates all the production phases needed for a music video to be accomplished. From the main references and the first idea to the edit and promotion process. All the needed pre-production documents are developed, as well as the filming plan and schedule.

# ÍNDICE

<b>1. Introducción</b>	2
1.1. Contexto	2
1.2. Antecedentes	4
1.3. Objetivos	6
<b>2. Presentación formal del proyecto</b>	8
2.1. Conceptualización de la idea	8
2.2 .Referentes y aspiraciones estéticas	8
<b>3. Preproducción</b>	11
3.1. Moodboard	11
3.2. Estructura de la canción	12
3.3. Tratamiento	13
3.4. Guión Literario	15
3.5. Guión Técnico	24
3.6. Storyboard	33
3.7. Equipo Humano	41
3.8. Localizaciones	43
3.9. Material	49
3.10. Figurantes	53
3.11. Arte, props, atrezzo	54
3.12. Vestuario	56
<b>4. Plan de rodaje</b>	58
<b>5. Postproducción</b>	63
<b>6. Promoción</b>	68
<b>7. Presupuesto</b>	71
<b>8. Conclusiones finales</b>	80
<b>9. Listado de referencias</b>	82
<b>10. Anexos</b>	84

## **1. Introducción**

### **1.1. Contexto**

Tal y como sugiere Henry Jenkins en *Convergence Culture* refiriéndose al espectador (“*No longer a couch potato (if he ever was), he determines what, when, and how he watches media*”, Jenkins, 2006, Pág. 64), el paradigma del consumo de entretenimiento está renovándose desde hace años y el espectador tiene mucha más capacidad de decisión sobre el contenido que consume de la que tenía antes. Los medios de comunicación clásicos se fueron dando cuenta de que cuanta más información de la audiencia tuvieran mayor y más específica podría ser la mercantilización de sus productos. Entonces aparecieron los primeros productos interactivos, como ‘American Idol’ (ejemplo que analiza Jenkins) y revolucionaron la industria televisiva. Más tarde, la popularización de internet y aparición de las redes sociales abrió un nuevo espectro de interactividad y desde entonces todas las industrias culturales han evolucionado. La industria de la música ya no se focaliza en la venta de álbumes en formato físico, ahora todo gira alrededor de la red.

Desde 1981 los videoclips tenían protagonismo solamente en televisión. MTV fue el primer canal dedicado a la visualización de este tipo de contenido. “El objetivo del canal era programar videos musicales las veinte y cuatro horas del día, los siete días a la semana” (Londoño Proaño, 2017, pág. 786). En 2005 apareció Youtube, una página web que permite la distribución inmediata vídeos en la red. “Durante estos años, YouTube se ha constituido en el más grande contenedor de videos y es el más utilizado” (Londoño Proaño, 2017, pág. 787). Desde entonces, el formato videoclip tiene el protagonismo en esta plataforma y es mucho más accesible para los consumidores. YouTube permite, además, fidelizar al público y obtener una gran retroalimentación.

Hasta finales del siglo pasado la industria musical controlaba el consumo de sus productos de forma muy eficaz. Hacía décadas que la música se vendía en formato físico a escala masiva y cada individuo tenía que comprar su copia, primero con los discos de vinilo y más tarde con los discos compactos. Esto empezó a cambiar con la popularización de las computadoras personales, ya que empezaban a tener lectores de CD que permitían leer y grabar este tipo de soportes. La piratería aumentó desmesuradamente con la llegada del formato mp3 y la implantación de estas tecnologías. “Mientras las compañías de informática y tecnología vieron las bondades de innovar sus computadores, las *majors* no comprendieron a tiempo los cambios del modelo de consumo de sus clientes” (Arango Archila, 2016, pág. 39).

“En octubre del 2001 fue inventado el iPod por la empresa de computadores Apple, compañía que en enero del mismo año había creado iTunes, plataforma de música online legal y exitosa en el mercado” (Arango Archila, 2016, pág. 41). Este dispositivo portátil permitía escuchar música legal comprada a través del computador y almacenada de forma sencilla y accesible. “Ahora bien, el iPod fue reemplazándose a medida que los celulares permitieron introducir música en sus sistemas operativos” (Arango Archila, 2016, pág. 41). Además los usuarios no compraban mucha música online porque la piratería era demasiado fácil. Las *majors* seguían teniendo un control escaso sobre el consumo de los usuarios.

“En 2006 nació Deezer, una plataforma de *streaming* o música en la nube que permitía a los usuarios acceder a un catálogo de miles de canciones, a través del celular o del computador, mediante un plan gratuito con publicidad o un servicio premium sin propaganda con un costo de 7 a 15 dólares mensuales, según el país” (Arango Archila, 2016, pág. 42). Más tarde se desarrollaron otras aplicaciones parecidas como Spotify o Apple Music. Estas tienen acuerdos con las empresas discográficas y han propiciado un nuevo modelo de consumo. Hoy en día, la mayoría de los usuarios consumen música digital de este modo y pagan una cuota fija a cambio música sin límites. Además, la distribución de la música independiente se ha vuelto muy sencilla, ya que cualquier artista puede solicitar a una distribuidora online que publique su trabajo en las plataformas *streaming*.

Actualmente, el papel de los artistas se resume a la presencia en la red y en los servicios de streaming en gran parte. “Contamos con innumerables herramientas de promoción, gratuitas o de bajo costo: webs, redes sociales, muestras de audio y video...” (Fer Isella, 2015, pág. 42) y estas representan el mayor canal de visibilización de los artistas contemporáneos. La venta y producción de soportes físicos es muy minoritaria, casi inexistente teniendo en cuenta el volumen de variedad musical disponible. Dentro de este contexto, la imagen y coherencia del artista en las redes sociales y en las plataformas de consumo es fundamental si se quiere conseguir un reclamo de atención duradero de cara al público.

De hecho, la mayoría de nuevos artistas se construyen a través de internet. La viralidad en las redes es lo que proporciona visibilidad a un artista antes que el plan de marketing de una discográfica. El espíritu artístico ya no es el de esperar “las oportunidades que “nos dan” o el de la esperanza por “ser descubiertos” (aquella antigua idea de que venga alguien y “nos firme”)” (Fer Isella, 2015, pág. 46). Si eres artista y quieres ser escuchado lo primero que debes hacer es publicar tu contenido en la red. “Hoy la música nos invita, más que nunca, a involucrarnos y hacernos responsables de nuestra carrera” (Fer Isella, 2015, pág. 46). Este fenómeno ha permitido que los artistas y la audiencia tengan una sensación de gran cercanía. Todo el mundo está igual de expuesto en las redes y todos tenemos acceso a la gran oferta de contenidos.

Por eso "en nuestra generación tenemos más apertura mental con lo relacionado con la música y libertad de estilos" dijo La Zowi en una entrevista para Playz de RTVE. En internet hay una variedad tan amplia de contenidos que incluso cuesta discernir entre géneros musicales.

## 1.2. Antecedentes

Hasta la fecha, la mayoría de los grandes artistas han tenido que firmar contratos con empresas discográficas para potenciar sus carreras. Las discográficas pueden llegar a tener una gran repercusión en el desarrollo comercial del artista.

Tienen la red de contactos, la influencia y la capacidad económica que el artista generalmente no posee. El proceso seguido va “desde la composición de la obra musical, pasando por su edición y grabación en un soporte material, su reproducción en múltiples copias y su distribución, luego su difusión y promoción a través de distintos medios de comunicación, hasta llegar a su comercialización y consumo final” (C.Calvi, 2006, pág 13). Esto quiere decir que no solo están presentes sólo durante el proceso creativo y la distribución, sino que también suelen participar del management (gestión de eventos, entrevistas, giras y todo lo que involucre la participación del artista). Su papel se resume a dar apoyo en general a la carrera de sus artistas.

“El artista recibe a cambio (de su exclusividad con la compañía) dos tipos de compensaciones contractuales: una en concepto de avance por futuras regalías (*royalties*), y posteriormente las remuneraciones generadas por cada disco vendido, aunque en realidad el artista comienza a percibir estas últimas cuando las ventas del disco han logrado cubrir sus costes de producción” (C.Calvi, 2006, pág 14). La discográfica cobrará un porcentaje concreto de todos los ingresos que genere dicho producto. Algunos artistas han sufrido cláusulas demasiado estrictas o contratos demasiado abusivos. El artista, por lo general, quiere tener el máximo control que pueda sobre su obra y todo lo que esta implica. Entonces, la negociación de los contratos suele tratar de un “tira y afloja” en los derechos y obligaciones que asume cada parte y el acuerdo de los porcentajes.

“Debido a que el lanzamiento de material discográfico al mercado a través de Internet ya no exige grandes inversiones en manufactura, *packaging* ni gigantescas infraestructuras de distribución y logística, las barreras a la entrada de la industria se ven brutalmente reducidas. De esa forma, cualquier persona podría montar su propio sello discográfico y empezar a lanzar música al mercado.

Hoy una enorme cantidad de artistas estarían en condiciones de hacer llegar su material a los consumidores, sin tener a las compañías discográficas como filtros o porteros de la industria. Esto podría llegar a disminuir seriamente el poder de negociación de las discográficas, puesto que su importancia en la cadena de valor

pareciera haber sido minimizada por las estas innovaciones tecnológicas, inclinando el campo de juego en favor de los artistas” (Palmeiro, 2004, pág 29).

Los softwares nivel usuario y los nuevos modelos de consumo en la red han permitido que crear y compartir música con el resto del mundo sea mucho más sencillo que antes. “Internet puede resultar en una eficaz herramienta para captar la atención de los consumidores, a pesar de la sobrecarga de información que al mismo tiempo ella genera” (Palmeiro, 2004, pág 30). Por ello muchos artistas prefieren apostar por esta estrategia y tener el control absoluto sobre toda su obra. De esta manera puede que no tengan un crecimiento tan rápido, pero si invierten poco a poco en sí mismos y son persistentes quizá algún día puedan llegar a ganar más dinero que con una discográfica y/o mantener mayor independencia creativa.

### 1.3. Objetivos

Mi objetivo principal con este trabajo es reforzar la imagen comercial de un artista independiente que quiere lanzar su propio sello y profesionalizarse de cara al público. Este artista lleva muchos años aprendiendo música y colgando canciones por pasión propia, sin un objetivo claro y mezclando esta especie de hobby con sus estudios y desarrollo profesional paralelo. Sin embargo, ha llegado un momento en que se plantea qué es lo que debe hacer exactamente para vivir de lo que le apasiona en un futuro.

Poco a poco va dando pasos y quiere que su presencia, sobretodo en Youtube y plataformas de streaming, se vea mucho más trabajada. Esto podrá ir acompañado de subproductos enfocados al marketing de sus canciones, como sesiones de fotografía, vídeos promocionales, etc.

Mi papel dentro de todo esto es el diseño y dirección de un videoclip profesional que陪伴 la última canción que ha compuesto, pensada para marcar un antes y un después en el desarrollo de su carrera artística, y el diseño también de un plan de promoción en las redes previo al lanzamiento del mismo.

El objetivo secundario pero no menos importante es comprender y trabajar el concepto de la canción junto con el artista y enriquecer mi experiencia como director.

De este modo, mi anhelo personal es contribuir y potenciar el trabajo del artista y que eso también me ayude a crecer en profesionalmente. Mi intención es dar un salto de calidad en cuanto al trabajo de dirección y diseño del producto. Hasta ahora he trabajado en algunos videos musicales por mi cuenta, pero siempre de forma individual. Este trabajo supone un reto de superación, ya que pretendo gestionar un equipo humano y material mucho más complejo, con la intención de dar forma a un proyecto más trabajado y profesional, en el que se deleguen las tareas en roles haciendo posible que cada aspecto de la pieza de vídeo y de la promoción previa sea trabajado con mucha más dedicación.

## **2. Presentación formal del proyecto**

### **2.1. Conceptualización de la idea**

La idea en torno a la que gira la idea del videoclip ha sido extraída del concepto de la canción. En esta, el artista expresa que ha estado trabajando durante un largo tiempo en lo que es su pasión, la música, y ha tenido la suerte de encontrarse con mucha gente por el camino que le ha servido de inspiración y motivación. Poco a poco, su trabajo empieza a dar resultados y tiene muy buenas expectativas de cara al futuro. Por ello, es momento de parar un instante para celebrar el progreso hasta conseguido hasta la fecha y que esto sirva de motivación para seguir adelante con más empeño si cabe. Esta canción, por tanto, ahonda en la reflexión de que el artista se encuentra en un punto de inflexión en su carrera artística y personal, por eso dicho trabajo merece ser acompañado de un trabajo visual que esté a la altura y que refuerce el concepto y la visibilidad del proyecto.

El videoclip se realizará en dos espacios que servirán de contraste metafórico entre el mundo interior y personal del artista (jardín) y todo el resto de su contexto social, humano y profesional (casa). También se quieren incluir varios elementos simbólicos que representarán el punto de inflexión del que hemos hablado y el progreso profesional. Por otro lado, los factores de positividad, alegría y celebración quedarán muy presentes y explicitados a lo largo de la canción y sobretodo en los dos estribillos que incluye. Estos elementos son los que se quieren evidenciar más, ya que son protagonistas y vehiculares en la filosofía y el proceso creativo del artista. La narrativa del clip seguirá el hilo una jornada de celebración con amigos, desde la mañana hasta el atardecer.

### **2.2. Referentes y aspiraciones estéticas**

Nuestros referentes para este trabajo son varios. Junto con el artista los hemos acordado en función de nuestro gusto personal y de nuestro humilde criterio técnico.

A continuación expondré los más relevantes en cuanto a realización técnica, coherencia estética y similitud con las localizaciones y sets que queremos conseguir.

Tabla 1  
*Principales videoclips de referencia*

<b>Artista</b>	<b>Tema</b>	<b>Videoclip</b>
<b>21 Savage</b>	<b>a lot ft. J. Cole</b>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=DmWWqogr_r8">https://www.youtube.com/watch? v=DmWWqogr_r8</a>
<b>Russ</b>	<b>AIN'T GOIN BACK</b>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=9R3mb9tWWE">https://www.youtube.com/watch? v=9R3mb9tWWE</a>
<b>Natos</b>	<b>Flawless</b>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=dc3KETiybOI">https://www.youtube.com/watch?v=dc3KETiybOI</a>
<b>Austin Mahone</b>	<b>Say Somethin'</b>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=tFgRczz0pjY">https://www.youtube.com/watch?v=tFgRczz0pjY</a>

Las imágenes de los videoclips se pueden consultar en el Anexo 1, pág. 84.

El primer ejemplo es, seguramente, nuestra mejor referencia en cuanto los aspectos técnicos y la dirección de fotografía. También destaca por el diseño de vestuario y de arte. Me atrevería a decir que es el vídeo más complejo de todos en los que nos hemos fijado. La dirección y el montaje son admirables, se nota que hay un gran trabajo detrás y también un alto presupuesto. Las imágenes de la mesa presidida por el artista y todos sus acompañantes a los lados son una inspiración muy clara de las tomas que nos gustaría conseguir para el primer estribillo de la canción.

El segundo ejemplo también destaca a nivel técnico pero la fotografía está un nivel por debajo. Igualmente, nos inspira mucho la estética, el arte y el vestuario. En cuanto a la escena de la mesa, coincide con el concepto del ejemplo anterior y además añade dinamismo y emoción por parte de los asistentes. Esta pieza se entiende de forma más evidente como una celebración, ya que estos están eufóricos. En ese sentido se parece más a nuestra idea que la del rapero de Atlanta (21 Savage).

El videoclip de Natos destaca sobretodo por la localización. La casa tiene un aspecto señorial parecido al que nos gustaría conseguir y un vestuario que también encaja a la perfección con nuestra idea. También en este caso aparece una escena con una mesa, pero aquí el artista está solo. De esta pieza nos quedamos con la manera en que le sacan partido a la casa. Se muestran sus diferentes espacios y tiene un papel protagonista. En nuestro caso, también queremos que la localización interior tenga esta fuerza y otorgue personalidad al espacio que el artista dedica a sus acompañantes. También nos sirven como inspiración los movimientos de cámara y la simetría de muchas de las composiciones visuales.

El videoclip de Austin Mahone nos sirve a partir del minuto 02:10 para fijarnos en el in crescendo visual que acompaña a la música previamente al estribillo. Se muestra el mismo espacio y los figurantes que formarán parte del estribillo pero con una actitud más calmada. A continuación, cuando la canción rompe el ritmo sube y todos lo celebran con mucho entusiasmo. Ese efecto es el que nos gustaría conseguir antes y durante el segundo estribillo.

### **3. Preproducción**

Después de poner en contexto el producto y de conceptualizar la idea y la visión que queremos plasmar, es necesario elaborar una serie de documentos que pongan sobre el papel lo que hasta el momento han sido solamente ideas. Este trabajo previo a la realización del videoclip es el más importante de todo el proceso, ya que cuanto más elaborado esté más acertado será el resultado final. Aunque como directores pensemos que tenemos una visión muy clara de lo que queremos, planificar y prever nuestro trabajo nos va a permitir tener mucho más control sobre él. Cuanto más tiempo le dediquemos a la preproducción, más nos aseguramos de que el producto sea fiel a nuestra idea. Además, durante este proceso surgirán también alternativas o posibles problemas. Conocer estas con anterioridad nos permitirá tomar las decisiones más sensatas con el objetivo de que el resultado sea óptimo. Para ello, elaboraremos los siguientes documentos.

#### **3.1. Moodboard**

Como primera exemplificación visual del proyecto se realizará un *moodboard*. Esta herramienta funciona como inspiración gráfica y muestra a grandes rasgos la estética y el estilo que se quieren conseguir en el producto. Es un primer *collage* de ideas desperdigadas, así que no se debe tomar al pie de la letra. Simplemente tiene el objetivo de establecer un primer acercamiento entre los miembros del equipo y el imaginario con el que se quiere trabajar. En mi caso, al realizar este documento desde la perspectiva de director, me sirve para poner en claro todas las ideas que tengo en mente y como punto de partida para empezar a desarrollarlas.

(Incluido en el Anexo 2, pág. 86 por contener imágenes con derechos de autor)

### 3.2. Estructura de la canción

La siguiente tabla especifica los bloques en los que se estructura la canción “Bubby Bee - Lauty Beliera” y el tiempo que dura cada uno de ellos. Esta división proviene del esquema seguido por el artista a la hora de componer la letra y de producir la música. Utilizaré esta misma división para organizar la narración visual, pues la historia no sigue el esquema narrativo clásico pero va a mostrar cierta progresión a medida que avanza la canción. Esta información será útil para estructurar los documentos que se presentan a continuación y para calcular los tiempos de nuestro guion técnico.

Tabla 2  
*Estructura de “Bubby Bee - Lauty Beliera”*

INTRO	VERSO 1	ESTRIBILLO 1	VERSO 2	PRE HOOK	ESTRIBILLO 2	OUTRO
<b>60”</b>	<b>60”</b>	<b>35”</b>	<b>31”</b>	<b>30”</b>	<b>36”</b>	<b>25”</b>
00:01 - 01:01	01:01 - 02:01	02:01 - 02:36	02:36 - 03:07	03:07 - 03:37	03:37 - 04:13	04:13 - 04:38

### 3.3. Tratamiento

A continuación, desarrollaremos un documento corto previo al guion literario que desvelará la historia completa de nuestro videoclip y presentará su estructura (que se corresponde con la de la canción). Nos presentará los espacios, personajes y acciones principales sin ahondar demasiado. Es posible que nos revele algunos detalles cruciales por su importancia simbólica pero no va a describir de forma exhaustiva todo lo que vamos a ver. Servirá como resumen de la narración y como herramienta para desarrollar el guion a posteriori.

#### **INTRO**

Imágenes de un jardín. Imágenes intercaladas de unas manos tocando piano (interior) con manos poniendo tierra en un tiesto (exterior). También con imágenes de Lauty (con pelo largo y ropa informal) en el jardín en estado contemplativo. Imágenes en paralelo mientras Lauty se prepara para cortarse el pelo (interior).

#### **VERSO 1**

Lauty (con pelo largo y ropa informal) en el jardín mientras canta. Paralelamente le empiezan a rasurar el cabello. Mientras tanto canta sin mover la cabeza. Cuando acaba de cortarse el pelo y le quitan la bata y va vestido mucho más formal (con traje, camisa, etc.).

#### **ESTRIBILLO 1**

Lauty preside una mesa en la que hay gente sentada comiendo y celebrando con él.

El comedor parece de casa señorial o de restaurante lujoso. Los asistentes están muy eufóricos y celebran mientras Lauty canta.

#### **VERSO 2**

Lauty está sentado en el sofá de otra estancia interior mientras toma unas copas con algunos de sus amigos y canta. Este set es más íntimo y relajado. Se intercalan imágenes de Lauty cantando en el jardín de flores con la ropa informal de antes. La diferencia es que ahora lleva el pelo corto.

#### **PRE HOOK**

Lauty se levanta y empieza a cantar de pie en otra parte de la habitación. Mauro empieza a bailar. Se va acercando cada vez más gente a corearle y el ambiente crece exponencialmente. Siguen apareciendo imágenes de él en el jardín.

#### **ESTRIBILLO 2**

Mucha gente festejando en la habitación. Lauty canta y todos celebran junto a él. Dos trompetistas tocan y Mauro baila. Lauty aparece con un "trofeo" simbólico; el tiesto con tierra de la intro en el que ha crecido una pequeña plantita.

#### **OUTRO**

Una escoba barre pelo del suelo y lo tira a la basura ayudándose del recogedor. Imágenes de flores en un jardín como las de la intro.

### 3.4. Guion Literario

Una vez completado el tratamiento se realizará un guion literario que describa detalladamente lo que se verá en el videoclip. Además de estructurarse en los bloques que forman la canción, también se dividirá en escenas que sirven como unidades de acción y/o espacio. Se describirán también los personajes y la focalización desde la que se percibirá la narración. Esta descripción irá acompañada de la letra de la canción o la instrumental que acompañe en cada momento a la imagen.

#### INTRO

##### **EXT. JARDIN - DÍA / ESC. 1**

Diferentes puntos de vista de los arbustos y flores de un jardín de aspecto burgués acompañan a los créditos del videoclip. Descubrimos el espacio de menos a más, empezando con detalles florales y acabando con una perspectiva amplia.

(PIANO)

##### **INT. ESTUDIO - DÍA / ESC. 2**

Manos tocando las teclas de un piano desde la perspectiva subjetiva del propio pianista. Solamente se puede observar el instrumento musical siendo manipulado. No hay información sobre el espacio, aunque la iluminación atenuada denota que se trata de un interior.

(PIANO)

##### **EXT. JARDIN - DÍA / ESC. 3**

Manos rellenan un tiesto vacío con tierra desde el mismo punto de vista y encuadre que en la escena anterior.

El tiesto está apoyado en el suelo de piedras del jardín de la intro y la tierra es traída por las manos desde fuera de plano. Finalmente, las manos ponen una pequeña semilla encima.

(PIANO)

**INT. CASA - DÍA / ESC. 4**

LAUTY entra desde el lado derecho del encuadre con ropa informal de trabajo. Hay una silla de aspecto lujoso en el centro y un hombre (BARBERO) que sostiene una bata de barbero en el lado izquierdo de la composición. Lauty se sienta, se toca el pelo mirando a cámara (como si esta fuera un espejo) y el barbero le pone la bata y lo prepara para el corte.

(PIANO)

**EXT. JARDIN - DÍA / ESC. 5**

Lauty pasea por el mismo jardín que hemos visto hasta ahora y lleva pelo largo y ropa informal (como en la escena anterior). Está solo, no mira a cámara. Desde una focalización externa se percibe que está prestando atención a las flores que habitan el jardín. Las observa cuidadosamente y mantiene una actitud contemplativa.

(PIANO)

**VERSO 1**

**EXT. JARDIN - DÍA / ESC. 6**

Lauty sigue en el jardín con el mismo vestuario pero ya no está pendiente de las flores. Ahora tiene una actitud más atenta y activa. Se mueve al ritmo de la música y empieza a cantar mirando a cámara.

**LAUTY**

*Mi camino adornado de flores preciosas*

**INT. CASA - DÍA / ESC. 4**

El barbero le empieza a cortar el cabello a Lauty en el mismo escenario de antes mientras este canta a la cámara sin moverse lo más mínimo. Lauty destaca por la expresividad de sus gestos faciales.

**LAUTY**

*Pillaba lo bueno entre todas las cosas*

**EXT. JARDIN - DÍA / ESC. 6**

Lauty sigue cantando en el jardín al ritmo de la música y mirando a cámara. Mantiene el pelo largo y la vestimenta de trabajo.

**LAUTY**

*BubbyBee, la polinización*

**INT. CASA - DÍA / ESC. 4**

Lauty cantando mientras le cortan el pelo. Mantiene la misma expresividad.

**LAUTY**

*Bajé todos esos sueños a mi dimensión*

*Los veo aquí cerca están conmigo*

**INT. CASA - DÍA / ESC. 7**

Imágenes de la casa vacía en las que se aprecia la inmensidad y carácter del espacio. Se puede observar una imponente escalera y obras pictóricas expuestas en las paredes de una gran sala.

**LAUTY**

*Yo no juego a juegos, no tengo destino*

*Lo tengo bien claro no existe otra opción*

**INT. CASA - DÍA / ESC. 4**

Lauty cantando mientras le cortan el pelo. Mantiene la misma expresividad. El proceso del corte está un poco más avanzado.

**LAUTY**

*Es lo que pasa cuando es mi pasión (es mi pasión)*

**INT. ESTUDIO - DÍA / ESC. 2**

Manos tocando las teclas de un piano desde la perspectiva subjetiva del pianista. Se observa el instrumento musical siendo manipulado. No hay información sobre el espacio y no se ve más que las teclas y la mano.

(NOTAS PIANO)

**EXT. JARDIN - DÍA / ESC. 6**

Lauty sigue cantando en el jardín al ritmo de la música y mirando a cámara. Mantiene el pelo largo y la vestimenta de trabajo.

**LAUTY**

*Me di cuenta que no cualquiera compartía mi visión*

*Me di cuenta que nadie plasmaba lo que yo quería*

**INT. CASA - DÍA / ESC. 4**

Lauty cantando mientras le cortan el pelo. Mantiene la misma expresividad. El proceso del corte está casi acabado. El barbero se da los últimos retoques con la tijera.

**LAUTY**

*Vi que solo yo podía hacerlo como yo*

**EXT. JARDIN - DÍA / ESC. 6**

Lauty sigue cantando en el jardín al ritmo de la música y mirando a cámara. Mantiene el pelo largo y la vestimenta de trabajo.

**LAUTY**

*Solo yo tenía esas melodías*

**INT. CASA - DÍA / ESC. 4**

Lauty cantando mientras mientras le acaban de peinar el cabello.

**LAUTY**

*Ahora que lo pienso ya lo tengo todo*

*Vamos a hacerlo bien, vamos a hacerlo de algún modo*

*Llevaba mucho tiempo queriendo hacer algo así*

*Creo que es el momento*

El barbero le quita la bata y se le ve con ropa mucho más formal.

**ESTRIBILLO 1****INT. CASA - DÍA / ESC. 8**

Lauty preside una mesa llena de platos y adornos en la que hay gente sentada comiendo y celebrando a ambos lados. Ahora tiene el pelo corto. Todos llevan vestuario formal y están muy eufóricos mientras Lauty canta. Aparecen detalles de la decoración, la mesa y la gente interactuando. Se encuentran en un comedor propio de una casa aristocrática y la focalización se mantiene externa.

**LAUTY**

*Quería hacer una canción*

*Pa' celebrarlo con mi gente*

*No tengo ninguna razón*

*Estamos bien y eso se siente, simple  
Quería hacer una canción  
Voy a hacerlo independiente  
Voy a hacerlo todo yo  
Ahora relaja la mente*

## **VERSO 2**

### **INT. CASA - DÍA / ESC. 9**

Lauty está sentado en el sofá de otra estancia interior mientras sostiene una copa y canta a la cámara. Mantiene el pelo corto y la ropa de arreglar. A su lado tiene a dos de sus amigos, que están bebiendo y acompañándolo.

#### **LAUTY**

*Sé que al final va a salir, bajo mis sueños pa' verlos aquí  
Solo depende mi, creé mis principios pa' no ver un fin*

### **EXT. JARDIN - DÍA / ESC. 10**

Lauty se encuentra de nuevo en el jardín. Canta mirando a cámara como en el VERSO 1 pero ahora tiene el pelo CORTO. Sin embargo, mantiene su vestuario de trabajo igual que en el resto de escenas exteriores.

#### **LAUTY**

*Grabando y haciendo algún beat,  
me pago lo mío, no lo hago for free  
Paciencia y trabajo, en casa aprendí*

### **INT. CASA - DÍA / ESC. 9**

Lauty sigue sentado en el sofá de la estancia interior mientras sostiene una copa y canta a la cámara. Tiene el pelo corto y viste ropa de arreglar. A su lado tiene a dos de sus amigos, que están bebiendo y acompañándolo.

**LAUTY**

*Sé que al final va a salir, y esto lo hago por mí (por mí, por mí)*

**EXT. JARDIN - DÍA / ESC. 10**

Lauty sigue cantando en el jardín mientras mira a cámara. Mantiene el pelo corto y viste ropa de trabajo.

**LAUTY**

*Solo de mí, pero sin flores no habría jardín (no habría jardín)*

**INT. CASA - DÍA / ESC. 9**

Lauty sigue sentado en el sofá de la estancia interior mientras sostiene una copa y canta a la cámara. Tiene el pelo corto y viste ropa de arreglar. A su lado tiene a dos de sus amigos, que están bebiendo y acompañándolo.

**LAUTY**

*Celebro lo que un día sufri, eso me trajo hasta aquí*

**EXT. JARDIN - DÍA / ESC. 10**

Lauty sigue cantando en el jardín mientras mira a cámara. Mantiene el pelo corto y viste ropa de trabajo.

**LAUTY**

*Celebro lo que un día sufri, celebro lo que un día sufri*

**PRE HOOK**

**INT. CASA - DÍA / ESC. 11**

Lauty se levanta del sofá y camina hasta otra parte de la habitación con más espacio. Sigue cantando a la cámara y su actitud empieza a ser más animada.

**LAUTY**

*No sé tú pero yo voy a hacer que esta sea mi vida*

**EXT. JARDIN - DÍA / ESC. 10**

Lauty sigue cantando en el jardín mientras mira a cámara. Mantiene el pelo corto y viste ropa de trabajo. La actitud es más animada.

**LAUTY**

*No hay intención de parar hasta que lo consiga*

**INT. CASA - DÍA / ESC. 11**

Ahora Lauty canta de pie y MAURO (el bailarín) se acerca a su lado y comienza a bailar. Aparecen algunos de los figurantes y se posicionan llenando el espacio que queda por detrás de Lauty. Algunos sostienen copas y otros simplemente se mueven al ritmo de la música e interaccionan entre ellos.

**LAUTY**

*Fue sin querer, hice de esto mi día a día*

*Hoy quiero mucho más*

**EXT. JARDIN - DÍA / ESC. 10**

Lauty sigue cantando solo en el jardín mientras mira a cámara. Mantiene el pelo corto y viste ropa de trabajo. A la vez que canta se expresa mucho con gestos faciales y movimientos de manos.

**LAUTY**

*No sé tú pero yo voy a hacer que esta sea mi vida*

**INT. CASA - DÍA / ESC. 11**

Mientras Lauty sigue cantando a cámara va apareciendo más gente por detrás, todos con actitud alegre y bien vestidos. Lauty observa rápidamente a la gente de su alrededor y abraza a los dos amigos que tiene más cerca mientras se sigue dirigiendo a la cámara.

**LAUTY**

*No hay intención de parar hasta que lo consiga*

*Los míos cerca y yo creando algo real*

**EXT. JARDIN - DÍA / ESC. 10**

Lauty sigue cantando solo en el jardín mientras mira a cámara. Mantiene el pelo corto y viste ropa de trabajo. A la vez que canta se expresa mucho con gestos faciales y movimientos de manos.

**LAUTY**

*Yeah yeah yeah yeeaaah*

**ESTRIBILLO 2**

**INT. CASA - DÍA / ESC. 11**

Climax del videoclip. Todo el espacio que quedaba por detrás de Lauty está repleto de gente y él canta en dirección a la cámara mientras todos bailan y celebran juntos. En la escena hay dos trompetistas que tocan y Mauro baila al ritmo de la música. Lauty se agacha y al incorporarse muestra un "trofeo" simbólico; el tiesto con tierra de la introducción en el que ya ha crecido una pequeña plantita.

**LAUTY**

*Quería hacer una canción*

*Pa celebrarlo con mi gente*

*No tengo ninguna razón*

*Estamos bien y eso se siente, simplemente / en el ambiente*

*Quería hacer una canción*

*Voy a hacerlo independiente*

*Voy a hacerlo todo yo*

*Ahora relaja la mente*

## OUTRO

### **INT. CASA - DÍA / ESC. 12**

Una escoba barre pelo del suelo y lo tira a un cubo de basura cilíndrico ayudándose del recogedor. No se puede ver el espacio ni la persona que realiza la acción.

### **EXT. JARDIN - DÍA / ESC. 1**

Seguidamente vemos los mismos arbustos y flores del jardín que acompañaban a los créditos de la intro. Esta vez empezamos viendo primero imágenes de perspectiva amplia y acabamos viendo los detalles más pequeños, como los pétalos de las flores.

(*INSTRUMENTAL*)

## 3.5. Guion Técnico

Después de establecer la estructura definitiva de nuestro guion literario y desarrollar a partir del tratamiento la acción y descripción de lo que el espectador podrá ver en cada escena, crearemos otro guion que servirá para planificar las características técnicas de cada plano que componga nuestra obra audiovisual. Este documento se llama guion técnico y a través de él, el lector ha de ser capaz de visualizar la narración tal y como se supone que se observará en el montaje final. Incluye información como el tipo de encuadre de cada plano, el ángulo y el movimiento de cámara, la duración, etc.

Tabla 3  
Guion Técnico completo

ESC.	PLANO	ENCUADRE	ANGULO	MOVIMIENTO	T°	SOPORTE	ACCIÓN	AUDIO
<b>INTRO</b>								
1	1	PD	PICADO	TRAV. LAT.	5"	SLIDER	Flores.	(Intro Piano)
1	2	PG	NEUTRO	TRAV. IN	10"	GIMBAL	Jardín, Créditos.	(Intro Piano)
2	3	PM-PP	CENITAL	ZOOM IN	5"	TRÍPODE	Manos tocando piano.	(Intro Piano)
3	4	PP-PD	CENITAL	ZOOM IN	8"	TRÍPODE	Manos poniendo tierra en tiesto.	(Intro Piano)
4	5	PG	NEUTRO	ESTÁTICO	12"	GIMBAL	Entrada LAUTY barbero.	(Intro Piano)
5	6	PG	NEUTRO	TRAV. IN	5"	GIMBAL	Lauty paseando, mirando flores.	(Intro Piano)
5	7	PM	NEUTRO	TRAV. LAT.	7"	GIMBAL	Lauty paseando, mirando flores.	(Intro Piano)
5	8	PD	NEUTRO	ESTÁTICO	8"	GIMBAL	Mano tocando flores.	(Intro Piano)
<b>VERSO 1</b>								
6	9	PG	NEUTRO	LIBRE	2"	GIMBAL	Lauty canta jardín.	<i>Mi camino adornado de flores preciosas</i>
6	10	PM	NEUTRO	LIBRE	2"	GIMBAL	Lauty canta jardín.	-

ESC.	PLANO	ENCUADRE	ANGULO	MOVIMIENTO	T°	SOPORTE	ACCIÓN	AUDIO
4	11	PG	NEUTRO	ESTÁTICO	4"	GIMBAL	Lauty canta mientras le empiezan a cortar el pelo.	<i>Pillaba lo bueno entre todas las cosas</i>
6	9	PG	NEUTRO	LIBRE	4"	GIMBAL	Lauty canta jardín.	<i>BubbyBee, la polinización</i>
4	12	PG-PM	NEUTRO	1r verso ESTÁTICO, 2do verso ZOOM IN	8"	GIMBAL	Lauty canta mientras le cortan. 1/3 del corte de pelo completado.	<i>Bajé todos esos sueños a mi dimensión... Los veo aquí cerca están conmigo</i>
7	13	PG	NEUTRO	TRAV. IN	4"	GIMBAL	Interiores casa.	<i>Yo no juego a juegos, no tengo destino</i>
7	14	PG	CONTRA PICADO	ZOOM OUT	4"	TRÍPODE	Interiores casa.	<i>Lo tengo bien claro no existe otra opción</i>
4	15	PG	NEUTRO	ESTÁTICO	2"	GIMBAL	Lauty canta mientras le cortan. 2/3 del corte.	<i>Es lo que pasa cuando es mi pasión (es mi pasión)</i>
2	16	PD	CENITAL	ESTÁTICO	2"	TRÍPODE	Manos tocando piano.	<i>(Notas piano)</i>

ESC.	PLANO	ENCUADRE	ANGULO	MOVIMIENTO	T°	SOPORTE	ACCIÓN	AUDIO
6	10	PM	NEUTRO	LIBRE	8"	GIMBAL	Lauty canta jardín.	<i>Me di cuenta que no cualquiera compartía mi visión Me di cuenta que nadie plasmaba lo que yo quería</i>
4	17	PG	NEUTRO	ESTÁTICO	4"	GIMBAL	Lauty canta mientras le cortan. Últimos retoques.	<i>Vi que solo yo podía hacerlo como yo</i>
6	9	PG	NEUTRO	LIBRE	4"	GIMBAL	Lauty canta jardín.	<i>Solo yo tenía esas melodías</i>
4	18	PG-PP-PM	NEUTRO	ZOOM IN lento hasta "algo así"  ZOOM OUT rápido antes de "creo que es el momento"	12"		Le acaban de cortar, le quitan la bata y ahora lleva ropa formal.	<i>Ahora que lo pienso ya lo tengo todo Vamos a hacerlo bien, vamos a hacerlo de algún modo Llevaba mucho tiempo queriendo hacer algo así Creo que es el momento</i>
<b>ESTRIBILLO 1</b>								
8	19	PM-PG	NEUTRO	TRAV. OUT	4"	SLIDER o GIMBAL	Lauty canta y todos celebran.	<i>Quería hacer una canción</i>
8	20	PM	NEUTRO	TRAV. LAT.	1"	SLIDER o GIMBAL	Amigo riendo.	<i>Pa' celebrar-</i>

ESC.	PLANO	ENCUADRE	ANGULO	MOVIMIENTO	T°	SOPORTE	ACCIÓN	AUDIO
8	21	PM	NEUTRO	ZOOM OUT	1"	GIMBAL	Amigo bebiendo.	-lo con
8	22	PM	NEUTRO	TRAV. LAT.	2"	SLIDER o GIMBAL	Amigos chocando el puño.	mi gente
8	23	PM Lat.	NEUTRO	LIBRE	4"	GIMBAL	Lauty canta.	No tengo ninguna razón
8	24	PG-PM	NEUTRO	TRAV. IN	3"	SLIDER o GIMBAL	Lauty canta y todos celebran.	Estamos bien y eso se siente,
8	23	PM Lat.	NEUTRO	LIBRE	1"	GIMBAL	Lauty canta.	simple
8	19	PM-PG	NEUTRO	TRAV. OUT	4"	SLIDER o GIMBAL	Lauty canta y todos celebran.	Quería hacer una canción
8	25	PD	CENITAL	TRAV.	4"	SLIDER o GIMBAL	Comida y decoración de la mesa.	Voy a hacerlo independiente
8	23	PM Lat.	NEUTRO	LIBRE	4"	GIMBAL	Lauty canta.	Voy a hacerlo todo yo
8	26	PG	NEUTRO	TRAV. LAT.	7"	SLIDER o GIMBAL	Lauty canta y todos celebran.	Ahora relaja la mente
<b>VERSO 2</b>								
9	27	PG	NEUTRO	LIBRE	4"	GIMBAL	Lauty canta en el sofá, con copas y amigos.	Sé que al final va a salir, bajo mis sueños pa' verlos aquí
9	28	PM	NEUTRO	LIBRE	4"	GIMBAL	Lauty canta en el sofá, con copas y amigos.	Solo depende mi, creé mis principios pa' no ver un fin

ESC.	PLANO	ENCUADRE	ANGULO	MOVIMIENTO	T°	SOPORTE	ACCIÓN	AUDIO
10	29	PG	NEUTRO	LIBRE	7"	GIMBAL	Lauty canta en el jardín con pelo corto.	<i>Grabando y haciendo algún beat, me pago lo mío, no lo hago for free Paciencia y trabajo, en casa aprendí</i>
9	27	PG	NEUTRO	LIBRE	4"	GIMBAL	Lauty canta en el sofá, con copas y amigos.	<i>Sé que al final va a salir, y esto lo hago por mí (por mí, por mí)</i>
10	30	PM	NEUTRO	LIBRE	4"	GIMBAL	Lauty canta en el jardín con pelo corto.	<i>Solo de mí, pero sin flores no habría jardín (no habría jardín)</i>
9	28	PM	NEUTRO	LIBRE	4"	GIMBAL	Lauty canta en el sofá, con copas y amigos.	<i>Celebro lo que un día sufri, eso me trajo hasta aquí</i>
10	29	PG	NEUTRO	LIBRE	4"	GIMBAL	Lauty canta en el jardín con pelo corto.	<i>Celebro lo que un día sufri, celebro lo que un día sufri</i>
<b>PRE HOOK</b>								
11	31	GPG	NEUTRO	TRAV. SEG.	4"	GIMBAL	Lauty se levanta, camina y canta.	<i>No sé tú pero yo voy a hacer que esta sea mi vida</i>

ESC.	PLANO	ENCUADRE	ANGULO	MOVIMIENTO	T°	SOPORTE	ACCIÓN	AUDIO
10	30	PM	NEUTRO	LIBRE	4"	GIMBAL	Lauty canta en el jardín con pelo corto.	<i>No hay intención de parar hasta que lo consiga</i>
11	32	PG	NEUTRO	LIBRE + ZOOM OUT	6"	GIMBAL	Lauty canta, MAURO empieza a bailar. La gente se acerca.	<i>Fue sin querer, hice de esto mi día a día Hoy quiero mucho más</i>
10	29	PG	NEUTRO	LIBRE	4"	GIMBAL	Lauty canta en el jardín con pelo corto.	<i>No sé tú pero yo voy a hacer que esta sea mi vida</i>
11	33	PG	PICADO	LIBRE	4"	GIMBAL	Lauty canta y baila junto a Mauro. Cada vez hay más gente.	<i>No hay intención de parar hasta que lo consiga</i>
11	34	PM	NEUTRO	LIBRE	4"	GIMBAL	Lauty abraza a los que están más cerca.	<i>Los míos cerca y yo creando algo real</i>
10	30	PM	NEUTRO	LIBRE	4"	GIMBAL	Lauty canta en el jardín con pelo corto.	<i>Yeah yeah yeah yeeaaaah</i>
<b>ESTRIBILLO 2</b>								
11	35	GPG	PICADO	LIBRE + TRAV. IN / TRAV. OUT	4"	GIMBAL	Máximo de gente junta. Lauty canta y todos bailan y celebran.	<i>Quería hacer una canción</i>
11	36	PG	NEUTRO	LIBRE + TRAV. LAT.	4"	GIMBAL	Máximo de gente junta. Lauty canta y todos bailan y celebran.	<i>Pa celebrarlo con mi gente</i>

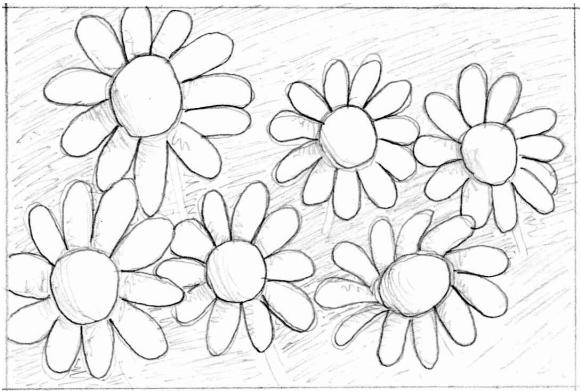
ESC.	PLANO	ENCUADRE	ANGULO	MOVIMIENTO	T°	SOPORTE	ACCIÓN	AUDIO
11	37	PM	NEUTRO	LIBRE	4"	GIMBAL	Lauty canta y solo vemos junto a él a las personas que tiene más cerca.	<i>No tengo ninguna razón</i>
11	38	PG	PICADO	LIBRE	3"	GIMBAL	Lauty baila junto a Mauro y canta.	<i>Estamos bien y eso se</i>
11	39	PM	NEUTRO	LIBRE	3"	GIMBAL	Figurantes hablando y riendo.	<i>siente, simple</i>
11	40	PD	NEUTRO	LIBRE	2"	GIMBAL	Piernas de Mauro bailando.	<i>Quería hacer</i>
11	37	PM-PD	NEUTRO- PICADO	LIBRE + ZOOM IN	5"	GIMBAL	Lauty canta y vemos a las personas que tiene más cerca. Ahora tiene en sus manos el tiesto con flores.	<i>una canción Voy a hacerlo independiente</i>
11	41	PD	NEUTRO	LIBRE	3"	GIMBAL	Trompeta y manos del trompetista manipulando el instrumento.	<i>-diente</i>
11	37	PD-PM	PICADO- NEUTRO	LIBRE	4"	GIMBAL	Nos alejamos del tiesto y Lauty sigue cantando.	<i>Voy a hacerlo todo yo</i>
11	35	GPG	PICADO	LIBRE + TRAV. IN / TRAV. OUT	4"	GIMBAL	Máximo de gente junta. Lauty canta y todos bailan y celebran.	<i>Ahora relaja la mente</i>
<b>OUTRO</b>								
12	42	PD	PICADO	ESTÁTICO	6"	GIMBAL	Una escoba barre pelo del suelo con escoba y recogedor.	<i>(INSTRUMENTAL)</i>

<b>ESC.</b>	<b>PLANO</b>	<b>ENCUADRE</b>	<b>ANGULO</b>	<b>MOVIMIENTO</b>	<b>T°</b>	<b>SOPORTE</b>	<b>ACCIÓN</b>	<b>AUDIO</b>
12	43	PD	PICADO	TRAV. LAT.	6"	SLIDER	Tira el pelo a la basura.	(INSTRUMENTAL)
1	44	PM	NEUTRO	TRAV. OUT	10"	GIMBAL	Arbustos y vegetación. Créditos.	(INSTRUMENTAL)
1	45	PD	PICADO	TRAV. LAT.	5"	SLIDER	Flores.	(INSTRUMENTAL)

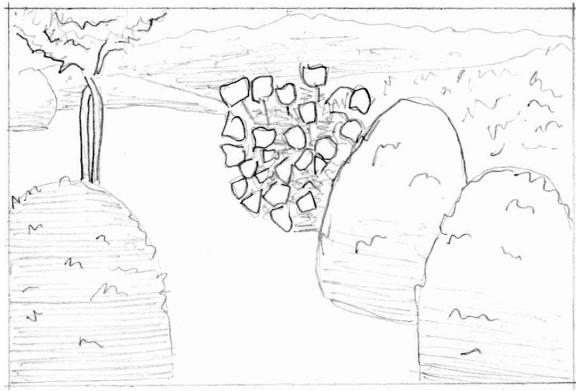
### 3.6. Storyboard

El *storyboard* es un documento que servirá para visualizar la narración de forma gráfica. Su objetivo es recoger un conjunto de imágenes que leídas de forma consecutiva dan a entender la narración (parecido a un cómic). Se puede construir con imágenes o dibujos y su ejecución no ha de ser formalmente perfecta, simplemente nos hemos de asegurar de que sirva como boceto de previsualización de la historia que queremos contar. Este guion gráfico se desarrolla a partir del técnico y tiene el propósito de facilitar su comprensión.

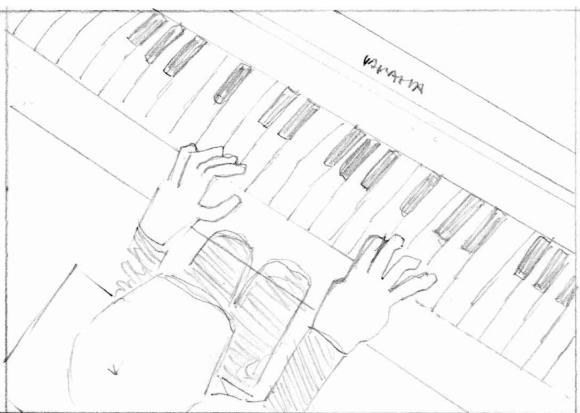
ESC. 1 PLANO 1



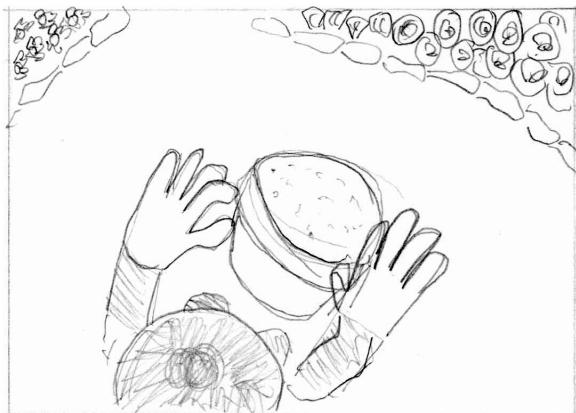
ESC. 1 PLANO 2



ESC. 2 PLANO 3



ESC. 3 PLANO 4



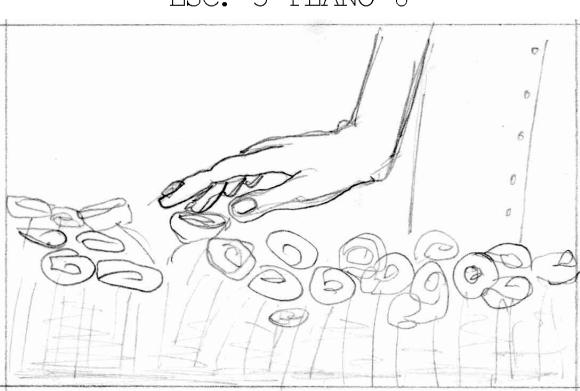
ESC. 4 PLANO 5



ESC. 5 PLANO 6



ESC. 5 PLANO 8



ESC. 6 PLANO 9



1

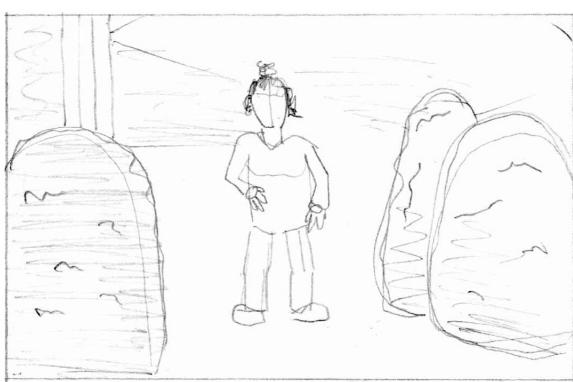
ESC. 6 PLANO 10



ESC. 4 PLANO 11



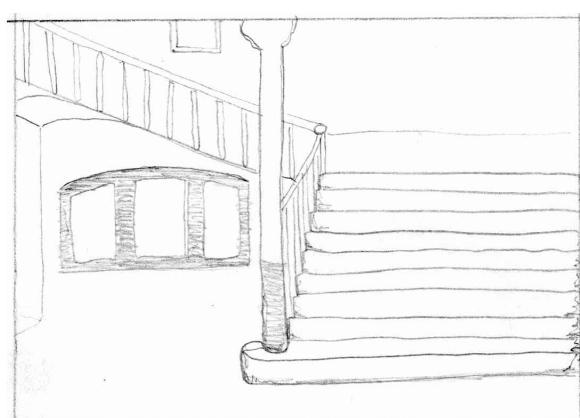
ESC. 6 PLANO 9



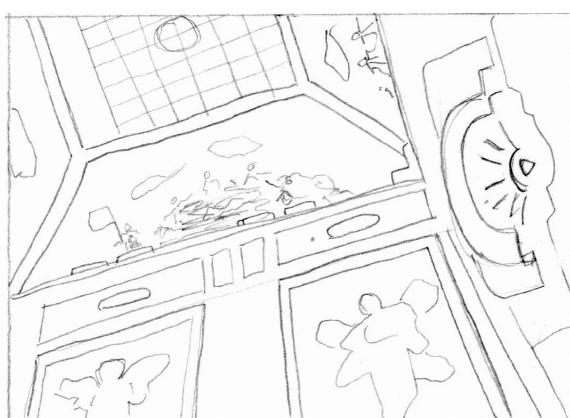
ESC. 4 PLANO 12



ESC. 7 PLANO 13



ESC. 7 PLANO 14



ESC. 4 PLANO 15



ESC. 2 PLANO 16

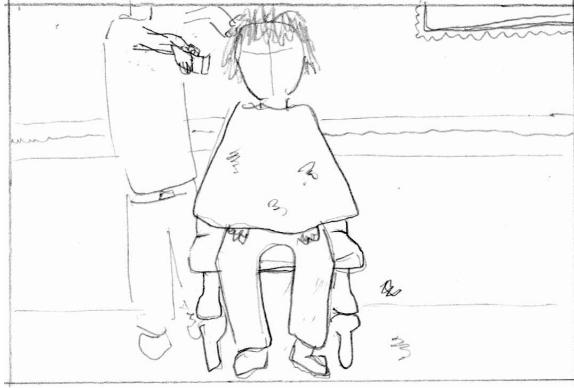


2

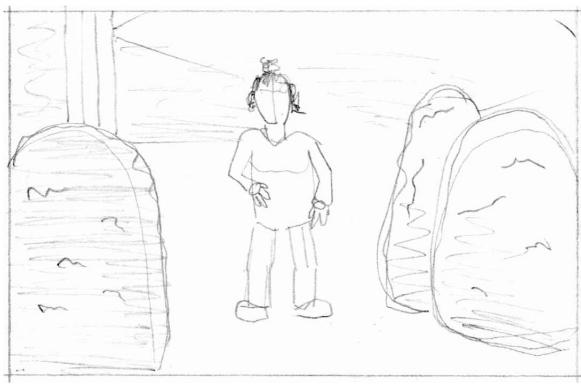
ESC. 6 PLANO 10



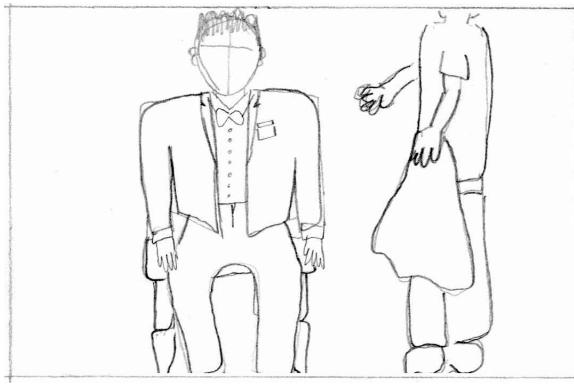
ESC. 4 PLANO 17



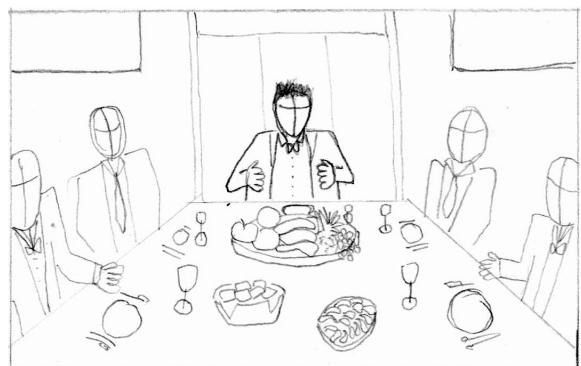
ESC. 6 PLANO 9



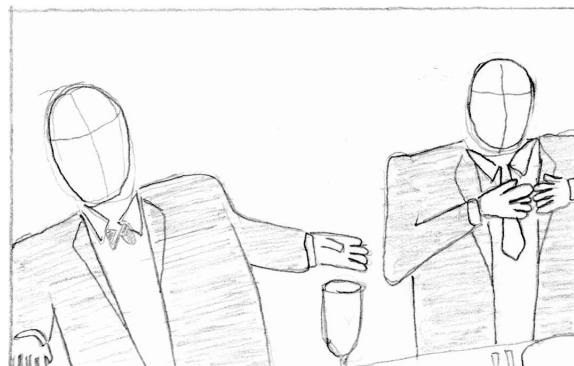
ESC. 4 PLANO 18



ESC. 8 PLANO 19, 24, 26



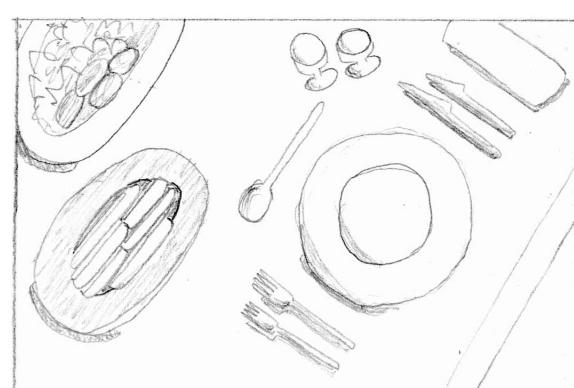
ESC. 8 PLANO 20, 21, 22



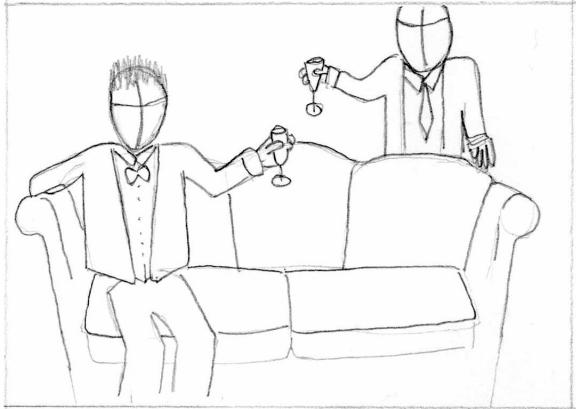
ESC. 8 PLANO 23



ESC. 8 PLANO 25



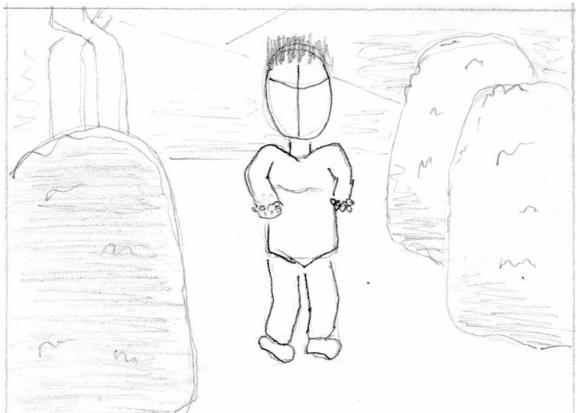
ESC. 9 PLANO 27



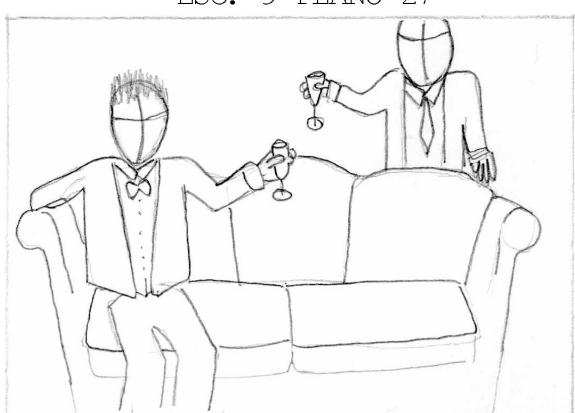
ESC. 9 PLANO 28



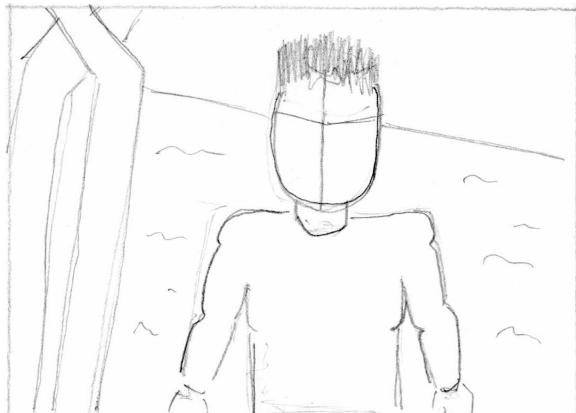
ESC. 10 PLANO 29



ESC. 9 PLANO 27



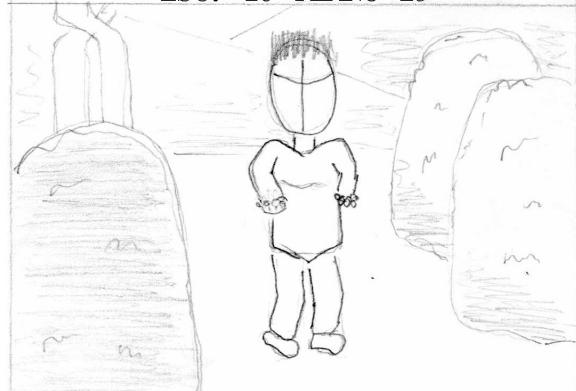
ESC. 10 PLANO 30



ESC. 9 PLANO 28



ESC. 10 PLANO 29

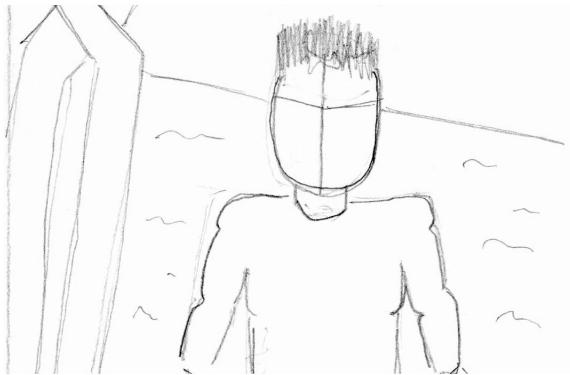


ESC. 11 PLANO 31

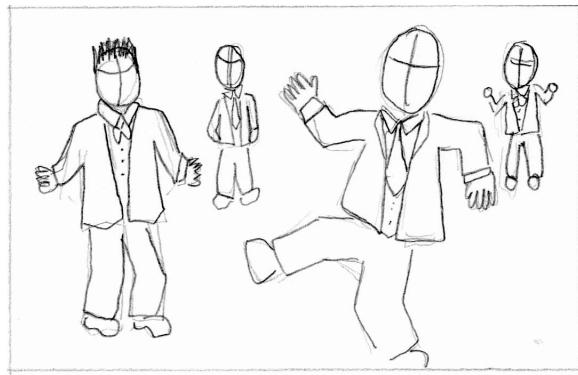


4

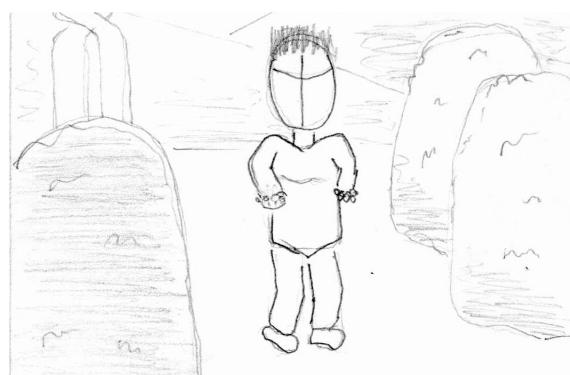
ESC. 10 PLANO 30



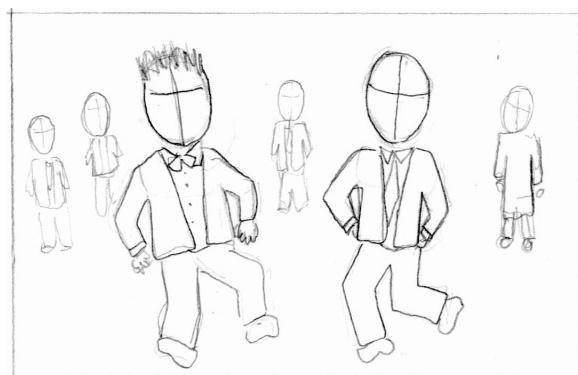
ESC. 11 PLANO 32



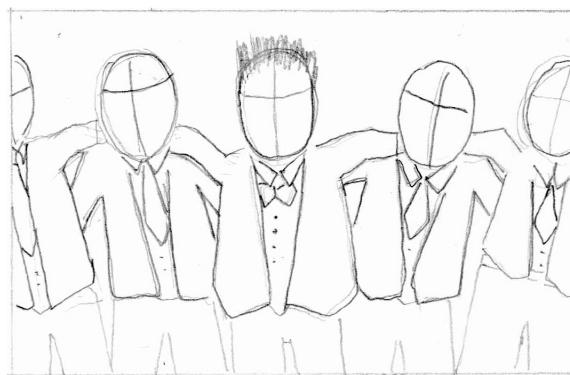
ESC. 10 PLANO 29



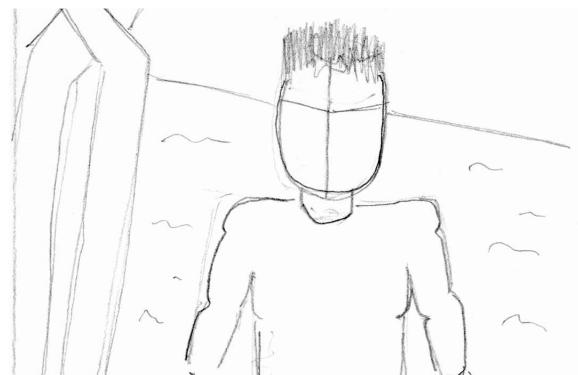
ESC. 11 PLANO 33



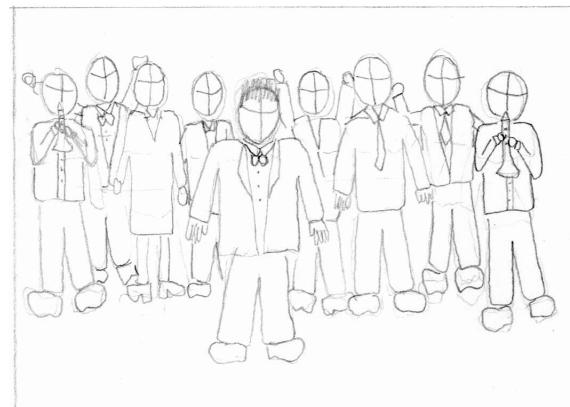
ESC. 11 PLANO 34



ESC. 10 PLANO 30



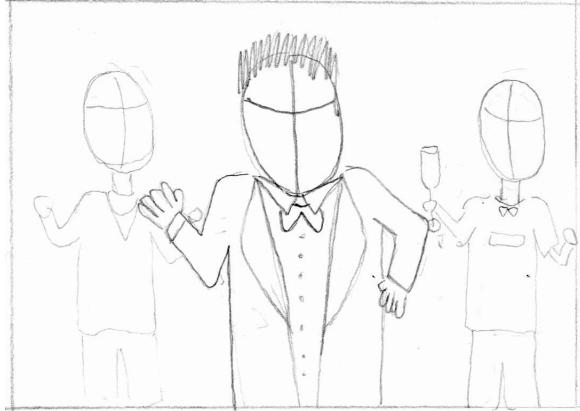
ESC. 11 PLANO 35



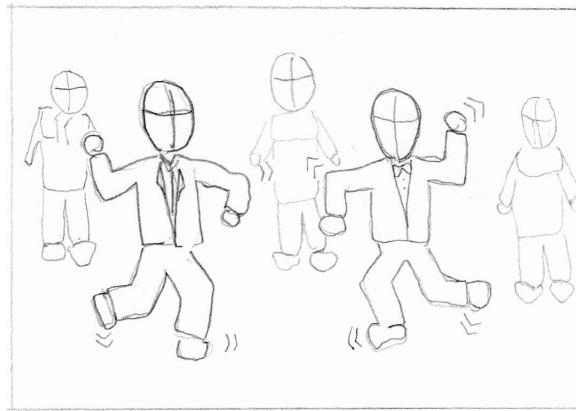
ESC. 11 PLANO 36



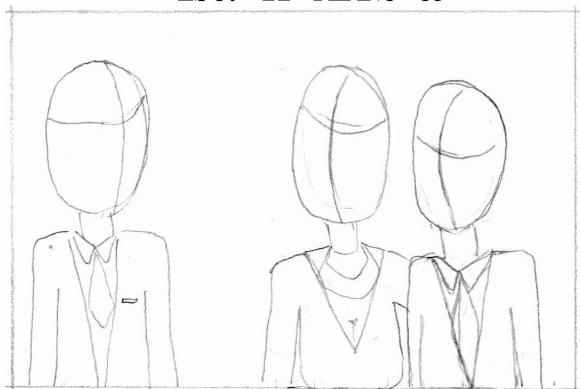
ESC. 11 PLANO 37



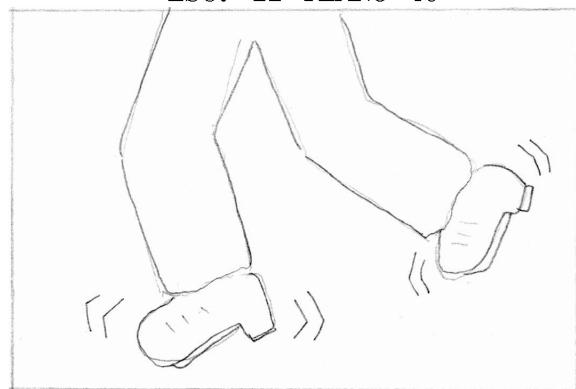
ESC. 11 PLANO 38



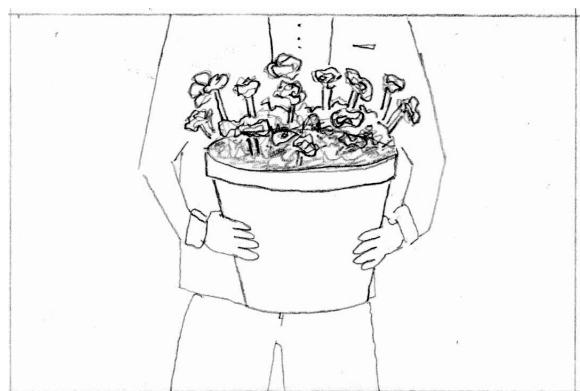
ESC. 11 PLANO 39



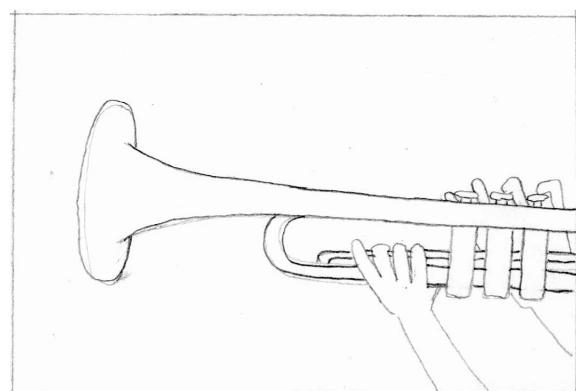
ESC. 11 PLANO 40



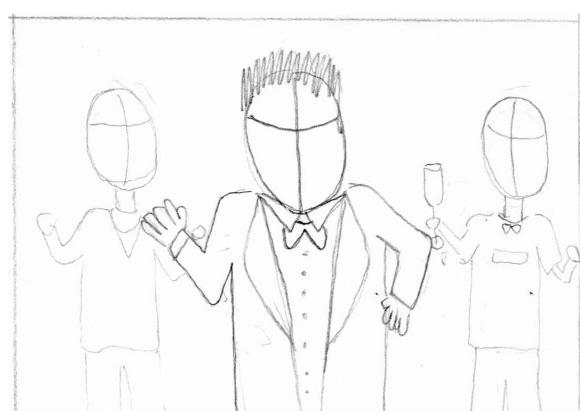
ESC. 11 PLANO 37



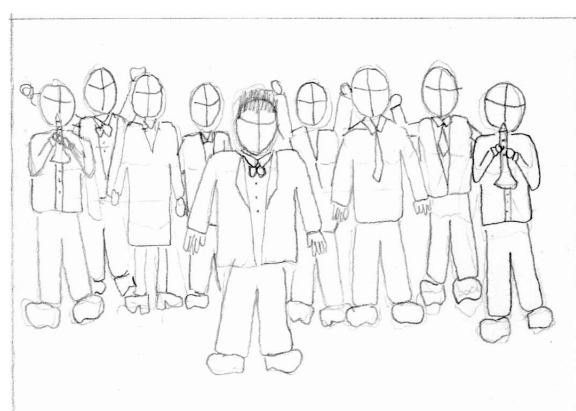
ESC. 11 PLANO 41



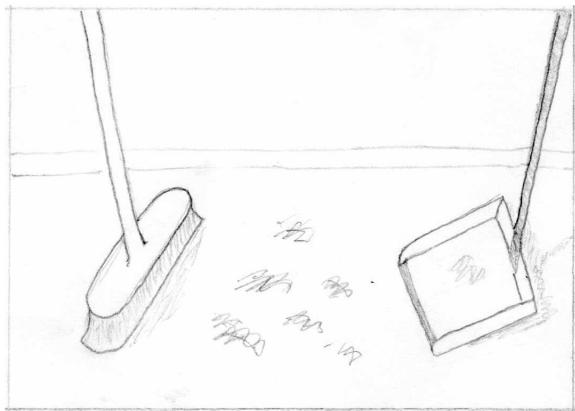
ESC. 11 PLANO 37



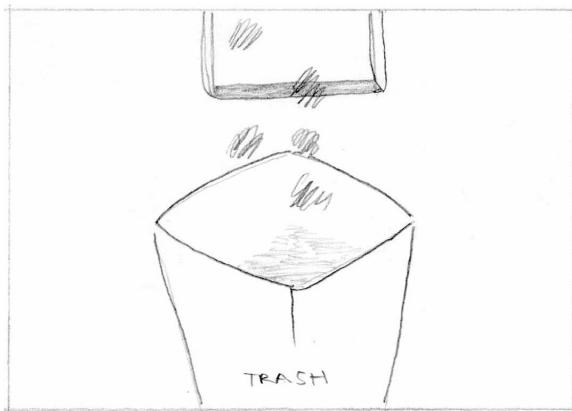
ESC. 11 PLANO 35



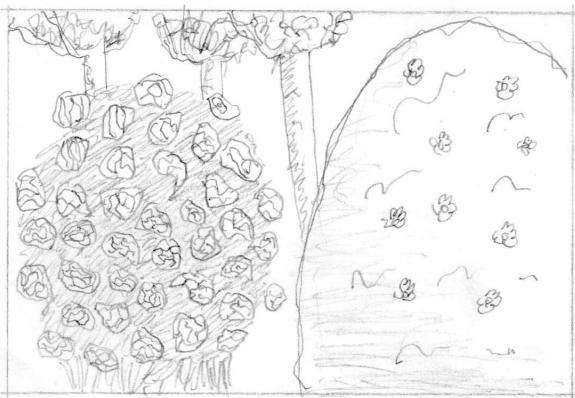
ESC. 12 PLANO 42



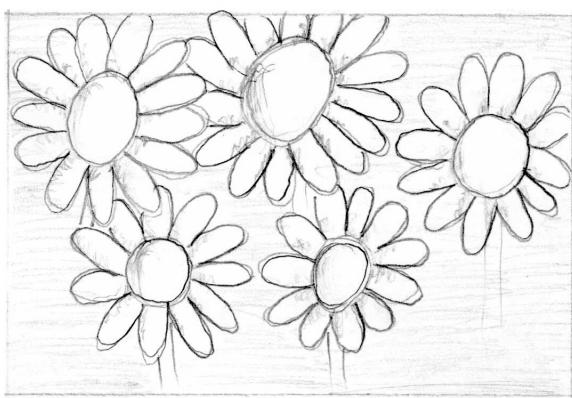
ESC. 12 PLANO 43



ESC. 1 PLANO 44



ESC. 1 PLANO 45



### 3.7. Equipo Humano

Teniendo en cuenta el volumen de trabajo que requiere el proyecto, se pensó desde el principio en contar con el apoyo de diferentes miembros para formar un equipo de producción. El primer paso fue crear un pequeño equipo que serviría para impulsar el proyecto y asignar los roles faltantes. Posteriormente este equipo (formado por tres personas) más el artista y yo, serviría como departamento de producción. Se discutieron los roles necesarios y se acordó que se precisaba como mínimo un equipo de trabajo que cubriera las siguientes responsabilidades:

Tabla 4  
*Roles del equipo de producción*

<b>Director</b>	Desarrollo de la idea y de los documentos de preproducción, dirección de todo el personal creativo del rodaje, edición, etalonaje y postproducción general. Responsable total, involucrado en todos los departamentos de cierto modo.
<b>Artista y Co-Director</b>	Idea original y criterio creativo.
<b>Ayudante de Dirección</b>	Organización y control de los tiempos durante el rodaje. “Mano derecha” del director.
<b>Productores</b>	Búsqueda de recursos humanos, de material y de localizaciones. Gestión de transportes y dietas, de aspectos legales y de financiación. Reparto de tareas en función de disponibilidad.
<b>Director/a de Fotografía</b>	Diseño de iluminación y estilo visual. Responsable de que cámaras, lentes y luces utilizar.
<b>Operador de Cámara</b>	Manejo de cámara según indicaciones de dirección y dirección de fotografía.
<b>Gaffer</b>	Manejo de material lumínico y cableado según indicaciones de dirección de fotografía.
<b>Fotógrafo Imagen Fija</b>	Realización de fotografía fija durante el rodaje para promoción.

<b>Director/a de Arte</b>	Diseño de escena y búsqueda de materiales de atrezzo según indicaciones de dirección (decoración, muebles, etc.) y realización de maquillaje básico en el rodaje.
<b>Ayudante Decorador</b>	Asistente de tareas de dirección de arte durante el rodaje.

Esta definición de roles ha sido inspirada en la explicación que hace Xuan Prada en su página web “elephant vfx”. No obstante, han sido adaptadas a las características de nuestro proyecto, pues normalmente un director no tiene porqué encargarse del montaje (aunque debe revisarlo) y un director o directora de arte no debería encargarse del maquillaje (aunque en este caso sí).

Así es como queda nuestro esquema de trabajo por departamentos:

Tabla 5

*Organigrama de departamentos de trabajo implicados en la producción*

<b>Dep. de Dirección</b>	<b>Dep. de Producción</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Director</li> <li>• Artista y Co-Director</li> <li>• Ayudante de Dirección</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productor 1</li> <li>• Productora 2</li> <li>• Productora 3</li> </ul>
<b>Dep. de Fotografía</b>	<b>Dep. de Arte</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Director de Fotografía</li> <li>• Operador de Cámara</li> <li>• Gaffer</li> <li>• Fotógrafo Imagen Fija</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Directora de Arte</li> <li>• Ayudante Decorador</li> </ul>

Junto con el equipo de producción nos hemos encargado de cubrir todos estos roles. Se ha procurado motivar a los colaboradores con la idea del proyecto y transmitir un espíritu de trabajo en equipo y de crecimiento mutuo, ya que todos somos semi-profesionales que aún no nos ganamos la vida con nuestro trabajo.

La mayor parte del equipo ha surgido de contactos de dos de los productores, Sergio García y Ariadna Canals, antiguos alumnos de la escuela de cine Bande à Part y ESCAC.

Tal y como nos cuenta Wowa, el joven director al que he entrevistado, lo más importante para crear un buen vídeo es la idea, partiendo de ahí cuando más cuidemos todos los detalles más profesional se verá el resultado. Delegar tareas ayuda a que un proyecto esté cuidado y crezca pero debemos ser cuidadosos con la gente que elegimos para trabajar con nosotros. También es importante hacerles entender muy bien lo que queremos. Debemos motivar al equipo y hacerles sentir implicados, pero también saber mantener la seriedad y hacer críticas constructivas. (Entrevista en Anexo 7, pág. 98).

### 3.8. Localizaciones

Paralelamente a la búsqueda y cierre de los roles del equipo faltantes, se procedió a realizar una investigación con el objetivo de averiguar cuáles eran nuestras “cartas a jugar” a la hora de conseguir la localización idónea. El proyecto requiere una sola localización, aunque bastante ambiciosa para los recursos disponibles; una casa con jardín. No una casa cualquiera, sino una casa elegante con aspecto señorial que haga destacar a nuestro producto. Desde el principio hemos sido conscientes de que no sería una tarea fácil al tratarse de un proyecto sin presupuesto, de hecho, ha sido la tarea de preproducción que más tiempo ha requerido.

Lógicamente se ha procurado que la localización estuviera lo más cerca de Barcelona posible, pues cuantos más kilómetros haya que recorrer mayor será el gasto en transporte. El criterio seguido ha sido buscar en agencias de cine de toda Cataluña, en internet en general y en páginas web de alquiler de propiedades privadas para uso personal y alojamientos (Ej: Airbnb).

La intención era encontrar fincas que estuvieran acorde con los criterios del proyecto y posteriormente expresar nuestras intenciones de forma personal y honesta para conseguir la colaboración de alguno de los propietarios. A cambio pagaremos una cantidad simbólica por las molestias y el gasto de luz, y en caso de que les interese publicitar su propiedad, nos ofrecemos a realizar un vídeo de promoción.

Se estudió la posibilidad de conseguir una casa con buenos interiores y separar las escenas del jardín en otra localización. De esta manera el jardín podría ser elegido de forma mucho más acertada. Sin embargo, buscando nos dimos cuenta de que ninguna casa tenía un jardín como el que queríamos y rodar en un jardín público iba a ser una misión difícil y que iba a complicar aún más el proceso de localizar. Como tampoco teníamos muchísimo tiempo decidimos apostar por una sola localización que se ajustara al máximo a lo que buscábamos. Se enviaron decenas de emails y la mayoría no tuvieron respuesta. A continuación se mostrarán las localizaciones cuyos propietarios sí respondieron y cuales son sus características.

Tabla 6  
*Información acerca de localizaciones*

<b>Nombre</b>	<b>Enlace Web</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Casa Museu i Arxiu Joan Maragall</b>	<a href="https://bit.ly/2Vf8sy1">https://bit.ly/2Vf8sy1</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Importe reducido hasta 6 horas: 278,00 euros.</li> <li>No se puede hacer uso del mobiliario.</li> <li>Carrer d'Alfons XII, 79, 08006 Barcelona</li> <li>No tiene jardín</li> </ul>
<b>Villavalentina</b>	<a href="https://www.escapadarural.com/casa-rural/barcelona/villavalentina">https://www.escapadarural.com/casa-rural/barcelona/villavalentina</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>150,00 € / jornada</li> <li>Sant Andreu de Llavaneres, Barcelona</li> </ul>

<b>Casa Relax El Papagai</b>	<a href="https://www.airbnb.cat/rooms/26584255?location=Calafell%20Tarragona&amp;adults=4&amp;check_in=2020-03-13&amp;check_out=2020-03-14&amp;source_impression_id=p3_1581715376_C9NRhiTmWWERieQo">https://www.airbnb.cat/rooms/26584255? location=Calafell%20Tarragona&amp;adults=4&amp;check_in=2020-03-13&amp;check_out=2020-03-14&amp;source_impression_id=p3_1581715376_C9NRhiTmWWERieQo</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 80,00€ / jornada</li> <li>• El Papagai, Tarragona</li> </ul>
<b>Historical Appartment</b>	<a href="https://www.airbnb.cat/rooms/5972290?location=Baix%20Llobregat%2C%20España&amp;adults=4&amp;check_in=2020-03-13&amp;check_out=2020-03-14&amp;source_impression_id=p3_1581720389_PoxHPq8oByso poix">https://www.airbnb.cat/rooms/5972290? location=Baix%20Llobregat%2C%20España&amp;adults=4&amp;check_in=2020-03-13&amp;check_out=2020-03-14&amp;source_impression_id=p3_1581720389_PoxHPq8oByso poix</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 250,00€ / jornada</li> <li>• No tiene jardín</li> <li>• Patrimonio protegido</li> <li>• Vilanova i la Geltrú</li> </ul>
<b>Casa Castellarnau</b>	<a href="https://www.bcncafilmcommission.com/es/location/casa-castellarnau">https://www.bcncafilmcommission.com/es/ location/casa-castellarnau</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gratuito</li> <li>• No tiene jardín</li> <li>• Patrimonio protegido</li> <li>• Tarragona</li> </ul>
<b>Casa Luna</b>	<a href="https://www.airbnb.cat/rooms/19786400?location=Begues%20Barcelona&amp;check_in=2020-03-21&amp;check_out=2020-03-22&amp;source_impression_id=p3_1583404130_Cmj9JyhR3B2ZsyHi&amp;guests=1&amp;adults=1">https://www.airbnb.cat/rooms/19786400? location=Begues%20Barcelona&amp;check_in=2020-03-21&amp;check_out=2020-03-22&amp;source_impression_id=p3_1583404130_Cmj9JyhR3B2ZsyHi&amp;guests=1&amp;adults=1</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100€ / jornada</li> <li>• No tiene jardín</li> <li>• Vilanova i la Geltrú</li> </ul>

Las imágenes de las localizaciones se pueden consultar en el Anexo 3, pág. 87.

Después de recibir dichas respuestas se procedió a hacer las siguientes valoraciones:

Tabla 7  
*Primera evaluación de localizaciones*

<b>Casa Museu i Arxiu Joan Maragall</b>	<p><b>PROS:</b> Está en Barcelona, decoración ideal.</p> <p><b>CONTRAS:</b> Coste elevado, uso limitado, no tiene jardín.</p>
---	---

<b>Villavalentina</b>	PROS: Precio moderado, jardín amplio, relativamente cerca de Barcelona. CONTRAS: Jardín plano, piscina no encaja, interior rústico.
<b>Casa Relax El Papagai</b>	PROS: Coste bajo, tiene jardín. CONTRAS: Lejos de Barcelona, interiores muy convencionales y decoración no estética.
<b>Historical Appartment</b>	PROS: Buena decoración e interiores, relativamente cerca de Barcelona. CONTRAS: Coste elevado, no tiene jardín.
<b>Casa Castellarnau</b>	PROS: Decoración e interiores ideal, totalmente gratuito. CONTRAS: No tiene jardín, lejos de Barcelona.
<b>Casa Luna</b>	PROS: Precio moderado, relativamente cerca de Barcelona. CONTRAS: No tiene jardín, decoración e interiores no muy destacables.

Al visualizar los puntos a favor y en contra de cada opción y teniendo en cuenta que la premisa del proyecto es conseguir el mejor resultado con el menor presupuesto posible, la opción más sensata es sin duda la Casa Castellarnau. Aunque esta no tiene jardín y se encuentra lejos de Barcelona, los interiores son probablemente los más espectaculares de las seis opciones y es totalmente gratuita. El coste cero nos permite invertir el presupuesto de la localización en transporte y junto con el equipo de producción se llegó a la conclusión de que valía la pena buscar un jardín aparte para poder aprovechar una oportunidad como tal.

Junto con el director de fotografía, el operador de cámara, un responsable de producción y el artista planteamos una fecha y fuimos a localizar. La casa nos pareció espectacular a todos. Tenía mucho espacio, techos altos, decoración propia de un palacio señorial, diferentes estancias entre las que repartir los sets de

rodaje e incluso buena iluminación natural. Sin dudarlo pusimos en marcha los trámites para cerrar fechas y nos encontramos con un problema.

Explicamos con más detalle qué iba a ser lo que rodaríamos en la casa nos denegaron la propuesta. Al parecer, el espacio podía ser cedido a estudiantes sin aplicar ningún tipo de tarifa pero no se nos permitiría ni tocar nada de mobiliario ni llevar nada que modificara la imagen del lugar. En nuestro caso era imprescindible poder usar o en su defecto llevar una mesa para la escena del comedor. El problema residía en que al no ser una productora y/o no tener seguro de rodaje no se nos podía permitir poner en peligro la integridad de un espacio de patrimonio protegido.

Rápidamente nos dimos cuenta de que esta limitación sería muy difícil de resolver sin presupuesto para contratar un seguro, así que decidimos seguir buscando localizaciones ya consideramos que el resto de opciones tampoco se adecuaban todo lo posible a las necesidades del proyecto. Se enviaron otros diez correos electrónicos a posibles localizaciones (esta vez todas con jardín) y recibimos respuesta de las siguientes:

Tabla 8  
*Información acerca de localizaciones*

<b>Nombre</b>	<b>Enlace Web</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Comarquinal Bioresort Penedès</b>	<a href="https://www.escapadarural.com/casa-rural/barcelona/comarquinal-bioresort-s-l-">https://www.escapadarural.com/casa-rural/barcelona/comarquinal-bioresort-s-l-</a>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gratuito (a cambio de vídeo promocional)</li><li>• Sant Quintí de Mediona, Barcelona</li></ul>
<b>El Munt</b>	<a href="https://www.escapadarural.com/casa-rural/barcelona/el-munt#s=29HX59vXkJWio">https://www.escapadarural.com/casa-rural/barcelona/el-munt#s=29HX59vXkJWio</a>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gratuito (a cambio de vídeo promocional)</li><li>• Castellterçol, Barcelona</li></ul>

<b>Gorgeous Space Martorell</b>	<a href="https://www.airbnb.cat/rooms/24222073?location=Baix%20Llobregat%2C%20España&amp;adults=4&amp;check_in=2020-03-13&amp;check_out=2020-03-14&amp;source_impression_id=p3_1581719296_laTfvXZvjqBqxRid">https://www.airbnb.cat/rooms/24222073?location=Baix%20Llobregat%2C%20España&amp;adults=4&amp;check_in=2020-03-13&amp;check_out=2020-03-14&amp;source_impression_id=p3_1581719296_laTfvXZvjqBqxRid</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 120€ / 2 jornadas</li> <li>• Martorell, Barcelona</li> </ul>
---------------------------------	---	---

Las imágenes de las localizaciones se pueden consultar en el Anexo 3, pág. 87.

Sobre estas tres opciones se hicieron las siguientes valoraciones:

Tabla 9  
*Segunda evaluación de localizaciones*

<b>Comarquinal</b>	PROS: Jardín acorde, relativamente alejado, gratuito.
<b>Bioresort Penedès</b>	CONTRAS: Look demasiado rústico.
<b>El Munt</b>	PROS: Jardín acorde, gratuito. CONTRAS: Algo alejado, demasiado rústico.
<b>Gorgeous Space Martorell</b>	PROS: Jardín acorde, cercano a Barcelona, mobiliario acorde. CONTRAS: Se debe pagar aunque es asequible.

Teniendo en cuenta estas cuestiones se razonó que la casa Gorgeous Space de Martorell era la más acertada. A pesar de tener que aportar recursos económicos, el precio no era nada desmesurado y parecía cumplir todas las condiciones. Seguimos la misma dinámica que con la Casa Castellarnau y la fuimos a visitar. Para nuestra sorpresa el jardín no era solo adecuado sino que además era muy grande. La parte negativa nos la encontramos en el interior; la decoración y el mobiliario eran ideales pero los espacios eran demasiado pequeños. La única estancia que cumplió nuestras expectativas fue la que aparece en las fotografías y no tendríamos suficiente con un solo espacio.

Como nos gustó tanto el jardín pero los interiores no eran válidos, se pensó en la posibilidad de rodar allí solo las escenas exteriores. Habíamos perdido la esperanza de encontrar una localización interior ideal que además tuviera también buen jardín, así que empezamos a valorar qué opción interior de las que disponíamos nos vendría mejor para combinar con los exteriores de la casa de Martorell. Fue entonces cuando el departamento de producción recibió una respuesta ya inesperada de una de las fincas a las que habíamos escrito con anterioridad.

Tabla 10  
*Información acerca de localizaciones*

<b>Nombre</b>	<b>Enlace Web</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Casa Modernista</b>	<a href="https://www.bcncatfilmcommission.com/es/location/casa-modernista-0">https://www.bcncatfilmcommission.com/ es/location/casa-modernista-0</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gratuito (a cambio de vídeo promocional)</li> <li>• Avinyó, Barcelona</li> </ul>

Las imágenes de las localizaciones se pueden consultar en el Anexo 3, pág. 87.

El lugar está algo alejado de Barcelona pero tampoco se trata de una distancia desproporcionada. Tiene jardín y los interiores aparentemente encajaban en el perfil que buscábamos, así que al no tener nada que perder decidimos ir a localizar por tercera vez. Finalmente encontramos el lugar que buscábamos; una casa de aspecto señorial y estancias amplias con jardín adecuado y decoración y mobiliario de época. La distancia queda compensada con el coste nulo por el uso de la casa y por el poco trabajo de arte requerido. Esta vez, además, al tratarse de un propietario particular no requiere seguro de rodaje y se pueden manipular los muebles a conveniencia.

### 3.9. Material

Después de visitar la localización y comentar los recursos en cuanto a material técnico con el resto del equipo, el director de fotografía me hizo la siguiente propuesta de instrumentos necesarios para las jornadas de rodaje:

Tabla 11

*Descripción de materiales necesarios para el rodaje*

<b>Focos de tungsteno 500/800W</b>	Su utilidad es proporcionar luz artificial de temperatura cálida (3200K). Tienen una gran potencia y pueden servir tanto para iluminar escenas completas en interiores como para eliminar sombras o matizar la iluminación de escenas exteriores.
<b>Gelatinas de colores</b>	Las gelatinas están hechas de un material translúcido con textura semejante al papel de celofán y se utilizan como filtros de color. Se colocan en las palas de los focos y al interponerse en la trayectoria de la luz modifican el tono del color de esta.
<b>Paneles LED</b>	Proporcionan luz artificial igual que los focos de tungsteno, pero en este caso tanto su temperatura de color como su potencia es regulable. No obstante, la cantidad de luz que proporcionan es más limitada y por eso solo se usan para iluminar en interiores o para pequeños matices de corrección
<b>Marco difusor</b>	Los marcos difusores sirven para suavizar la luz que proporcionan los focos o paneles LED. Al interponerse en la trayectoria de la luz consiguen atenuar de modo que genere menos cantidad de sombra en nuestro motivo.
<b>Porex de doble cara (blanco y negro)</b>	Los porex sirven para rebotar la luz (en el caso del color blanco) o para limitar su trayectoria (en el caso del color negro). El lado blanco permite trabajar con luz indirecta respecto a la fuente de luz y el lado negro permite “cortar” el flujo de luz.
<b>Baterías (Canon LP-E6)</b>	Cumplen la función de alimentar con energía eléctrica la cámara Blackmagic Pocket 4K. Serán necesarias varias de ellas para poder garantizar el trabajo de toda la jornada.

<b>Monitor externo</b>	Este tipo de monitores sirven para visualizar la imagen que capta la cámara de forma remota. De este modo, mientras el operador se ocupa de realizar los movimientos de cámara, otros miembros del equipo pueden visualizar la imagen en bruto para comprobar que la toma sea buena.
<b>Follow Focus</b>	Este instrumento sirve para controlar el foco de la óptica de la cámara de forma remota. La pieza pequeña se monta en la cámara y mueve la pieza rotora que controla el foco. La pieza grande funciona como mando inalámbrico que es utilizado por una persona que mira la imagen desde el monitor externo.
<b>Trípodes para luces</b>	Los trípodes para focos de luz son una herramienta práctica de funcionamiento muy sencillo. Sirven para aguantar las fuentes de luz a la altura deseada y mantenerlos estables. El ajuste es manual y se realiza a través de roscas de sujeción.
<b>Sacos de arena o pesos</b>	Los sacos de arena están muy relacionados con la estabilidad y sujeción de los trípodes de luces y cualquier trípode en general. Su función es añadir peso a la estructura de forma que sea menos sensible a desequilibrios provocados por cualquier factor físico o meteorológico.
<b>Mangueras de cable</b>	Las mangueras de cable sirven como extensión portátil del cableado de la red eléctrica. Se utilizan para disponer de enchufes en el set de rodaje en caso de que la conexión más cercana se encuentre alejada. Se suelen acompañar de regletas para multiplicar el número de enchufes disponibles.

<b>Cinefoil</b>	El “cinefoil” es un papel negro moldeable que cumple una función semejante a la de una bandera negra o las palas de un foco. Normalmente se utiliza como extensión de estas para ayudar a regular la dirección de la luz.
<b>Ceferinos</b>	Los ceferinos son una variedad de trípodes que sirven para sostener materiales como los porex o los difusores. A diferencia de los trípodes para fuentes de luz o para cámaras, estos tienen una “espada” regulable. La espada es una especie de varilla que tiene la peculiaridad de permitir variar la orientación, ángulo e inclinación del instrumento que sujeta.
<b>Pinzas Gaffer</b>	Las pinzas de gaffer son utilizadas por los eléctricos que trabajan a las instrucciones del director de fotografía. Sirven para sujetar materiales a otras superficies. Por ejemplo las gelatinas o el cinefoil a las palas de los focos.
<b>Dimmer</b>	El dimmer es un instrumento regulador de la intensidad eléctrica. Se utiliza para modificar la potencia de las fuentes de luz artificiales que no tienen regulador integrado. En nuestro caso se usará para modificar la potencia de los focos de tungsteno.
<b>Cámara y ópticas</b>	La cámara con la que trabajaremos será una Blackmagic Pocket 4k que montará dos ópticas (una 14mm f2.8 Samyang y una 35mm f2.0 Yongnuo). También hará falta un adaptador del tipo Metabones para poder adaptar las lentes al cuerpo de la cámara.
<b>Sonido</b>	Para captar sonido ambiente en algunos momentos determinados del rodaje también se precisará de un micrófono de pétiga acompañado de su respectiva grabadora.

<b>Gimbal estabilizador</b>	Este instrumento funciona con batería y tiene tres motores que corrigen la posición de la cámara y la mantienen en una posición estable. Es de gran utilidad para realizar movimientos de cámara de forma suave o simplemente para trabajar sin trípode y eliminar cualquier tipo de trepidación.
<b>Slider</b>	Se utilizará para algunos movimientos de cámara muy concretos (como “travelling in”, “travelling out” o paneos laterales). El slider es un instrumento que sirve para deslizar la cámara de forma estable en una sola dirección.

Las imágenes de todo el material se pueden consultar en el Anexo 4, pág. 92.

### 3.10. Figurantes

En función de los espacios de los que disponemos en la localización y de las necesidades del guion se ha determinado que sería ideal contar con la asistencia unos veinte figurantes para tener las espaldas cubiertas. Por el momento, el número de personas confirmadas son quince, más tres personas restantes por confirmar y las que se puedan sumar desde ahora hasta el momento del rodaje. Todas las personas asistentes serán provenientes del círculo social y profesional del artista. La aparición de estas no viene dada solamente por el hecho de no disponer de presupuesto para contratar figurantes al gusto, sino que posee una intencionalidad. Lauty quería dar reconocimiento a todas las personas que lo han apoyado, motivado y guiado durante toda su trayectoria, por eso su aparición no es casual y su tiempo en pantalla se va a organizar de la siguiente manera:

- **Estríbillo 1 (Cena):** En esta escena aparecerán seis chicos (Javi, Sandro, Adri, Sergio, Zhora y Mariano), todos ellos ligados de forma muy cercana al desarrollo profesional y personal de Lauty. Estas seis personas serán las que más peso tengan en el vídeo después del propio artista. No actuarán solo como figurantes sino que su papel se acerca más al de actores secundarios. De todos los

figurantes, ellos serán los que tengan más interacción y cercanía con la cámara y en esta escena estarán sentados en los laterales de la mesa.

- **Verso 2 (Copas y pre-fiesta):** En esta escena seguirán presentes los figurantes del Eстribillo 1 de forma cercana a Lauty y en un segundo plano aparecerá más gente conversando (momentos previos a la fiesta). En caso de que se reconozca a los figurantes en segundo plano la prioridad es que aparezcan Saro, Natalia, Piqui y Sheila.
- **PreHook y Eстribillo 2 (Fiesta):** A partir de este punto aparecerán todos los figurantes disponibles. Uno de los que tendrá más protagonismo será el bailarín (Mauro), pero más allá de él no se seguirá prioridad de aparición. Empieza la fiesta y todos se mezclan.

En cuanto al transporte, los figurantes se moverán de forma independiente. Se ha creado un canal de comunicación entre ellos y tendrán a su disposición cinco coches con cinco plazas cada uno (proprios). Esto permite asegurar el transporte compartido a un total de veinticinco personas que se dividirán en grupos en función del orden de aparición. El departamento de producción se encargará de citar a cada grupo a las horas correspondientes y de pagar kilometraje al dueño/a de cada coche en función del gasto realizado.

### 3.11. Arte, props, atrezzo

En este apartado se comentarán los principales elementos decorativos de los que se dispondrá en los sets de rodaje. Todos ellos se conseguirán de forma gratuita (menos las flores y la comida), aunque si se contabilizan económicamente, estos le añaden valor a nuestro videoclip. El equipo de arte se encargará de hacer la búsqueda y compra necesarias y de tener los sets de rodaje decorados para las horas acordadas.

La decoración de la casa es bastante completa y esto es algo que encaja a la perfección con nuestro proyecto de poco presupuesto. Sin embargo, puede que algunos objetos de decoración y muebles sean modificados y otros sean añadidos. Es muy probable que la orientación y posición de los sofás se modifique en función de las necesidades de cámara. Durante el Pre Hook, Lauty y sus compañeros más allegados estarán en los sofás y el resto de figurantes estará algo fuera de foco. Es probable que en el mismo set de rodaje se deban hacer varios ajustes de este tipo, que quedarán previstos con tiempo extra en el plan de rodaje pero que no se pueden anticipar con exactitud.

Por otro lado, disponemos de una mesa en la sala central de la casa que nos servirá como comedor. Esta mesa será totalmente re decorada con una vajilla prestada por los dueños, centros de mesa y platos preparados por el equipo de arte.

Al jardín se añadirán flores de colores vistosos que agreguen viveza a los setos y al suelo empedrado. Funcionarán como adorno en los planos medios y generales de Lauty cantando y como elementos protagonistas en la introducción y en los créditos finales del videoclip.

Como atrezzo adicional dispondremos de los instrumentos de trabajo aportados por el mismo barbero, del tiesto y la planta que servirá como tótem/trofeo, de la escoba, el recogedor y el cubo de la basura de la outro y de las bebidas para la fiesta.

Además, también se incluirán algunos elementos decorativos provenientes de artistas del círculo de Lauty. El propósito es darles visibilidad al mismo tiempo que agradecer su apoyo. Las piezas de arte que aparecerán son cuadros y/o figuras de barro a los que se les dará reconocimientos en los créditos.

(Se pueden consultar imágenes de la casa, del jardín y del atrezzo en Anexo 5, pág. 95)

### 3.12. Vestuario

El diseño de vestuario tiene unos propósitos concretos y estará creado con intencionalidad. En los siguientes párrafos veremos cuál es esa intencionalidad y que criterios de selección se seguirán a la hora de discriminar unas prendas de otras.

Se debe conseguir un contraste marcado entre los dos estilismos del protagonista. Las escenas del jardín representan su identidad personal y su vida cotidiana, por ello están presentadas de una forma más íntima e informal. En estas aparece Lauty solo y caracterizado con uniforme de trabajo, esto simboliza el esfuerzo individual y el trabajo que le dedica a su pasión. Como el jardín es un espacio metafórico que representa la belleza de su camino en la música y las personas con las que se ha ido encontrando, es adecuado que la metáfora se cierre con él vistiendo ropa de jardinero.

Un pantalón o mono de estas características nos parece lo más adecuado. Una camiseta interior por debajo también encaja con este tipo de uniforme de trabajo. Los colores blanco para la camiseta y verde para los pantalones seguramente son los más adecuados para la gama cromática del jardín, que contiene mucha vegetación verde y suelo de piedras de colores neutros claros. Es probable que se añadan unas botas de trabajo oscuras para complementar el estilismo. Esta ropa denota sencillez, humildad y dedicación; valores que van muy relacionados con la mentalidad interior del artista.

Las escenas interiores acontecen en espacios que representan abundancia, éxito social y festividad. Este tipo de diseño de escena va relacionado con todo lo que rodea al artista: relaciones sociales, relaciones profesionales y un ambiente de motivación y positividad. Tanto estos espacios como los exteriores representan partes de la vida de Lauty en las que evoluciona con el paso del tiempo. Ambas coexisten a lo largo de los años y forman parte de su persona. No obstante, los espacios interiores se representan de un modo formal y exaltado, ya que el artista

ha mejorado bastante su calidad profesional y es momento de detenerse a apreciar el progreso y celebrar.

Por ello, para estas escenas su vestuario será mucho más formal que en el jardín. De hecho será todo lo contrario. Justo después del corte de pelo, Lauty aparecerá trajeado y mucho más aseado.

Esto representa, por una parte el punto de inflexión en su carrera musical y los éxitos que están por venir, y por otra parte la satisfacción personal que obtiene de todo lo que le está ocurriendo, tanto a nivel personal como profesional.

Como Lauty no está solo en todo este proceso, sus compañeros y amigos también deben seguir una estética acorde a los acontecimientos. No obstante, ellos solo aparecerán en las escenas interiores, en las que están en una fiesta importante y por lo tanto también visten de forma elegante. Ya que no disponemos de presupuesto y esto afecta a todos los departamentos y personas implicadas, los figurantes dispondrán de los siguientes referentes estéticos para aportar su propio vestuario.

Cada participante deberá responsabilizarse de preparar una o varias propuestas de estilismo y consultarlas con el departamento de arte y dirección. Es importante que la gama cromática quede compuesta por colores blancos, negros y neutros. Los colores vivos son demasiado llamativos y distraen la atención del espectador. Se busca que ningún figurante destaque especialmente sobre el resto de sus compañeros y que la importancia resida en la armonía de todo el conjunto.

(Se pueden consultar imágenes del vestuario en el Anexo 6, pág. 96)

## **4. Plan de rodaje**

El plan de rodaje es un documento que nos ayudará a planificar las jornadas de trabajo en equipo. Su importancia recae en el cumplimiento del objetivo común; rodar todo el material necesario en un plazo de tiempo limitado, ya sea por presupuesto, disponibilidad u otros motivos. Realizar el plan de rodaje se traduce en organizar de la forma más realista y eficiente posible todo el trabajo que se debe llevar a cabo. Para ello, lo más lógico es agrupar las escenas y planos en función de la localización en la que se ruedan, los personajes que aparecen o las horas del día más convenientes, entre otros. El ayudante de dirección será, en este caso, la persona que deberá tener los tiempos más controlados y procurará que se cumplan a rajatabla.

Tabla 12

*Plan de rodaje completo*

DIA	FECHA	HORA	INT. / EXT.	DÍA/ NOC.	ESCENA	PLANO	TOMAS	ESPACIO	LOCA.	TIEMPO	PERSONAJES	OBSERVACIONES
<b>DÍA 1</b>												
1	indet.	07:00	-	-	LLEGADA		-	-	Casa Avinyó	30 min	-	-
1	indet.	07:30	ext.	día	5	6	2	Jardín	Casa Avinyó	15 min	Lauty	-
1	indet.	07:45	ext.	día	5	7	2	Jardín	Casa Avinyó	15 min	Lauty	-
1	indet.	08:00	ext.	día	5	8	2	Jardín	Casa Avinyó	15 min	Lauty	-
1	indet.	08:15	ext.	día	6	9	3	Jardín	Casa Avinyó	30 min	Lauty	-
1	indet.	08:45	ext.	día	6	10	3	Jardín	Casa Avinyó	30 min	Lauty	-
1	indet.	09:15	-	-	CAMBIO		-	-	Casa Avinyó	10 min	-	-
1	indet.	09:25	int.	día	4	5	3	Salita	Casa Avinyó	30 min	Lauty, Barbero	Entrada + Preparación corte
1	indet.	09:55	int.	día	4	11	3	Salita	Casa Avinyó	10 min	Lauty, Barbero	Inicio del corte
1	indet.	10:05	int.	día	4	12	3	Salita	Casa Avinyó	10 min	Lauty, Barbero	1/3 del corte de pelo
1	indet.	10:15	int.	día	4	15	3	Salita	Casa Avinyó	10 min	Lauty, Barbero	2/3 del corte de pelo
1	indet.	10:25	int.	día	4	17		Salita	Casa Avinyó	10 min	Lauty, Barbero	Últimos retoques del corte
1	indet.	10:35	int.	día	4	18	3	Salita	Casa Avinyó	15 min	Lauty, Barbero	Se quita la capa

DIA	FECHA	HORA	INT. / EXT.	DÍA/ NOC.	ESCENA	PLANO	TOMAS	ESPACIO	LOCA.	TIEMPO	PERSONAJES	OBSERVACIONES
1	indet.	10:50	-	-	ALMUERZO	-	-	Casa Avinyó	30 min	-	-	-
1	indet.	11:20	int.	día	8	19	3	Comedor	Casa Avinyó	25 min	Lauty, Cercanos	-
1	indet.	11:45	int.	día	8	24	3	Comedor	Casa Avinyó	15 min	Lauty, Cercanos	-
1	indet.	12:00	int.	día	8	26	3	Comedor	Casa Avinyó	15 min	Lauty, Cercanos	-
1	indet.	12:15	int.	día	8	20	2	Comedor	Casa Avinyó	8 min	Cercanos	-
1	indet.	12:23	int.	día	8	21	2	Comedor	Casa Avinyó	8 min	Cercanos	-
1	indet.	12:31	int.	día	8	22	2	Comedor	Casa Avinyó	9 min	Cercanos	-
1	indet.	12:40	int.	día	8	23	3	Comedor	Casa Avinyó	25 min	Lauty, Cercanos	-
1	indet.	13:05	int.	día	8	25	3	Comedor	Casa Avinyó	10 min	-	-
1	indet.	13:15	int.	día	9	27	3	Sala	Casa Avinyó	30 min	Lauty, Cercanos	-
1	indet.	13:45	int.	día	9	28	3	Sala	Casa Avinyó	30 min	Lauty, Cercanos	-
1	indet.	14:15	int.	día	11	31	3	Sala	Casa Avinyó	30 min	Lauty y casi todos	-
1	indet.	14:45	int.	día	11	32	3	Sala	Casa Avinyó	30 min	Lauty y casi todos	-
1	indet.	15:15	int.	día	11	33	3	Sala	Casa Avinyó	30 min	Lauty y casi todos	-

DIA	FECHA	HORA	INT. / EXT.	DÍA/ NOC.	ESCENA	PLANO	TOMAS	ESPACIO	LOCA.	TIEMPO	PERSONAJES	OBSERVACIONES
1	indet.	15:45	int.	día	11	34	3	Sala	Casa Avinyó	15 min	Lauty y casi todos	
1	indet.	16:00	-	-	COMIDA		-	-	Casa Avinyó	60 min	-	-
1	indet.	17:00	int.	día	11	35	3	Sala	Casa Avinyó	45 min	Lauty y Todos	-
1	indet.	17:45	int.	día	11	36	3	Sala	Casa Avinyó	25 min	Lauty y Todos	-
1	indet.	18:10	int.	día	11	37	3	Sala	Casa Avinyó	30 min	Lauty y Todos	-
1	indet.	18:40	int.	día	11	38	2	Sala	Casa Avinyó	25 min	Lauty y Todos	-
1	indet.	19:05	int.	día	11	40	2	Sala	Casa Avinyó	15 min	Todos	-
1	indet.	19:20	int.	día	11	39	2	Sala	Casa Avinyó	25 min	Todos	-
1	indet.	19:45	int.	día	11	41	2	Sala	Casa Avinyó	15 min	Todos	-
1	in.	20:00	mix	día	PROMO	Recursos	10	Mix	Casa Avinyó	60 min	Lauty y Todos	-
<b>DÍA 2</b>												
2	indet.	07:00	-	-	LLEGADA		-	-	Casa Avinyó	30 min	-	-
2	indet.	07:30	ext.	día	10	29	3	Jardín	Casa Avinyó	45 min	Lauty	-
2	indet.	08:15	ext.	día	10	30	3	Jardín	Casa Avinyó	45 min	Lauty	-
2	indet.	09:00	ext.	día	1	1	2	Jardín	Casa Avinyó	11 min	-	-

DIA	FECHA	HORA	INT. / EXT.	DÍA/ NOC.	ESCENA	PLANO	TOMAS	ESPACIO	LOCA.	TIEMPO	PERSONAJES	OBSERVACIONES
2	indet.	09:11	ext.	día	1	2	2	Jardín	Casa Avinyó	11 min	-	-
2	indet.	09:22	ext.	día	1	44	2	Jardín	Casa Avinyó	11 min	-	-
2	indet.	09:33	ext.	día	1	45	2	Jardín	Casa Avinyó	12 min	-	-
2	indet.	09:45	ext.	día	3	4	2	Jardín	Casa Avinyó	30 min	Lauty	-
2	indet.	10:15	int.	día	12	42	2	Salita	Casa Avinyó	20 min	-	-
2	indet.	10:35	int.	día	12	43	2	Salita	Casa Avinyó	20 min	-	-
2	indet.	10:55	int.	día	7	13	2	Salita	Casa Avinyó	20 min	-	-
2	indet.	11:15	int.	día	7	14	2	Salita	Casa Avinyó	20 min	-	-
2	indet.	11:35	-	-	ALMUERZO	-	-	Casa Avinyó	30 min	-	-	-
2	indet.	12:05	-	-	DESPLAZAMIENTO	-	-	-	60 min	-	-	-
2	indet.	13:05	ext.	día	2	3	2	Estudio	Estudio Gavá	22 min	Pianista	-
2	indet.	13:27	ext.	día	2	16	2	Estudio	Estudio Gavá	23 min	Pianista	-

## 5. Postproducción

En este apartado repasaremos el proceso a seguir posteriormente al rodaje y previamente al resultado final. Explicaremos las cuatro fases principales y su relevancia. En nuestro caso, todo se realizará con un mismo software.

Todo el material se capturará en formato ProRes y resolución 2880 x 2160 (2.8K anamórfico) hasta 80 f/s. Con estas características nos aseguramos de que todas nuestras tomas tengan una edición de color eficaz sin perder calidad y de que dispongamos de resolución suficiente por si hubiera que re escalar algún plano. Antes de empezar con el proceso de postproducción se hará una selección previa de todo el contenido aprovechable. A continuación, todo el proceso se realizará mediante el software Adobe Premiere Pro CC.

En primer lugar se realizará el montaje del vídeo teniendo como guía el archivo de audio de la canción y el guion técnico. Para ello, debemos explorar cada archivo de vídeo y elegir los fragmentos que más nos interesen. Tenemos previsto haber repetido tomas y tendremos más de una opción para cada plano, por ello debemos comparar entre las mejores y aplicar el criterio de dirección. Es importante respetar la planificación previa al rodaje pero puede que haya algún momento en el que tengamos que improvisar. Por ejemplo: si el guion técnico especifica que durante un fragmento de la canción deben haber cuatro cambios de escena pero vemos que el ritmo de la música es más rápido, podemos hacer más cortes para acelerar el ritmo de montaje con cuidado de no modificar el sentido de la narración.

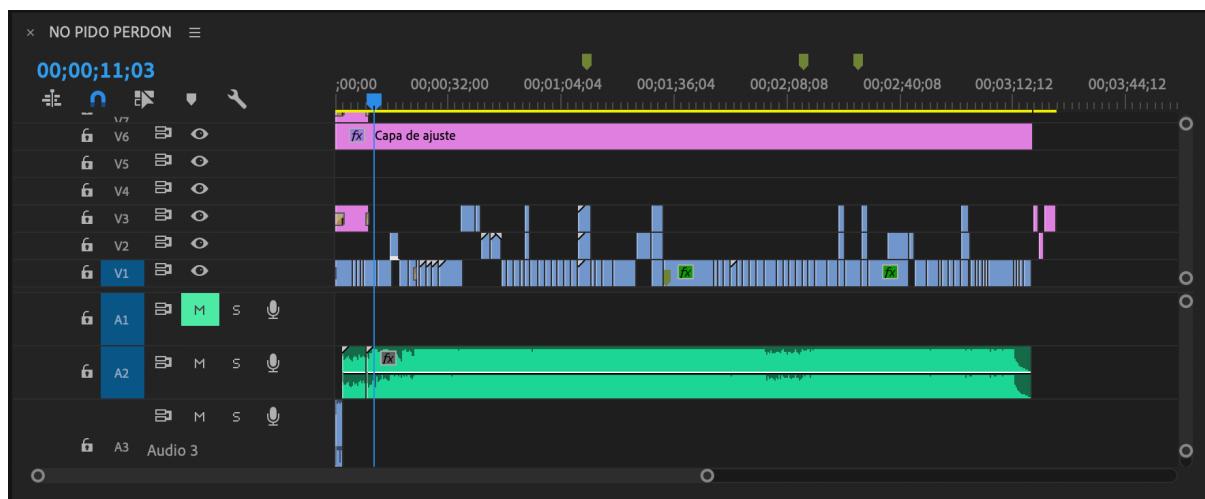


Figura 1. Montaje en la Línea de Tiempo de Premiere Pro CC.

Una vez tengamos nuestro montaje completado debemos pasar a la siguiente fase. En esta parte del proceso vamos a encargarnos de realizar todas las transiciones, re escalados y efectos. Tenemos el montaje base ya hecho pero hay que perfeccionar lo que se verá en pantalla. Para ello, podemos suavizar algunas transiciones por corte y añadirles fundidos rápidos. También se pueden realizar transiciones con máscaras, con movimientos, etc. Es recomendable usar alguna de estas técnicas si vemos que agregan un poco de dinamismo al montaje. No obstante, este no debería parecer monótono si hemos hecho un buen trabajo de preproducción, abusar de las transiciones podría denotar falta de planificación. Ahora también es el momento para aplicar efectos de estabilización, re escalar o aplicar movimientos de imagen a través de software. En definitiva, debemos revisar la composición de todos nuestros cuadros y corregir fallos si aparecieran.

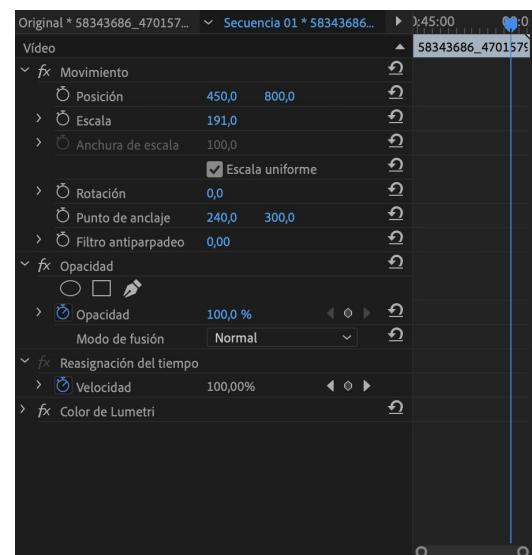


Figura 2. Pestaña de Control de Efectos en Premiere Pro CC.

La tercera parte del proceso es la de edición de color o etalonaje. Es recomendable realizar este ajuste cuando el montaje y la edición de efectos sean definitivos. De esta manera nos aseguramos de que todo el color sea uniforme. Si hacemos el color y después seguimos realizando cambios corremos el riesgo de olvidar algún *frame* sin ajustar. Sea como sea, el color es algo que conviene repasar cuando estemos seguros de que el vídeo se encuentra en su versión final. Esta parte es tan importante como las demás, pues el ajuste de color le va a otorgar gran parte de su personalidad a nuestro trabajo.

En primer lugar, como habremos captado la imagen en formato ProRes con color neutro, necesitamos aplicar un LUT de entrada que defina los tonos de color a partir de los que empezaremos a trabajar.

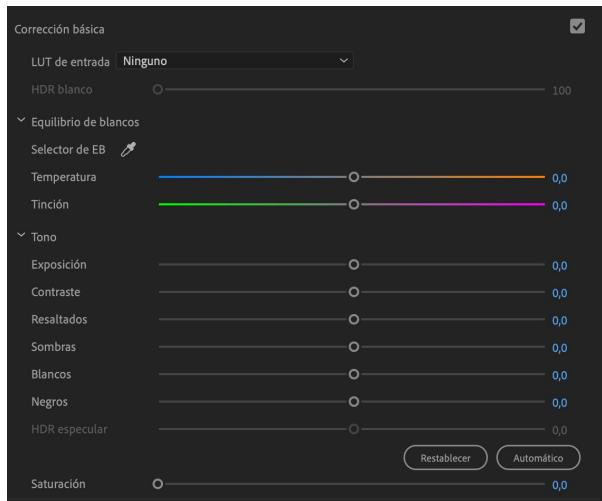


Figura 3. Pestaña de Corrección de Color en Premiere Pro CC.

tonalidad de los colores, la saturación, la luminosidad, y todos aquellos parámetros que permiten personalizar y modificar una imagen de forma que deje de parecer una representación real y se parezca más a un producto expresivo de ficción. Con estos ajustes podremos conseguir el look cinematográfico que buscamos. La lógica que debemos seguir es la de editar el color en un fragmento de cada escena o set de iluminación y luego copiar y enganchar ese mismo ajuste al resto de recortes provenientes del mismo clip. También es importante cuidar la homogeneidad entre escenas o sus diferencias (en caso de que queramos crear un contraste, por ejemplo), pues al final nuestro producto va a destacar por su totalidad. Si hay alguna preferencia sobre el ajuste de color ha de estar predefinido desde dirección, pero en general, cada colorista va desarrollando su propio criterio y estilo personal.

En su aplicación más básica, la corrección de color nos va a servir para corregir la iluminación de nuestras imágenes. Así, podremos aumentar o reducir contraste, brillo, saturación, etc. Podremos modificar la temperatura de color y la tinción, para así irnos aproximando al look que buscamos.

En las opciones de ajuste más complejas podemos modificar la

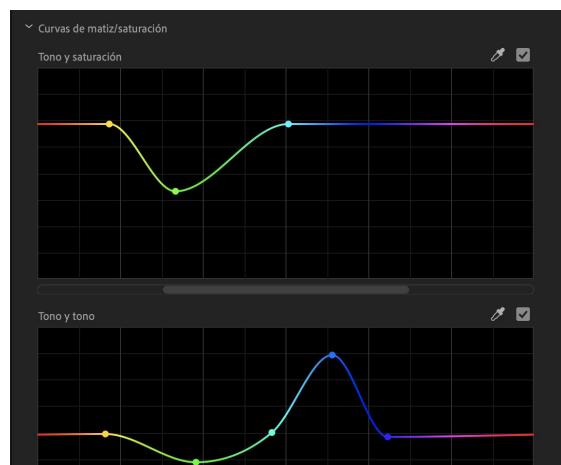


Figura 4. Pestaña de Curvas de Color en Premiere Pro CC.

Al editar el color de mis trabajos, me da la impresión de que tiendo a resaltar los colores pastel y terrosos. En general, no me gusta abusar de los altos contrastes e intento buscar cierta homogeneidad en la paleta de colores. No obstante, cada proyecto es distinto y requiere un tipo de ajuste diferente.

Este ajuste dependerá tanto de mi propio criterio artístico como de lo que la canción o historia en cuestión pretenda expresar. Evidentemente, el tipo de cámara (por el rango dinámico del sensor) y el formato de imagen y perfil de color con los que se haya trabajado también condicionan el resultado.

A continuación adjunto dos *frames* de ajustes de color que he realizado en otros proyectos para ilustrar cuál es mi idea respecto al tratamiento final de este videoclip. Para las escenas exteriores quiero un azul cielo como el que se muestra en la figura 5, colores vivos resaltados (como el amarillo) para las flores y los verdes poco saturados. No obstante, el contraste lo quiero más bajo (como en la figura 6). Para las escenas interiores quiero el mismo nivel de contraste (poco) y colores neutros, blancos y negros. Destacarán los colores vivos en la decoración de los espacios y la mesa.



Figura 5. Ejemplo edición de color 1.

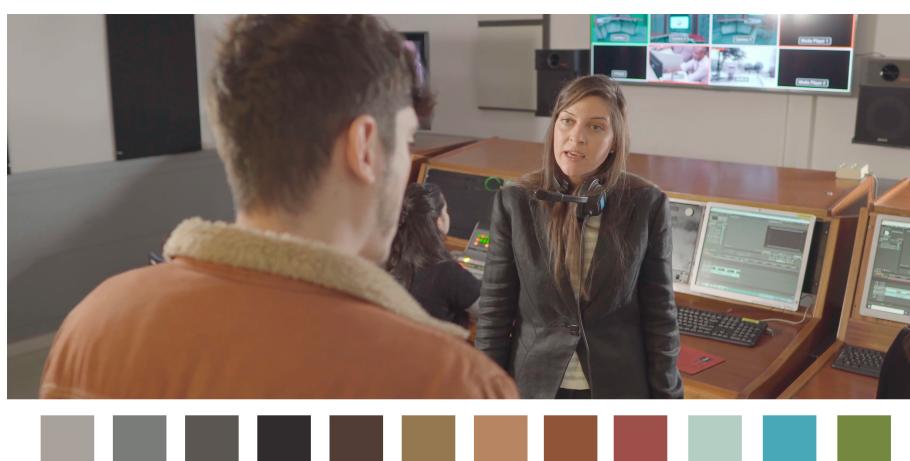


Figura 6. Ejemplo edición de color 2.

La última parte del proceso de postproducción es el diseño gráfico. Una vez hemos dado por definitivo nuestro montaje y la edición de color, vamos a escoger una o más tipografías (en este caso escogeremos Dolce Vita) y procederemos al diseño de nuestros títulos.

Cada caso es distinto y la disposición del título y créditos de nuestra obra es un aspecto creativo al igual que los demás. En nuestro caso, el título “Bubby Bee - Lauty Beliera” se colocará en los planos de flores de la introducción y los créditos y agradecimientos se colocarán al final, también en los planos de flores. El diseño gráfico de títulos con Premiere Pro CC es bastante intuitivo (como todos los demás ajustes) y nos permite modificar los aspectos más básicos; anchura o altura de las letras, posición, espaciado, opacidad, etc. No es nuestro caso, pero si quisieramos realizar animaciones con nuestros títulos o efectos más complejos tendríamos que utilizar otros softwares más especializados, como por ejemplo Adobe After Effects CC.

## **6. Promoción**

Todo proyecto musical de calidad profesional debe contar con una buena estrategia de marketing que lo respalde. En este caso la obra proviene de un artista que cuenta con la visibilidad pública propia de una persona promedio, lo cual significa que aún no tiene una audiencia fidelizada y debe optimizar los recursos para intentar hacerse escuchar. Partiendo de esta base, lo más lógico es tratar de conseguir generar el máximo interés en el conjunto de las personas de su círculo. Para generar esta atención sin ningún coste la mejor opción son las redes sociales. Instagram es la plataforma más popular y también en la que Lauty tiene más seguidores, por ello creemos que es la opción ideal para construir nuestra campaña. Teniendo en cuenta los ritmos de postproducción necesarios para trabajar el producto con la máxima profundidad, el producto estará listo aproximadamente un mes después de la fecha de rodaje. Este videoclip es la última pieza que falta para completar todo el proyecto musical, así que se lanzará en cuanto esté acabado.

Un mes de postproducción nos permite hacer un mes de promoción, siempre y cuando no se retrase el estreno. De todos modos, un mes es tiempo suficiente para hacer la promoción de un videoclip de forma progresiva y sin “bombardear” demasiado a los espectadores. A nuestro juicio es preferible una promoción dilatada en el tiempo que muestre pequeñas pinceladas y genere curiosidad, que comprimir mucha información en un periodo corto de tiempo. Esto último puede agobiar al espectador potencial y provocarle la sensación de estar recibiendo información no deseada. Por ello es coherente repartir el contenido promocional a lo largo de cuatro semanas e ir dando cada vez más detalles del proyecto a medida que se acerque la fecha de salida. Este lento in crescendo de información tiene la intención de suscitar una sensación de familiaridad en el público y captar su interés.

## Plan de Acción

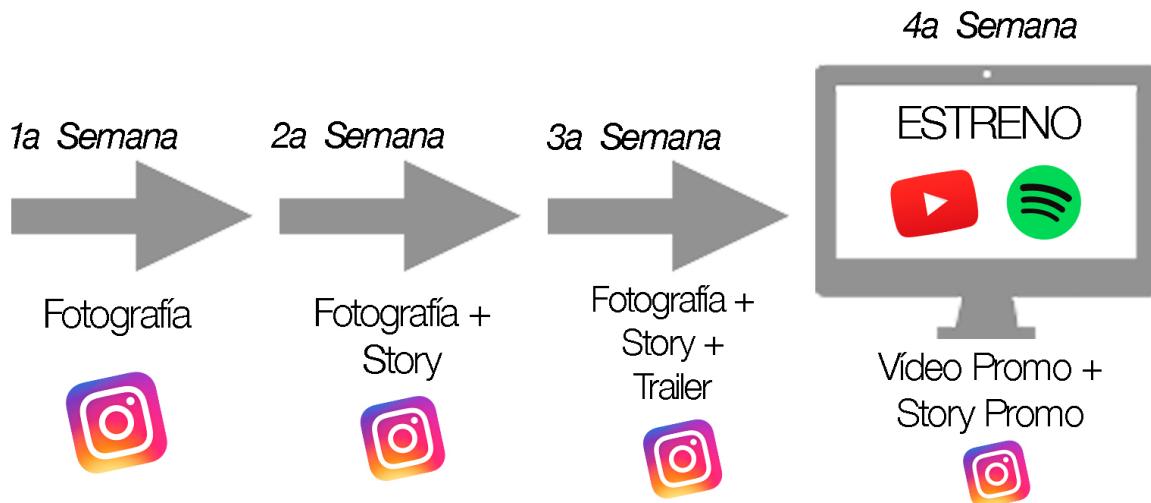


Figura 7. Plan de promoción en redes.

Las publicaciones de fotografías constarán de una imagen extraída de la sesión de fotos realizada en el set del videoclip junto a una descripción relacionada con el concepto de la canción. Habrá tres, repartidas durante las semanas previas al lanzamiento.

Las stories en formato vertical constarán de un pequeño vídeo que mostrará detalles del set de rodaje, como por ejemplo la vajilla de la cena, los cuadros de las paredes o las flores del jardín. No irá acompañado de música, solo de efectos sonoros que sirvan para crear una atmósfera de misterio. Habrá dos, para cada una de las dos semanas anteriores al estreno. Al final del pequeño vídeo se indicará la fecha del lanzamiento.

El tráiler será el contenido promocional que se lanzará más tarde. Saldrá la semana previa al rodaje, posteriormente a la fotografía y la story de dicha semana. Para entonces, los espectadores potenciales habrán visto tres fotografías y dos pequeños vídeos que habrán ofrecido detalles y fecha de salida de un producto visual, pero aún no se sabrán muy bien de qué se trata. Entonces, unos seis días antes del lanzamiento, esta pieza servirá para mostrar de forma más amplia algunos espacios de la casa y el jardín. También mostrará a Lauty y a algunos de los figurantes con su respectivo vestuario. No sonará la canción del estreno.

Simplemente se escuchará alguna melodía de estilo semejante. La grabación de estas tomas está incluida de forma independiente en la jornada de rodaje del día uno. Por último, se mostrará de nuevo la fecha de estreno y por primera vez se desvelará el título del trabajo musical.

Después de todos estos pasos, es muy probable que la gran mayoría de la audiencia de Instagram se haya enterado de que habrá un proyecto y de su fecha. Un alto porcentaje de personas habrá visto pequeños detalles de algo que no sabrán muy bien lo que es y el tráiler solucionará las dudas. Entonces estarán preparados para el lanzamiento de un videoclip que podrán ver en menos de una semana.

Cuando se haga público el videoclip se subirá un último post en Instagram; un pequeño vídeo con recortes de los mejores momentos del producto audiovisual. La publicación del perfil se hará en formato cuadrado y la *story* en formato vertical, pero ambas incluirán el mismo contenido.

## 7. Presupuesto

Aunque sería ideal tener dinero para poder compensar económicamente a los integrantes de nuestro equipo, tenemos la suerte de que todos ellos están dispuestos a colaborar de forma gratuita. Algunos son más cercanos al proyecto y lo harán por dar apoyo y otros porque aún no son profesionales y les interesa expandir su red de contactos y demostrar de lo que son capaces.

Contamos con material de rodaje propio (de miembros del equipo y terceros) y con el material prestado por la universidad. Evidentemente, cada propietario ha invertido por su cuenta en material propio sin que este proyecto sea el destino principal de su uso. Por ello no se va a tener en cuenta la amortización de estas inversiones a nivel personal, ya que algunos materiales están ya amortizados, otros no, y otros ni siquiera tienen la intención de estarlo (en el caso de la universidad).

Los transportes, los *props* imprescindibles y las dietas del rodaje será lo único que cubriremos de nuestros recursos personales entre el artista y yo.

Dicho esto, a continuación será planificado un presupuesto con el objetivo de valorizar económicamente nuestro producto. De este modo, aunque a nosotros no vayamos a necesitar la cifra total para su realización, contabilizaremos el importe económico correspondiente al valor del trabajo que realizaremos. Esto podría ser útil si en el futuro nos pidiesen un desglose de los gastos correspondientes a la pieza. Por otro lado, hacer el trabajo de planificación de un presupuesto también será de ayuda si en el futuro nos encontramos en una situación en la que tengamos que hacer esta tarea.

El modelo de documento utilizado para la realización de nuestro presupuesto se corresponde con la plantilla oficial ofrecida por el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (correspondiente al Ministerio de Cultura y Deporte del Gobierno de España).

Tabla 13  
*Primer capítulo del presupuesto*

CAPÍTULO 1 GUIÓN Y MÚSICA	JORNADAS / HORAS	REMUNERA CIONES BRUTAS	I.R.P.F. (6%)	SEG. SOCIAL (40%)	DIETAS
<b>GUIÓN</b>					
Derechos de autor		15,00			
Argumento original		50,00			
Guion	1 Jornada	97,20	(5,83)	38,88	15,00
<b>MÚSICA</b>					
Derechos de autor		15,00			
Productor	2 Jornadas	100,00	(6,00)	40,00	30,00
Compositor	2 Jornadas	100,00	(6,00)	40,00	30,00
Mezcla de sonido	1 Jornada	100,00	(6,00)	40,00	15,00
Pianista	1 Jornada	60,00	(3,60)	24,00	15,00
<b>TOTAL: 825,08</b>		537,20		182,88	105,00

El coste de los derechos de autor se corresponde con un redondeo de las tasas oficiales del Registro Central de Propiedad Intelectual. El coste del argumento original es una cifra simbólica determinada entre el artista y yo mismo. La remuneración por el guion se corresponde con la división entre treinta del salario base mensual de un guionista de ficción según el BOE. La remuneración del resto de tareas es una aproximación a los precios que suelen cobrar los profesionales autónomos por trabajar en este tipo de proyectos y al tiempo que le suelen dedicar. Todas las dietas se contemplan en 15,00 euros por jornada sin discriminar el cargo.

Tabla 14  
*Segundo capítulo del presupuesto*

CAPÍTULO 2 PERSONAL ARTÍSTICO	JORNADAS / HORAS	REMUNERACIO NES BRUTAS	I.R.P.F. (6%)	SEG. SOCIAL (40%)
<b>PROTAGONISTAS</b>				
Lauty Beliera	2 Jornadas	1172,08	(70,32)	468,82
<b>SECUNDARIOS</b>				

<b>CAPÍTULO 2 PERSONAL ARTÍSTICO</b>	<b>JORNADAS / HORAS</b>	<b>REMUNERACIO NES BRUTAS</b>	<b>I.R.P.F (6%)</b>	<b>SEG. SOCIAL (40%)</b>
Javier Méndez	1 Jornada	479,48	(28,76)	191,79
Alessandro Faraco	1 Jornada	479,48	(28,76)	191,79
Sergio Pérez	1 Jornada	479,48	(28,76)	191,79
Zhora Mkrtchyan	1 Jornada	479,48	(28,76)	191,79
Adrià Canals	1 Jornada	479,48	(28,76)	191,79
Mariano Ventura	1 Jornada	479,48	(28,76)	191,79
<b>REPARTO</b>				
Eric Muñoz	1 Jornada	372,93	(22,37)	149,17
Sheila Pérez	1 Jornada	372,93	(22,37)	149,17
Samuel Rodríguez	1 Jornada	372,93	(22,37)	149,17
Iván Piquer	1 Jornada	372,93	(22,37)	149,17
Andrés Bonete	1 Jornada	372,93	(22,37)	149,17
Natalia Llabrés	1 Jornada	372,93	(22,37)	149,17
Jordi Roigé	1 Jornada	372,93	(22,37)	149,17
Arnau Cortés	1 Jornada	372,93	(22,37)	149,17
Selena Roselló	1 Jornada	372,93	(22,37)	149,17
Cristina Len	1 Jornada	372,93	(22,37)	149,17
Hawali Brooks	1 Jornada	372,93	(22,37)	149,17
Enzo Iriarte	1 Jornada	372,93	(22,37)	149,17
<b>BARBERO</b>				
Javier García	1 Jornada	372,93	(22,37)	149,17
<b>BAILARÍN</b>				
Mauro Rodríguez	1 Jornada	372,93	(22,37)	149,17
<b>TOTAL: 12.977,92</b>		<b>9.269,98</b>		<b>3.707,94</b>

El salario del personal artístico está estipulado en función del sueldo por sesión según su cargo determinado en el BOE para obras de cine de bajo presupuesto. No se pagan dietas porqué todo el personal tendrá derecho al cáterin servido por el departamento de producción en el set de rodaje.

Tanto el barbero como el bailarín son pagados como parte del reparto porque no se les considera tan importantes como para recibir un sueldo de secundario.

Tabla 15  
*Tercer capítulo del presupuesto*

CAPÍTULO 3 EQUIPO TÉCNICO	JORNADAS / HORAS	REMUNERACIO NES BRUTAS	I.R.P.F. (6%)	SEG. SOCIAL (40%)
<b>DIRECCIÓN</b>				
Director	2 Jornadas	348,53	(20,91)	139,41
Co-Director	2 Jornadas	101,75	(6,10)	40,70
Ayudante de Dirección	2 Jornadas	266,52	(15,99)	106,60
<b>PRODUCCIÓN</b>				
Productor 1 (Jefe)	2 Jornadas	266,52	(15,99)	106,60
Productor 2 (Ayudante)	2 Jornadas	161,36	(9,68)	64,54
Productor 3 (Auxiliar)	2 Jornadas	101,75	(6,10)	40,70
<b>FOTOGRAFÍA</b>				
Director de fotografía	2 Jornadas	298,21	(17,89)	119,28
Operador de cámara	2 Jornadas	208,74	(12,52)	83,49
Fotógrafo Imagen Fija	2 Jornadas	104,37	(6,26)	41,74
<b>ARTE</b>				
Directora de Arte	2 Jornadas	263,86	(15,83)	105,54
Ayudante Decorador	2 Jornadas	111,83	(6,70)	44,73
<b>MAQUILLAJE</b>				
Maquilladora	2 Jornadas	177,50	(10,65)	71,00
<b>SONIDO</b>				
Sonidista	2 Jornadas	205,02	(12,30)	82,00
<b>ELÉCTRICOS</b>				
Gaffer	2 Jornadas	130,46	(7,82)	52,18
Eléctrico	2 Jornadas	104,37	(6,26)	41,74
<b>TOTAL: 3.991,04</b>		2.850,79		1.140,25

El salario del equipo técnico está estipulado en función del sueldo semanal (dividido entre cinco días y multiplicado por el número de jornadas de trabajo) que determina el BOE para producciones cinematográficas de bajo presupuesto. No se pagan dietas porque todo el equipo tendrá derecho al cáterin servido por el departamento de producción en el set de rodaje.

Tabla 16  
*Cuarto capítulo del presupuesto*

<b>CAPÍTULO 4</b> <b>ESCENOGRAFÍA (2 Jornadas)</b>		<b>COSTES</b>
<b>DECORADOS Y LOCALIZACIONES</b>		
Casa Avinyó	400,00	
<b>AMBIENTACIÓN</b>		
Atrezzo alquilado	200,00	
Atrezzo adquirido	50,00	
Jardinería	100,00	
Comida en escena	100,00	
<b>VESTUARIO</b>		
Vestuario alquilado	2.000,00	
Vestuario adquirido	200,00	
Zapatería	300,00	
Complementos	150,00	
<b>VARIOS</b>		
Material maquillaje	100,00	
<b>TOTAL: 3.600,00</b>		3.600,00

Los costes de escenografía son una aproximación creada a partir de las dimensiones y características de la localización y del número de personajes a los que habría que vestir en caso de que no aportaran su propio vestuario.

Tabla 17  
*Quinto capítulo del presupuesto*

<b>CAPÍTULO 5 VARIOS PRODUCCIÓN</b>		<b>COSTES</b>
<b>MONTAJE Y SONORIZACIÓN</b>		
Estudio grabación musical		50,00
<b>VARIOS PRODUCCIÓN</b>		
Copias de guión		10,00
Teléfono en fechas de rodaje		75,00
Limpieza, etc. lugares de rodaje		28,00
<b>TOTAL: 163,00</b>		165,00

El coste del estudio musical se corresponde con el precio por sesión del estudio de Lauty, contabilizando la amortización del material y un pequeño margen de beneficio. Los costes varios se estipulan teniendo en cuenta que todo miembro del equipo técnico tenga una copia del guion y una compensación de 5,00 euros por gastos telefónicos. La limpieza se contempla en 10,00 euros la hora por dos horas más un 40% de IRPF.

Tabla 18  
*Sexto capítulo del presupuesto*

<b>CAPÍTULO 6 MAQUINARIA Y TRANSPORTES (2 Jornadas)</b>		<b>COSTES</b>
<b>MAQUINARIA DE RODAJE (ALQUILER)</b>		
Cámara principal		90,00
Baterías		30,00
Ópticas		60,00
Adaptador Metabones		25,50
Follow focus		15,00
Monitor externo		30,00
Iluminación tungsteno		37,50
Iluminación LED		120,00
Trípodes luces		45,00

<b>CAPÍTULO 6</b> <b>MAQUINARIA Y TRANSPORTES (2 Jornadas)</b>		<b>COSTES</b>
Ceferinos		30,00
Dimmer		10,50
Gelatinas		10,00
Difusores		16,80
Porex		7,50
Cinefoil		30,00
Sacos de arena		10,80
Cableado		10,80
Pinzas		5,00
Micrófono y pétiga		37,50
Grabadora		15,00
<b>TRANSPORTES</b>		
Transporte público		10,00
Coches de producción		240,00
Coches personal artístico		200,00
Gasolina		400,00
Peajes		11,00
<b>TOTAL: 1.496,90</b>		1.496,90

El valor del material de rodaje se ha contabilizado en función de los precios de la casa de alquiler “Avisual Pro” para dos jornadas, incluyendo seguro e IVA. Para los transportes se han consultado precios de alquiler de coches y furgonetas en la página web “Kayak” y se contempla llenar el depósito de cada vehículo una vez. El transporte público y los peajes se tuvieron que pagar durante el proceso búsqueda de localizaciones.

Tabla 19  
*Séptimo capítulo del presupuesto*

CAPÍTULO 7 POST- PRODUCCIÓN	JORNADAS / HORAS	REMUNERA CIONES BRUTAS	I.R.P.F. (6%)	SEG. SOCIAL (40%)	DIETAS
POST- PRODUCCIÓN					
Montaje	2 Jornadas y 1/2	329,82	(19,78)	131,92	37,50
Efectos / Transiciones	2 Jornadas y 1/2	329,82	(19,78)	131,92	37,50
Etalonaje	2 Jornadas y 1/2	329,82	(19,78)	131,92	37,50
Diseño gráfico	2 Jornadas y 1/2	329,82	(19,78)	131,92	37,50
<b>TOTAL: 1.996,96</b>		1.319,28		527,68	150

El salario del director por cada parte de la post-producción se corresponde con el sueldo semanal de un montador de imagen para proyectos cinematográficos de bajo presupuesto según el BOE dividido entre dos. Las dietas se pagan a 15,00 euros la jornada.

Tabla 20  
*Octavo capítulo del presupuesto*

CAPÍTULO 8 SEGUROS	COSTES
SEGUROS	
Seguro de material	<i>Incluido en el precio de alquiler</i>
Seguro de responsabilidad civil	300,00
Seguro de accidentes	500,00
Seguro de vehículos	320,00
<b>TOTAL: 1.120,00</b>	1.120,00

El precio de los seguros de responsabilidad civil y de accidentes son orientativos, ya que no es posible encontrar información fiable sin pedir un presupuesto real a una compañía de seguros.

El seguro de los ocho vehículos se ha consultado de nuevo en la página web de alquiler “Kayak”, haciendo un redondeo de 40,00 euros por vehículo.

Tabla 21  
*Noveno capítulo del presupuesto*

<b>CAPÍTULO 9 GASTOS GENERALES</b>		<b>COSTES</b>
<b>COMIDAS</b>		
Almuerzo 1		108,00
Comida 1		360,00
Almuerzo 2		48,00
Comida 2		160,00
<b>TOTAL: 676,00</b>		676,00

Los gastos en comida se han calculado teniendo en cuenta un coste de 3,00 euros por desayuno y persona y de 10,00 por comida y persona. Para entender las cifras debemos tener en cuenta que durante la segunda jornada el número de personal artístico se reduce un total de veinte personas.

Tabla 22  
*Resumen de todos los capítulos del presupuesto y conclusión final*

<b>RESUMEN</b>	<b>COSTES</b>
CAPÍTULO 1 - GUIÓN Y MÚSICA	825,08
CAPÍTULO 2 - PERSONAL ARTÍSTICO	12.977,92
CAPÍTULO 3 - EQUIPO TÉCNICO	3.991,04
CAPÍTULO 4 - ESCENOGRAFÍA	3.600,00
CAPÍTULO 5 - VARIOS PRODUCCIÓN	163,00
CAPÍTULO 6 - MAQUINARIA Y TRANSPORTES	1.496,90
CAPÍTULO 7 - POST-PRODUCCIÓN	1.996,96
CAPÍTULO 8 - SEGUROS	1.120,00
CAPÍTULO 9 - GASTOS GENERALES	676,00
<b>PRESUPUESTO TOTAL</b>	<b>26.846,90</b>

## **8. Conclusiones finales**

Como conclusión se puede afirmar el cumplimiento de los objetivos propuestos. En primer lugar, el desarrollo de todos los documentos de producción a un gran nivel de detalle garantiza que si se siguen las indicaciones de la forma esperada el trabajo del artista obtendrá un refuerzo visual de nivel semi profesional avanzado. Esto le proporcionará un gran potencial comercial y consumible. El proyecto tiene las características de un producto profesional y el número de personas y recursos implicados también corresponde a un rodaje de tal nivel. Cuando un video musical se trabaja tal y como que ha de ser trabajo este, el salto de calidad se evidencia en el resultado. En nuestro caso ya se puede apreciar en el trabajo previo a este, puesto que hemos definido una idea lo suficientemente acotada sobre cómo ha de ser. En este punto, la planificación nos revela que Lauty obtendrá un refuerzo visual para su canción de mucha más calidad que a la que está acostumbrado y que esto definirá el comienzo de una nueva etapa en su carrera.

En segundo lugar, la compenetración y entendimiento con el artista ha sido satisfactoria, ya que se han encontrado los elementos visuales idóneos en los que apoyar su obra. El mayor reto ha sido el desarrollo de una narración completa y relativamente atractiva con el mínimo de recursos. Se ha tenido que construir todo el proyecto de forma lo suficientemente humilde para poder ser realizado sin presupuesto, pero a la vez sin que parezca un producto barato. Esto queda constatado con el resultado del hipotético presupuesto, en el que se comprueba que el valor del videoclip es de nivel profesional aunque como estudiantes vayamos a exprimir al máximo nuestros recursos para realizarlo con apenas dos o tres centenares de euros. Nunca antes había preparado tanto la producción de uno de mis trabajos y el resultado ha sido muy positivo. He ganado una gran seguridad respecto al volumen de trabajo que puedo manejar en un solo proyecto y me entusiasma sentir la capacidad de poder gestionar un equipo tan grande de personas con un objetivo común. En perspectiva, considero que el producto tiene potencial de satisfacer y enriquecer a todo el equipo y a mi persona profesional como director.

Como conclusión de la entrevista con Wowa, extraigo que hay que tener confianza aunque los primeros proyectos no tengan ningún presupuesto. Si tus proyectos son vocacionales y te apasiona lo que haces los recursos acabarán llegando. Colaborar con artistas que están empezando es la clave, así como desarrollar criterio de “a&r” (descubridor de talentos) para impulsarlos y que se cree una red de retroalimentación. Está claro que trabajar con presupuesto es siempre más cómodo y cuando lo haya nos ayudará a plasmar nuestra creatividad, pero hacer un esfuerzo para crear productos atractivos sin presupuesto nos ayudará a que en el futuro sepamos aprovechar muy bien los recursos disponibles.

## 9. Listado de referencias

### Artículos académicos

Arango Archila, Fabián (2016). El impacto de la tecnología digital en la industria discográfica. *Dixit* (24), 36-50. Recuperado de <http://www.scielo.edu.uy/pdf/dix/v24n1/v24n1a03.pdf>

C. Calvi, Juan (2006). Plan integral de apoyo a la música y a la industria discográfica. *Fundación Alternativas* (95). Recuperado de <https://www.fundacionalternativas.org/laboratorio/documentos/documentos-de-trabajo/plan-integral-de-apoyo-a-la-musica-y-a-la-industria-discografica>

Londoño Proaño, Cristián (2017). Producción del video musical narrativo y descriptivonarrativo: desde MTV hasta YouTube. *Razón y Palabra*, 21(96),783-794. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1995/199551160040>

Palmeiro, César (2004). *La Industria Discográfica y La Revolución Digital* (seminario). Universidad de Buenos Aires, Argentina. Recuperado de <https://industriasdecontenido.files.wordpress.com/2010/08/arg-cc3a9sar-palmeiro-industria-discogrc3a1fica-y-la-revolucic3b3n-digital-2004.pdf>

### Documentos oficiales

Ministerio de Cultura y Deporte (2019). *Modelo oficial de presupuesto*. Recuperado de <https://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/cine/informacion-servicios/in/procedimientos-administrativos/presupuesto-coste-pelicula.html>

Ministerio de Cultura y Deporte (2020). *Tasas año 2020 para las solicitudes presentadas en el Registro Central*. Recuperado de <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/propiedadintelectual/registro-de-la-propiedad-intelectual/solicitudes-de-inscripcion/tasas.html>

Ministerio de Empleo y Seguridad Social (23 de febrero de 2017) *Boletín Oficial del Estado* (46), 12764-12766. Recuperado de [https://www.boe.es/eli/es/res/2017/02/10/\(2\)](https://www.boe.es/eli/es/res/2017/02/10/(2))

Ministerio de Empleo y Seguridad Social (24 de abril de 2017) *Boletín Oficial del Estado* (97), 31842-31851. Recuperado de [https://www.boe.es/eli/es/res/2017/04/10/\(4\)](https://www.boe.es/eli/es/res/2017/04/10/(4))

## **Libros**

Isella, Fer (2015). El ecosistema de la industria musical. *Guía Rec: Claves y herramientas para descifrar el ecosistema actual de la música* (33-46). Recuperado de [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/02-el-ecosistema-de-la-industria-musical\\_guia-rec.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/02-el-ecosistema-de-la-industria-musical_guia-rec.pdf)

Jenkins, Henry (2006). *Convergence Culture: where the old and new media collide*. Recuperado de [https://www.academia.edu/34091957/Henry\\_Jenkins\\_Convergence\\_culture\\_where\\_old\\_and\\_new\\_media\\_collide](https://www.academia.edu/34091957/Henry_Jenkins_Convergence_culture_where_old_and_new_media_collide)

## **Páginas web y software**

Adobe Premiere Pro CC (2019). *Adobe Creative Cloud*. Disponible en <https://www.adobe.com/es/products/premiere.html>

Airbnb (2020). *Airbnb, Inc.* Disponible en <https://www.airbnb.es>

Avisual Pro (2020). *Alquiler de Material Audiovisual*. Disponible en <https://www.avisualpro.es>

Escapada Rural (2020). *Escapada Rural*. Disponible en <https://www.escapadarural.com>

Generalitat de Catalunya (2020). *Barcelona Film Comission*. Disponible en <https://www.bcn.cat/filmcommission.com>

Kayak (2020). *Alquiler de Coches*. Disponible en <https://www.kayak.es>

Pinterest (2020). *Tableros temáticos e inspiración*. Disponible en <https://www.pinterest.es>

PLAYZ (18.10.2019). *La Zowi: "Soy tan bruta que me han llegado a tachar de machista"*. Madrid: Corporación de Radio y Televisión Española. Recuperado de <https://www.rtve.es/playz/20191018/zowi-soy-tan-bruta-han-llegado-tachar-machista/1981603.shtml>

Posiciones o roles en set de rodaje (2019). *Elephant VFX*. Disponible en <http://www.elephantvfx.com/blog/2015/4/14/posiciones-o-roles-en-set-de-rodaje>

RAE (2020). *Real Academia Española*. Disponible en <https://www.rae.es>

Youtube (2020). *YouTube España*. Disponible en <https://www.youtube.com>

## 10. Anexos

Imágenes con derechos de autor

### 10.1. Referentes y aspiraciones técnicas

#### 21 Savage - a lot ft. J. Cole



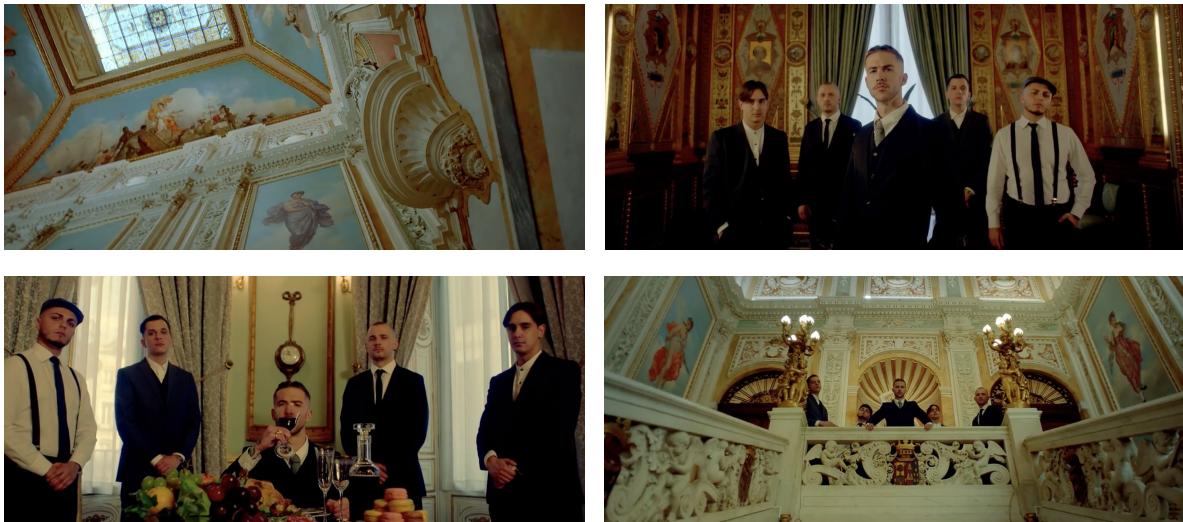
Fuente: Youtube

#### Russ - AINT GOIN BACK



Fuente: Youtube

## Natos - Flawless



Fuente: Youtube

## Austin Mahone - Say Somethin'



Fuente: Youtube

## 10.2. Moodboard

Fuente: Pinterest y Youtube



### 11.3. Localizaciones

#### Casa Museu i Arxiu Joan Maragall



Fuente: Bcn Film Comission

#### Villavalentina



Fuente: Escapada Rural

## Casa Relax El Papagai



Fuente: Airbnb

## Historical Apartment



Fuente: Airbnb

## Casa Castellarnau



Fuente: Bcn Film Comission

## Casa Luna



Fuente: Airbnb

## Comarquinal Bioresort Penedès



Fuente: Escapada Rural

## El Munt



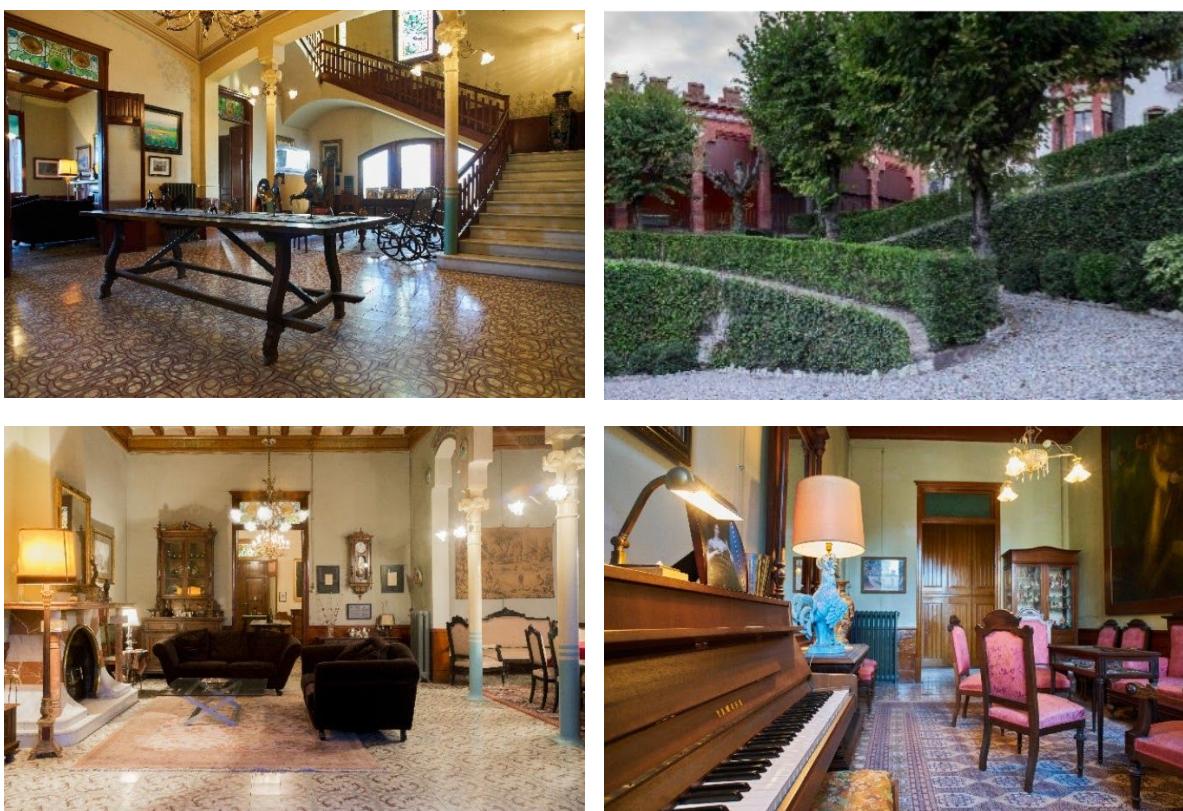
Fuente: Escapada Rural

## Gorgeous Space Martorell



Fuente: Airbnb

## Casa Modernista



Fuente: Bcn Film Comission

## 10.4. Material

**Focos de tungsteno**



**Gelatinas de colores**



**Paneles LED**



**Marco difusor**



**Porex de doble cara**



**Batería LP-E6**



**Monitor externo**



**Follow Focus**



**Trípodes para luces**



**Sacos de arena**



**Mangueras de cable**



**Cinefoil**



**Ceferinos**



**Pinzas Gaffer**



**Dimmer**



**Blackmagic Pocket 4k**



**Samyang 14mm f2.8**



**Yongnuo 35mm f2.0**



**Metabones**



**Micro de pértiga**



**Grabadora**



**Gimbal estabilizador**



**Slider**



*Fuente: Google Images*

## 10.5. Arte / Props / Atrezzo

Sofás



Mesa comedor



Jardín 1



Jardín 2



*Fuente: Bcn Film Comission*

Figura de barro



*Fuente: Manel Varela*

## 10.6. Vestuario

### Estilismo 1 Lauty



*Fuente: Pinterest*

### Estilismo 2 Lauty



*Fuente: Youtube*

### Referentes Masculinos



*Fuente: Pinterest*

## Referentes Femeninos



*Fuente: Pinterest*

## **10.7. Entrevista**

Cuando se quiere realizar un proyecto siempre es buena idea documentarse de la experiencia que hayan tenido aquellas personas que han hecho lo mismo antes. Por ello, traté de ponerme en contacto con varios directores que se asimilan bastante al perfil creativo con el que yo me identifico. Se trata de un perfil joven, creativo y emprendedor. No tenía tanto interés en entrevistar a directores con muchos años de experiencia y demasiado acomodados en la industria. Considero que los directores jóvenes tienen una mejor perspectiva del panorama musical actual y de los nuevos medios y métodos de trabajo.

Envié varios correos electrónicos a mis directores favoritos (una decena de personas) y lamentablemente solo uno me respondió. De todos modos, sus respuestas fueron útiles, ya que me ayudaron a comprender un poco más cómo trabaja un director de este perfil que se gana la vida con su trabajo. También me hicieron sentir un poco más seguro de mí mismo para el desarrollo de este proyecto.

Wowa es un director anglosajón residente en Londres. Lleva unos años en la industria y está totalmente profesionalizado. Trabaja de forma independiente y ha dirigido numerosos videos musicales y anuncios. Después de expresarle mi interés en su trabajo le mandé las siguientes preguntas y me respondió telemáticamente. La primera versión de la entrevista es la original (en inglés) y la segunda es una traducción adaptada.

## **INGLÉS**

- **Have you done projects without a budget? Which?**

Yes, most of my videos before 2019 were no budgets ; that's how I started out - and luckily I worked with a few artists who were later signed which enabled me to do label budgets.

- **Do you think that the project's budget is a very important condition when it comes to the creative process?**

Yep, the more budget you have it enables you to source more things for the video ; once you get to a certain level as a standard you're always going to want a crew that can visually bring your video to life - so on top of that the actual creative is going to also cost money. That's not to say you can't do something creative with a low budget at all.

- **Do you take the creation of the music video as a service you provide or as a collaboration between you and the artist?**

Either one works for me, if the artists or label just want me to create a video for their artists that's fine - but I always like working closely with artists as well because it's essentially their brand.

- **Which added value do you think the visual brings to the artist's work?**

It gives the opportunity to give them character, or to showcase their character. Majority of people will prefer a song if they see a video to it because it helps enhance the overall experience. Maybe a song might sound quite mainstream and 'typical' but the video can be that thing that distances itself from it being a 'typical' song.

- **Is it important to maintain your own style as a director?**

For sure it's great to have a style as a director, but I do feel each job is different and deserves newer styles - also don't want to limit yourself as we are always learning and growing.

- **In which order of importance would you place the following elements to get a decent quality product?: gear, locations, idea, art design, lighting**

I would go with, Idea, Location, Lighting, art design and then gear.

- **Does working with more people and delegating tasks make the result better?**

#### **Why?**

In essence it should, but sometimes you might delegate a role to somebody and they do a bad job of it ; which could turn your great idea into a disaster. So you have to be very careful in who you choose and it's also very very important to brief them as accurate as possible so your vision can come to life.

- **Any advice on how to manage a team? In order to make them feel comfortable, to motivate them, to make them understand what you are looking for.**

I would say it's always good to get people invested in the idea, you don't want them to think it's just another music video to get paid for - the more invested they are in the idea the better and more efficient they will work. Don't be afraid to be an asshole at times, it's always good to be nice but if something isn't working out or someone isn't doing their job properly you have to let them know.

- **Is the script planned until the last word of the lyrics or you usually improvise over it during the editing process?**

Depends on the video, usually I have an idea of what the edit will be in my head before shooting - it may change in the edit but usually I have an idea.

- **If the artist has no idea of what they want where do you find inspiration? Exclusively in the lyrics?**

Not just the lyrics, but the feel of the song , the tone and what kind of feeling it's trying to bring.

- **As a director, do you usually have a very clear vision of how everything has to be done or do you allow the other departments to be creatively free and suggest ideas?**

As the director It's important to have a clear vision of how you want things done, obviously you want your DOP to add their sauce and creativity on it also but always know what you want so that you won't be disappointed with the end result.

## **CASTELLANO**

- **¿Has realizado proyectos sin presupuesto?**

Sí, la mayoría de mis videos antes de 2019 no tenían presupuesto; así es como empecé y afortunadamente trabajé con algunos artistas que luego firmaron con discográficas, lo que me permitió trabajar en proyectos con presupuesto.

- **¿Crees que el presupuesto del proyecto es una condición muy importante cuando se trata del proceso creativo?**

Sí, cuanto más presupuesto tenga, permitirá obtener más cosas para el video; una vez que llegue a un cierto nivel como estándar, siempre querrá un equipo que pueda dar vida visualmente a su video, por lo que la creatividad real también costará dinero. Eso no quiere decir que no se pueda hacer algo creativo con un presupuesto bajo.

- **¿Realizas videos musicales como un simple servicio o como una colaboración entre tú y el artista?**

Hago ambas cosas, si la discográfica quiere que haga un video para sus artistas de forma metódica está bien, pero también me gusta trabajar con artistas de forma más cercana porque controlan más su propio contenido.

- **¿Qué valor crees que aporta lo visual a la obra del artista?**

Les da la oportunidad de darles carácter o de mostrar su carácter. La mayoría de las personas preferirán una canción si la acompaña un video porque ayuda a mejorar la experiencia del espectador. Tal vez una canción pueda sonar convencional o 'típica', en ese caso el video puede ser aquello que la haga destacar sobre el resto.

- **¿Es importante mantener tu estilo propio como director?**

Seguro que es genial tener un estilo como director, pero siento que cada trabajo es diferente y merece estilos más innovadores, no me gusta limitarme, siempre es bueno aprender y crecer.

- **¿En qué orden de importancia ubicarías los siguientes elementos para obtener un producto de calidad decente?: Equipo humano, localizaciones, idea, diseño de arte, iluminación**

Yo diría: Idea, Localización, Iluminación, Diseño de arte y luego Equipo.

- **¿Trabajar con más personas y delegar tareas mejora el resultado? ¿Por qué?**

En esencia, debería, pero a veces puedes delegar un rol a alguien y que hagan un mal trabajo; lo que podría convertir tu gran idea en un desastre. Por lo tanto, debes ser muy cuidadoso con la persona que elijas. También es muy importante informarle de lo que quieras con la mayor precisión posible para que tu visión cobre vida.

- **¿Algún consejo sobre cómo gestionar un equipo? Para que todos se sientan cómodos, motivados y que entiendan lo que estás buscando.**

Yo diría que siempre es bueno hacer que la gente se sienta implicada en la idea, no querrás que piensen que es solo otro video musical por el que se les paga: cuanto más se involucren en la idea, mejor y más eficientes funcionarán. No tengas miedo de ser un “imbécil” a veces, siempre es bueno ser amable, pero si algo no funciona o alguien no está haciendo su trabajo correctamente tienes que hacer que se den cuenta.

- **¿El guion está planeado hasta la última palabra de la letra o generalmente improvisas sobre él durante el proceso de edición?**

Dependiendo del video, generalmente tengo una idea de cuál será la edición en mi cabeza antes de rodar; puede cambiar en la edición, pero generalmente tengo una idea clara.

- **Si el artista no tiene idea de lo que quiere, ¿dónde encuentras inspiración? ¿Exclusivamente en la letra?**

No solo la letra, sino la sensación que me transmite la canción, el tono y qué tipo de sentimiento está tratando de expresar.

- **Como director, ¿generalmente tienes una visión muy clara de cómo debe hacerse todo o permite que los otros departamentos sean libres creativamente y sugieran ideas?**

Como director es importante tener una visión clara de cómo quieras que se hagan las cosas, pero obviamente te interesa que el director de fotografía añada también su salsa y creatividad. Siempre has de tener claro lo que quieras para no decepcionarte con el resultado final.

