

Encontrar una voz en off profesional para una grabación en estudio

Noticias 24hs | 06-11-2019 | 16:54



En cualquier tipo de proyecto en vídeo, es habitual utilizar servicios de una voz en off adaptada al contenido audiovisual, que corresponderá con la identidad de la película corporativa, tutorial, anuncio de radio o televisión, cortometraje y largometraje, película de animación o documental. Entre la multitud de servicios, existen muchas posibilidades a considerar para que el proyecto quede de forma excelente.

Características de las locuciones profesionales

Encontrar un actor que proporcione una voz en off remota, una pista limpia, con o sin efectos especiales de audio como reverberación, efecto jingle, diseño de sonido, es una tarea que puede ser ardua. El proceso narrativo que acompaña al contenido del vídeo merece toda la atención, desde la elección del material y escritura del guión, hasta la técnica oral que sólo un locutor o una locutora profesional pueden ofrecer.

Voz en off: presupuesto, pedido y plazo de entrega

Existen varias tarifas posibles para pedir una voz en off. Los servicios de locución ofrecidos generalmente incluyen las siguientes producciones de audio y vídeo: voces de dibujos animados, voces de jingles de TV y radio, liners, voces de narración, locuciones de documentales, anuncios, trailers, locuciones para películas corporativas e institucionales, locuciones para servicios de audiotel y VAS, entre otras.

En primer lugar, dependiendo del método de transmisión del vídeo o banda sonora final, la estimación será diferente. Para una emisión pública, televisión o radio, el precio siempre será un poco más alto que para una emisión interna, institucional o corporativa.

Si se pide una voz bastante neutra, con un tono divertido, alocado, imitativo, sensual y con acento extranjero, es decir, cualquier calidad adicional que se requiera del locutor puede influir en la cotización de su actuación. Por tanto, en estos casos es mejor contactar a una empresa especializada para obtener un presupuesto de la voz en off, más barata y personalizada, con posibles retoques para su proyecto.

Por qué es importante la locución publicitaria

En un mundo de medios en constante cambio, la gran estabilidad de los audiovisuales en las redes sociales se está convirtiendo en un valor seguro para los anunciantes. Esto la posiciona a la vanguardia de los medios de comunicación más elegidos por los anunciantes que quieren obtener resultados.

Encontrar en un profesional las características adecuadas para publicidad, comedia, narración, doblaje, voces de dibujos animados, institucionales, etc?, permite que un proyecto tenga el mejor impacto.

Para las sesiones de reserva y los honorarios de negociación, algunos trabajan con uno o más agentes artísticos, dependiendo de los anunciantes/agencias/productos, otros no, esto se indica en la página del actor, pero todos pueden responder a las peticiones del cliente y guiarle.

El reto

Satisfacer las necesidades del mercado, que incluye un sector anglófono y otro francófono, no es fácil. Incluso los talentos bilingües pueden venir al rescate ayudando para ahorrar tiempo y dinero; estos talentos a menudo tienen un acento notable, ya sea en español o en inglés.

La solución

Trabajar con una actriz que mantenga su acento en ambos idiomas todos los días, gracias a una carga de trabajo regular, es importante para llegar a más personas a nivel anglosajón, ya que tienen sus propias sensibilidades.

Diferencia entre doblaje y voz en off

Se tratan de dos mundos totalmente diferentes, aunque muchos actores se mueven fácilmente entre ellos. Es siempre la interpretación del actor lo que da vida a los textos y credibilidad a las obras audiovisuales o publicitarias. Siempre existe un personaje, una situación y cuestiones que considerar, incluso para un anuncio comercial de radio, documental, narrativo o programa de televisión.

En el doblaje es lo mismo pero con otras limitaciones, seguir el juego del actor para doblar, añadiendo su sensibilidad, precisión, emociones y servir a la obra para que se adapte lo mejor posible.

¿Cuáles son los cánones de los actores que graban locuciones?

A menudo, a los actores se les paga en honorarios, que incluyen tanto la ejecución de la grabación como la remuneración de los derechos de explotación o radiodifusión.

En el caso de las voces publicitarias, los derechos se negocian generalmente por un año, por territorio y por modo de explotación: radio, televisión, Internet, cine o tienda. Todos ellos remunerados con una tasa global bruta sujeta a contribución más permiso de entretenimiento.

Este cánón global bruto puede estar sujeto, y sólo con el acuerdo del artista, a una deducción del

25% de los gastos profesionales, al calcular los gastos y las deducciones del salario. Los derechos pagados posteriormente que no estén vinculados a un servicio, por ejemplo, un año adicional de emisión de un anuncio, también se pagan con un salario fijo.

Autor: Redacció