



Qué Hacer y Qué No Hacer en la Producción de un Video Musical Independiente

Al sumergirte en la producción del primer video musical de tu banda, siéntete optimista pues en el mundo del músico independiente y la producción de medios de comunicación lo-fi (de baja fidelidad), el concepto y el entusiasmo a menudo superan el valor de la producción, y algunas de las ideas más inspiradas y creativas han estallado desde los confines de extremas limitaciones de presupuesto. Al mismo tiempo, esfuérate por lograr que la factura del video tenga la más alta calidad posible con los recursos que estén a tu disposición. Aquí se presentan algunos principios rectores para ayudarte a través del proceso.

1. Desarrollando un Concepto

No hacer: Una sincronización de labios convencional en la interpretación, o un video de un concierto, basado en la falsa suposición de que es a lo único a lo que puedes llegar, o la única cosa que puedes permitirte el lujo de hacer.

Hacer: Una lluvia de ideas, empezando con estrategias de acercamiento creativas y sin presión, como la siguiente: “¿Cuál es la peor idea que tienes para un video musical?”. Aunque esto pueda parecer contrario al sentido común (¿no es que queremos acaso BUENAS ideas?), empezar con ideas terribles relaja las presiones de perfeccionismo, aligera el estado de ánimo y pone a los creadores a burlarse unos de otros con más rapidez que con una estrategia expresada positivamente. La mejor manera de tener una buena idea es tener un montón de ellas. Destierra a tu crítico interior y llega a tantas ideas como te sea posible. Y recuerda, las que se comparten durante la sesión de lluvia de ideas son sólo semillas que no tienen que estar completamente formadas.

No hacer: Asumir que puedes confiar en la canción para sostener el video.

Hacer: Elegir un concepto de la sesión de lluvia de ideas que sea lo suficientemente fuerte como para llevar la música. Los videos musicales más persuasivos van más allá del simple apoyo a la canción. En su lugar, proporcionan a los oyentes una experiencia emocional que intensifica su disfrute de la música y profundiza su conexión emocional con la misma. Esfuérate por llegar a un concepto que aporte algo nuevo, uno capaz de dejar en la mente del espectador una imagen imborrable en la que él o ella va a pensar cuando escuche tu música en el futuro.



2. Planificación de la Pre-producción

No hacer: Confundir “independiente” como un sinónimo de “no planificado” o “descuidado” y decidir que por no tener dinero para gastar no es necesario ser organizado.

Hacer: Crear un *storyboard* (guión gráfico) o lista de secuencia de las imágenes (una simple lista de las descripciones de las imágenes en vez de dibujos), y luego hacer una planificación detallada de la producción del proyecto. ¿Cuánto dinero tienes para gastar? ¿Dónde vas a filmar? ¿Qué equipo vas a necesitar? ¿Dónde puedes conseguir que el equipo te salga más barato o gratis? Para los creadores independientes de medios de comunicación, la planificación adecuada es esencial, tal vez incluso más que para las producciones que pueden permitirse el lujo de excederse del tiempo y el presupuesto previstos.

No hacer: Usar en tu video a actores y extras no remunerados y asumir que van a regresar para volver a filmar.

Hacer: Paga a tus actores una tarifa diaria o usa a los miembros de la banda en la partes narrativas del video. Si en algún punto del proceso de edición te das cuenta de que necesitas filmar más material, vas a querer tener actores en los que puedas confiar para volver al lugar de filmación y que te ayuden a conseguir lo que necesitas. Esto parece algo obvio pero, a menos que le pagues, ningún actor va a esforzarse más para el éxito del video que los propios miembros de la banda. Si terminas necesitando volver a filmar, puedes contar con que la banda va a estar allí.

3. Producción

No hacer: Ser un esclavo de tu “storyboard” (guión gráfico). A pesar de que un guión gráfico o una lista de secuencia de las imágenes debería ser una parte esencial de la planificación de tu pre-producción, debes ampliar tu visión más allá de estos materiales una vez que estés en el lugar de filmación.

Hacer: Llegar con un plan en la mano, pero planear filmar material adicional. Tu video musical se beneficiará si le das entrada a la espontaneidad, la improvisación y la diversión en el lugar de filmación. Piensa en tu guitarrista favorito. Aunque un gran solo de guitarra es una explosión de energía espontánea y de improvisación, también agrada a los oídos pues existe en el contexto de una pieza musical estructurada y organizada.

4. Post-Producción/ Edición



No hacer: Intentar editar el video tú solo si no tienes ninguna experiencia editando videos.

Hacer: Contratar a un editor independiente para supervisar la post-producción. Sí, este artículo se trata de producción de videos musicales independientes, pero la edición es un punto donde tu video musical debe ser fuerte. Si vas a gastar dinero en algo, que sea en un editor. Esto es particularmente cierto si te tropiezas con problemas serios el día de tu filmación. Un editor experimentado, profesional, a menudo puede tomar incluso el producto de una filmación desastrosa y hacer algo interesante y que se pueda ver. Si regando la voz no puedes encontrar a nadie, busca en la internet a un “editor de videos musicales” y echa un vistazo a algunas muestras de su trabajo. Incluso los profesionales experimentados están dispuestos a trabajar con bandas más jóvenes y menos establecidas, y por menos de lo que podrías pensar. Si simplemente no puedes permitirte el lujo de contratar a un editor, trata de encontrar a un estudiante de cine dispuesto a editar tu video por un precio reducido, o a cambio de usarlo para sus muestras de trabajo.

No hacer: No tratar el video como algo separado de la canción.

Hacer: Recuerda que el video debe estar al servicio de la canción. Para asegurarte de que los niveles de energía del video oscilen con la música, guarda las imágenes más poderosas que tengas para los momentos emotivos más importantes de la canción.

5. Ideas sobre cómo atraer fans.

No hacer: Luchar para ganar seguidores haciendo un video antes de tener nada de música para la venta, y entonces pretender que tus oyentes estén interesados en comprar el disco cuando lo termines el año que viene. Un video musical no debe ser el adelanto de un disco que planeas lanzar en algún momento impreciso e indefinido en el futuro.

Hacer: Aprovechar las visitas a tu video asegurándote de que tienes un producto disponible ahora mismo. Sube tu canción en las redes sociales y en YouTube. Asegúrate de incluir un enlace a tu página en la descripción y anotaciones del video junto con un llamado a la acción: un breve mensaje que anime a los fans a dirigirse a tu página y a apoyarte comprando tu música.

No hacer: El video sin personas si puedes usarlo como una oportunidad para involucrar a tus fans.



Hacer: Involucrar a tus seguidores en el proceso tanto como te sea posible.

Aunque puede que no desees hacer un video con contenido enviado por los fans, dedícale un poco de tiempo a pensar en cómo puedes utilizar sus aportes. ¿Podrías servirte de una encuesta en Facebook que te ayude a elegir tu concepto inicial? ¿Podrías convocar a un concurso donde el premio es una breve aparición en tu video? Por lo menos, dales a tus oyentes un adelanto compartiendo fotos de la producción "detrás de las cámaras" en tu página de internet después de la filmación.

[Artículo original: <http://www.madeloud.com/articles/diy/dos-donts-diy-music-video-production>]