

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



CREACIÓN Y REALIZACIÓN DEL VIDEOCLIP “LA NECESIDAD” DE MAYLO

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Gonzalo Centeno Calderon

Código 20170344

Julio Cesar Tipiana Gutierrez

Código 20173946

Asesor

César Antonio Loli Chau

Lima – Perú

Junio de 2024





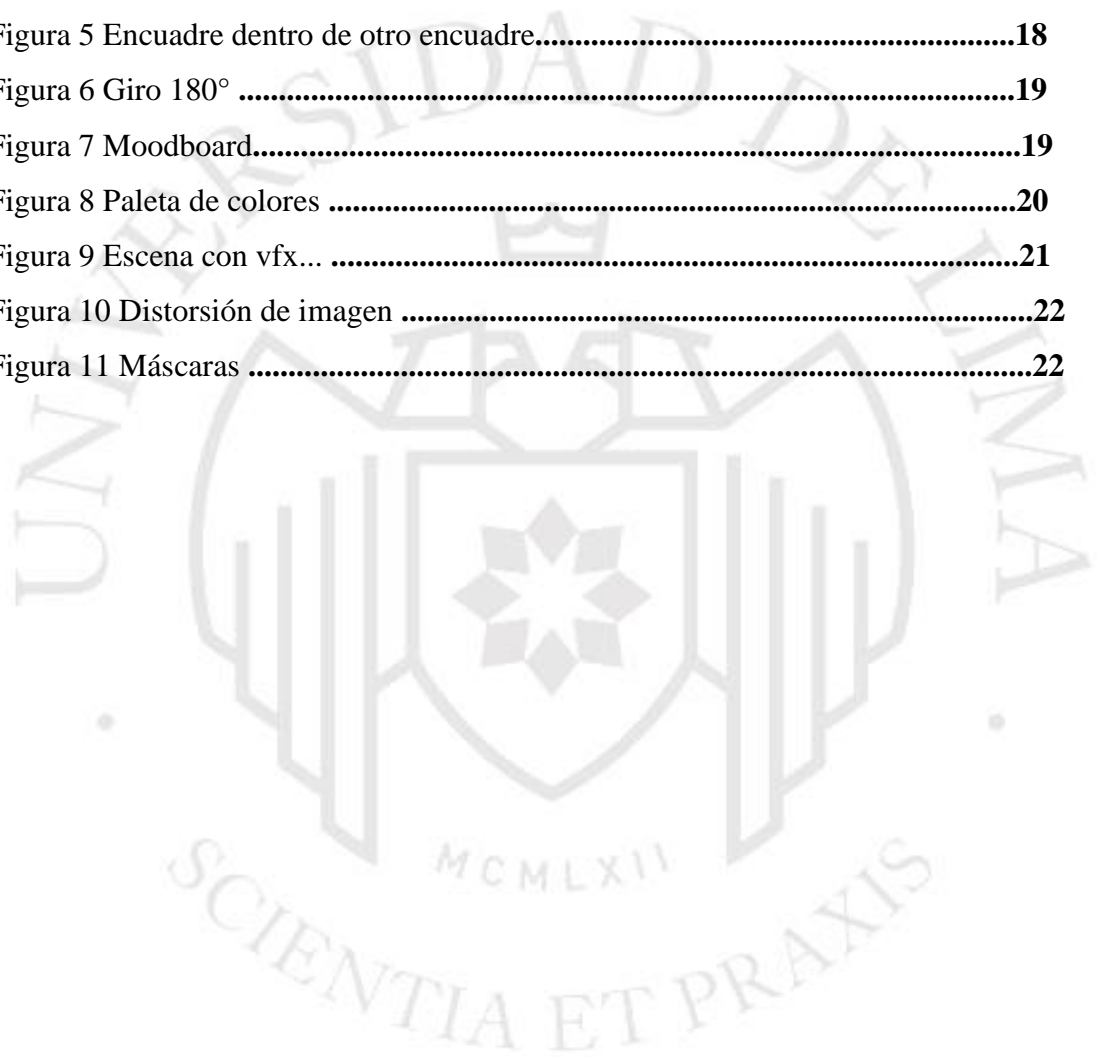
**CREACIÓN Y REALIZACIÓN DEL
VIDEOCLIP “LA NECESIDAD” DE MAYLO**

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	7
ABSTRACT	8
1. PRESENTACIÓN	9
1.1 Material 1.....	10
1.2 Material 2.....	10
1.3 Material 3.....	10
2. ANTECEDENTES	11
2.1 Contexto videoclip narrativo.....	11
2.2.Sobre el cantante	12
2.3 Análisis de materiales similares.....	12
2.4 Breve perfil del grupo objetivo.....	14
FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL	15
3.1 Dirección a través del guión y su narrativa.....	15
3.2.Propuesta fotográfica que refuerza el concepto de escape.....	16
3.3 Propuesta de arte	19
3.4 Propuesta de postproducción que complementa los cambios de Maylo..	21
4. LECCIONES APRENDIDAS	23
4.1 El pre-lighting ideal es muy costoso.....	23
4.2 El photoboard junto al videoboard son herramientas claves.....	23
4.3 Grabar en distintas locaciones cuesta el doble de esfuerzo.....	24
4.4 Tener un buen equipo técnico, especialmente un buen productor.....	24
4.5 El compromiso del artista con su videoclip mejora la calidad del producto final.....	25
REFERENCIAS	27
ANEXOS	28

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Portada de la canción en Spotify.....	11
Figura 2 Tonalidades verdes y rojizas.....	16
Figura 3 Look & Feel.....	17
Figura 4 Plano no simétrico.....	18
Figura 5 Encuadre dentro de otro encuadre.....	18
Figura 6 Giro 180°	19
Figura 7 Moodboard.....	19
Figura 8 Paleta de colores	20
Figura 9 Escena con vfx... ..	21
Figura 10 Distorsión de imagen	22
Figura 11 Máscaras	22



ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Nominación premios MUVID 2024.....	28
Anexo 2: Luz cálida exterior de noche.....	28
Anexo 3: Luz cálida exterior de día.....	29
Anexo 4: Construcción de escenografía del baño.....	30
Anexo 5: Videoboard.....	31
Anexo 6: Presupuesto.....	31-32



RESUMEN

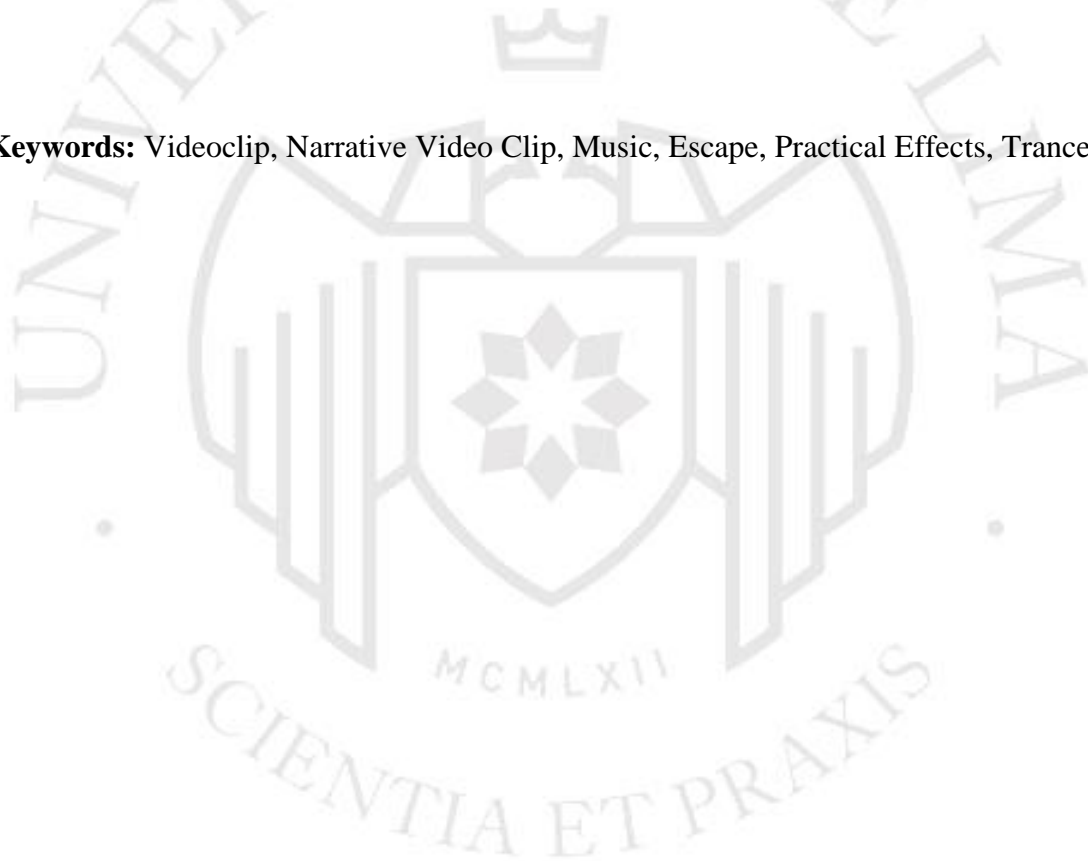
El presente trabajo aborda en detalle el proceso creativo de la realización del videoclip narrativo “La Necesidá” de Maylo, desde la dirección y producción, teniendo como objetivo principal reflejar la frenética personalidad del artista en una pieza audiovisual. Asimismo, todas las características, ideas y conceptos bajo esta perspectiva han sido plasmados en las diferentes áreas comprendidas, desde la conceptualización del guion hasta la posproducción usando recursos visuales fantásticos, pasando por el estilo visual en la dirección de fotografía y la dirección de arte. Esta obra audiovisual ofrece una producción que combina efectos prácticos con VFX y logra un resultado pulcro que responde a favor de la narrativa.

Palabras clave: Videoclip, Videoclip Narrativo, Música, Escape, Efectos Prácticos, Trance.

ABSTRACT

This work addresses in detail the creative process of making the narrative video clip “La Necesidá” by Maylo, from the direction and production, with the main objective being to reflect the frenetic personality of the artist in an audiovisual piece. Likewise, all the characteristics, ideas and concepts from this perspective have been captured in the different areas included, from the conceptualization of the script to post-production using fantastic visual resources, including the visual style in photography direction and art direction. This audiovisual work offers a production that combines practical effects with VFX and achieves a neat result that responds in favor of the narrative.

Keywords: Videoclip, Narrative Video Clip, Music, Escape, Practical Effects, Trance.



1. PRESENTACIÓN

El material realizado es un videoclip de tipo narrativo de la canción “La Necesidá” para el artista peruano Maylo, el cual forma parte de su segundo álbum titulado “2 de Maylo”. Esta pieza audiovisual es el segundo videoclip profesional del artista y tiene como concepto: el *escape* como salida a la angustia de un amor incompatible. El videoclip fue seleccionado en la categoría de mejor edición en el 1.º Festival de Videoclips del Perú, MUVID Perú 2024 (Anexo 1).

El contacto con Maylo fue a través de un amigo de la Facultad que nos dijo que eran amigos en el colegio y probablemente nos aceptaría la propuesta. Tuvimos una breve conversación a través de WhatsApp y agendamos una reunión por Zoom. Después de unas semanas, Maylo nos presentó seis avances de canciones para su nuevo álbum, entre ellas colaboraciones con otros artistas del género. Tras escoger “La Necesidá” por su ritmo pegajoso y letra de desamor, es que empezamos a imaginar el universo del videoclip. La letra nos hablaba acerca del desamor y del momento en el que un chico acepta la triste realidad de que es incompatible con su exnovia, por lo cual, nos pusimos en los zapatos del protagonista y nos dimos cuenta de que lo que nosotros quisiéramos en ese momento sería escapar. Es así como nace el concepto del videoclip: *el escape* como solución a un terrible problema de amor. Es por ello que en el videoclip Maylo, tras ver a su exnovia con una nueva pareja, se ve en la obligación de escapar. Por ello, podemos resumir el concepto del videoclip en la siguiente premisa: **“Maylo empieza a interiorizar que es incompatible con su exnovia. Sin embargo, tras vivir un trance donde la ve en todas partes, se da cuenta de que ella fue solo una etapa y quienes siempre estarán para él son sus amigos.”** Es importante mencionar que el trance al cual nos referimos surge cuando Maylo se introduce en un inodoro tras ver a la chica con su nueva pareja a días de haber terminado con él.

A modo de complemento del videoclip, el artista nos solicitó un teaser promocional que sería publicado en su Instagram días previos al lanzamiento. Además, una fotografía de portada también fue solicitada para utilizar en el Spotify oficial de Maylo.

Para la realización de este videoclip, quienes escriben, Gonzalo Centeno y Julio Tipiana, nos encargamos de la dirección y producción general del mismo. Por otro lado, el equipo técnico estuvo compuesto por amistades de la Facultad, quienes colaboraron de manera voluntaria puesto a que anteriormente los hemos apoyado en otros proyectos audiovisuales.

Para la elaboración de este proyecto, se establecieron los siguientes objetivos comunicacionales:

1. Plasmar el sentimiento de angustia de un amor incompatible a través de varias escenas de escape.
2. Representar el mundo caótico y multifacético de Maylo a través del uso de múltiples locaciones.
3. Reflejar la frenética personalidad de Maylo a través del uso de recursos visuales, prácticos y efectos visuales (vfx).

1.1 Material #1: Videoclip

El videoclip es el material principal para Maylo. Es un videoclip narrativo que sigue el concepto de *escape* como solución a una decepción amorosa.

<https://www.youtube.com/watch?v=MgNR76TtP4I&list=LL&index=1>

1.2 Material #2: Teaser promocional

El teaser funcionó como un material esencial para generar expectativa en el público objetivo de Maylo. A pedido del artista, se utilizaron breves segundos de las escenas más resaltantes y se compartió en el Instagram oficial de Maylo.

[https://drive.google.com/file/d/13_PJmsEvQrIGN6H13FN96KsQ8eudtspJ/view?usp=drive link](https://drive.google.com/file/d/13_PJmsEvQrIGN6H13FN96KsQ8eudtspJ/view?usp=drive_link)

1.3 Material #3: Portada de la canción

Para la portada de la canción utilizamos una fotografía capturada por el encargado de la “foto fija” en el rodaje. Esta aparece en el Spotify oficial de Maylo.

Figura 1 Portada de la canción en Spotify



2. ANTECEDENTES

2.1 Contexto videoclip narrativo

Como material principal contamos con la realización de un videoclip, el cual se entiende como “una creación audiovisual, que en sí misma ha construido un relato inalterable, en la que no existe otra comunicación que la explícitamente publicitaria y la implícitamente artística.” (Tarín, 2016, p.124)

Consideramos que la realización de videoclips es un punto importante para muchos artistas independientes peruanos que están surgiendo, puesto que para ellos es un paso más en sus carreras musicales. Por ello escogimos a Maylo, quien está en un momento de evolución artística y profesional, porque con esta pieza audiovisual buscamos lograr alcance, difusión, impacto entre todo su público y sobre todo el crecimiento de Maylo.

Según Sedeño et al.(2016) existen los tipos de videoclips, los cuales se clasifican en “performance (videoclip que se basa en la visualización de la actuación en forma de concierto o simulación del mismo en representación frontal a modo televisivo) o conceptuales (basado en una experimentación estética en torno a uno o varios códigos visuales)” (p.6) Finalmente, se encuentra el videoclip narrativo, el cual es el que hemos elegido, y se entiende a aquella pieza en la que “suelen poseer las características propias de un film: marcadas elipsis, flujo continuo y transición transparente entre imágenes; raccord; fundido a negro como elemento de puntuación espacio-temporal o separador de bloques. “ (Sedeño, 2006, como se citó en Tarín, 2016) Además, a través de la narrativa

de una canción se puede contar y sobre todo expresar una propuesta visual que sirva como complemento de la letra.

Finalmente, queremos recalcar que nuestra propuesta es enteramente narrativa, la cual cuenta con personajes. De esta manera buscamos alejarnos de ver al artista interpretando su canción como en su anterior videoclip de tipo performático. Ahora se busca mostrarlo en diferentes situaciones que vayan acorde a la propuesta.

2.2 Sobre el cantante

Maylo es un cantante solista que ha explorado más de un género en sus temas estrenados y ha tenido colaboraciones con otros artistas como A.C.O. Franco Banda, Lateral y Diego Palace.

A pesar de tener bastantes seguidores y oyentes en las diversas plataformas, Maylo solo contaba con un videoclip, así que realizar esta pieza audiovisual fue una gran oportunidad para afianzar su carrera musical.

Cuando estábamos en etapa de preproducción, Maylo solo contaba con un álbum titulado “1 de Maylo” y una vez empezamos la postproducción del videoclip, se dio el lanzamiento del segundo álbum “2 de Maylo” donde explora otros géneros como el R&B, Hip Hop y Lofi. El artista considera que su primer álbum tuvo buena aceptación, pero que una mejor distribución y promoción lo hubiese potenciado aún más, por lo que tomó eso en cuenta para el lanzamiento del segundo álbum.

2.3 Análisis de materiales similares

slowthai, Mura Masa - Doorman

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

De este videoclip rescatamos cómo es abordado desde lo narrativo a través de los recursos visuales adaptados de películas. Exactamente de la película *Trainspotting*, de la cual nosotros también rescatamos esos recursos para poder potenciar nuestra historia. Los videoclips del artista en mención se caracterizan por replicar escenas de películas y por su estilo desenfrenado. Por otro lado, rescatamos que el videoclip cuenta con varias locaciones y las acciones son exacerbadas junto a un total descontrol. El estilo de esta pieza audiovisual y la actuación del mismo artista dan a entender que la personalidad de

él es extrovertida y loca, es por ello que nos sirvió de inspiración para que nuestro guion contemple acciones que sean tan dementes como Maylo.

Interpol - If You Really Nothing

<https://www.youtube.com/watch?v=gLk8i2zw2jU>

Este videoclip fue tomado en cuenta debido a que consideramos que la historia contada acompaña acertadamente a la canción. Se desarrolla gran parte en un bar, una locación que nosotros buscamos para Maylo y esa relación fallida con una chica que se plasma a lo largo de la pieza musical. También rescatamos recursos visuales como son los movimientos de cámara, iluminación, ritmo y el blocking de los personajes dentro de los diversos escenarios del bar.

Además, presenta un videoclip que desarrolla una narrativa entre dos personajes donde el chico siente atracción por una chica, quien parece no corresponderle de la misma manera. Se prioriza la historia que se está contando más allá de ver a la banda tocar en algunos momentos.

Wos - Culpa.

<https://www.youtube.com/watch?v=XzxN55XwhdU>

De este videoclip rescatamos la propuesta visual en cuanto al uso de planos, sobre todo el uso de la luz y el color. Este videoclip desarrolla también una narrativa y pone como protagonista al artista en todo momento. Además, resulta un videoclip más descriptivo y meticuloso con la propuesta visual. La dirección de arte es uno de los aspectos que más resaltan del videoclip, incluso ha sido premiado por su excelencia en dicha área, es por ello que nosotros le dimos una gran importancia al arte en este videoclip. Por otro lado, la posproducción de “Culpa” resalta por momentos llamativos como la aparición de un corazón latente sobre una mesa mientras el artista se reclina en una silla. Esto nos inspiró a pensar más allá y a proponer ideas fuera de lo común, sin importar lo difícil que podría ser su realización.

Este videoclip de Wos fue tomado en cuenta porque muestra al artista siendo el protagonista de la historia, es decir, realiza una performance a lo largo del videoclip. Además, hacen uso de varias locaciones para contar su historia, lo cual enriquece la

propuesta visual y demuestra la cotidianidad del personaje. Por otro lado, el ritmo del videoclip es a lo que nos queremos acercar y sobre todo la propuesta visual consideramos está muy bien lograda.

2.4 Breve perfil del grupo objetivo

Según el mismo artista, su público objetivo comprende a jóvenes entre los 16 y 30 años que siempre tienen un tiempo para asistir a eventos culturales y compartir con sus amigos actividades de ocio como visitar bares y/o locales nocturnos. Además, son personas que disfrutan de una amplia variedad de géneros musicales y encuentran esa diversidad junta en la música de Maylo. Suelen escuchar a cantantes que tratan tabúes sociales en sus letras, acompañándose de beats originales y pegajosos. Cabe destacar que uno de los rasgos más característicos de este público es la fidelidad de su fanatismo. Son personas que constantemente acuden a los eventos de estos músicos, sin importar la fecha, precio o locación. Además, al ser fanáticos de artistas emergentes que aún no han despegado en gran magnitud, suelen conversar o incluso ir a tomar con ellos al finalizar los conciertos. Muchos de ellos cuentan con un grupo de WhatsApp dónde se comunican, interactúan y crean un vínculo cercano.

Estos jóvenes se caracterizan por utilizar el celular para navegar, son usuarios activos de Instagram y, conforme se baja de edad dentro de este rango, de TikTok. Aunque muchos de los que componen este segmento continúan con su etapa estudiantil, otros comienzan a tener su primer trabajo mientras conviven en el seno familiar, por lo que su poder adquisitivo aumenta en poco tiempo. Su principal interés es invertir en productos de ocio y servicios, formación, artículos deportivos y tecnología. Sienten esta tecnología como algo fundamental en su día a día, ya que se comunican mediante las redes sociales.

Son grandes consumidores que comienzan a tener poder adquisitivo y sobre todo, poder de decisión en la compra. Suelen gastar el dinero en servicios que requieran una actividad social: cenar en algún restaurante, salir a discotecas, entre otras más.

3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL

3.1 Dirección a través del guion y su narrativa

Como se mencionó anteriormente, este videoclip refleja la personalidad de Maylo, es por ello que planteamos, junto con él, que se graben escenas fuera de lo común, locas e innovadoras. Planteamos que la narrativa tenga dos momentos clave en función al proceso que va viviendo el personaje. El primer momento del videoclip lo denominamos *escape*. En aquel, Maylo se encuentra en estado de trance, debido a que está interiorizando la situación con su ahora expareja, por lo cual busca escapar de varias situaciones que se le presentan y le hacen recordar a ella. Para dar inicio a este primer momento, Maylo, en su desesperación, se introduce por completo en un inodoro. Buscamos reflejar en su gestualidad, sus movimientos y acciones, la incertidumbre y tristeza que estaba viviendo, por lo cual fue importante comunicarle detalladamente lo que su personaje estaba pasando y lo catastrófico que eso significaba para su vida. Tanto su mirada como la postura de sus hombros y el movimiento flácido de sus brazos comunican el cansancio mental y dolor del protagonista, por lo que era importante transmitirlo antes de grabar. El segundo momento lo denominamos *realidad*, ya que inicia cuando culmina el *escape* del protagonista y lo sitúa en un bar dónde se da cuenta de que sus amigos son los que siempre estarán para él. En este momento, el protagonista debía actuar de manera desenfadada, divertida y extrovertida, lo cual resultó sencillo porque es parte de su forma de ser y la de sus amigos más cercanos que acudieron a la grabación de tal escena.

Cabe destacar que nuestra propuesta de dirección recibió comentarios positivos de parte de Martín Haro de la Vega, docente de la Universidad de Lima, músico y con una amplia experiencia audiovisual. Consideró como inolvidables las escenas del inodoro, el “apanado” entre la gente en el bar y la transición de estar echado en su cama a estar encima del carro. Asimismo, nos compartió experiencias suyas y de terceros en rodajes de videoclips que nos sirvieron para la dirección de actores.

3.2 Propuesta fotográfica que refuerza el concepto de *escape*

La propuesta visual buscó acentuar el concepto de *escape* a través de la iluminación en diversos espacios, movimientos de cámara mediante el uso de la estabilización y cámara en mano para reforzar tanto la estabilidad como el escape. La clave baja y el alto contraste en la mayoría de las escenas creó un ambiente de incertidumbre y misterio, tomando referencias cinematográficas y de videoclips de canciones con géneros similares al de Maylo.

Durante el proceso de preproducción buscamos la asesoría de Roberto Flores, docente de la Universidad de Lima y especialista en la realización de videoclips, quien nos recomendó no caer en la repetitiva propuesta visual que tienen los videoclips de música urbana, específicamente con una iluminación de varios colores, luces neón, a modo de imitar la estética de la típica fiesta que se daría en un bar. Dicha asesoría nos sirvió para plantear nuestra propuesta visual de manera más pulcra desde un inicio.

El color de la luz en cada espacio transmite una determinada sensación que va acorde a lo que Maylo va sintiendo. Las tonalidades verdes en el baño para realzar la putrefacción del lugar y tonalidades rojizas en el bar que reflejan el ambiente de diversión, fiesta y locura de una noche en Lima.

Figura 2 Tonalidades verdes y rojizas

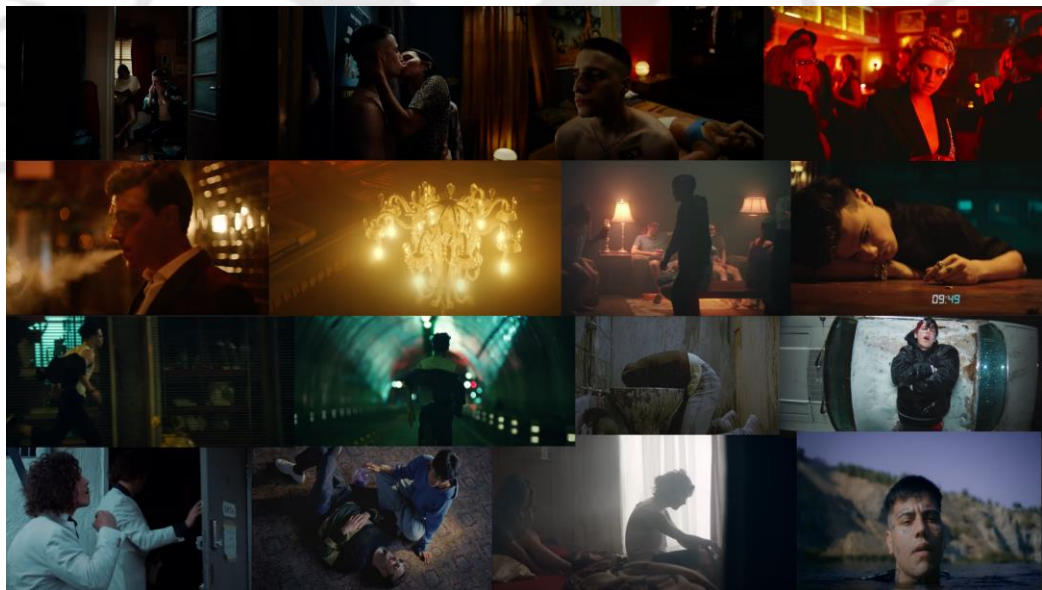


Se tenía planeado utilizar tanto luz artificial como luz natural, por lo que conversamos previamente con el director de fotografía, ya que como directores buscábamos contrastar la diversidad de espacios con los que contábamos. Por un lado, la luz natural porque proporciona una iluminación más realista y auténtica como en los escenarios camino al bar (**Anexo 2**) y de la playa (**Anexo 3**). Por ello, se buscó las horas de grabación en función de cómo estaba la luz debido al color que nos podría brindar. Por ese motivo, fuimos a las locaciones varias veces para poder analizar el ángulo de luz y sacar el máximo provecho. Por otro lado, la

propuesta de la luz artificial es reforzar la intensidad de los colores presentes en los escenarios, los cuales representan un sentimiento y atmósfera que está vinculado al sentir del protagonista.

Cabe destacar que el director de fotografía analizó el photoboard que planteamos en un inicio y nos brindó su punto de vista evaluando la viabilidad de cada uno de los planos. Desde la conceptualización de la idea y escritura del guion ya teníamos estructurados gran parte de ellos y también movimientos de cámara, por lo que hicimos una propuesta de guion técnico aterrizando las ideas de manera más visual. Por ese motivo, al reunirnos con el director de fotografía, aparte de mostrarle la propuesta técnica, también le entregamos un *look & feel* que habíamos contemplado. De tal manera, mediante su análisis y feedback se mejoraron las propuestas.

Figura 3 *Look & Feel*



La composición de los encuadres es clave para demostrar la inestabilidad de la mente de Maylo, por lo que en escenas de clímax, debido a los sentimientos negativos y de incertidumbre, no planteamos una simetría perfecta en los encuadres.

Figura 4 Plano no simétrico



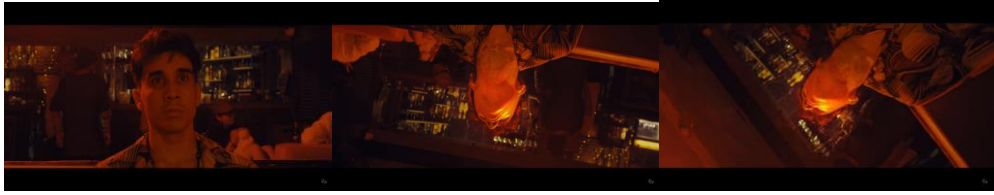
Aun así, en los planos iniciales del videoclip podemos notar cierta unidad y simetría. En este caso utilizamos el recurso de encuadre dentro de otro encuadre para encerrar un poco al personaje y comunicar el inicio de una etapa complicada.

Figura 5 Encuadre dentro de otro encuadre



Con respecto al movimiento de cámara, se utilizaron travellings de seguimiento en varias escenas con el fin de expresar la inestabilidad por la que está atravesando y de tal manera se acentúe el concepto de *escape*, planteado como eje central del videoclip. Otro movimiento de cámara que se utilizó fue un 180.º a modo de reflejar el cambio que se da una vez finalizado el estado de trance.

Figura 6 Giro 180.º



3.3 Propuesta de arte

Nos apoyamos de un moodboard realizado previamente para poder lograr cada plano bien detallado y a la vez expresar la propuesta visual que queríamos lograr. Este fue presentado a la directora de arte, la cual aportó dándonos su opinión y recomendaciones de los elementos que podrían aportar a las escenas.

Figura 7 Moodboard



Para este proyecto elegimos la siguiente paleta de colores y las separamos según el objetivo que queríamos lograr con cada una.

Figura 8 Paleta de colores



Utilizamos colores fríos azulados para demostrar la soledad que siente el protagonista en un inicio en su cuarto, que es cuando vive el último momento con su pareja. Además, colores cálidos en la calle camino al bar y dentro del bar para demostrar la búsqueda de la estabilidad. Finalmente, en todo el *trance* utilizamos tonalidades verdosas para darle un tono misterioso y de incertidumbre. Heller (2004, p.109) en su libro “Psicología del color” relaciona al color verde con la inmadurez y la juventud “*El verde es el color de la juventud. Un joven que aún está "verde" es aquel cuyas formas de pensar son como "la fruta verde", o como el mosto que aún no ha fermentado [...]*” Evidentemente, esto lo relacionamos con la inmadurez de Maylo que termina por explotar en aquel *trance* en el que se ve inmerso. Una vez acabado dicho *trance* es que las tonalidades verdosas desaparecen, pues el protagonista ha madurado.

Por otro lado, es importante resaltar la creación de la escenografía del baño (**Anexo 4**) debido a que es elemental para el desarrollo de la escena que funciona como punto de quiebre en la historia del personaje. El baño es un lugar maloliente, intervenido con graffitis hechos por los jóvenes que acuden al bar. Buscamos dicho aspecto, porque tiene relación con el momento de caos total que Maylo vive al ver a su exnovia con su nueva pareja. Esta escena se realizó encima de una mesa de un metro de altura, tres maderas MDF tanto para la pared frontal como las dos laterales. En la mesa se montó un inodoro cortado a la mitad para potenciar el efecto de realismo cuando algo o alguien se introduce en él. Además, se hizo un corte en la mesa lo suficientemente ancho a la altura del inodoro junto a un soporte de tres piezas de madera con un tubo para que Maylo se pueda deslizar y pueda pasar por allí sin mayor dificultad, apoyándose en una puerta montada debajo del

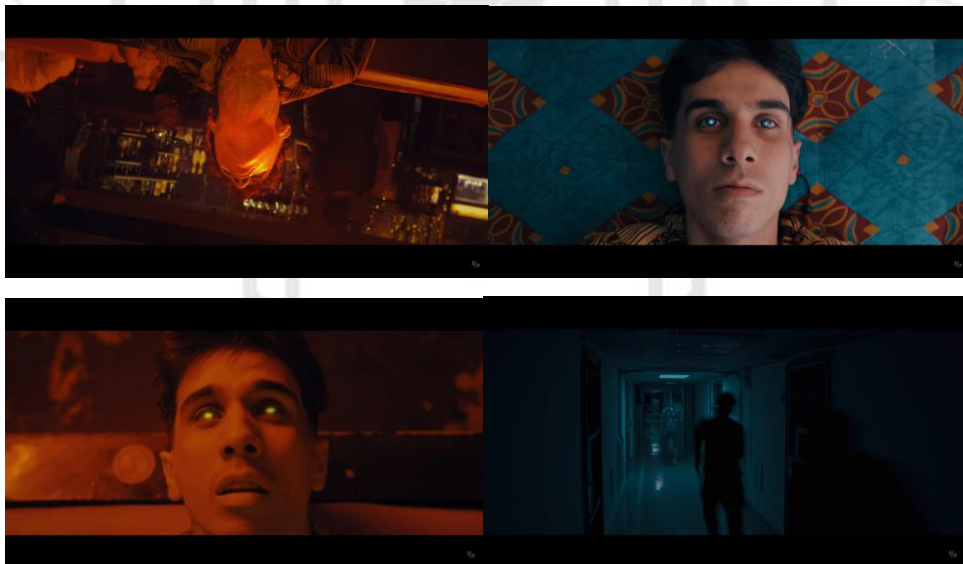
huevo y así no hacerse daño. Finalmente, todo lo anterior se apoya en el uso de la perspectiva de la cámara para crear una ilusión más real.

3.4 Propuesta de posproducción que complementa los cambios de Maylo

Desde la dirección se pensó en crear el mundo caótico en donde vive el protagonista. Es por ello que se realizaron numerosas reuniones en la etapa de preproducción con el editor encargado, en donde tuvimos como punto de partida la presentación de referencias visuales, específicamente videoclips que eran de nuestro agrado.

Asimismo, el editor aportó dándonos opciones como el uso de jump cuts, máscaras y efectos de deformación. También pactamos algunas escenas donde usamos vfx. Una de ellas es el momento que Maylo regresa de todo el *trance* que tuvo desde que se introdujo al inodoro, cae a su cama y la manera de expresar ese cambio que surge dentro de él es que nos apoyamos en un efecto de electricidad dentro de sus ojos.

Figura 9 Escena con vfx



Otras escenas son los momentos cuando Maylo vuelve al bar y disfruta de la compañía de sus amigos, ya no está pensativo ni cabizbajo. Es allí que hicimos uso de efectos de distorsión de la imagen, la misma que apoya esta locura a diferencia de cuando recién llega al bar.

Figura 10 Distorsión de imagen



Finalmente, hacemos uso de máscara en dos momentos del videoclip. Uno de ellos es en la parte inicial, cuando la chica con la que Maylo vivía, se desvanece, dejando a Maylo solo en su habitación. De esta manera buscamos representar el abandono que tiene hacia nuestro protagonista y el cambio que habrá en él de ahora en adelante. La segunda máscara ocurre cuando Maylo está frente al espejo pensativo por lo sucedido, se levanta y se va, pero su reflejo queda en escena. Con esto buscamos representar que a partir de ese momento es otro Maylo y que el que queda en la habitación es quien se queda con los recuerdos de ese lugar.

Figura 11 Máscaras



4. LECCIONES APRENDIDAS

Al plantearnos el reto de realizar un videoclip sabíamos que tanto la etapa de preproducción como los días del rodaje serían difíciles y presentarían más de un inconveniente, más aún cuando nuestro proyecto involucraba varias locaciones. A continuación presentamos las lecciones aprendidas de este proyecto:

4.1 El *pre-lighting* ideal es muy costoso

Para la realización de este videoclip teníamos el apoyo del talento humano de nuestros amigos de la Facultad, como también el apoyo de la Universidad con los equipos de iluminación y demás que nos prestaron, por lo cual ahorramos bastante dinero. Sin embargo, nuestro presupuesto no era tan elevado como para contemplar la idea de hacer una prueba de luces días previos al rodaje oficial, ya que significaba alquilar un día extra 3 locaciones distintas, contar con el equipo de fotografía, contar con el mobiliario especificado en el desglose de arte y conseguir movilidad para todo ello. Analizando dicha situación, decidimos que todo tendría que probarse el mismo día del rodaje, lo cual no sería tan riesgoso si la planta de luces era muy bien trabajada y analizada. Un claro ejemplo fue en el día de rodaje de la escena del bar, donde el follow focus que alquilamos tenía un método de uso diferente a los demás, por lo que retrasó una hora el rodaje y tuvimos que contactarnos con el rental para que nos brindara ayuda.

4.2 El photoboard junto al videoboard son herramientas claves

Una herramienta importante para tener en claro cómo se vería el videoclip fue el photoboard y el videoboard (**Anexo 5**). En las reuniones de preproducción con Maylo le mostramos el photoboard para que pueda visualizar cómo sería cada uno de los planos y así detallar cada parte del videoclip. Gracias a esta pieza recibimos comentarios positivos y finalmente nos dio la aprobación para continuar con las demás etapas de producción. Por otro lado, ambas herramientas también nos ayudaron a nosotros y al equipo técnico. Para el photoboard, recopilamos imágenes referenciales de películas y videoclips con el fin de obtener inspiración para la elaboración de los planos. Nos apoyamos de un moodboard realizado previamente para poder lograr cada plano bien detallado y a la vez expresar la propuesta visual que queríamos alcanzar. Cabe destacar que tanto el photoboard como el videoboard fueron fundamentales para que el encargado de la colorización supiese lo que queríamos lograr y a partir de ello nos pudiera contar acerca

de la viabilidad de la propuesta por escena. Acudimos a todas las locaciones y probamos con la cámara todo el desarrollo de la escena y gracias a ello nos dimos cuenta de ciertas limitaciones en cuanto a composición, iluminación y logística en cuánto a los permisos de las locaciones. Una vez finalizado el videoboard, rescatamos la gran importancia que este tuvo para el buen desarrollo del proyecto, y concluimos que si no lo hubiésemos hecho, los problemas al momento del rodaje se hubiesen multiplicado.

4.3 Grabar en distintas locaciones cuesta el doble de esfuerzo

Desde el inicio del proceso creativo sabíamos que queríamos reflejar la personalidad desenfrenada y loca de Maylo, por lo que el videoclip tenía que tener escenas fuera de lo común y no las típicas del género urbano. Es por ello que escribimos el guion sin pensar en ninguna limitación técnica o monetaria, ya que teníamos la certeza que todo puede lograrse de alguna manera. El videoclip utiliza en total 8 locaciones, lo cual fue todo un reto tanto por el alquiler, la distancia entre locaciones, la logística, etc. Sin embargo, nos fascinaba cómo quedaba la historia utilizando una variedad de locaciones. Teníamos tantas cosas para transportar de locación en locación que tuvimos que alquilar un camión de un conocido nuestro para poder llegar cómodos y con todo listo. Por otro lado, la locación para la escena del baño fue creada en su totalidad por nosotros con ayuda de un familiar de Julio, sin embargo, resultó un gran esfuerzo físico construirlo. Queríamos lograr la famosa escena del baño que aparece en la película “Trainspotting” a través de un juego de perspectiva y no utilizando herramientas de posproducción avanzadas. Finalmente, concluimos que tener un guion técnico y un desglose de arte bien detallado es importantísimo para tener todo listo al momento de grabar. Asimismo, tener un encargado como asistente de dirección que pueda facilitarnos cualquier cambio a último minuto con respecto al plan de rodaje, como también a una directora de arte que esté siempre atenta al vestuario de los personajes. Tuvimos la suerte de que ambos encargados realizaron un buen trabajo en el rodaje y nos facilitaron todo.

4.4 Tener un buen equipo técnico, especialmente un buen productor

En este proyecto el equipo técnico estuvo conformado por 14 personas, distribuidas en los siguientes departamentos: dirección, fotografía, arte, producción y postproducción. Todos eran amigos nuestros de la Facultad, con los cuales ya habíamos compartido set e incluso apoyamos a algunos en el desarrollo de sus proyectos de titulación. Reclutamos a todos un mes y medio antes del rodaje, tuvimos varias reuniones para aclarar dudas y

comentarles acerca del proyecto y coordinamos sus disponibilidades. Sus participaciones en el videoclip consistieron en un apoyo entre compañeros, es decir, no fue remunerado, sin embargo, les hicimos saber desde el inicio que cubrimos sus gastos de movilidad y comida. En la etapa de preproducción el trabajo era de manera conjunta con el encargado de la dirección de fotografía/cámara y con la directora de arte, ya que debíamos hacer el guion técnico y el desglose de arte lo antes posible. Ambos realizaron un trabajo arduo y nos apoyaron bastante en general. Por otro lado, el cargo de productor estaba a cargo de un amigo nuestro con el cual ya habíamos trabajado para el curso de Taller de Cine. Él ya nos había impresionado en dicho curso con su talento para producción, es por ello que pensamos en él para el proyecto, sin embargo, nos dimos cuenta de que lo mejor para un proyecto de titulación es que el productor sea alguien de la dupla o alguien que tenga disponibilidad de tiempo para poder estar siempre que lo queramos y más aún con lo complejo que iba a ser tanto la preproducción como los días de rodaje. Es por ello que decidimos colocarlo en el cargo de producción de campo, y tanto Gonzalo como yo estar en la producción general para de esta manera no depender de alguien externo para un cargo de suma importancia, sobre todo en este proyecto. Concluimos que es importante que las cabezas de área sí cuenten con una disponibilidad casi de tiempo completo para un proyecto de esta magnitud y que escoger a esas personas es tanto clave como difícil, puesto que como se mencionó anteriormente, al no ser remunerado, es complicado que un gran número de personas tengan mucha disponibilidad.

4.5 El compromiso del artista con su videoclip mejora la calidad del producto final.

Maylo mostró un compromiso fuerte con el desarrollo del videoclip, desde la preproducción, facilitándonos contactos, dándonos ideas y facilidades en cuanto a su disponibilidad para grabar. En los días de rodaje siempre tenía la predisposición de repetir las tomas y de intentar movimientos o acciones que requerían un esfuerzo físico considerable. Muy comprensivo con las etapas del proyecto, por ejemplo, para la postproducción habíamos acordado que el estreno sería a finales de febrero, sin embargo, por complicaciones nuestras, tuvimos que aplazarlo al mes de marzo y él nos dio el visto bueno para ello. Aun así es importante recalcar que la personalidad de Maylo fuera de la ficción es despreocupada y distraída, lo cual retrasaba algunos procesos como llevar parte de su vestuario y finalmente lo olvidaba, inclusive en la preproducción acudía tarde a las reuniones por Zoom.

Finalmente, Maylo es un cliente y siempre hay que saber adaptarse y sacarle el máximo provecho a la situación, siempre y cuando no perjudique el proyecto completo.



REFERENCIAS

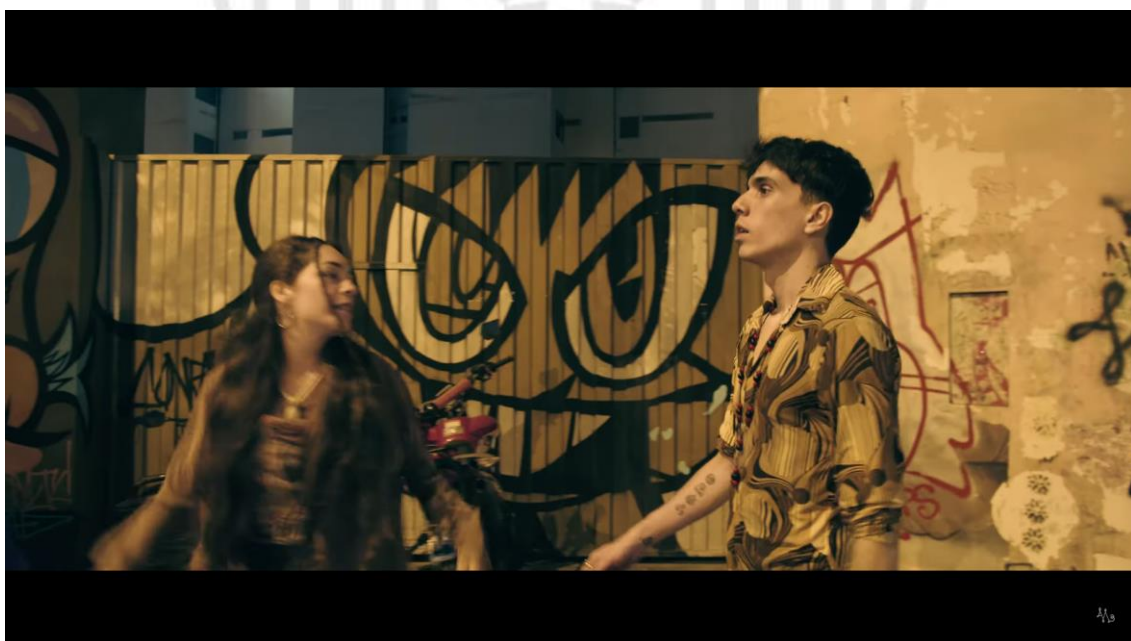
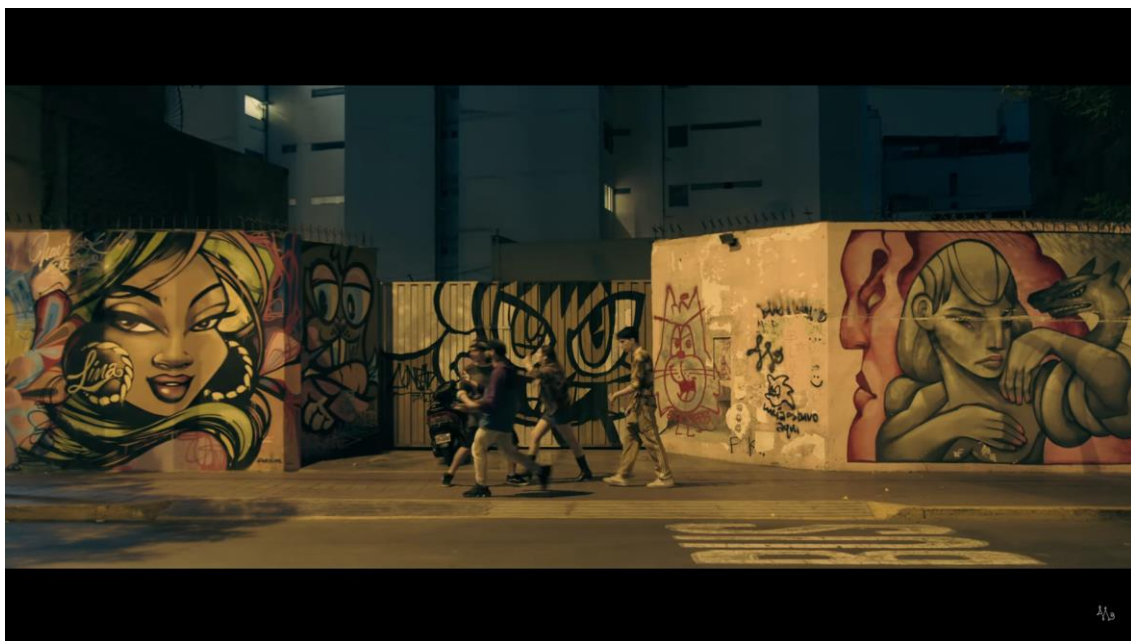
Datos completos de las publicaciones -físicas o virtuales- mencionadas en el informe, en orden alfabético y de acuerdo al formato APA.

- Heller, E. (2004) *Psicología del color*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- A Sedeño Valdellós, J Rodríguez López, S Roger Acuña (2016): “*El videoclip postelevisivo actual. Propuesta metodológica y análisis estético*”. Revista Latina de Comunicación Social, 71, pp. 332 a 348
- Tarín, M. (2016) *La evolución del videoclip narrativo: la simbiosis orgánica del relato cinematográfico y el vídeo musical en el videoclip* [Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid].
- Canal Slowthai. (7 de enero de 2019) Doorman [Archivo de Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=ICBkHaMOPXs>
- Canal Interpol. (23 de agosto de 2018) If You Really Love Nothing [Archivo de Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=gLk8i2zw2jU>
- Canal Wos DS3. (18 de noviembre de 2021) Culpa [Archivo de Video]. <https://www.youtube.com/@WOSDS3/featured>
- Canal Diplo. (10 de abril de 2018) Color Blind [Archivo de Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=wylMwU1wEOM>
- Canal The 1975. (27 de abril de 2014) Robbers [Archivo de Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=Iyy3YOpXL2k>
- Canal Bizarrap. (28 de julio de 2021) YaMeFui [Archivo de Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=jAd9kZDpQoc>
- Forteza Zina, S.J. (Director). (2022). *Nosotros* [Cortometraje]. Oriental Films.
- Kar-wai, W. (Director). (2000). *In the Mood for Love* [Película]. Jet Tone Production Paradis Films.

Anexo 1: Nominación a Mejor Edición (MUVID 2024)

https://www.instagram.com/p/C7xAFzuPFuX/?img_index=4

Anexo 2: Luz cálida exterior de noche



Anexo 3: Luz cálida exterior de día



Anexo 4: Construcción de escenografía del baño



Anexo 5: Videoboard

https://drive.google.com/file/d/1r4zVXzy-M27pkxFRJxkGnDnxMtBx6E7q/view?usp=drive_link

Anexo 6: Presupuesto

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1RHVmyDVsx00GmnqCy49bmDE4KNZjbiPj/edit?usp=drive_link&ouid=113458501158731911647&rtpof=true&sd=true

PRESUPUESTO PRODUCCIÓN

1 dólar=	3.70
----------	------

COD.	Ítem	Unidad	Cantidad.	Costo Unitario	Costo Total en Nuevos Soles	Total ítem en Nuevos Soles	Subtotales en Nuevos Soles	Totales en dólares
1	PRE PRODUCCIÓN						4,000	1,081
1.1	SCOUTING DE LOCACIONES					760		205
1.1.1	Transporte equipo departamento de Arte y Fotografía	Días	4	90	360			97
1.1.2	Alimentación	Días	4	100	400			108
1.2	PRUEBAS DE CÁMARA					1,620		438
1.2.1	Transporte equipo departamento de Arte y Fotografía	Días	4	45	180			49
1.2.2	Alimentación	Días	4	60	240			65
1.2.3	Alquiler de ópticas para pruebas	Días	4	300	1,200			
1.3	CONSTRUCCIÓN DE ESCENOGRAFÍA DEL BAÑO					1,620		8
1.3.1	Pintura	Paquete	1	40	40			11
1.3.2	Tornillos	Paquete	1	20	20			5
1.3.3	3 planchas de madera MDF (Paredes)	Paquete	3	60	180			49
1.3.4	1 plancha madera MDF (Base)	Paquete	1	180	180			49
1.3.5	Inodoro	Paquete	1	80	80			22
1.3.6	Servicio corte inodoro a la mitad	Paquete	1	120	120			32
1.3.7	Tubo para deslizar	Paquete	1	50	50			14
1.3.8	Logística de carga de materiales y construcción	Paquete	1	600	600			162
1.3.9	Transporte equipo departamento de Dirección, Producción y Arte	Paquete	1	350	350			95
2	PRODUCCIÓN						2,500	676
2.1	EQUIPO DE RODAJE, ACCESORIOS Y MATERIALES					720		195
2.1.1	Alquiler Follow Focus	Paquete	1	100	100			27
2.1.2	Alquiler paquete de luces y grip	Paquete	1	250	250			68
2.1.3	Alquiler otros equipos (shoulder, difusores, banderas, octobox, otros)	Paquete	1	120	120			32
2.1.4	Alquiler máquina de humo	Días	4	50	200			54
2.1.5	Compras misceláneas de rodaje, accesorios y materiales	Paquete	1	50	50			14

2.2	MATERIALES DE ARTE, ESCENOGRAFÍA, UTILERÍA, MAQUILLAJE Y VESTUARIO					210	57
2.2.1	Compras de elementos de ambientación: Cuadros, cortinas	Paquete	1	150	150		41
2.2.2	Compras de tríciclo	Paquete	1	60	60		16
2.3	LOCACIONES					700	189
2.3.1	Casona	Días	1	200	200		54
2.3.2	Bar Popeye	Días	1	500	500		135
2.4	LOGÍSTICA					870	235
2.4.1	Transporte equipo completo (Técnico y elenco)	Días	7	50	350		95
2.4.2	Alimentación general: Desayuno, Almuerzo y Cena (Técnico y elenco)	Días	7	30	210		57
2.4.3	Alimentación: Bocaditos	Días	7	30	210		
2.4.4	Caja de producción: Enfermería y primeros auxilios, cintas etc	Paquete	1	100	100		27
3	POST PRODUCCIÓN					500	135
3.1	EDICIÓN					150	41
3.1.1	Montaje	Paquete	1		150		41
3.2	FINALIZACIÓN					300	81
3.2.1	Colorización	Paquete	1		150		41
3.2.2	Efectos visuales	Seleccionar	0		150		41
3.3	ENTREGA					50	14
3.3.1	Formatos varios	Paquete	1		50		14
5	TOTAL					7,000	1,892



Centeno Calderon Tipiana Gutierrez

Informe Turnitin

 Quick Submit

 Quick Submit

 Universidad de Lima

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::1:3295990464

Fecha de entrega

14 jul 2025, 8:43 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

14 jul 2025, 8:53 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

T_VF_CENTENO_CALDERON_TIPIANA_GUTIERREZ.docx.docx

Tamaño de archivo

27.6 MB

32 Páginas




5681 Palabras

31.376 Caracteres

11% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Fuentes principales

- 11%  Fuentes de Internet
- 3%  Publicaciones
- 6%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

- 11% Fuentes de Internet
- 3% Publicaciones
- 6% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	www.grandespymes.com.ar	2%
2	Internet	repositorio.ulima.edu.pe	2%
3	Internet	hdl.handle.net	2%
4	Internet	www.redalyc.org	<1%
5	Trabajos del estudiante	Universidad Carlos III de Madrid - EUR	<1%
6	Internet	archive.org	<1%
7	Trabajos del estudiante	Universidad de Lima	<1%
8	Internet	en.ppt-online.org	<1%
9	Internet	www.proimágenescolombia.com	<1%
10	Trabajos del estudiante	University of Wales central institutions	<1%
11	Internet	repositorioacademico.upc.edu.pe	<1%

12	Internet	www.marxismo.org	<1%
13	Internet	www.scielo.org.mx	<1%
14	Internet	repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080	<1%
15	Internet	xdoc.mx	<1%
16	Internet	rehip.unr.edu.ar	<1%
17	Internet	repository.unimilitar.edu.co	<1%
18	Internet	ttu-ir.tdl.org	<1%
19	Internet	upc.aws.openrepository.com	<1%
20	Internet	www.coursehero.com	<1%
21	Internet	dspace.ucuenca.edu.ec	<1%