

Escola Universitària Politécnica de Mataró

Centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA

The life's essence

Cortometraje

Memoria

Joan Hurtado Sierra

Alex del Olmo Ramón

Graduado en Medios Audiovisuales

TARDOR 2014



TecnoCampus
Mataró-Maresme

Dedicatoria

Dedicado a todos aquellos que, a pesar del mundo, piensan por sí mismos sin dañar a los demás.

Agradecimientos

A Alex del Olmo y Virginia Espinosa por su inagotable y contagiosa pasión por su trabajo.

Al equipo técnico por su esfuerzo y colaboración.

A los actores por su profesionalidad.

RESUMEN

El proyecto consiste en la creación de un un cortometraje de fantasía, de 15 a 20 minutos de duración, con la finalidad de transmitir un mensaje acorde con los objetivos de los medios de comunicación aprovechando la simbología del color para influir en el significado de las imágenes.

El autor desarrolla los roles de guionista en la preproducción, productor y director en la producción y montador, técnico de sonido y etalonador en la posproducción.

RESUM

El projecte consisteix en la creació d'un curtmetratge de fantasia, de 15 a 20 minuts de durada, amb la finalitat de transmetre un missatge acord amb els objectius dels mitjans de comunicació, aprofitant la simbologia del color per a influir en el significat de les imatges.

L'autor desenvolupa els rols de guionista durant la preproducció, productor i director a la producció i montador, tècnic de so i etalonador a la posproducció.

ABSTRACT

This project consists in the creation of a fantasy short-film, about 15 to 20 minutes, in order to transmit a message in accordance with the mass media aims, using the symbolism of color to influence the meaning of the story.

The author develops roles as a screenwriter in the preproduction phase, producer and director in the production and editor, sound technician and colorist in postproduction.

Índice

1. <u>Objetivo</u>	1
1.1 <u>Propósito</u>	1
1.2 <u>Finalidad</u>	1
1.3 <u>Objeto</u>	1
1.4 <u>Alcance</u>	1
1.5 <u>Objetivos temáticos</u>	2
1.6 <u>Target</u>	2
1.7 <u>Objetivos del cliente</u>	3
1.8 <u>Metodología</u>	3
2. <u>Investigación previa</u>	5
2.1 <u>Objeto del proyecto</u>	5
2.2 <u>La función de la fantasía</u>	5
2.3 <u>Referencias audiovisuales</u>	6
2.4 <u>Género fantástico, surrealismo y sátira</u>	7
2.5 <u>Estética y narrativa</u>	9
2.6 <u>Psicología del color</u>	10
2.7 <u>Referencia temática</u>	12
2.8 <u>Uso del sonido</u>	14
2.9 <u>referencias de personajes</u>	14
3. <u>Concepción global inicial</u>	17
3.1 <u>Storyline</u>	17
3.2 <u>Creación de personajes</u>	17
3.2.1 <u>Alba</u>	18
3.2.2 <u>Juno</u>	19
3.2.3 <u>Lara</u>	20
3.2.4 <u>Bron</u>	20
3.2.5 <u>Infectados</u>	20
3.3 <u>Sinopsis</u>	21
3.4 <u>Estructura dramática</u>	22
3.5 <u>Propuesta estética</u>	23
3.5.1 <u>Paleta de color</u>	23
3.5.2 <u>Vestuario</u>	23
3.5.3 <u>Atrezzo</u>	23
3.6 <u>Música y efectos sonoros</u>	23
3.6.1 <u>Derechos de autor</u>	24
3.7 <u>Tipología de planos</u>	24

3.8 <u>Iluminación</u>	25
3.9 <u>Aspectos técnicos</u>	25
3.10 <u>Idea inicial</u>	26
3.10.1 <u>Método</u>	27
3.10.2 <u>Final feliz</u>	27
3.10.3 <u>Efecto pitufina</u>	27
3.11 <u>Análisis de la viabilidad artística</u>	27
4. <u>Fases del proyecto</u>	29
4.1 <u>Investigación</u>	29
4.1.1 <u>Incidencias y resultados</u>	29
4.2 <u>Preproducción</u>	29
4.2.1 <u>Brainstorming</u>	29
4.2.2 <u>Sinopsis y guión literario</u>	30
4.2.3 <u>Simbología y metáforas</u>	30
4.2.4 <u>Casting de actores</u>	33
4.2.4.1 <u>Selección de perfiles adecuados</u>	34
4.2.4.2 <u>Convocatoria de los castings</u>	34
4.2.4.3 <u>Visualización de videocastings y portfolios</u>	34
4.2.4.4 <u>Selección final y confirmación de disponibilidad</u>	35
4.2.5 <u>Selección de recursos humanos</u>	35
4.2.5.1 <u>Equipo técnico</u>	35
4.2.5.2 <u>Equipo de arte</u>	36
4.2.5.3 <u>Peluquería y make up</u>	36
4.2.6 <u>Localizaciones y storyboard</u>	37
4.2.7 <u>Guión técnico</u>	38
4.2.8 <u>Esquemas de planta</u>	38
4.2.9 <u>Material técnico</u>	38
4.2.10 <u>Atrezzo</u>	38
4.2.11 <u>Catering</u>	40
4.2.12 <u>Plan de rodaje</u>	41

4.3 Producción	43
4.3.1 Rodaje 1	43
4.3.2 Rodaje 2	43
4.3.3 Rodaje 3	43
4.3.4 Rodaje 4	43
4.3.5 Rodaje 5	44
4.3.6 Incidencias y resultados de rodajes	44
4.4 Posproducción	44
4.4.1 Selección de planos	44
4.4.2 Montaje primero	45
4.4.3 Corrección de color	46
4.4.4 Edición de sonido	48
4.4.4.1 Selección y corrección de audios	48
4.4.4.2 Búsqueda de efectos de sonido externo	49
4.4.4.3 Búsqueda de músicas	49
4.4.5 Integración de 3D y VFX	49
5. Impacto medioambiental	51
5.1 Uso del papel	51
5.2 Uso del combustible	51
5.3 Uso de la electricidad	52
5.4 Alimentación sostenible	52
6. Aspectos legales	55
6.1 Derechos de autor	55
6.2 Derechos de explotación	56
6.3 Derechos morales	56
6.4 Derechos patrimoniales	56
6.5 Derechos de gestión	56
6.6 Derechos conexos	57
6.7 Derechos de imagen	57
6.8 Gestión de derechos	58
6.9 Cesión de derechos	58
7. Resultados y conclusiones	59
8. Bibliografía	61
9. Filmografía	65

Índice de figuras

<u>Fig. 1 Amelie - J.Pierre Jeunet (2001)</u>	9
<u>Fig. 2 M. Nobody – J. V. Dormael (2009)</u>	9
<u>Fig. 3. Póster de la idea inicial</u>	26
<u>Fig. 4. Anuncio para casting de actores</u>	33
<u>Fig. 5. Ficha de personal</u>	35
<u>Fig. 6. Ficha de atrezzo</u>	39
<u>Fig. 7. Plan de rodaje</u>	41
<u>Fig. 8. Creación de proyecto y eventos</u>	45
<u>Fig. 9. Colección de palabras clave</u>	45
<u>Fig. 10. Selección por intervalos</u>	46
<u>Fig. 11. Vectorscopio y Parade</u>	47
<u>Fig 12. Modo “Primary” de edición de color en Davinci Resolve</u>	47
<u>Fig. 13. Agrupación de clips similares</u>	47
<u>Fig. 14. Compresor de sonido en Final Cut Pro X</u>	48
<u>Fig 15. Emisiones de metano por año según la FAO</u>	52
<u>Fig. 16. Modelo de contrato de cesión de derechos de autor</u>	55
<u>Fig. 17. Modelo de contrato de cesión de derechos de imagen</u>	57

Glosario

Preproducción: Proceso de trabajo en el cual se desarrolla una idea y se planifica su producción.

Producción: Puesta en práctica de la idea desarrollada.

Posproducción: Selección del material audiovisual grabado y edición de éste para la obtención de un producto final.

Etalonaje: Corrección y edición del color realizada en la imagen para la obtención de un estilo determinado e uniforme.

Profundidad: Cantidad de bits utilizados en una imagen para representar cada píxel.

Bit: Unidad mínima de información empleada en informática.

Píxel: La menor unidad que forma parte de una imagen digital.

Compresión: Proceso por el cual se eliminan ciertos datos redundantes e inútiles de una imagen intentando perder la mínima calidad posible.

Subtexto: Mensajes que se perciben de forma indirecta en un contenido audiovisual que, sin ser la trama principal, enriquecen la historia.

Metabuscador: Sistema que localiza información en los motores de búsqueda más usados en Internet.

Usabilidad: Facilidad con la que las personas pueden utilizar una herramienta en particular con el fin de alcanzar un objetivo en concreto.

Rol focal: Recurso audiovisual que consiste en cambiar la zona enfocada de un objeto/sujeto a otro de forma que se condicional espectador a dirigir la atención al sitio deseado.

Profundidad de campo: Espacio que queda nítido delante y detrás de un sujeto al ser éste enfocado.

Composición fotográfica: Forma en que se ordenan los objetos vistos dentro del encuadre.

Encuadre: Espacio que queda encuadrado dentro de la imagen a captar por la cámara.

Fotograma: Una de las imágenes estáticas que componen una imagen en movimiento.

Gran angular: Objetivo fotográfico con ángulo de visión mayor al de la visión humana.

Aberración: Degradación de la imagen producida por las características de la lente usada para su captación.

Paleta de color: Tonos de color utilizados en un audiovisual que marcan su estética.

Flashback: Barrido temporal que ubica la acción en un tiempo anterior a la acción narrada.

Atrezzo: Conjunto de objetos que aparecen en una escena con la intención de interactuar con los personajes y/o decorar.

Contrapicado: Angulación oblicua inferior de la cámara de forma que el plano queda orientado hacia el cielo, techo o parte superior de la escena.

Punto de vista: Recurso audiovisual que consiste en ubicar la cámara en un sitio determinado y normalmente atípico, para crear una sensación o reflexión en el espectador al estar ahí.

Cámara en mano: Técnica audiovisual que consiste en simular que la grabación se ha realizado estabilizando la cámara únicamente con el esfuerzo físico y el apoyo del cuerpo.

Brainstorming: Herramienta de trabajo grupal que consiste en exponer ideas y generar ideas sobre las ideas expuestas durante un tiempo, para conseguir una cantidad de ideas que se evalúa a posteriori.

Sinopsis: Resumen general de una obra en particular.

Smartphone: Teléfono móvil con un sistema operativo capaz de ejecutar programas ideados para éste, similar al de una minicomputadora.

Videobook: Video de muestra que se usa de modo similar a un currículum, para evaluar el perfil de una persona en función de su actuación y forma de expresarse en este.

Make up: Equipo de maquillaje y caracterización de un rodaje.

Storyboard: Resumen en forma de cómic, de los planos más importantes de una historia, que sirve como herramienta de trabajo para definir de una forma más visual las escenas a rodar.

Esquema de planta: Planos en los cuales son representadas la estructura arquitectónica del escenario a grabar visto desde arriba, así como el posicionamiento y movimientos de personajes, objetos, cámaras y luces.

Raccord: Relación existente entre los planos de una filmación, a fin de no romper la ilusión de continuidad, de forma que acciones, objetos, miradas, luces, sonidos, y todos los detalles visibles, sigan una misma línea entre planos.

Script: Documento de rodaje donde se hacen anotaciones sobre cada toma filmada y observaciones sobre su validez y detalles, que sirve para reducir el tiempo de selección de planos, sincronización y montaje.

Equilibrio de color: Edición de imagen que consiste en equilibrar los colores de cada plano de forma uniforme y dando un aspecto lo más natural posible.

Sincronización: Unión de la imagen y el sonido de cada toma de forma que el sonido captado se corresponda con la imagen.

Picos de señal de audio: Problema que surge al capturar un audio con un nivel más alto del que la sensibilidad del micrófono acepta y que crea una degradación del audio, creando una forma de onda plana en su máximo nivel.

Extradiegética: Música que aparece en un producto audiovisual pero sin fuente presente en la historia, con la intención de acompañar lo que se quiere transmitir en ésta.

FX: Efectos virtuales creados por software informático con el objetivo de añadirlos a la imagen.

1. Objetivo

1.1 Propósito

Desarrollar un cortometraje participando en todas sus fases, con un límite de **tiempo** de ocho meses, con un objetivo **económico** con coste cercano a cero.

Los **roles a desarrollar** por el autor del proyecto, en cuanto a la preproducción es la escritura del guión literario y técnico, la figura de productor y director en el proceso de producción y el de montador, técnico de sonido y etalonador en la posproducción.

1.2 Finalidad

Obtener un producto final que cumpla los objetivos de los medios de comunicación, que son informar, educar y entretener, por ser un deber que hay que respetar para seguir ofreciendo un servicio social de calidad.

1.3 Objeto

Cortometraje con calidad y formato adecuado para su proyección en salas de cine.

1.4 Alcance

Crear una simbiosis de las características propias del género fantástico (acorde a los autores citados) con la simbología que éste permite, la psicología del color, la música y el uso del silencio y el montaje audiovisual.

La calidad del cortometraje a crear está limitada bajo el mínimo formato de alta resolución (HD) 1920 x 1080 con una profundidad mínima de 8 bits y máxima de 12 y una compresión de 4:2:2 y con una relación de aspecto panorámica de 1:1'85.

1.5 Objetivos temáticos

Mostrar una crítica al estilo de vida moderno al que está condicionado a seguir la sociedad y creación de una empatía con personas deshumanizadas por la misma sociedad, que son vistas como parias sociales, marginadas y mal vistas por sus características fuera de lo común o su distancia estética, física o ideológica con las tendencias estándares, y que no por ello les hacen peores que las demás.

Se trata de dar un punto de vista cercano, subjetivo y que sume al espectador en el mundo del personaje hasta tal punto de identificarlo con él, partiendo de las características en común y razonando sus diferencias.

En el subtexto se critica la dependencia del ser humano con la tecnología, a la vez que se dan cápsulas de mensajes éticos i moralmente correctos, usando una estética fantástica, un simbolismo de colores y un guión literario pensado desde ese tipo de estética, permitiendo un producto de las características especificadas.

1.6 Target

El proyecto se adapta a todos los públicos por la razón de pretender dar un servicio social a cualquier espectador, por ello se crea una historia asimilable por todo tipo de público, desde el infantil hasta el más adulto, desde el poco informado hasta el más culto. La razón es no condicionar su comprensión limitando el público sino dar diferentes niveles de profundidad de comprensión, utilizando para ello el subtexto y las tramas secundarias.

El espectador más joven y el más desinformado obtienen una historia con moraleja, una especie de fábula de genero fantástico que a la vez de entretener, educa dando mensajes éticos. Por otra parte el espectador más culto o veterano en la interpretación audiovisual, obtiene una historia más perfilada y acompañada por elementos que no dejan de seguir la misma línea en la historia pero que la enriquecen con adornos, detalles y mensajes entre líneas que todo espectador puede entender sin percibirlos, y que a la vez aportan un extra al ser comprendidos.

Criticar la vida de la sociedad actual y como está condicionada a seguir unas tendencias, modas y estilos de vida para refugiarse dentro de los estándares y sobrevivir a ella misma, ya que se auto condiciona y se auto limita a depender de los avances tecnológicos para seguir adelante.

1.7 Objetivos del cliente

El cliente que encarga este producto tiene como objetivo obtener una pieza con un carácter comercial y una calidad óptima para su reproducción en cualquier tipo de dispositivo audiovisual.

Obtener un producto:

- Educativo, y de entretenimiento respetando una temática para todos los públicos
- Presentable en cualquier concurso, festival o evento audiovisual en el que pueda producir un beneficio económico.
- Con una calidad compatible para una posible reproducción cinematográfica

1.8 Metodología

La estrategia usada para buscar información es principalmente Internet, donde se usan operadores booleanos en buscadores, meta-buscadores, páginas de universidades y de instituciones públicas básicamente, y se encuentran unos resultados a filtrar y contrastar.

El filtro es subjetivo, y el contraste se realiza a partir de unos criterios vistos en la teoría de la asignatura y otros criterios dados en la asignatura de periodismo que ayudan al contraste de las fuentes de información.

Estos criterios son básicamente autoría de la web, subvención, diseño, usabilidad, accesibilidad, actualización de contenido y enlaces, audiencia, tipo de redacción y objetividad o subjetividad en los contenidos.

Una vez filtrados y contextualizados, se procede a la selección de la información relevante y se hace una reflexión a partir de esa información para crear información nueva y útil para desarrollar el proyecto.

Se barajan varias tipologías de producto audiovisual y se escoge entre ellas la que mejor calidad y mayor resolución de objetivos nos permita, teniendo en cuenta los recursos técnicos, humanos, espacio-temporales y todo lo que pueda influir en el éxito/fracaso de la consecución de todos los objetivos propuestos.

Al tener definidos los objetivos y realizada la investigación previa se escribe la sinopsis del cortometraje, se crea la concepción global de la estética y características del producto a nivel narrativo. Se realiza una preproducción, producción y posproducción del producto, modificando aspectos o tomando alternativas en el caso de que la viabilidad artística o económica presenten problemas.

2. Investigación previa

2.1 Objeto del proyecto

Realizar todo el proceso de creación de un cortometraje desde cero y hasta la obtención del producto, con el tema “crítica sobre el estilo de vida dependiente de la tecnología que actualmente se ve condicionado a seguir la sociedad.” de una duración de entre 15 y 20 minutos.

2.2 La función de la fantasía

Desde antes de la **invención del cine** el ser humano ha tenido **curiosidad por la magia**, los hechos misteriosos o sobrenaturales, ya que todo hecho que resulte aparentemente o realmente difícil de comprender a la razón crea cierta **atracción** a las personas. Una atracción por lo diferente, lo maravilloso, lo único, que tiene diferentes utilidades, ya sea evadirse de un **mundo real insatisfactorio**, disfrutar con **historias diferentes** o representar la realidad de una forma metafórica, sea cuál sea su razón (**censura, estética...**)

La sensación de no comprender algo crea en la persona un malestar, una molestia que al comprenderse, desaparece y crea una sensación de bienestar. Es por ello que el género **fantástico** crea una especie de atracción en las personas que llama a la resolución de aquel **misterio** que se percibe, de forma que **atrae al lector** por su exclusividad, su carácter extraño y esa necesidad de resolver el mecanismo que lo hace inexplicable. La fantasía da una **representación de la realidad** de forma que no tiene porque respetar las reglas de funcionamiento del mundo real, sino que puede tener las suyas propias.

Es una forma del ser humano para representar lo inexistente o situaciones imaginarias que en la vida real serían imposibles. La **incertidumbre** que se crea en la mente del espectador, al reconocer un hecho en el cual no encuentra explicación justificable según las leyes de su universo real, hace que éste sea incapaz de decidir sobre la realidad o no realidad del hecho.

A **diferencia de la ciencia-ficción**, la fantasía es un género que **no requiere explicación** de la razón de los hechos, sino que los presenta tal y como son en esa realidad inventada y que

no tienen explicación verosímil, sino unas **leyes propias** que el espectador debe creer ciegamente.

Para concretar i definir un objetivo se ha hecho una extensa búsqueda de varias **referencias estéticas y temáticas**, y se ha creado un filtro para obtener una visión general e ir acotando el tema a tratar y la estética buscada siendo todo ello una recopilación de todos los estilos consultados que han sido de interés por poder aportar algo al producto que se quiere crear.

La fascinación de los niños y adolescentes por la fantasía es una herramienta que sirve para desarrollar historias con una utilidad moral y adaptarlas a un espectador más joven de forma que les puedan resultar más agradables, amenas y atrayentes, y por lo tanto influir en el consumo de esos contenidos, cumpliendo los objetivos de los medios de comunicación, que son informar, educar y entretener.

2.3 Referencias audiovisuales

Se han visionado o revisado varios largometrajes que sirven como referencias en cuanto a estética, temática, personajes y uso de recursos y se han tenido en cuenta para crear una pieza audiovisual con unas referencias.

Wes Anderson

The Royal Tenenbaums (2001)

Viaje a Darjeling (2007)

Monrise Kingdom (2012)

Tim Burton

Alicia en el país de las maravillas (2010)

Eduardo Manostijeras (1990)

Sleepy Hollow (1999)

Jean-Pierre Jeunet

Delicatessen (1991)

Amelie (2001)

Micmacs (2009)

Sean Ellis

Cashback (2006)

Jaco Van Dormael

Mr. Nobody (2009)

Monthy Pyton

Los caballeros de la mesa cuadrada y sus locos seguidores (1975)

Vittorio Storaro

El último emperador (1987)

Dick Tracy (1990)

Vince Guilligan

Breaking Bad (2008/2013)

Frank Darabont

The Walking Dead (2010 / 2015)

Paul W. S. Anderson

Resident Evil (2002)

Christophe Gans

Silent Hill (2006)

Alexander Witt

Resident evil: Apocalipsis (2004)

Russell Mulcahy

Resident Evil: Extinción (2007)

2.4 Género fantástico, surrealismo y sátira

Jan Svankmajer es un director de animación en el cual se inspira **Tim Burton**, **Terry Giliam** y **los hermanos Quay**, por su cine surrealista y oscuro. A partir de que la censura interrumpió su producción cinematográfica en dos ocasiones, siguió creando y redirigió sus producciones hacia la resistencia contra la represión y perfiló sus producciones en su carácter provocativo, pesimista y de humor negro [1].

En el proyecto se crea un punto similar en cuanto a criticar, pero de una forma más satírica, como **Christopher Moore**, autor de libros como *“Un trabajo muy sucio”* [2], o *“El ángel más tonto del mundo”* [3], haciendo uso de un humor satírico del tipo que usa Moore en sus libros, en su género llamado “ficción absurda” y con un toque de humor negro en la mayoría de sus narraciones.

Se ha creído interesante, frente a un proyecto encaminado a la crítica social, tener como referencias a autores que trabajan con narraciones satíricas y además tratan el género fantástico, en especial en los libros mencionados donde se tocan ambos temas a la vez, temas que se trabajaran en el proyecto.

Se ha escogido estos autores por seguir una línea estética similar en muchos casos, y en el caso de **Vince Gilligan**, **Tim Burton** y **Svankmajer** por sus varias características útiles ya comentadas que ayudan a conseguir sumir al espectador en un mundo fantástico y que la historia parezca narrada desde el interior de un cuento, oscuro en este caso.

Aprovechando la idea de **Svankmajer**, de que la libertad está relacionada con la creación artística que no está condicionada por nada, y en cambio la **represión** está relacionada con la realidad. Aquí, la fantasía juega un doble papel: el de crear un producto dentro del género fantástico, que lleva intrínseca la creación artística y que este autor considera libertad y el de tratar el tema de el **condicionamiento de la libertad** del individuo en el mundo real, que él considera represivo [1].

Jean-Pierre Jeunet en su obra *Delicatessen (1991)* ofrece una realidad catastrofista del mundo, con unos personajes peculiares y nada habituales en un entorno fantástico, aunque no tan agradable como un “cuento de hadas”.

En este film se aprovecha el tema fantástico como referencia para usarlo de forma que el producto sea agradable de visionar a nivel narrativo, y añadiendo un interés extra que le proporciona a una buena parte del público la fantasía. Con esto se aprovecha que el pequeño espectador (infantil, juvenil) pueda aprovechar el mensaje moral que se le quiera dar en la película de una forma más amena que de otra manera sería mas difícil.

Vince Gilligan, productor de la serie **Breaking Bad**, usa la técnica del desenfoco selectivo para enfatizar al sujeto, centrando la **atención del espectador** en cada momento donde se quiere, así como roles focales y otras técnicas, todas ellas con la intención de dirigir la vista del espectador donde quiere el que nos cuenta la historia. También juega con el papel de **desenfoco como elipsis** al esconder ciertos objetos tras el desenfoco con una profundidad de campo muy ajustada.

Otro recurso que Vince Gilligan usa de forma regular es el **punto de vista** que tiene unos efectos realmente efectivos en cuanto a dar el mensaje de una forma y no de otra, por la razón que en cada momento le hace encuadrar las cosas desde el punto de vista que mejor comunique lo que nos quiere transmitir. Consiste en ubicar la cámara en un punto determinado con la intención de hacer reflexionar al espectador sobre porque se le está mostrando ese determinado plano desde ese sitio y la satisfacción posterior de éste al entender el mensaje que en un primer momento queda oculto y posteriormente se desvela, revelando la razón de su existencia.

En cuanto a la temática, en *The Walking Dead* se usan los infectados para crear un escenario de caos y de supervivencia, y enfatizar los rasgos de los personajes en situaciones extremas, así como demostrar qué es realmente de primera necesidad para el ser humano. Esto se aprovecha de una forma similar en el proyecto, mostrando cómo reacciona cada personaje en situaciones extremas y cuestionando el uso de la tecnología, si su relación con la evolución es positiva o negativa, y la función/disfunción del ser humano para con el planeta.

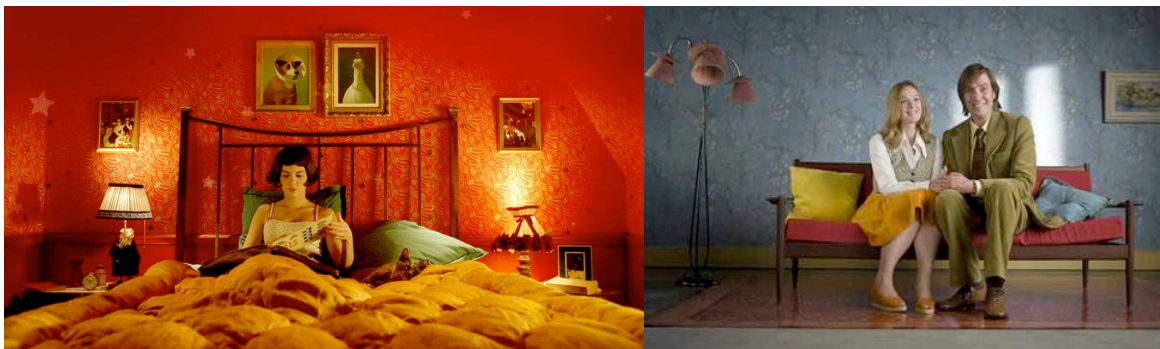


Fig. 2.1 Amelie - J.Pierre Jeunet (2001)

Fig. 2.2 M. Nobody – J. V. Dormael (2009)

2.5 Estética y narrativa

Wes Anderson trabaja con colores cálidos en sus películas con una influencia visible del color amarillo, que le entusiasma. Las imágenes tienen una **composición fotográfica** muy interesante, y equilibrada y los **movimientos de cámara** y el montaje realizado le dan un estilo propio alejado de lo tradicional.

Primeramente la estética visual buscada es similar a producciones como **Amelie**, **Tímidos anónimos** y **Mr. Nobody** donde se trabaja mucho con **colores saturados**, cosa que resulta visualmente atractiva y que hace **que cada fotograma parezca un cuadro pintado, una escena de cuento** donde si lo que se va a explicar tiene ese “tono”, el efecto se multiplica consiguiendo adentrar al espectador en el mundo fantástico creado [4]. Finalmente se opta por un guión más oscuro y referencias más acordes a esa temática:

Tim Burton en su **mundo de fantasía** usa tonos pasteles y blanco mezclados con colores primarios. Para su **mundo siniestro** usa colores oscuros, negros, rojos y verdes y sus películas

contienen subtextos góticos. Usa personajes marginados socialmente para darles una visión positiva al hacer de protagonistas de sus historias. En el caso del proyecto se opta por recrear una atmósfera con colores primarios, aunque ligeramente bajos en saturación para evitar contaminar la historia en exceso con el color, para adecuar el tipo de colores a la narración y a la temática, y se da una tonalidad de color ligeramente fría para enfatizar esto.

Grandes angulares permiten la composición de cuadros donde el objetivo pretende abarcarlo todo con planos extremadamente abiertos y objetivos aberrantes para provocar diferentes efectos narrativos en el momento de percibir y descifrar la imagen.

Las **aberraciones** que crean algunos de estos objetivos provocan efectos visuales que se aprovechan connotaciones sobre las imágenes que se muestran y de qué forma son mostradas, enfatizando los elementos que interesa, como el alargamiento de pasillos y formas, la énfasis en determinados objetos o personas, y la introspección en cuanto a mostrar las sensaciones que el personaje nos muestra.

2.6 Psicología de color

Según se ha investigado, la psicología de color ha sido estudiada por varios autores y también por especialistas en el campo audiovisual, Eva Héller en su libro *Psicología del color* [5] habla sobre el efecto que tiene sobre una persona el percibir un color o colores determinados.

Goethe ya hablaba sobre sus efectos [6], seguido por Vittorio Storaro y Eva Héller. Storaro se inspira en Goethe y da una connotación psicológica a la mayoría de colores presentes en sus filmes (*El último emperador*) y crea una atmósfera visual sugerente como complemento para el espectador consciente de ese **código psicológico de colores** que se desprende, pero evitando que este deba conocerlo para entender el sentido del film.

Conceptos principales de referencia publicados en el libro de Eva Héller:

"...Azules "El color preferido, el color en la simpatía, la armonía y la fidelidad, pese a ser frío y distante, el color femenino y de las virtudes espirituales."

Rojos "El color favorito de todas las pasiones , el color del amor y del odio. El color de los reyes y del comunismo, de la alegría y del peligro."

Amarillos "El color favorito de todo lo contradictorio, o del optimismo al igual que de los celos. El color de la diversión, del entendimiento y sin olvidar de la traición."

Verdes "El color favorito de la fertilidad, de la esperanza y de la burguesía. Verde sagrado y Verde venenoso. El verde es la quinta esencia de la naturaleza, es una ideología un estilo de vida, es conciencia de medioambiente, amor a la naturaleza y al mismo tiempo es el color del rechazo de la sociedad dominada por la tecnología."

Negros "El color favorito del poder. De la muerte y el universo. El color favorito de algunas profesiones y de la juventud en su edad gótica. El color de la negación y de elegancia, el color de la exposición, así como el oro negro o 'la nueva' avaricia."

Blancos "El color favorito de la inocencia, el color del bien y de los espíritus, el invierno, el norte, el color de la luz y la nada, lo limpio."

Naranjas "El color favorito de la diversión, del budismo. Exótico y llamativo pero subestimado, quizás tiene un papel secundario en nuestro pensamiento, alerta nuestra percepción."

Violetas "El color favorito de la ambivalencia, de la púrpura, la tecnología, feminismo, movimiento gay las personas que lo rechazan son más que las que lo aceptan, temen aceptarlo de forma diferenciada. Es el color que más raramente se ve en la naturaleza. El color de la lila."

Rosas "El color favorito de lo dulce y delicado, al igual que lo escandaloso y curioso yendo del rosa masculino al rosa femenino,... como los sentimientos asociados al rosa son positivos en sus sentidos. Es el nombre de una flor así entonces como el de una mujer ."

Oro "El color favorito del dinero, lujo...."

Plata *"El color favorito de la velocidad, del dinero y la luna... es el último color en que se piensa, siempre comparado con el dorado, color más veloz pero siempre segundo, el nombre del gigante, práctico y precioso, símbolo del vil dinero, símbolo de la falsificación de marca, femenino en la luna y en cáncer, símbolo de la fría distancia clara e intelectual, símbolo de modernidad por su brillo, usado en lo personal y elegante."*

Marrón *"El color favorito de lo acogedor, lo corriente y necio. se considera el color de lo feo y antipático, pereza, necesidad, acogedor, de lo corriente y anticuado, el color de los sabores fuertes e intensos, de la materia robusta, de los pobres. El color del secreto amor, el ideal de la belleza bronceada."*

Gris *"El color del aburrimiento, de lo anticuado y de la crueldad. Los test psicológicos con colores y la teoría de Goethe."..."*

Este listado es una referencia a seguir, aprobando y siguiendo la base de la psicología de color de los autores ya mencionados, aunque además del uso de estas premisas, también se cuenta con un lenguaje tradicional de la literatura clásica, en el cual existen muchas metáforas, connotaciones y demás elementos narrativos que son conocidos por la sociedad, dentro de la cultura general.

2.7 Referencia temática

La investigación temática se centra en la crítica de los valores morales y tradiciones en una sociedad actual donde se da más importancia a la tecnología y la evolución hacia comodidades mayores que a la calidad de los productos, y en consecuencia la calidad de vida de una sociedad prácticamente obligada a consumir masivamente y de forma periódica, a causa de la obsolescencia programada de la tecnología y del capitalismo como única fórmula económica.

El valor por lo cotidiano, lo antiguo, rudimentario e incluso las relaciones personales se ven transformados por los "avances" que las nuevas tecnologías establecen como imperativo para tener cabida en el mundo, afectando a todos los ámbitos (laboral, social, económico, político...) y el estilo de vida de la sociedad se ve influenciado fuertemente con todo ello.

Alegoría de la caverna (Platón) [7] explica donde se encuentra el ser humano respecto al conocimiento y como se puede captar con el conocimiento la existencia de los dos mundos que distingue (sensible e inteligible). Esta alegoría es una referencia para mostrar como el ser humano vive en la caverna que el mismo ha creado para otros humanos, bajo la apariencia de libertad, mientras los que gozan de la razón y conocen el funcionamiento del sistema tienen mayor poder de influencia en el momento de controlar las cosas.

Obsolescencia programada, Documental de TVE sobre el negocio que hay detrás de los productos de consumo, critica la durabilidad programada de los productos con la única voluntad de lucrarse, aunque eso sea perjudicial para la economía del individuo y la calidad del producto. En cuanto a los hábitos de la sociedad contemporánea, **Lletra petita**, es un programa de TV3 que analiza la forma de vivir del ciudadano actual y muestra información de como cambiar hacia un modo de vida más sostenible. La crítica que hace hacia los hábitos de la sociedad de una forma documentada y contrastada por diferentes puntos de vista o enfoques es una influencia en cuanto al tema a tratar y la forma de tratarlo.

En el ámbito del cine, **Tim Burton** es una referencia clave por el uso que hace del cine. Este arte audiovisual es usado por Burton como una terapia para comprender el mundo a su alrededor y el mundo interior, comprenderse a sí mismo. Esta es una forma de expresión muy subjetiva y que es interesante seguir, por su tratamiento de personajes considerados parias y que se alejan de lo que la sociedad considera “normales”. Este tipo de personajes encaja perfectamente en la crítica que se quiere hacer a la sociedad, ya que éstos en la obra de Burton son aceptados tal y como son, y ese subtexto puede acompañar muy bien a la crítica a lo nuevo, ya que actualmente todo lo relacionado con lo antiguo, incluso las personas con un gusto hacia lo clásico y antiguo reciben en muchos casos un trato similar al no seguir la moda o las tendencias de hoy, así como ser rechazados en cualquier ámbito [8].

2.8 Uso del sonido

El diálogo se usa para dar mensajes subliminales, con mensajes morales e indirectos.

La expresión facial es capaz de ofrecer mucha información de forma que en ocasiones no haga falta ningún tipo de diálogo, y se usa para potenciar el mensaje añadiendo el diálogo.

La música instrumental en el cine evita que la letra distraiga de la acción principal. Se usan músicas ambientales con ritmos acordes al mensaje que se quiere transmitir en cada escena.

Dentro del género fantástico, la música es más libre al no estar tan ligada a la realidad como en otros géneros, así pues se puede jugar con un abanico más amplio de piezas musicales para acompañar el cortometraje y también con unos efectos de sonido menos afines a la realidad, pero más libres y personalizados.

Siguiendo el movimiento expresionista, presente en la obra de Burton, al cual se usa como referencia en varios ámbitos de este proyecto, la música tiene un papel como un personaje más en la historia, ya que no acompaña la obra, sino que además la enriquece y sirve como ayuda a la hora de construir y enfatizar lo que se expresa en cada momento.

2.9 Referencias de personajes

La influencia por el cine francés y la forma que tiene de centrarse más en los personajes y en la cotidianidad y enfatizar los pequeños detalles vulgares a nivel mágico. Todas las películas mentadas de Jean-Pierre Jeunet y Wes Anderson desprenden esa magia de cuento.

Los personajes cuentan con un tratamiento similar en *Amelie*, *Tímidos anónimos* y otras como *Delicatessen*, y *Micmacs* mostrando a los personajes en su vertiente más infantil e inocente, que transmiten a la gente una visión optimista y ganas de soñar y ver el mundo con otros ojos. En esta época de crisis, catalizar los sentimientos negativos con ese tipo de “cuentos de hadas” es un servicio social necesario que puede brindar el sector audiovisual como un deber a cumplir.

Este tipo de personajes de J.Pierre Jeunet han sido creados a partir de la referencia de Charlot, como personajes que dicen más con sus expresiones que con su diálogo, acompañados por el tema principal que se mueve entre la tragedia y el humor, personajes ideales para mostrar una histo

ria que más allá de ser puramente crítica, pretende desprender sátira en todos sus aspectos.

Jeunet influenciado en Charles Chaplin para crear a Amelie, los personajes creados para el proyecto tenderán a contar con una apariencia algo excéntrica, fundamentada por alguna de sus carencias personales, de modo cómico a la vez que empático.

Otra referencia a destacar es que la imaginación de Tim Burton en su infancia fue el medio de evadirse de un ambiente opresivo y le encamino hacia el género fantástico, y aprender a expresar de una forma poética lo maravilloso de la etapa infantil. Esta característica de la obra de Burton es imprescindible para tener una referencia de cómo expresar y caracterizar el mundo que se quiere representar y una fórmula para sentir empatía hacia los personajes.

Caracterizar personajes con ese tipo de rasgos *burtonianos*, y representar un ambiente en simbiosis con el interior del personaje denota la influencia del expresionismo, que usa Burton y que acompañado al uso de la psicología de color eleva la carga de simbolismo del proyecto a un nivel más alto al combinar varias técnicas estéticas [8].

3. Concepción global inicial

3.1 Storyline

The life essence consiste en una historia de fantasía oscura en la cual la naturaleza se revela contra la plaga del ser humano, aprovechando la tecnología de la cuál éste es dependiente. Tres supervivientes al primer ataque de la naturaleza intentan huir de una ciudad que esta a punto de ser puesta en cuarentena y de un virus aparentemente desconocido que amenaza con extinguir la raza humana en cuestión de horas.

3.2 Creación de personajes

Los personajes son aparentemente acordes a varios estereotipos de persona, aunque con la evolución del metraje se ven matices diferentes en cuanto al tipo de persona que esconde cada uno de ellos. No todo es lo que parece.

3.2.1 Alba

Alba es el amanecer, el inicio de algo nuevo, el nacimiento de un nuevo cine, un cine con protagonismo más femenino, el nombre asociado al perfil del personaje destila la intención del cine.

Una chica fuera de unos 22 años, fuera de lo común, rechazada por los grupos sociales masificados y al margen de estos a causa de esto. La soledad no representa para ella una amenaza sino una oportunidad de encontrarse a si misma, de ser libre y de no verse condicionada por nada.

Desde pequeña ha sido rechazada reiteradamente por los grupos de niños al cambiar de escuela una y otra vez a causa de las repetidas separaciones por las que ha pasado su madre. Esto le hace ser siempre la “chica nueva” y rara en clase, en el barrio y en su entorno social, cosa que poco a poco le ha hecho rechazar a la mayoría de gente y que cada vez sea más difícil encontrar un círculo social sólido.

Sus gustos son los videojuegos (se evade del mundo real), la música, la fotografía y Las nuevas tecnologías, aunque se encuentra bastante absorbida por ellas.

Su forma de vestir es informal y ligeramente gótica, de color negro (color de la elegancia, la negación ante el poder y el poder mismo) alternada con verde (control en pro de la naturaleza y del rechazo a la sociedad dominada por la tecnología)

En su camiseta figura un mensaje “Vegan” que invita a reflexionar sobre el personaje y su implicación con la ética que se trata.

Alba tiene como papel dar un ejemplo de conducta, dar ejemplo a los demás con su comportamiento y hacer reflexionar al espectador con sus decisiones u opiniones.

3.2.2 Juno

Juno es diosa protectora del matrimonio y reina de los dioses, haciendo referencia a la primera ilusión y razón de vivir de Juno (que muestra el pasado de la sociedad actual así como de la idea de la mujer en el cine: luchar por una familia y un marido) y Alba representa su futuro, con un nuevo carácter así como unos significados diferentes.

Desde pequeña ha soñado en alcanzar una vida parecida al sueño Americano, cosa Prácticamente imposible para la mayoría de las personas por la lógica misma del sistema Capitalista. Frustrada por no conseguir ese sueño, trabaja como limpiadora en un hospital y Tiene varias relaciones idealizadas con hombres que no le corresponden de la misma forma Que ella les corresponde.

El impacto de la televisión sumado a una larga tradición de machismo y fracaso en el sistema educativo y la alta frustración en el mundo laboral de la sociedad llevan a ésta a una errónea evolución, creando unas personas frustradas, deprimidas, conformistas y hace que la vida en pareja sea cada vez más corta, ya que las personas son cada vez más simples y condicionadas por los medios de comunicación, por el sistema y el monstruo invisible que se ha creado sin que la mayoría puedan percibirlo.

Esta situación lleva a Juno a tener varias relaciones amorosas fracasadas y cambios de domicilio con su primera hija, debidos a problemas con sus anteriores parejas.

Actualmente Juno se encuentra en el mismo estado que su hija, encontrándose a sí misma y descubriendo que la vida en pareja no es la única opción válida a escoger, así como tampoco la edad es importante para reemprender un camino.

Su odio son los hombres por el trauma vivido, aunque con el tiempo esto cambia y empieza a ver que el problema no es haber tenido mala suerte con los hombres sino el haber confiado en las promesas del sistema y tenerlas como único camino hacia la felicidad.

Es el catalizador de Alba hacia la evolución de ésta, la ausencia de ella hace que Alba vea que la familia es un motivo importante. La infección y muerte de ella son el desencadenante de la reflexión final de Alba, al perderlo todo y quedar en un mundo caótico.

Aunque su papel es muy secundario y su aparición es fugaz, se dota al personaje de un trasfondo necesario en la historia.

3.2.3 Lara

Es una joven de unos 28 años, con alta formación en biología y medicina, aunque trabaja como farmacéutica. Esto le ha llevado a corromperse y tomar vías alternativas de éxito. Una de ellas es trabajar en una corporación llamada ADOR Corp. que trabaja investigando en nuevos virus y experimentando con material biológico prohibido.

Como aspiraciones tiene conseguir suficiente dinero como para poder dejar ese tipo de trabajo o dedicarse a la biología o medicina y ganarse bien la vida. Como miedos que sus actividades ilícitas en la corporación sean detectadas y pierda tanto la oportunidad de vivir a lo grande como la libertad.

Lara primeramente será la fuente de información para el público y los personajes, de la explicación del virus y de los efectos de todo lo médico. Finalmente representará la figura de la tecnología y la evolución, así como sus prácticas poco ortodoxas, y se descubrirá que su verdadero fin es encontrar una cura paliativa ante el virus para hacer negocio con él.

3.2.4 Bron

Es un chico de unos 25 años, sin estudios prácticamente y amoldado al sistema.

Trabaja como pizzero mientras estudia, aunque invierte su tiempo libre en salir con sus amigos, flirtear con chicas, beber y fumar. Suele ir al gimnasio para cuidar su cuerpo, al contrario de lo que hace con su mente y tiene como objetivos trabajar para ganar dinero y subvencionar sus vicios varios durante todo el tiempo posible. Vive en un piso de estudiantes pagado por sus padres y gasta todo el dinero que gana en la pizzería en sus gastos personales mientras sus padres se desviven por pagar una carrera y un piso que no aprovecha.

Aún así, es una persona educada, aunque cuando tiene una necesidad, el egocentrismo lo absorbe y el altruismo queda totalmente de lado para beneficiarse o lucrarse, cosa causada por su tan baja formación ética como su sueldo, que enfatizan su carácter.

Como miedos, sentirse rechazado por su círculo de amistades y por las personas que le rodean y quedar mal ante desconocidos, que sus gastos superen sus ganancias y llegar a casarse, independizarse, tener hijos y jubilarse cuando toca, trabajando no más de 8 horas diarias y superando el salario mínimo interprofesional.

Su función es enfatizar los rasgos de los otros personajes al hacerlos pasar, sin querer, por situaciones extremas o delicadas, cosa que enfatiza el carácter de éstos.

Más allá de esto la figura de Bron representa el ejemplo de una persona común y tónica afectada por el sistema.

3.2.5 Infectados

La infección es causada por una bacteria modificada genéticamente por la corporación Ador Corp. A la que pertenece Lara. Esta bacteria está presente en los animales y, aprovechando las radiaciones de los dispositivos electromagnéticos, modifica el sistema inmunitario de las personas y las infecta.

La **bacteria**, en una segunda fase, entra en el cuerpo del individuo y modifica a su antojo su conducta, haciendo de éste un individuo potencialmente autodestructivo, cosa que responde a la evolución de los seres vivos o rechazo de la naturaleza ante éste, que es una plaga para los demás seres vivos y los condena a la esclavitud y la muerte.

Los **primeros síntomas** son los trastornos obsesivo-compulsivos y la supresión y degradación progresiva de todo el sistema nervioso. En un segundo estado, los infectados quedan reducidos a sus instintos básicos: sobrevivir y reproducirse, cosa imposible ya que la bacteria sigue degradando el sistema nervioso central hasta producir la muerte cerebral o por algún tipo de insuficiencia causada por el mismo.

La **cura de la infección** en el primer estado es fácil mediante la prevención de la exposición a las ondas y un medicamento que consiste en unas pastillas o inyección hecha a partir de plantas medicinales no afectadas por químicos, ya que estos modifican el ADN y las consecuencias son nefastas e inciertas. En el segundo estado la infección es incurable en la mayoría de los casos, muy raramente curable ya que la bacteria ha colonizado el cerebro y éste no gestiona adecuadamente el sistema inmunitario.

Aún así, como en la vida real, cada individuo reacciona de forma diferente tanto a la infección como a los fármacos, y el resultado de la interacción con éstos es completamente inimaginable.

3.3 Sinopsis

Una persona va andando por la calle ensimismada en su pantalla del móvil y al curzrse con una inofensiva cucaracha la pisa sin ningún escrúpulo y la cuelga en las redes sociales. Un fognazo cubre el cielo en ese momento y un virus contamina al desconocido provocándole la muerte de inmediato.

Paralelamente Alba va andando por la calle de camino a casa sumida en su mundo virtual y ensimismada en la pantalla del móvil y sus cascos, llega a casa, pide una pizza y se sienta a descansar, mareada por el estrés y el uso prolongado de dispositivos electrónicos. Poco después llega el pizzero con su pedido, alarmado por que su motocicleta no funciona bien, y

pide ayuda por teléfono. Un fogonazo cubre el cielo y a partir de ahí la tecnología empieza a funcionar mal y después de la explosión del teléfono, Alba y Bron, el pizzero, deciden no usar dispositivos electrónicos como medida preventiva.

Bron y Alba deciden abandonar la ciudad, que según han oído está a punto de ser puesta en cuarentena e ir en búsqueda de la madre de Alba, que se encuentra trabajando en el hospital, en las afueras de la ciudad. Por el camino se encuentran con un infectado que muere de repente y Bron, que acaba de confesar que es diabético, empieza a encontrarse mal, cosa que les hace parar en una farmacia para buscar ayuda.

Lara, la farmacéutica que les atiende, parece tener información importante acerca de la cura del virus, y los tres se disponen a llegar al hospital para encontrar a la madre de Alba y, a su vez, ayuda para dar con la cura.

Antes de llegar al hospital, Bron queda infectado por una de las muestras del virus que Lara trae consigo. Alba y Lara corren hacia el hospital en búsqueda de ayuda y allí Alba se encuentra con que el virus es consecuencia de unas pruebas con varios sujetos humanos, su madre entre ellos, y de que Lara está dentro de la organización que experimenta con ellos.

Cuando Alba se da cuenta, es demasiado tarde ya que la supuesta cura que acaba de inyectarse sugerida por Lara, parece no tener el efecto que Alba esperaba, sino una prueba más.

3.4 Estructura dramática

El cortometraje presenta tres actos:

Presentación de personajes: Se presenta al protagonista sumido en su mundo virtual y el problema a abordar que es la aparición de la bacteria y la cuarentena en la ciudad.

Nudo: Los personajes se encuentran solos, sin poder usar tecnologías y con la necesidad de llegar al hospital de forma rápida y escapar rápido, evitando a los infectados y los problemas de salud de alguno de ellos.

Desenlace: Alba encuentra en el hospital la verdad, su madre está infectada, Lara está implicada en la creación del virus y ella no tiene salida.

3.5 Propuesta estética

3.5.1 Paleta de color

Los tonos a usar son colores saturados para dar un aspecto de cuento, predominando los tonos cálidos en escenas de *flashback*, haciendo referencia a lo antiguo, usando una tonalidad parecida al sepia de las fotos antiguas, pero sin eliminar los otros tonos de color y un tono general frío, con connotaciones negativas acordes a la historia. Los colores a usar están ligados los conceptos de la psicología de color (ver 2.6 Psicología del color) usados por Goethe y Eva Héller, entre otros, y evolucionan según lo que se quiere transmitir en cada secuencia.

3.5.2 Vestuario

Las prendas deben ser de un único color y lisas para respetar la psicología de color. Ninguna prenda puede ser de piel ni lana, ni las zapatillas de cuero para respetar una de las razones éticas que defiende el cortometraje en su subtexto: el veganismo.

3.5.3 Atrezzo

El atrezzo se escoge en función de la historia, siguiendo el patrón de color a usar para que no se pierda el simbolismo de los colores.

3.6 Música y efectos sonoros

La música acompaña la narración en todo momento, a diferentes niveles. En primer plano junto con los diálogos, enfatizando las sensaciones y el ambiente producido por las imágenes en momentos de tensión narrativa. En segundo plano con un nivel apreciable prácticamente solo en momentos de silencio, en momentos sin tensión narrativa, de forma complementaria.

Los efectos sonoros, al tratarse de fantasía, son *Foleys*, nada parecidos a los sonidos reales, y que recuerdan subliminalmente al espectador de que se encuentra dentro del mundo fantástico.

3.6.1 Derechos de autor

Tanto la música como los efectos de sonido utilizados se buscan en páginas de música libre sin derechos, con la única condición de reconocimiento de la obra a su autor. Se emplean músicas y efectos de sonido obtenidos de una web, que tiene licencias libres y gratuitas para uso comercial, bajo licencias de Creative Commons.

3.7 Tipología de planos

Los planos tienen una relación de aspecto 16:9. La visión se da en tercera persona, con la intención de sumir al espectador en la acción y darle la sensación de estar presenciando la escena como una persona más dentro de ella.

El uso de planos cerrados enfatiza las emociones que el personaje siente en cada momento, se trabaja con planos muy cercanos ya que se pretende enfatizar en cada momento lo que el personaje siente de una forma muy próxima.

Los planos abiertos se hacen con grandes angulares con la función de presentar el espacio donde sucede la acción y envolver al espectador en la atmósfera del personaje.

El contrapicado se usa para dar sensación poder y grandeza al sujeto y el picado para degradarlo o dar sensación de debilidad, tristeza, desesperación.

El punto de vista es un recurso que se utiliza todo lo posible y necesario para narrar la historia de un modo diferente, para dirigir la atención del espectador hacia donde se quiere y para crear una imagen original, de estética inusual, llamando la atención y creando cierto entretenimiento visual.

La inclinación del plano se utiliza para crear tensión e incomodidad en algunos momentos.

Se graba con cámara en mano con un estabilizador, con la intención de obtener un falso estilo De cámara casera y sobre todo para darle más dinamismo a la acción.

Otro recurso a usar es el desenfoque, con el motivo de enfatizar el sujeto con un fondo muy borroso y los roles focal para direccionar la mirada del espectador. Por otro lado se usa para acercar al espectador a las sensaciones internas de los personajes, siendo planos subjetivos donde los personajes se marean, o planos en tercera persona, que acompañan la sensación del personaje, como por ejemplo un mareo, sueño, etc...

3.8 Iluminación

La iluminación sigue una línea natural, siguiendo en ocasiones un estilo expresionista. Se trabaja en horas diurnas aprovechando la luz natural de los espacios y reforzando esta con luz artificial difusa para crear un espacio bien iluminado y sin sombras.

Se quiere romper de nuevo otro de los tópicos, y es el de crear miedo, suspense y sensaciones negativas a partir de la oscuridad. El uso de la luz es distinto en este caso, ya que se opta por sobreexponer o dejar paso a la luz para crear dramatismo y en contar una historia oscura de día, cuando en la mayoría de los casos se suele hacer de noche.

Se trabaja con diafragma abierto lo máximo posible para crear un desenfoque muy definido y a la vez dejando sobreexponer algunas zonas que el ojo humano no vería de esa forma, para dotar la escena de ese expresionismo que en ocasiones hará su aparición.

3.9 Aspectos técnicos

El cortometraje tiene una relación de aspecto de formato panorámico, una resolución de 1920x1080 (HD), una profundidad de color de 8 bits y un muestreo de 4:2:2.

El material utilizado es en su mayoría proporcionado por Sermat, exceptuando el alquiler de material no disponible de forma puntual.

3.10 Idea inicial

Después de la reflexión se ha encaminado la creación del guión de la historia hacia un mensaje ético, la finalidad del cual es crear un contenido útil con un mensaje consciente, que aporte al sector audiovisual una de las píldoras que necesita para tratar el problema que le aborda.

La idea se plasma en un primer póster:



Fig. 3.1. Póster de la idea inicial

Esto se hace abordando con el cortometraje varios de los problemas que hacen que el sector audiovisual se estanque y no sea tan útil como hace unos años:

3.10.1 Método

La forma de trabajar este tipo de producto es romper varias de las premisas que, por garantizar el éxito comercial y no arriesgar, se usan en el cine convencional y lo encasillan:

3.10.2 Final feliz

Una de las formulas de Hollywood es trabajar con el final feliz que gusta a todos los públicos y hace que el espectador salga del cine con buen sabor de boca y priva al espectador de otro tipo de sensaciones al visualizar un producto con una estructura estandarizada. Este recurso puramente comercial solamente se usara en el caso en que la historia lo requiera. En el caso de la historia que se cuenta en este caso, se prescindirá de él, ya que es totalmente necesario.

3.10.3 Efecto Pitufina

Actualmente la mayoría de las piezas audiovisuales cuentan en su mayoría con protagonistas masculinos, tópicos machistas o grupos en que predominan los hombres como protagonistas. En los casos en los que existen protagonistas femeninas, éstas están en su mayoría dotadas de unas aspiraciones en una línea machista en la que las mujeres solo existen en relación a los hombres.

Para cambiar esto, en el cortometraje se cuenta con mujeres en 2/3 de los personajes principales. Más allá de esto y para aplicarlo a la vida real, se trabaja con un equipo técnico femenino en su mayoría.

3.11 Análisis de la viabilidad artística

La acción es dramática y cuenta con la estructura clásica de planteamiento, nudo y desenlace.

La protagonista tiene como objetivo encontrar la esencia de lo que es realmente y entender que representa el ser humano y la tecnología para el planeta.

El riesgo al que se enfrenta es la extinción de la humanidad a causa de la dependencia de la tecnología.

El espectador se identifica perfectamente al ser un argumento enfocado a la vida actual y

invita a reflexionar tanto al espectador joven sumido en las nuevas tecnologías como al espectador veterano el cual puede recordar su infancia y contrastarla con la situación actual, a través de la comparación que le ofrece la historia, nada más lejos de la realidad y además con una complejidad mínima, entendible por todo tipo de público en mayor o menor medida.

El desenlace final es sorprendente y se aleja de los tópicos de Hollywood, quizás acercándose un poco a un final que se prevé feliz, pero que no busca acabar en el cortometraje sino en la reflexión del espectador después de ver el film al encontrarse, después del visionado, en su “butaca” y sentir que esa realidad no queda muy lejos del mundo actual.

4. Fases del proyecto

4.1 Investigación

Se busca información sobre la fantasía, así como la psicología del color, autores de referencia y películas, visionado algunas de ellas según el interés en el estilo, la estética, o la temática, para que éstas orienten a la creación de una nueva pieza audiovisual y ayuden a desarrollar una nueva idea. Tienen mucha importancia la psicología de color de Eva Heller en cuanto al trabajo con la simbología, así como películas como El último emperador (Vittorio Storaro, 1987). En el ámbito temático tienen mayor importancia películas como Resident evil (Paul w. S. Anderson, 2002) y la serie The Walking dead (Frank Darabont, 2010/2015) y hablando de tipología de planos es de obligada referencia mentar la serie Breaking bad (Vince Guilligan, 2008/2013).

4.1.1 Incidencias y resultados

Durante la búsqueda se encuentran varios documentos los cuales son de utilidad en el desarrollo del proyecto, aunque es costoso encontrar un estudio exacto de la fantasía, ya que no hay obras que incluyan una narración tan específica sobre el tema. Aún así se puede solucionar mediante la búsqueda de libros de autores de cine que trabajen con la fantasía, así como encontrar alguna tesis doctoral enfocada al tema, como El Universo Fantástico de Tim Burton, por Lucía Frasset [8].

4.2 Preproducción

4.2.1 *Brainstorming*

La lluvia de ideas realizada para crear la historia desemboca en un corto con mensaje ético, con la idea principal de recuperar lo que los medios de comunicación hace tiempo que han perdido, que es el deber de educar y en parte de informar.

La información que ofrecen los medios es por una parte información insuficientemente contrastada, en la mayoría de ocasiones sensacionalista, y que busca lucrarse sin pensar en las

consecuencias que implican la generación y difusión de este tipo de contenidos, y sobre todo la falta de otros mucho más importantes.

Ante esta situación, en que la educación no tiene prácticamente presencia en los contenidos de los medios, y dónde los individuos se encuentran condicionados e influenciados en mayor o menor medida por todo lo que absorben sus ojos, la imperiosa necesidad que se proclama es la de volver a reforzar esa serie de contenidos útiles para las personas y descontaminar el sector audiovisual de basura comercial sin interés educativo o informativo, o al menos equilibrar la balanza quitándole peso al entretenimiento vacío de estos contenidos.

4.2.2 Sinopsis y guión literario

El guión literario, pieza primordial en la preproducción, se desarrolla en varias fases en las cuales se crea un esbozo y se modifica adecuándolo al proyecto. Finalmente se obtiene un guión final con el cuál se trabaja para desarrollar los documentos necesarios para la producción.

La primera sinopsis se realiza durante meses antes de la elaboración del guión final, estableciendo una primera historia que finalmente cambia por necesidades que el guión requiere, y se adapta a unas 25 páginas, ya que se toma como referencia la medida de una página por minuto de rodaje, y se quiere conseguir una historia de no más de 20 minutos. La esencia y los mensajes que se quieren dar se conservan, pero el punto de vista, la historia y los personajes se modifican de forma que el producto final resulte mucho más visual, entendible y atractivo.

4.2.3 Simbología y metáforas

Dispositivos electrónicos: Representan la tecnología en sí misma y la necesidad de evitarlo. Después del incidente en casa de Alba hace que, al evitarlos, se enfatice la necesidad del ser humano de sobrevivir mediante ellos.

Smartphone: Símbolo de la tecnología, lo nuevo, el catalizador de la incomunicación y la evasión del mundo, de la degradación de las relaciones humanas.

Bacteria: La infección que crea esta bacteria en los humanos es una metáfora de los efectos

que crean en éstos la dependencia de las tecnologías: comportamientos similares a un enfermo obsesivo compulsivo, ya que la sociedad actúa en masa y por modas de obsolescencia programada, creadas por el sector comercial para vender más. Este comportamiento hace que la gente pierda la noción de las necesidades reales y tienda a copiar comportamientos y tradiciones. Finalmente la muerte prematura del individuo simboliza el aprovechamiento de la vida que tiene el ser ligado a esta dependencia, que se reduce a un tiempo mínimo.

Su color morado en los fluidos que genera la bacteria en los infectados viene determinado por la simbología de color antes mentada (Eva Heller), que representa la tecnología y es el color que más raramente se ve en la naturaleza.

Cura: La cura es de color opuesto al verde, casualmente en el libro de Eva Heller su significado es también opuesto al morado: *"El color favorito de la fertilidad, de la esperanza y de la burguesía. El verde es la quinta esencia de la naturaleza, es una ideología un estilo de vida, es conciencia de medioambiente, amor a la naturaleza y al mismo tiempo es el color del rechazo de la sociedad dominada por la tecnología."* [5]

Se ha usado también la simbología de color en el vestuario, usando las capas exteriores de ropa como la coraza o apariencia externa que desprende cada personaje, las capas interiores mostrando su realidad interior. Por otra parte las prendas inferiores muestran el camino que sigue el personaje en la historia: los pantalones indican el camino hacia donde se dirige y los zapatos la meta hacia donde le llevan sus pasos. Es una práctica muy interesante e innovadora desarrollada por el autor del proyecto sin inspiración externa, que busca experimentar con la simbología y las metáforas, dando un paso más allá, con la finalidad de obtener un producto que transmita el mensaje de múltiples formas, cosa que lo enriquece y lo hace más interesante.

4.2.3.1 Alba (estilo alternativo)

- Chaqueta negra que nos define su coraza exterior ante el mundo, su forma de ser alternativa y de negación ante lo habitual, así como el destino que le espera "muerte".
- Camiseta con la palabra "Vegan" en color verde para mostrar sus valores interiores, al ser una persona ética, positiva, responsable y con empatía, a pesar de estar infectada por las tecnologías, así como representación de la esperanza en la manera de ser del personaje.

- Pantalones tejanos azules para acompañar los tonos fríos, pero positivos de la camiseta.
- Calzado verde preferiblemente, cordones negros como significado de a donde le llevarán sus pasos, al dejarse guiar por Lara.

4.2.3.2 Bron (estilo uniforme de pizzero)

- Casco negro de pizzero.
- Chaleco rojo pizzero simbolizando el peligro al igual que la gorra (debe ir conjuntado)
- Pantalones marrones (sencillez, pereza)
- Zapatillas negras (muerte)

4.2.3.3 Lara

- Bata blanca larga de farmacéutica que muestra la inocencia que aparenta tener Lara exteriormente, su altruismo.
- Jersey rojo que simboliza el peligro.
- Pantalones negros simbolizando poder y muerte.
- Pulsera plateada para mostrar su frustración de su carrera.
- Calzado negro o rojo preferiblemente para enfatizar que su camino es acorde con sus pensamientos interiores.
- Tatuaje negro como símbolo de la muerte asociada a la corporación ADOR Corp.

4.2.3.4 Juno

- Bata blanca de paciente de hospital simbolizando la nada, representando el vacío de esperanzas que la envuelve al estar a punto de morir y el vacío de Alba al encontrarla infectada.
- Jersey rojo/rosa simbolizando el amor, lo delicado, el cariño de una madre. Dentro de un ambiente de tonos morados y violetas en un laboratorio, la figura de la madre como esperanza, que pronto se pierde.
- Pantalones tejanos
- Zapatillas a conjunto con el jersey.

4.2.4 Casting de actores

Se trabaja vía mail contactando con las escuelas de teatro y artes dramáticas más conocidas del Barcelonés y el Valles Occidental, como la Associació Catalana de Escoles de Teatre (ACET) [11], y por grupos de redes sociales. Se crea un cartel y se publica en éstos:

Con la publicación en redes sociales se obtiene una gran respuesta masiva por parte de varios estudiantes de teatro y profesionales, así como de las mismas escuelas que optan por publicar el anuncio en su muro físico.



The Life's Essence

Som estudiants universitaris desenvolupant el nostre projecte de final de grau. Es tracta d'un curtmetratge, un thriller fantàstic catastrofista. Necessitem col·laboracions d'actrius i actors. El curt es de parla castellana.

Descripció dels personatges:

- **ALBA**: Protagonista. Aparença: 20-30 anys. Alternativa. Representa l'esperança, el canvi.
- **LARA**: Biòloga. Aparença: 30-40 anys. Frustrada, pasat fosc. Representa la evolució
- **MARIO**: Pizzero. Aparença: 20-30 anys. Rebel i poc intel·ligent. Representa la conformitat.

· **INFECTATS**: Es necessitaran varies persones per a actuar com a extres en algunes escenes. Preferible a partir de 20 anys.

Es farà un casting previ i el rodatge esta previst entre Novembre i Gener. Necessitem gent amb disponibilitat sobretot Diumenges, Dissabtes i potser algún dia entre semana.

És un projecte **NO REMUNERAT** en el qual es vol que els participants obtinguin una mostra del seu treball. La idea es presentar el curtmetratge en algún festival i/o concurs, repartint el premi en el cas de que es guanyés, entre tots els col·laboradors.

Per a més info:

Joan.hurtado@eupmt.tecnocampus.cat

Fig. 4.1. Anuncio para casting de actores

4.2.4.1 Selección de perfiles adecuados

Los aspirantes envían sus currículum al mail indicado y desde los perfiles recibidos se hace una primera valoración según adecuación física al perfil buscado, experiencia profesional y académica y demostración en video en el caso de los que disponen de éste. Se contacta a los aspirantes acordes con el perfil buscado y se los convoca a un casting.

4.2.4.2 Convocatoria de los castings

Se da un texto de preparación y varios días de cita para la realización de los castings, para establecer una primera toma de contacto y una prueba que ayuda a determinar que interpretaciones se ajustan más a cada personaje. Todos los castings se realizan en una sala universitaria reservada previamente y acondicionada con dos focos, un micrófono y una cámara, para poner al actor en situación y sobre todo para grabarlos y realizar una posterior revisión y mejor valoración.

4.2.4.3 Visualización de videocastings y portfolios

Tras una visualización de los castings realizados y una valoración en conjunto, se seleccionan los perfiles adecuados y se hace una revisión de los videobooks de los aspirantes a los que no ha sido posible concretar una fecha de casting por su disponibilidad.

4.2.4.4 Selección final y confirmación de disponibilidad

Una vez revisados portfolios y castings, tanto virtuales como físicos, se hace una valoración final y se contacta con los actores seleccionados para confirmar la disponibilidad de grabación según el plan de rodaje que se empieza a definir teniendo en cuenta la misma.

Persona	Rol	Email	Teléfono	Coche	Ciudad	Disponibilidad					Otros
						01/feb	15/feb	22/feb	01/mar	08/mar	
Joan H.	Director	joan.hurtado@eupmt.tecnocampus.cat	686614796	SI	Sabadell	SI	SI	SI	SI	SI	Vegano
Maha E.	Script	m.mekrani93@gmail.com	666156034	NO	Badalona	SI	SI	SI	SI	SI	No carne ni pollo
Júlia	Producción	julia.ruiz.soler@gmail.com	659252315	NO	Barcelona	SI	SI	SI	SI	SI	
Pablo M.	Sonido		689031504	NO	Barcelona	SI	SI	SI	SI	SI	
Eloi S.	Eléctrico		609161411	SI	Sabadell	SI	SI	SI	SI	SI	Vegano
Alex C.	Equipo foto	Alex.cm93@gmail.com	649257482	NO	Masnou	NO	SI	SI	SI	SI	No intolerancias
Jennifer C.	Equipo foto	jennifercalzado@gmail.com	622015129	NO	Mataró	NO	SI	SI	SI	SI	No intolerancias
Zaida A.	Equipo foto		693435719	NO	Barcelona	SI	SI	SI	SI	SI	
Albert G.	Equipo foto	albert.garcia.rodriguez@gmail.com	628649123	Moto	Ripollet	NO	SI	SI	SI	SI	No intolerancias
Raul P.	Equipo foto		717110408	SI	Mataró	SI	SI	SI	SI	SI	
Cristina LI.	Arte	cristinalliuro@hotmail.com	635565419	SI	Molins de Rei	SI	SI	SI	SI	SI	No queso
Paula Y.	Maquillaje	paguy_3p@hotmail.com	689 622 445	NO	Barcelona	SI	SI	SI	SI	SI	
Olga M.	Actriz	olgmol@gmail.com	666298947	NO	Barcelona	SI	SI	SI	SI	SI	No intolerancias
Ionai R.	Actor	ionairamirez@gmail.com	677003817	NO	Vic (BCN)	SI	SI	SI	SI	SI	No intolerancias
Imma C.	Actriz	imma.casademunt@gmail.com	678921351	NO	Barcelona	SI	SI	SI	SI	SI	Vegetariana
Emma P.	Actriz	emma.pc@hotmail.com	636846696	NO	Barcelona	SI	SI	SI	SI	SI	

Fig. 4.2. Ficha de personal

4.2.5 Selección de recursos humanos

Se realiza una selección de personal humano para la colaboración en el proyecto. El resultado del cuál se muestra en la siguiente tabla:

4.2.5.1 Equipo técnico

El equipo técnico consta de colaboradores con perfil audiovisual, se seleccionan por su perfil y su experiencia en el sector y por su voluntad de colaboración, ya que se pretende establecer un coste mínimo. La selección se hace según contactos propios, estudiantes del grado en Medios Audiovisuales, publicación en grupos de redes sociales de universidades y escuelas de formación profesional, así como graduados audiovisuales.

Se cuenta con un equipo técnico con dos personas por cada rol. Esto significa tener un equipo técnico completo más un suplente por cada rol, por si alguna de las personas fallase a mitad de rodaje. Es una herramienta para evitar que el rodaje quede bloqueado al haber una baja y mientras se busca a un suplente, así como para solapar posibles incidencias de asistencia de alguno de los técnicos.

Se trabaja finalmente con:

1 x Director	2 x Iluminación
1 x Directora de fotografía	2 x Sonidistas
2 x Productoras	2 x Atrezzo
4 x Cámaras	2 x Maquilladoras / Peluqueras

4.2.5.2 Equipo de arte

Para el equipo artístico se contacta con varias productoras amateur y se selecciona a dos personas en función de los trabajos realizados, haciendo una visualización de portfolio online y una primera entrevista como toma de contacto.

4.2.5.3 Peluquería y make up

Esta producción necesita de un equipo de peluquería y maquillaje con experiencia, ya que a parte de los maquillajes de base que se necesitan prácticamente en cualquier tipo de grabación, también se requiere un maquillaje de efectos especiales, por tener a personajes con una caracterización específica (infectados) y algún pinchazo que debe salir dentro de cuadro. Así pues se contacta con varias escuelas de maquillaje de Barcelona [12], [13] y [14] y se publican anuncios en las redes sociales, así como se envían mails a las escuelas de maquillaje más cercanas de la provincia de Barcelona.

Una vez valorados los trabajos que cada aspirante envía en forma de fotografías, se hace una selección. Finalmente se escoge a una estudiante de la Escuela Cazcarra Image Group [12]. Por los resultados de sus trabajos previos así como por pertenecer a una Escuela que usa materiales que no experimentan con animales, cosa acorde totalmente con el mensaje del cortometraje y necesaria teniendo en cuenta la voluntad de ser consecuente con lo que se transmite.

La encargada de make up maquilla a los actores con una base natural, para que su piel brille ante las cámaras, y se encarga de caracterizarlos con un maquillaje acorde con la estética del personaje.

Se maquilla a los infectados con ojeras moradas, creando unos tonos acordes en conjunto con todo lo relacionado con el virus, y piel pálida, con supuraciones de fluidos en algunas partes de cara y manos.

4.2.6 Localizaciones y storyboard

Se establecen un tipo de localizaciones a buscar para posteriormente hacer una búsqueda intensiva por varios medios. La metodología usada es contacto vía e-mail, llamada directa, visita en persona y para la obtención de algunos permisos especiales se usa el recurso de Barcelona Film Commission y el Parc Audiovisual de Catalunya, que ofrece estos servicios de forma gratuita. Una vez encontrados los espacios y confirmada su disponibilidad, se procede a visitarlos y fotografiarlos para obtener un storyboard y un guión técnico mucho más definido y exacto así como rebajar en gran medida el tiempo invertido en su elaboración.

Calle y descampado: Se encuentran varios descampados sin problema y se escogen los menos transitados para pedir los permisos de rodaje.

Casa: Se requiere una casa con una cristalera que dé al exterior, así pues se hace una búsqueda entre contactos personales con éxito ya que nos permiten utilizar la casa para el rodaje.

Parking: Una vez encontrada la casa, se buscan parkings cercanos a ésta para facilitar el movimiento de todo el equipo humano y técnico y recortar gastos de tiempo y presupuesto. Se aprovecha un parking cercano a la localización de la casa.

Farmacia: Se contacta con todas las farmacias del Valles Occidental ya que según el plan de rodaje es necesario establecer localizaciones lo más cercanas posible entre ellas, y las primeras encontradas son en Viladecavalls. Después de hacer una valoración de las farmacias disponibles y los espacios permitidos para rodar, se hace una búsqueda de un espacio similar a una farmacia, que el equipo de arte adecuará y decorará como tal.

Hospital interior: Se contacta con todos los hospitales del Barcelonés, Vallés Occidental, Oriental y el Maresme vía mail y vía telefónica, así como con clínicas privadas y clínicas odontológicas. Finalmente se obtiene el permiso de varios hospitales, entre los cuales se escoge el Hospital de Sant Joan de Déu de Martorell por su ubicación y disponibilidad de múltiples espacios para rodar.

Hospital exterior ubicado en las afueras: Por la necesidad de un espacio sin gente y de un camino o bosque cercano a un hospital como localización, y la imposibilidad de contar con un hospital que nos lo permita, pedimos permiso para grabar en los exteriores del Hospital de Terrassa, y el Parc Audiovisual de Catalunya nos gestiona el permiso a través del ayuntamiento de Terrassa, el previo aviso del rodaje a la Policía Local y la gestión del permiso con Medi Ambient ya que la ubicación es un espacio natural. Una vez obtenidas se visitan, fotografían y se documentan para el desarrollo del *storyboard*.

4.2.7 Guión técnico

A partir del guión literario y se han fotografiado y confirmado las localizaciones disponibles, se desarrolla el guión técnico en función de los espacios de los que se dispone.

4.2.8 Esquemas de planta

Una vez definido el guión técnico y storyboard, se establece un esquema de luces, cámaras y actores, que define sus movimientos de forma que los equipos técnico y artístico tengan una orientación de lo que se va a rodar.

4.2.9 Material técnico

Se redacta una vez finalizados todos los documentos técnicos necesarios antes de la producción, en función de las necesidades establecidas en cada escena.

ESCENA 01	ESCENA 02	ESCENA 03	ESCENA 04	ESCENA 05	ESCENA 06	ESCENA 07	ESCENA 08	ESCENA 09	ESCENA 10	ESCENA 11	INVENTARIO TOTAL	INVENTARIO TOTAL
Animal herido o muerto falso	Movil GPS	Teléfono fijo	Sofá	Máscara zombie	Movil	Teléfono fijo	Coche	Coche	Coche	Jeringa	Coche	Cable telefónico
Movil 01	Pelota	Tablet	Objeto falsear mirilla	Movil 02	App linterna	Movil 02		Sangre morada	Sangre morada	Sangre morada	Animal herido/muerto falso	Sangre morada (mucho)
	Libro	Caja de biodramina	Movil 02	App linterna		App linterna			Rifle	Insulina	Movil 01	Rifle
		Vaso	App linterna	Cartera		Cable telefónico			Reloj Lara	Goma inyección brazo	Movil 02	Reloj Lara
		Agua	Cuchillo cocina	Billete 20€		Mechero				Reloj Lara	Movil 03	Goma inyección brazo
		Aparatos electrónicos con luces	Aparatos electrónicos con luces	Aparatos electrónicos con luces							Pelota	Insulina
				Monedas							Libro	5x Jeringas
				Caja pizza							Tablet	Frascos iguales transparentes medicamento
											Teléfono fijo	Pastillas verdes comestibles
											Caja de biodramina	Microscopio
											Vaso	Material Microscopio
											Agua	Gotero dosificador
											Aparatos electrónicos con luces	Probetas
ESCENA 12	ESCENA 13	ESCENA 14	ESCENA 15	ESCENA 16	ESCENA 17	ESCENA 18	ESCENA 19	ESCENA 20	ESCENA 21	ESCENA 22		
Frascos iguales transparentes medicamento	Frascos iguales transparentes medicamento	Frascos iguales transparentes medicamento	Frascos iguales transparentes medicamento	Frascos iguales transparentes medicamento	Maletín	Maletín	Maletín	Maletín	Maletín	Maletín	Objeto falsear mirilla	Frascos líquidos verdosos
Pastillas verdes comestibles	Pastillas verdes comestibles	Pastillas verdes comestibles	Pastillas verdes comestibles	Pastillas verdes comestibles	Reloj Lara	Reloj Lara	Reloj Lara	Reloj Lara	Reloj Lara	Reloj Lara	Sofá	Tattoo Lara
Rifle	Reloj Lara	Rifle	Rifle	Rifle	Tattoo Lara	Tattoo Lara	Tattoo Lara	Tattoo Lara	Tattoo Lara	Tattoo Lara	App linterna	Señalización hospital
Sangre morada		Microscopio	Frascos líquidos verdosos	Frascos líquidos verdosos			Sangre morada	Señalización hospital	Muebles bloquear puerta	Inyección cura verde	Cartera	Señalización Alto Voltaje
Reloj Lara		Material Microscopio	Maletín	Maletín				Señalización Alto Voltaje	Pistola recortada	2x Frasco verdoso cura	Billete 20€	Señalización zona en cuarentena (Biohazard)
		Gotero dosificador	Coche	Coche				Señalización zona en cuarentena (Biohazard)		1x Frasco morado virus	Monedas	Bridas
		Probetas	Reloj Lara	Movil 03				Bridas		Diario	Cuchillo cocina	Palo a modo de arma
		Sangre morada		Jeringa con líquido verde				Palo a modo de arma			Máscara zombie	Pistola recortada
		Reloj Lara		Goma inyección brazo							Caja pizza	1x Frasco morado virus

Fig. 4.3. Ficha de atrezzo

4.2.10 Atrezzo

Según el guión se redacta un listado de atrezzo que el equipo artístico se encarga de buscar, con condiciones de bajo presupuesto y limitaciones de no usar ningún producto de procedencia animal.

Para la decoración de los sets de rodaje, se cuenta con espacios donde prácticamente no es necesario modificar mucho la estética, a excepción de el material que los protagonistas van a utilizar durante las acciones llevadas a cabo en la historia. En el caso de la localización de la farmacia, el trabajo de arte es mayor, ya que se acondiciona el punto de venta de un veterinario a modo que aparente ser una farmacia.

4.2.11 Catering

Para el catering se consultan las alergias, intolerancias, gustos y manías del equipo e cuanto a desayuno, comida y merienda, que son las horas en las que se rueda y se hace un cálculo aproximado de la comida para el primer rodaje. El catering es vegetariano en su totalidad, ya que la esencia del cortometraje tiene un carácter ético, y se cree necesario ser consecuente con el mensaje que se quiere transmitir a todos los niveles. A partir de ahí, se ajusta el catering a cada rodaje, de forma cada vez más efectiva.

Se prepara un catering base para cada rodaje, y se compran además productos con largas fechas de caducidad, y en envases individuales, para poder aprovecharse en posteriores días de rodaje.

La preparación de la comida caduca del catering se realiza el día anterior al rodaje y se usan cubiertos desechables para minimizar el tiempo total invertido en la preparación y uso durante el rodaje.

4.2.12 Plan de rodaje

Se establece un plan de rodaje inicial, donde se planifica rodar los domingos por ser el día con mayor coincidencia en cuanto a horarios de todo el equipo.

Se establecen unos días de rodaje basados en la disponibilidad de los equipos artístico, técnico y las localizaciones, teniendo en cuenta los espacios necesarios para cada escena y la cantidad de planos a rodar en cada una.

Se establecen unas necesidades de material, transporte y de catering previas al rodaje para las cuales se establece una fecha límite de preparación previa de una semana.

DIA	FECHA	ESCENA	Equipo técnico							Equipo artístico		Actores principales			Figurantes		
			Joan Director	Maha Script	Julia Prod	Albert G. Cam	Zaida A. Cam	Raul P. Cam	Pablo Sonido	Cristina Lliuró Art	Paula Yusté Make up	Ionai Bron	Imma Lara	Olga Alba	Raul P. Infect 1	Eloy Infect 2	Emma Peitx Juno
LUN	12/ene	REUNION ACTORES															
MAR	13/ene	PRUEBA ILUMINACION	8-16											9h-13h			
MIE	14/ene		8-16														
JUE	15/ene		8-16														
VIE	16/ene		8-16														
SAB	17/ene		8-16														
DOM	18/ene	NO RODAJE															
LUN	19/ene		8-16														
MAR	20/ene	REUNION ARTE Y PROD.												9h-13h			
MIE	21/ene		8-16														
JUE	22/ene		8-16														
VIE	23/ene	VISITA LOCALIZACIONES	8-16														
SAB	24/ene		8-16														
DOM	25/ene	NO RODAJE															
LUN	26/ene		8-16														
MAR	27/ene	PEDIR MATERIAL	8-16														
MIE	28/ene		8-16														
JUE	29/ene		8-16														
VIE	30/ene	ENSAYO ACTORES	8-16														
SAB	31/ene		8-16														
DOM	01/feb	RODAJE 1. CASA ALBA															
LUN	02/feb	DEVOLVER MATERIAL	8-16														
MAR	03/feb		8-16											9h-13h			
MIE	04/feb		8-16														
JUE	05/feb		8-16														
VIE	06/feb		8-16														
SAB	07/feb		8-16														
DOM	08/feb	NO RODAJE															
LUN	09/feb	DEVOLVER MATERIAL	8-16														
MAR	10/feb	PEDIR MATERIAL	8-16														
MIE	11/feb		8-16														
JUE	12/feb		8-16														
VIE	13/feb		8-16														
SAB	14/feb		8-16														
DOM	15/feb	RODAJE 2. HOSPITAL MART															
LUN	16/feb	DEVOLVER MATERIAL	8-16											9h-13h			
MAR	17/feb	PEDIR MATERIAL	8-16														
MIE	18/feb		8-16														
JUE	19/feb		8-16														
VIE	20/feb		8-16														
SAB	21/feb		8-16														
DOM	22/feb	RODAJE 1. (REPETICIÓN)															
LUN	23/feb	DEVOLVER MATERIAL	8-16											9h-13h			
MAR	24/feb	PEDIR MATERIAL	8-16														
MIE	25/feb		8-16														
JUE	26/feb		8-16														
VIE	27/feb		8-16														
SAB	28/feb		8-16														
DOM	01/mar	RODAJE 4. FARMACIA															
LUN	02/mar	DEVOLVER MATERIAL	8-16														
MAR	03/mar	PEDIR MATERIAL	8-16														
MIE	04/mar		8-16														
JUE	05/mar		8-16														
VIE	06/mar		8-16														
SAB	07/mar		8-16														
DOM	08/mar	RODAJE 5. HOSPITAL EXT															
LUN	09/mar	DEVOLVER MATERIAL	8-16														

Fig. 4.4. Plan de rodaje

4.2.13 Incidencias y resultados de preproducción

En un primer momento la preproducción seguía una planificación que se ha debido de adaptar modificando las fechas límite y la forma organizativa y de trabajo para solucionar ese tiempo que se ha invertido de más en la elaboración del guión.

La duración de la historia y del primer guión es muy corta, y al modificar el guión se desarrolla una historia mucho más extensa con emasiada conversación sencilla, y se decide optimizar diálogos y acciones para respetar la duración del cortometraje y optimizar el rodaje. Dos de los tres castings convocados en persona son rechazados a última hora por una multitud de personas, de forma que se decide no hacer un cuarto, sino valorar los actores disponibles del primer casting más los videobooks de aquellos que no han podido acudir a los castings o han avisado con antelación, descartando así aquellos que por falta de profesionalidad y de responsabilidad puedan afectar al proyecto.

La idea principal es una colaboración gratuita por parte de todo el equipo, tanto técnico como artístico y de maquillaje, aunque finalmente se llega al acuerdo de pagar transporte y catering, así como materiales en el caso de maquillaje y arte.

La búsqueda de un espacio similar a un hospital ha sido complicada, aunque finalmente se ha acabado encontrando un hospital donde poder rodar. En cuánto a la farmacia ha sido imposible encontrar una que permita el rodaje durante los Domingos, que son los días de rodaje preestablecidos por el equipo, así pues, ante la imposibilidad de readaptar el horario de rodaje de todo el equipo, se ha optado por una solución más rápida y factible, que ha sido pedir al equipo de atrezzo decorar un veterinario como farmacia.

La búsqueda de localizaciones requiere mucho tiempo de espera desde que se envía por mail la consulta y se recibe la respuesta, así pues se opta por llamar directamente a los sitios o ir a visitarlos de forma física.

Al grabar únicamente los domingos, el tiempo de rodaje se expande considerablemente. Para ello, el equipo de posproducción inicia durante la semana y paralelamente a los rodajes la selección de planos, edición y montaje, de forma que la semana queda aprovechada de Lunes a Domingo.

Antes de empezar el rodaje aparecen algunas renunciaciones a la colaboración en el proyecto por parte de algunas personas. La previsión de sobredimensionar el equipo técnico y tener un perfil más de reserva por cada rol, hace que no haya ningún problema en cuanto a la suplencia de los perfiles faltantes.

4.3 Producción

4.3.1 Rodaje 1 (01 Febrero 2015)

Se ruedan las escenas 2, 3 y 4 por disponer de las localizaciones y permisos, así como todo el material preparado y el equipo humano disponible para esos días. Es una primera toma de contacto en la cual se toma como referencia el tiempo y el número de planos rodados para perfilar el plan de rodaje.

Los resultados son poco aprovechables por inclemencias meteorológicas diversas (nieve, viento y intervalos nubosos), así pues se procede a establecer un nuevo día para la repetición del rodaje. Se empieza el rodaje a las 7,30 am y se finaliza a las 21,30 pm.

4.3.2 Rodaje 2 (15 Febrero 2015)

Se ruedan las escenas 9 y 10, por disponer de la localización del Hospital de Martorell reservada para ese día. Se refuerza la baja iluminación de algunos espacios con pantallas frías para dar un aspecto natural y con un foco de tipo fresnel angulado hacia el techo para aumentar el nivel de luz de forma difusa. Se empieza el rodaje a las 8,30 am y se finaliza a las 21,30 pm.

4.3.3 Rodaje 3 (22 Febrero 2015)

Se repite el rodaje de escenas 3 y 4. Se obtiene una grabación con resultados apropiados, mejores que los correspondientes al primer rodaje. Se ruedan primero las escenas exteriores y posteriormente las interiores para aprovechar las horas de sol. Se empieza el rodaje a las 8 am y se finaliza a las 22 pm.

4.3.4 Rodaje 4 (01 Marzo 2015)

Se ruedan las escenas 5, 6 y 7. Al ser una localización interior y pequeña se requiere menos potencia de focos, aún así se montan dos pantallas frías y un *fresnel* angulado hacia el techo para obtener un resultado en la misma línea que se sigue durante todos los interiores.

Se empieza el rodaje a las 8 am y se finaliza a las 22,30 pm.

4.3.5 Rodaje 5 (08 Marzo 2015)

Se ruedan las escenas 1 y 8. Exteriores. Se aprovecha la luz natural del exterior reforzada por reflectores que reducen las zonas más oscuras. Se graban primero las escenas exteriores para aprovechar la luz solar y finalmente se graban sonidos recurso y voces en off.

Se empieza el rodaje a las 7,30 am y se finaliza a las 22,30 pm.

4.3.6 Incidencias y resultados de rodajes

Los resultados del primer día dan problemas en cuanto a ruido en el audio por viento y problemas de *raccord* en la imagen por variaciones de luz y nevadas esporádicas. Aún así se pueden aprovechar algunos planos y se cuenta con tiempo para repetir el rodaje al completo.

En general, los planos correspondientes a las horas finales de luz de cada día tienen un tono amarillento por ser la “hora mágica”, en la cual la luz del sol es dorada y las sombras alargadas. Para solucionar esto se graba evitando hacer planos evitando que las sombras entren en el cuadro, se aprovechan algunos planos que son rectificables equilibrando el color y se prescinde de aquellos en los que la diferencia de color es demasiado evidente entre ellos.

4.4 Posproducción

Para realizar la posproducción del proyecto, se usa el software de Final Cut Pro X como editor principal de video y sonido, así como Davinci Resolve 11 para su etalonaje. Se usa este software por ser el más aprovechable por el equipo técnico debido al conocimiento del mismo.

4.4.1 Selección de planos

Se previsualiza el material disponible de cada rodaje durante la semana posterior a éste y se hace una selección de los planos aprovechables mediante la guía del documento de script y la

visualización y audición de todo el material grabado. Se crea una carpeta con los planos validos por cada rodaje y en base a éstas se empieza a montar.

4.4.2 Montaje primero

Se crea un proyecto en Final Cut Pro X, así como varios eventos, uno por escena, donde se importan los planos correspondientes a la escena en cuestión.

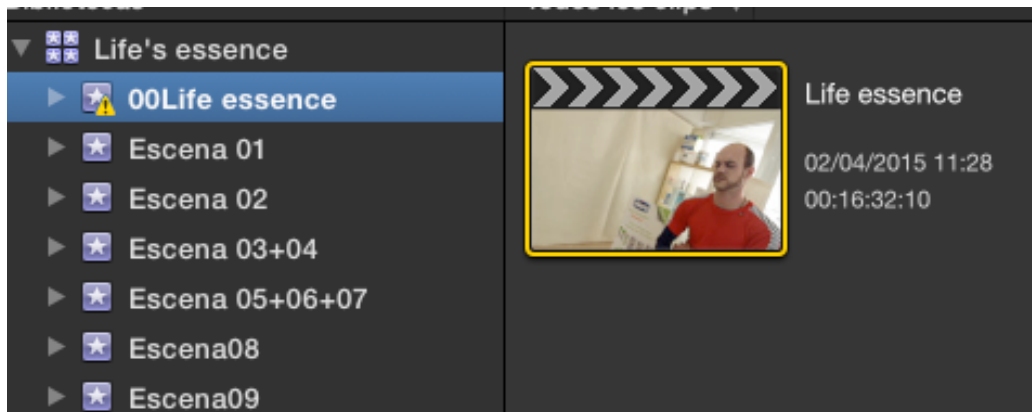


Fig. 4.5. Creación de proyecto y eventos

Una vez se tienen ordenados, se procede a crear una colección de palabras clave dentro de cada evento de escena, para poder identificar y trabajar únicamente con las tomas que conforman cada escena concreta.

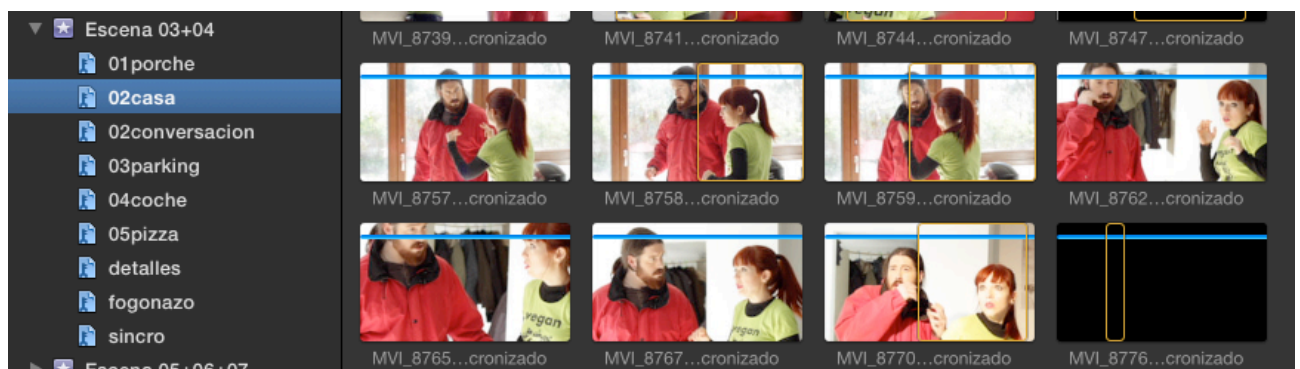
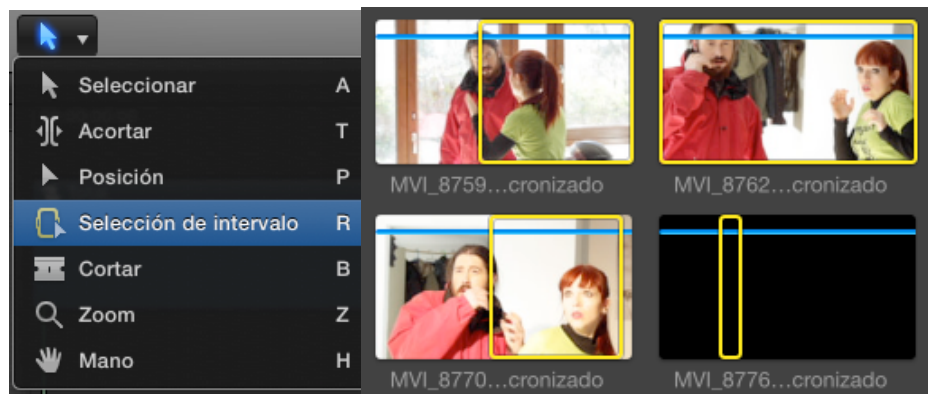


Fig. 4.6. Colección de palabras clave

Cuando todo queda estructurado por escenas y tomas, se sincroniza la imagen y el audio, obteniendo los planos definitivos que servirán para montar en la línea de tiempo. Antes de montar, se previsualiza cada clip y se selecciona con la herramienta “Selector de intervalo” la parte del clip útil para hacer un primer montaje en la línea de tiempo.

Fig. 4.7. Selección por intervalos



Después de hacer un primer montaje en la línea de tiempo, se ajustan los cortes que se van a realizar y se deja el sonido para editar al final.

4.4.3 Corrección de color

Se exporta un **archivo XML**, cosa que nos permitirá trabajar con el proyecto con otro tipo de programa, en este caso DaVinci Resolve 11, **sin tener que exportar** el archivo de video y conservando la edición realizada y volviendo a Final Cut Pro X para acabar de editar el proyecto después de su etalonaje.

Para el equilibrio de color, se toma como base los conocimientos previos en cuanto a ello y se realiza un visionado de un videotutorial cuyos contenidos son un curso básico para etalonaje con Davinci Resolve 11.

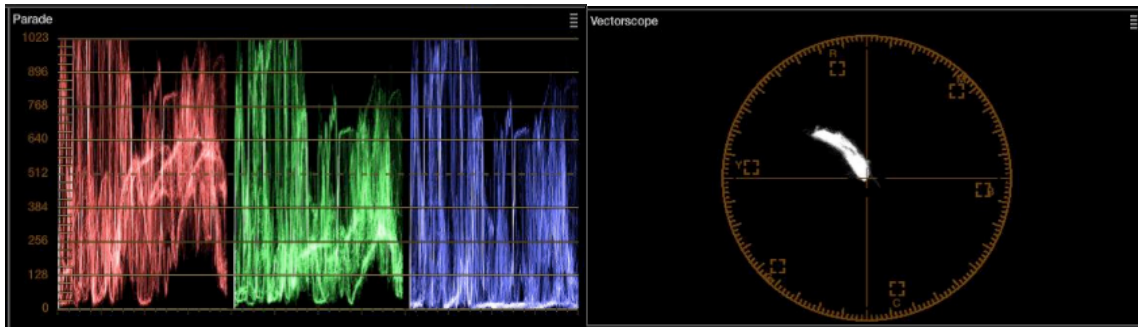


Fig. 4.8. Vectorscopio y Parade

La medición de los tonos de piel se consultan a través del **vectorscopio** y los niveles de luz existentes por cada color se reflejan en un gráfico llamado “**parade**”. A partir de esto y usando los comandos del modo “Primary”, que permiten retocar cada canal de color en cada nivel de luz, se realiza un equilibrio de color general en cada toma. Aún así, si se rueda con una exposición adecuada y de forma correcta, los retoques de color no deben percibirse prácticamente.

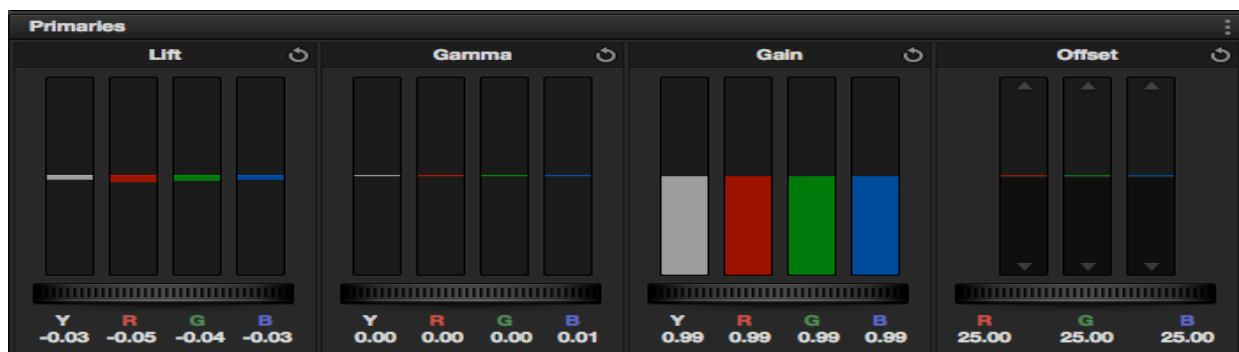


Fig 4.9. Modo “Primary” de edición de color en Davinci Resolve

Para una mayor rapidez en este proceso, se agrupan los planos con un mismo *tiro de cámara* por una parte, y las correcciones de color por otra, que nos sirven para aplicar una primera corrección a planos similares y poder así equilibrar el color contando con un ajuste previo.

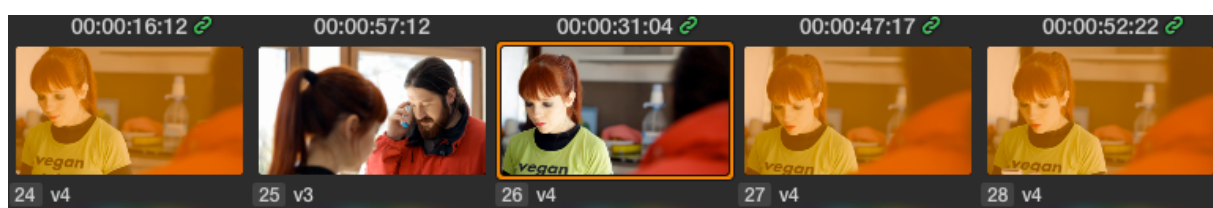


Fig. 4.10. Agrupación de clips similares

Finalmente se vuelve a exportar el archivo XML del proyecto, que permite volver a Final Cut Pro X con el proyecto editado y el color retocado en cada plano.

Para dar al proyecto un estilo de color final y valorar su posible aplicación se previsualizan varias opciones. Se definen dos estilos diferentes, uno para el estilo principal y otro para el estilo de los *flashback*. El principal tiene tonos fríos, debido a la temática de la historia y el de los *flashbacks* tiene tonos más cálidos así como un desenfoque radial progresivo, por tratarse de recuerdos.

4.4.4 Edición de sonido

Una vez finalizada la parte visual, se hace un visionado general y se modifican los niveles de sonido. El motivo por el cual se graban los audios con la cámara es el de que Final Cut Pro X tiene opción de sincronizar clips con audios similares y así se acelera el proceso de sincronización sin hacer falta claqueta prácticamente.

4.4.4.1 Selección y corrección de audios

Así pues, se eliminan los audios que ha grabado la cámara, y se conservan los grabados con la grabadora externa mediante un micro de condensador, puesto que son de mejor calidad.

Una vez hecho esto, se procede a igualar los niveles de audio. Primero se amplifican los niveles de audio de los clips para obtener un nivel similar entre ellos. Luego, mediante un compresor a partir de 6dB se comprimen los *picos* de señal que pasan de ese nivel y finalmente se añade un limitador para que ningún *pico* de audio supere los 0dB.



Fig. 4.11. Compresor de sonido en Final Cut Pro X

A continuación se hace un nuevo visionado, anotando todos los efectos de sonido que se pueden añadir a la historia para hacerla más atractiva y comprensible, además de adornarla.

4.4.4.2 Búsqueda de efectos de sonido externos

Una vez redactado el listado, se procede a buscar en internet los sonidos necesarios para añadir a la historia. Para ello, se accede a webs en las que hay efectos de sonido y músicas con derechos de autor para libre uso con fines comerciales [9]. El único requisito para el uso de estos audios es la mención de la procedencia de la obra y la autorización en el caso de que la obra sea comercializada.

Estos audios se añaden y se modifican para que su nivel y su compresión se adapte a los audios de la historia.

4.4.4.3 Búsqueda de músicas

Las músicas a utilizar proceden de las mismas webs que los efectos de sonido, en las que los niveles de audio ya están comprimidos y se adaptan con mayor facilidad al audio de la historia con una pequeña modificación de los niveles.

Se usan músicas extradiegéticas, acordes con las sensaciones que se quiere transmitir en cada escena o momento.

4.4.5 Integración 3D y FX

La integración de 3D y FX se añade al proyecto como forma de enriquecer la historia, hacerla más atractiva visualmente. Aún así, se ha desarrollado una historia que puede funcionar igualmente sin efectos, ya que a nivel visual y auditivo, se refuerza su mensaje de forma que si se eliminan los FX, se sigue entendiendo. Esto se hace de este modo para evitar que la inclusión de este recurso sobrepase la fecha límite de entrega del proyecto, así como para valorar si la calidad del FX elaborado se corresponde con la calidad audiovisual del conjunto. De este modo se puede aprovechar o descartar su uso

5. Impacto medioambiental

Para este proyecto tiene una gran importancia el impacto medioambiental ya que tiene unos valores morales a seguir, y la concienciación ambiental está relacionada con uno de los valores que se quiere recuperar en los medios de comunicación: educar. Para ello se hace hincapié en varios aspectos que pueden contribuir a la sostenibilidad medioambiental.

5.1 Uso del papel

Todo papel usado, excepto el que se usa para la impresión de este documento, por no poder hacerse de este modo, es papel usado. Se reaprovechan las hojas de papel que han sido usadas por una cara para otros proyectos y se imprime únicamente lo necesario.

Todos los residuos generados durante el proyecto son separados y reciclados según su procedencia y posibilidad. Se separan papel y cartón, plásticos, cristal, y materia orgánica y deshechos no reciclables. Al usar papel de 80g/m² cada DIN A4 pesa 4,98gramos. Sabiendo que cada kilo de papel emite 1,3 kilos de CO₂ y que se usan 400 páginas para la elaboración del proyecto, se estima unas emisiones de 2,6 kg de CO₂.

5.2 Uso del combustible

El transporte usado son turismos, por imposibilidad de usar el transporte público durante las horas necesarias. Aún así se hacen equipos de personas para que cada coche vaya lo más lleno posible y haga el recorrido más corto posible. Según el turismo utilizado, el cuál es un Citroen C3, y los kilómetros hechos en total, las emisiones estimadas son de unos 149,5 kg de CO₂. Teniendo en cuenta que se han transportado a 12 personas, el consumo equivalente es de unos 12,45 kg de CO₂ por persona [15] . Frente al consumo del AVE, que es el menor en España con 26g por viajero cada kilómetro, el consumo total sería de 312kg, cifra superior al consumo en coche.

5.3 Uso de la electricidad

El uso de dispositivos eléctricos se minimiza aprovechando la iluminación natural desde la salida hasta la puesta del Sol durante el rodaje, y durante la preproducción y posproducción en el caso de iluminación necesaria para trabajar con el ordenador.

5.4 Alimentación sostenible

Todo el catering es vegetariano, en su mayoría vegano, cosa que reduce el consumo de animales y fomenta este tipo de alimentación, y también reduce indirectamente el impacto medioambiental al no contribuir con la emisión de metano, el gasto de agua, la deforestación y la pobreza que genera una alimentación omnívora.



Fig 5.1. Emisiones de metano por año según la FAO

Esto es así por las emisiones masivas de gas metano producidos por la ganadería intensiva, que contribuyen al calentamiento global, en su totalidad mayores que las emisiones producidas por los vehículos.

Esto también influye en el gasto de agua, ya que para producir 1kg de carne de ternera, por ejemplo, se necesitan aproximadamente 15.400 litros de agua, emitiendo 27kg de CO

6. Aspectos legales

6.1 Derechos de autor

El guionista, que es quién escribe la obra, cede sus derechos de autor al productor para que pueda desarrollarse el proyecto. Éste se encarga de registrarla a su nombre en el Registro de la Propiedad Intelectual (RPI) con una cesión de derechos para la productora que la produce y realiza. Esto se hace mediante un contrato que aparece en la Fig. 6.1.

Cessió de drets d'autor **(Model reduït)**

Qui subscriu declara ser l'autor únic i creador original de l'obra titulada, la descripció i detall de la qual s'inclouen en document adjunt i que lliura a, en suport, i cedeix a aquesta en exclusiva, per a tot el món i pel màxim termini de temps que li reconeix la Llei de propietat intel·lectual als autors, tots els drets de propietat intel·lectual que li corresponen en la seva condició d'autor d'aquesta obra i, especialment, els drets de reproducció, distribució, comunicació pública i transformació que permetin l'explotació de l'obra per qualsevol mitjà, format o procediment, posada a disposició del públic de còpies mitjançant venda o lloguer, utilització en l'àmbit domèstic, incloent-hi el dret d'adaptació i reproducció televisiva, cinematogràfica, videogràfica, publicitària, per CD, videodisc, DVD, i també la difusió de l'obra audiovisual mitjançant procediments magnètics, electrònics, aeris, per cable i per satèl·lit i, especialment, per Internet. El cedent es reserva l'exercici dels drets irrenunciables que la Llei de la propietat intel·lectual li reconeix, especialment els drets morals i el dret a percebre la remuneració corresponent als autors, mitjançant la seva entitat de gestió.

El cessionari podrà, per necessitats comercials o les particulars del mitjà d'emissió, manipular el seu color i enquadrament i sobreimposar textos o imatges o efectuar els talls que consideri convenient l'emissor. El cessionari podrà cedir lliurement a tercers els drets que adquireix per mitjà d'aquest contracte, totalment o parcialment, en els termes i condicions que lliurement acordi, i també atorgar autoritzacions no exclusives a tercers per a l'explotació de l'obra.

En aquest acte, el cessionari lliura a la quantitat de euros com a contraprestació pels drets cedits.

En senyal d'acceptació i conformitat, firmo aquest document a, de de l'any

El cessionari

El cedent

Fig. 6.1. Modelo de contrato de cesión de derechos de autor

El jefe de proyecto (en este caso director, productor y realizador) tiene los derechos conexos como productor del rodaje y por aportación del importe económico necesario para realizar el proyecto. Los actores tienen derechos conexos derivados de la obra.

6.2 Derechos de explotación

El sistema de derechos de explotación es el “droit d’auteur”, atribuyendo la autoría al creador de la obra (en este caso el guionista) y reconociendo al productor los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública, explotación subtitulado y doblaje de la obra.

6.3 Derechos morales

La obra tiene una finalidad divulgativa y con reconocimiento del nombre del autor. Se reconoce al creador como autor de la obra. No se limita la integridad de la obra, aunque se ejerce el derecho de rechazar modificaciones en el caso de que la obra atente contra los principios éticos o morales de la misma productora.

6.4 Derechos patrimoniales

Se dispone de los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública en el caso de que la obra finalmente acceda a presentarse públicamente en festivales o participe en concursos, así como los derechos de transformación.

6.5 Derechos de gestión

En esta obra la parte literaria del proyecto la realiza su guionista, lo cuál representa un 50% de los derechos de explotación. Entre director y realizador se reparten un 24%. Compositor se lleva un 25% restante. Al ser el jefe de proyecto la misma persona que se encarga de guión, dirección y parte de realización, le corresponde un 62% de los derechos.

6.6 Derechos conexos

Los actores tienen derecho de simple remuneración, así como derechos morales a su nombre, integridad y voz. Los derechos de imagen se ceden a la productora para poder rodar y distribuir la obra.

6.7 Derechos de imagen

Los actores tienen los derechos de su propia imagen. Todo esto se refleja en el contrato que firman en la Fig. 6.2. para cederlos en la obra.

Document d'autorització per a l'ús de la imatge (Versió reduïda)

A, de de

El Sr./la Sra. _____, major d'edat, amb domicili a _____ i amb DNI núm. _____, reconeixent la seva capacitat legal i necessària per a l'atorgament d'aquest acte de disposició, i de conformitat amb el que s'ha disposat en l'article 2.2 de la Llei orgànica de 5 de maig de 1982, dóna el seu consentiment expressament i de manera irrevocable a perquè pugui utilitzar com a cessionari els drets d'imatge següents:

- El dret d'enregistrament de la seva figura humana mitjançant un procediment fotogràfic o audiovisual.
- El dret de reproducció de la seva imatge gravada en una fotografia/obra audiovisual sobre
- El dret de difusió o comunicació pública de les fotografies/obres audiovisuals en què aparegui la imatge del cedent, en qualsevol mitjà d'emissió o difusió, incloent-hi CD-ROM, DVD i Internet.

Qui subscriu manifesta que el que s'ha autoritzat anteriorment no ataca la seva fama i prestigi i no atenta contra la seva dignitat i honor, i renuncia expressament a qualsevol tipus de rescabament, indemnització o compensació.

Firma: _____

Fig. 6.2. Modelo de contrato de cesión de derechos de imagen

6.8 Gestión de derechos

Esta gestión se realiza en la Asociación de Derechos de Autor de Medios Audiovisuales (DAMA) para los derechos de los autores de la obra.

La Asociación de Actores Intérpretes, Sociedad de Gestión (AISGE) se encarga de los derechos de los actores que intervienen.

La Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA) gestiona los derechos del productor.

6.9 Cesión de derechos

Se realiza la cesión de los derechos audiovisuales por parte de los actores a la productora, para que ésta pueda hacer una correcta distribución y explotación en caso necesario.

7. Resultados y conclusiones

En este proyecto crea un producto acorde con los objetivos establecidos en un principio, en cuanto a calidad audiovisual y adecuación de formato para su posible proyección en salas de cine.

Se alcanza el desarrollo de varios roles por parte del autor aunque el tiempo de éstos es superior al previsto, cosa memorable con una mayor organización del trabajo y experiencia en el sector.

Se crea un producto educativo, con subtextos y mensajes éticos que suponen una evolución y mejora en los medios de comunicación por aportar un contenido adecuado a la finalidad con la que se crearon.

El trabajo con la psicología del color aporta mensajes en forma de simbología para aquel espectador que sea capaz de identificarlo y deja entender la historia con menos riqueza e igual facilidad al espectador que no descifra esos códigos.

8. Bibliografía

- [1] Camilo Sánchez. *Entrevista a JanSvankmajer* [en línea] El País, noviembre 2010 [Consulta 29 octubre 2014] Disponible en: http://cultura.elpais.com/cultura/2010/11/18/actualidad/1290034813_850215.html
- [2] Christopher Moore: *Un trabajo muy sucio*. La factoría de Ideas, España, 2006. 345p. ISBN 978-84-9800-351-2
- [3] Christopher Moore: *El ángel más tonto del mundo*. La factoría de Ideas, España, 2005. 288p. ISBN 84-9800-278-8
- [4] Begoña Pérez Ruiz. *Entrevista a Jean-Pierre Jeunet* [en línea] Revista online The Cult Mayo 2011. [Consulta 02 noviembre 2014] Disponible en: <http://www.thecult.es/Critica-de-cine/amelie-le-fabuleux-destin-damelie-poulain-2001.html>
- [5] Eva Heller: *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Editorial: Gustavo Gili, España, 2004. 288p. ISBN 9788425219771
- [6] *Johann Wolfgang Von Goethe y la teoría del color* (2014) [en línea] , 2014 [Consulta: 29 octubre 2014] Disponible en: <http://www.psicologiadelcolor.es/johann-wolfgang-von-goethe-y-la-teoria-del-color/>
- [7] Platón: *La República*. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, España, 1997. 196p. ISBN: 84-259-1037-4.
- [8] Lucía Solaz Frasset. Tesis doctoral: *Tim Burton y la construcción del universo fantástico* (1982-1999) [en línea] Universidad de Valencia, 2003 [Consulta: 29 octubre 2014] Disponible en: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10310/solaz.pdf;jsessionid=54FCEA04A4AAF86A00ECC9DDC6A904AB.tdx2?sequence=1>
- [9] www.freemusicarchive.org
- [10] Sara Álvarez, Artículo: *JanSvankmajer, El chamán del inconsciente*. [En línea] Instituto Valenciano del Audiovisual y la Cinematografía [Consulta: 25 octubre 2014] Disponible en: http://ivac.gva.es/la-filmoteca/programacion/ciclos/ciclo_962/

- [11] Estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación: *Creación y Producción en Diseño y Comunicación N°39 Ensayos sobre la Imagen* [en línea] Universidad de Palermo. Edición VIII Año VII, Buenos Aires, Argentina [Consulta 18 octubre 2014] Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=7856&id_libro=365
- [12] Estudiantes de la Universidad de las Agendas de Puebla (México). *Teoría de la literatura fantástica*. [En línea] [Consulta: 25 octubre 2014]
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lli/ajuria_i_e/capitulo1.pdf
- [13] María RuiSánchez Ortega. *La concepción de la ciudad en la obra de Jean-Pierre Jeunet*, Universidad Complutense de Madrid, Revista de Filología Románica, 2008. [Consulta 29 Octubre 2014] Disponible en:
<http://revistas.ucm.es/index.php/RFRM/article/view/RFRM0808330122A>
- [14] Miguel Ángel Bendezú Tenorio. *Exegesis Fantástico* [en línea] [Consulta 25 octubre 2014] Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos16/exegesis/exegesis.shtml#c>
- [15] Portal de energía Europeo: *Emisiones de CO2 de Citroën* [en línea] Portal de energía Europeo [Consulta: 04 Abril 2015]. Disponible en: <https://www.energy.eu/car-co2-emissions/citroen.php>
- [16] Globometer: *Las cifras en el mundo* [en línea] Globometer [Consulta: 04 Abril 2015]. Disponible en: <http://es.globometer.com/clima.php>
- [17] Albeitar PV: *La FAO señala a la ganadería como responsable de una quinta parte de los GEI de la agricultura, la pesca y la silvicultura* [en línea] Informativo Veterinario [Consulta: 05 Abril 2015]. Disponible en:
<http://albeitar.portalveterinaria.com/noticia/13134/Actualidad/La-FAO-senala-a-la-ganaderia-como-responsable-de-una-quinta-parte-de-los-GEI-de-la-agricultura-la-pesca-y-la-silvicultura.html>
- [18] Pablo Linde: *¿Y si dejáramos de comer carne?* [En línea] El País [Consulta: 06 Abril 2015]. Disponible en:
http://elpais.com/elpais/2014/11/26/buenavida/1417006731_060496.html

[19] Anima Naturalis: *Comer carne ¿es sostenible?* [En línea] Anima Naturalis [Consulta: 06 Abril 2015]. Disponible en:

http://www.haztevegetariano.com/p/739/comer_carne_es_sostenible

9. Filmografía

Henrik Boëtius, Marie Louise Lauridsen, Marie Louise Lefèvre: Light, Darkness and Colours. Dinamarca, 1998. (VHS) [Consulta: 18 octubre 2014] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=O6eiJ53X6Ss>

The Royal Tenenbaums [DVD] Director: Wes Anderson. Estados Unidos, Buena Vista Pictures, Touchstone Pictures, 2001. Versión en castellano. Producción de la película original: American Empirical Pictures.

Viaje a Darjeeling [DVD] Director: Wes Anderson. Estados Unidos, Buena Vista Pictures, Touchstone Pictures, 2007. Versión en castellano. Producción de la película original: American Empirical Pictures.

Monrise Kingdom [DVD] Director: Wes Anderson. Estados Unidos, 2012. Castellano.

Eduardo Manostijeras [DVD] Director: Tim Burton. Estados Unidos, 1990. Distribuidora: 20th Century Fox. Versión en castellano.

Sleepy Hollow [DVD] Director: Tim Burton. Estados Unidos\Alemania, 1999. Productora: Roth Films, The Zanuck Company, Team Todd. Distribuidora: Paramount Pictures.

Alicia en el país de las maravillas [DVD] Director: Tim Burton. Estados Unidos\Alemania, 2010. Productora: Roth Films, The Zanuck Company, TeamTodd. Distribuidora: Walt Disney Pictures. Versión en castellano.

Le fabuleux destin d'Amélie Poulain [DVD] Director: Jean-Pierre Jeunet. Francia, 2001. Distribuidora: Manga films. Versión en castellano.

Micmacs [DVD] Director: Jean-Pierre Jeunet. Francia, 2009. Distribuidora: Vértigo films.

La vida de Brian [DVD] Director: Terry Jones. Reino Unido, 1979. Productora: HandMade Films. Versión en Castellano.

Los caballeros de la mesa cuadrada y sus locos seguidores [DVD] Director: Terry Jones, Terry Gilliam. Reino Unido, 1979. Productora: Columbia. Versión en Castellano.

Delicatessen [DVD] Director: Jean-Pierre Jeunet. Francia, 1991. Productora: UGC / Hachette Première. Versión en castellano.

El último emperador [DVD] Vittorio Storaro. China, Francia, Reino Unido e Italia, 1987. Productora: Columbia Pictures. Versión en castellano.

Dick Tracy [DVD] Vittorio Storaro. Estados Unidos, 1990. Productora: Touchstone Pictures, Silver Screen Partners IV. Distribuidora: Warner España. Versión en castellano.

Tímidos anónimos [DVD] Jean-Pierre Améris. Francia, 2010. Versión en castellano.

Mr. Nobody [DVD] Jaco Van Dormael. Bélgica, Francia, Alemania, Canadá, 2009. Distribuidora: Pathé, Wild Bunch, Wanda Films. Versión en castellano.

Breaking Bad [Serie TV] Director: Michael Slovis, John Toll. Estados Unidos, 2008-2014. Productor: Vince Gilligan. Cadena original: AMC. Versión en castellano.

Cashback [DVD] Director: Sean Ellis. Reino Unido, 2006. Productora: Left Turn Films. Versión en castellano.

The walking dead [Serie de TV] Director: Robert Kirkman, Frank Darabont. Estados Unidos, 2010-2015. Cadena original: AMC. Versión en castellano.

Resident evil [DVD] Director: Paul W. S. Anderson. Reino Unido, 2002. Productora: Coproducción Reino Unido, Francia y Alemania. Versión en castellano.

Resident evil 2 :Apocalipsis. [DVD] Director: Alexander Witt. Reino Unido, 2004. Productora: Coproducción Reino Unido, Francia y Alemania. Versión en castellano.

Resident evil 3 :Extinction. [DVD] Director: Rusell Mulcahy. Reino Unido, 2004. Productora: Screen Gems. Versión en castellano.

Escola Universitària Politécnica de Mataró

Centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA

The life's essence

Cortometraje

Estudio de la viabilidad

Joan Hurtado Sierra

Alex del Olmo Ramón

Graduado en Medios Audiovisuales

TARDOR 201



TecnoCampus
Mataró-Maresme

Índice

1. <u>Planificación</u>	1
2. <u>Análisis de la viabilidad técnica</u>	5
3. <u>Análisis de la viabilidad económica</u>	7
3.1 <u>Coste cliente (externo)</u>	7
3.2 <u>Coste propio (interno)</u>	8
3.3 <u>Desviaciones</u>	9
3.4 <u>Estudio de mercado</u>	10
4. <u>Bibliografía del estudio económico</u>	15

Índice de figuras

<u>Fig. 1. Planificación estimada</u>	1
<u>Fig. 2. Planificación real</u>	2
<u>Fig. 3. Evolución de la televisión por temática</u>	12
<u>Fig. 4. Gráfico de la evolución del uso de Internet</u>	12
<u>Fig. 5. Ranking de visitas en los sitios de internet</u>	13

1. Planificación

= Cortometraje: Crítica a la vida estándar	685 horas	lun 30/06/14	vie 05/12/14
- Preproducción	174 horas	lun 30/06/14	jue 07/08/14
Sinopsis	12 horas	lun 30/06/14	mar 01/07/14
Guión narrativo	60 horas	mié 02/07/14	mar 15/07/14 2
Aceptación guión	0 horas	mar 15/07/14	mar 15/07/14 3
Storyboard	6 horas	mié 16/07/14	mié 16/07/14 4
Localizaciones	24 horas	jue 17/07/14	mar 22/07/14 5
Aceptación cliente proyecto	0 días	mar 22/07/14	mar 22/07/14 6
Guión técnico	12 horas	mié 23/07/14	jue 24/07/14 7
Casting de actores	12 horas	vie 25/07/14	lun 28/07/14 8
Busqueda de recursos (material)	12 horas	mar 29/07/14	mié 30/07/14 9
Busqueda de equipo técnico	12 horas	jue 31/07/14	vie 01/08/14 10
Ajuste de presupuesto	12 horas	lun 04/08/14	mar 05/08/14 11
Ok del cliente	0 días	mar 05/08/14	mar 05/08/14 12
Plan de rodaje	12 horas	mié 06/08/14	jue 07/08/14 13
- Producción	92 horas	vie 08/08/14	vie 29/08/14 14;1
Reserva material	2 horas	vie 08/08/14	vie 08/08/14 14
Material confirmado	0 horas	vie 08/08/14	vie 08/08/14 16
Rodaje	90 horas	vie 08/08/14	vie 29/08/14 17
- Postproducción	374 horas	vie 29/08/14	mar 25/11/14 18;15
Selección de planos válidos	12 horas	vie 29/08/14	mar 02/09/14 18
Montaje previo	24 horas	mar 02/09/14	lun 08/09/14 20
Seguimiento cliente	2 horas	lun 08/09/14	lun 08/09/14 21
Ok del cliente	0 horas	lun 08/09/14	lun 08/09/14 22
Corrección de color (etalonaje)	36 horas	lun 08/09/14	mar 16/09/14 23
Inserción de 3D	60 horas	mar 16/09/14	mar 30/09/14 24
Inserción de VFX	90 horas	mar 30/09/14	mar 21/10/14 25
Edición sonido	36 horas	mar 21/10/14	mié 29/10/14 26
Inserción de gráficos	12 horas	mié 29/10/14	vie 31/10/14 27
Montaje final	6 horas	vie 31/10/14	lun 03/11/14 28
Seguimiento cliente	0 días	lun 03/11/14	lun 03/11/14 29
Subtítulos	24 horas	lun 03/11/14	vie 07/11/14 30
Renderizado final y Exportación	66 horas	vie 07/11/14	lun 24/11/14 31
Grabación en formato físico y subida web	6 horas	lun 24/11/14	mar 25/11/14 32
- Gestión de proyecto	45 horas	mar 25/11/14	vie 05/12/14 33;19
Elaboración de la memoria	18 horas	mar 25/11/14	vie 28/11/14 33
Encuadración	1 hora	vie 28/11/14	vie 28/11/14 35
Preparación de la presentación	24 horas	vie 28/11/14	jue 04/12/14 36
Presentación producto final	2 horas	jue 04/12/14	vie 05/12/14 37

La planificación inicial del proyecto se muestra en la Fig. 1.1

Fig. 1.1. Planificación estimada

La planificación final después de realizar el proyecto se ajusta a las nuevas fechas de entrega del proyecto y se ajustan las tareas a tiempo real, recalculando fechas para una finalización del proyecto dentro de la fecha límite. Se ve en la Fig. 1.2

Cortometraje The Life's Essence (tiempo real)	Horas		
Preproducción	304		
Documentación e investigación previa	42	14/07/14	30/07/14
Sinopsis	24	4/08/14	9/08/14
Guión literario	72	9/08/14	26/10/14
Aceptación guión	-		
Storyboard	20	27/10/14	6/11/14
Localizaciones	52	7/11/14	20/11/14
Aceptación cliente proyecto	-	-	-
Guión técnico	24	21/11/14	25/11/14
Casting de actores	12	21/11/14	15/12/14
Búsqueda de recursos (material)	10	26/11/14	7/12/14
Búsqueda de equipo técnico	12	7/10/14	20/12/14
Búsqueda equipo artístico	6	7/10/14	23/12/14
Ajuste presupuesto	8	21/12/14	22/12/14
Ok del cliente	-	-	-
Plan de rodaje	22	21/11/14	23/11/14
Producción	119		
Reserva y recogida de material	2	25/01/15	25/01/15
Ensayo actores	4	30/01/15	30/01/15
Compra y preparación catering	7	31/01/15	31/01/15
Material confirmado	-	-	-
Rodaje 01	14	1/02/15	1/02/15
Reserva y recogida de material	2	10/02/15	10/02/15
Compra y preparación catering	7	14/02/15	14/02/15
Material confirmado	-	-	-
Rodaje 02	14	15/02/15	15/02/15
Reserva y recogida de material	2	17/02/15	17/02/15
Compra y preparación catering	7	21/02/15	21/02/15
Material confirmado	-	-	-
Rodaje 03	14	22/02/15	22/02/15
Reserva y recogida de material	2	24/02/15	24/02/15
Compra y preparación catering	7	28/02/15	28/02/15
Material confirmado	-	-	-
Rodaje 04	14	1/03/15	1/03/15
Reserva y recogida de material	2	3/03/15	3/03/15
Compra y preparación catering	7	7/03/15	7/03/15
Material confirmado	-	-	-
Rodaje 05	14	8/03/15	8/03/15
Rodaje completo	-	-	-
Posproducción	226		
Selección de planos válidos	28	2/02/15	12/03/15
Montaje previo	57	3/02/15	24/03/15
Ok del cliente	-	-	-
Corrección de color	54	9/03/15	18/03/15
Edición de sonido	56	19/03/15	29/03/15
Inserción de gráficos	12	7/04/15	9/04/15
Etalonaje final	6	30/03/15	30/03/15
Proyecto finalizado	-	-	-
Renderizado final y exportación	5	15/04/15	15/04/15
Grabación en formato físico y subida web	8	20/04/15	20/04/15
Gestión del proyecto	42		
Elaboración de la memoria	30	6/04/15	15/04/15
Encuadernación	1	16/04/15	16/04/15
Documentación completa	-	-	-
Preparación de la presentación	10	17/04/15	26/04/15
Presentación producto final	1	19/05/15	19/05/15
Total horas	691		

Fig. 1.2. Planificación real

1.1 Desviaciones

El proyecto se desvía al crear un guión previo con necesidad de ampliarse y un storyboard que posteriormente se modifican hasta perfilar la idea más de lo estimado, cosa que retrasa las fechas estimadas. El tiempo previsto para la elaboración del storyboard, así como la del guión técnico no se ha calculado bien, por lo cuál hay una diferencia en las fechas como resultado final.

La búsqueda de localizaciones consume más tiempo del previsto al surgir problemas para encontrar un hospital en el que sea posible rodar. El mismo imprevisto surge con la farmacia que se necesita para rodar. Estos dos problemas se solucionan aplazando el rodaje y aplicando varios métodos de contacto más rápidos para recibir respuesta inmediata por parte de farmacias y hospitales. Se usa la llamada directa a puerta fría a la vez que el Parc Audiovisual de Catalunya gestiona algunos permisos a petición del autor del proyecto.

El plan de rodaje consume mas tiempo del previsto por tener que organizar un equipo más grande a diferencia del que en un principio se iba a crear, así como por la baja voluntaria de varios componentes del grupo de rodaje y la necesidad de encontrar a nuevos para tener un equipo completo.

El casting de actores se retrasa al haber días en los cuales varios de ellos no se presentan y se invierte más tiempo en organizar nuevos castings y videocastings.

La producción se desvía ligeramente por contar con un inicio de rodaje con problemas atmosféricos al rodar en exterior, y la necesidad de repetir la mayoría del rodaje por la imposibilidad de rodar con la suficientes condiciones para obtener la calidad necesaria de material rodado. En la planificación inicial no se tiene en cuenta el tiempo de transporte de material, tanto en su recogida como en su devolución.

En la posproducción se tarda menos del tiempo previsto en la planificación inicial. Al inicio, la selección de planos previos y el montaje consume más tiempo del esperado, así como la corrección de color, al tener que revisar varios videotutoriales para actualizar los conocimientos y poder hacer un etalonaje básico correcto.

Se tarda menos tiempo del previsto en la inserción de VFX y 3D al añadir menos efectos de los estimados, reduciéndose por consiguiente el tiempo de renderizado final y exportación. La gestión del proyecto sigue una pauta similar a la establecida previamente.

2. Análisis viabilidad técnica

Los **requisitos técnicos** que precisa el proyecto se cubren a partir del material proporcionado por la universidad y con material propio por si este no está disponible. Este material alcanza y sobrepasa las características cualitativas del rodaje, por lo que no hay problema en el momento de obtener el nivel cualitativo pretendido. Los componentes del equipo cuentan con conocimientos sólidos suficientes para desarrollar el proyecto con total seguridad.

En cuánto a **software**, la suite de Adobe Master Collection CS6 y OpenOffice son todo lo necesario para realizar el trabajo y el hardware son ordenadores con los que ya se cuenta y con la ayuda de ordenadores de la universidad si es necesario o falla alguno.

El **espacio físico** se alterna entre universidad y casa, por lo cual es perfectamente posible trabajar indistintamente desde la ubicación que mejor se adecue a cada momento.

Los **técnicos** son varios contactos estudiantes de audiovisuales y existe una larga lista para contar con alguno más de reserva por si falla alguien.

Los **actores** son estudiantes de interpretación de la Escuela de Teatro de Barcelona y se contara con contactos de reserva por si hubiese algún problema de disponibilidad de última hora.

Se cuenta con coches propios para el **transporte** para reforzar el transporte público y disminuir el tiempo perdido en caso de retraso.

3. Análisis de la viabilidad económica

3.1 Coste cliente (externo)

Haciendo el cálculo de todos los costes del proyecto fijados según los precios de mercado y salarios profesionales mencionados en el apartado anterior, el importe final son 52.850,66 €.

La mayoría de la inversión se debe a la cantidad de personal técnico necesario para realizar el cortometraje, y esta sobre unos 48.500€ (algo más del 90%). Como referencia para precio del guión se utiliza una tabla estándar de una de las empresas vigentes en el sector audiovisual: [1] Los salarios de cada profesional audiovisual al igual que el de los actores figura en el documento del BOE del año 2014 [2]

Las amortizaciones del material utilizado calculan aplicando un período de 4 años y mantiene una cifra alrededor de los 2.100€. Todos los materiales que se ha previsto para la producción del cortometraje se calculan según precios de mercado consultados en webs de material audiovisual [3] y [4] . El material informático se ha consultado en grandes superficies de informática [5]. El software de posproducción se consulta en webs de las marcas o empresas de los programas a usar [6] , [7], [8] y [9].

El factor multiplicador que se usa para el cálculo de la amortización proviene de dividir el coste total de cada material amortizable entre las horas que tienen cuatro años (tiempo de amortización según el BOE) y multiplicando por las 691 horas que dura el proyecto. En cuanto al desgaste del turismo se tiene en cuenta el precio medio de un turismo de gama estándar y se ha aplicado un factor de amortización de 8 años por tener mayor vida útil que los consumibles informáticos y material audiovisual.

El alquiler de la oficina para su uso durante el proyecto en cuanto a la fase de montaje y posproducción implica tres meses de alquiler, cosa que condiciona a alquilar un local con posibilidad de alquiler temporal. El precio queda en unos 1000€ por 3 meses previstos. Para el alquiler de un local físico de trabajo se hace un estudio de oficinas la zona del Barcelonés y el Maresme equipadas para trabajar en el proyecto con características adecuadas para instalar el equipo de trabajo de posproducción y se ha encontrado oficinas de alquiler por 350€ mensuales. La zona se escoge en función de la cercanía a la vivienda propia (Sabadell) y la ubicación del centro de estudios (Mataró). [10]

El precio del transporte se opta por aportar un importe medio diario adaptado a lo que un turismo consumiría en gasolina y calculando los kilómetros a realizar [11]

Para obtener el coste de la electricidad se consulta el precio del Kw/h y se multiplica por las horas de uso de ésta. Se ha usado una factura propia como fuente de información por adecuarse el tipo de instalación de la vivienda a las características y uso que se le da a la instalación. La tarifa de Internet y móvil la obtenemos consultando tarifas actuales de diferentes compañías. [12] El coste del material de oficina tiene un importe para cubrir costes de unos 280€.

El uso de plataformas crowdfunding ayuda a conseguir un aporte por parte de público interesado en el proyecto [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19] y [20]. Estas plataformas consisten en una inversión económica por parte del público interesado en el desarrollo del proyecto por el que se suele dar a cambio un agradecimiento en los créditos, regalo de una copia del DVD y una invitación a la proyección de la película.

3.2 Coste propio (interno)

El coste que requiere el proyecto para llevarse a cabo se deduce aplicando al coste total la diferencia del sueldo del personal ya que proviene de la escuela universitaria Tecnocampus de Mataró y la Escuela de actores de Barcelona y son colaboraciones sin ánimo de lucro y el guión es propio.

El material a utilizar se obtiene por servicio de la universidad (Sermat) [21] excepto el especificado en la tabla de presupuestos (Excel) que es de aportación propia, adquirido anteriormente.

Los paquetes de software son de licencia gratuita en el caso de OpenOffice y de licencia universitaria en el de Final Cut Pro X y Davinci Resolve Lite.

La oficina de alquiler en este caso consiste en la sala de ordenadores de la universidad y la habitación de casa.

Las partidas restantes (material, transporte y otros costes) suman un total de 1.115,75 €. Este coste entra en el margen del jefe de proyectos, siendo al mismo tiempo productor y ente financiero del proyecto.

3.3 Desviaciones

El coste de personal estimado se desvía en unos 1000€, por ser diferentes las necesidades estimadas a las necesidades reales, contando finalmente con varios técnicos más como el jefe de maquillaje, atrezzista y dos actores más.

En el apartado de amortizaciones, el material utilizado se desvía en unos 600€, siendo más barato de lo previsto, ya que se trabaja con cámaras réflex, más baratas que las de video profesional. por otra parte el precio de los vehículos es más elevado de lo esperado, aunque los ordenadores con los que se edita son menos. Así pues el presupuesto es favorable, ya que es menor del estimado.

El alquiler de oficinas para la elaboración del proyecto no varía ya que es una cifra estándar y las horas de trabajo no sobrepasan la cifra estimada de 3 meses.

El material comprado finalmente ronda unos 40€ a diferencia de los 90€ previstos.

El presupuesto para el transporte es de 130€ frente a los 450€ previstos. Esto sucede por la reducción del rodaje de 15 a 5 días.

Finalmente, los costes de consumo de electricidad, móviles, material de oficina y catering ascienden a 945€, frente a los 450€ previstos. Esto es por no haber previsto gastos de catering, así como por necesitar más tiempo para desarrollar la preproducción del proyecto, subiendo así el consumo de móvil a 5 meses frente a los 3 previstos.

Como cifras totales en cuánto a gastos de proyecto, se prevé un gasto externo de 52.248,26€ y se finaliza con un gasto de 52.850,66€. Esto son 600€ más de lo planificado.

En cuanto a gastos internos, se invierten 1.115,75€, frente a los 1.090€ estimados, cifra que se desvía únicamente 25€ de lo previsto.

Como conclusión se ha realizado una planificación previa memorable pero bastante ajustada a las necesidades reales del proyecto, cosa que se puede considerar de forma positiva.

3.4 Estudio de mercado

Actualmente el cliente del mercado audiovisual está muy acostumbrado a tener al alcance de la mano todo tipo de productos con un gran trabajo de posproducción detrás y una gran calidad de imagen. Las nuevas generaciones de *nativos digitales* tienen a su alcance productos de gran calidad. Empiezan a ver dibujos animados, series y películas, y juegan a videojuegos desde muy pequeños (antes de los 6 años).

Esto crea un espectador/usuario más exigente en cuanto a calidad de imagen y sonido.

Dentro de este sector, las grandes empresas y plataformas audiovisuales han crecido mucho y tienen el listón muy alto, aunque a precios desorbitados y se encuentran dos problemas: la **crisis económica** y la **crisis digital** (piratería).

La evolución del material audiovisual en la actualidad, sumada a la crisis y los altos costes de producción que tienen las grandes productoras, además de la gran parte de dinero que se llevan las distribuidoras son puntos a favor de la pequeña productora, que con material audiovisual mucho más económico es capaz de conseguir resultados muy similares a los generados por grandes productoras, de forma mucho más económica.

Se aprovecha la **actual tendencia de consumo** de cine independiente, cine de autor, la apertura de pequeñas salas de cine del mismo tipo, además de la excepcional ubicación que supone Barcelona por ser de las mayores consumidoras de ese tipo de productos al tener una cultura alternativa muy extendida. Se pueden extrapolar los resultados del consumo de la televisión temática como se muestra en la Fig. 3.1.

La tendencia está presente también en festivales de cine de autor a independientes [16], [17], [18], [19] y [20] muy abundantes en la zona de Cataluña que se puede aprovechar para obtener un reconocimiento más inmediato que en otras zonas del país.

El **target principal** del proyecto es múltiple, ya que desde un principio se trabaja el guión y el lenguaje narrativo de forma que el público de gusto más comercial pueda disfrutar de una

obra con unos mensajes sencillos y entendibles, gustando al público infantil por transmitir una historia de fantasía y magia y por otro lado al público adulto ofreciendo un mensaje más trabajado y complejo.

Por otra parte el público más veterano en cuanto al conocimiento del lenguaje audiovisual puede hacer lectura de una crítica que se dibuja entre líneas sin interferir en el mensaje sencillo que la historia transmite al público más amateur.

De esta forma se abarcan más nichos de mercado o sectores de público sin caer en el error de tener que eliminar un mensaje complejo y trabajado para que todos los públicos disfruten al mismo nivel y dejar de lado al sector que aprecia los buenos argumentos.

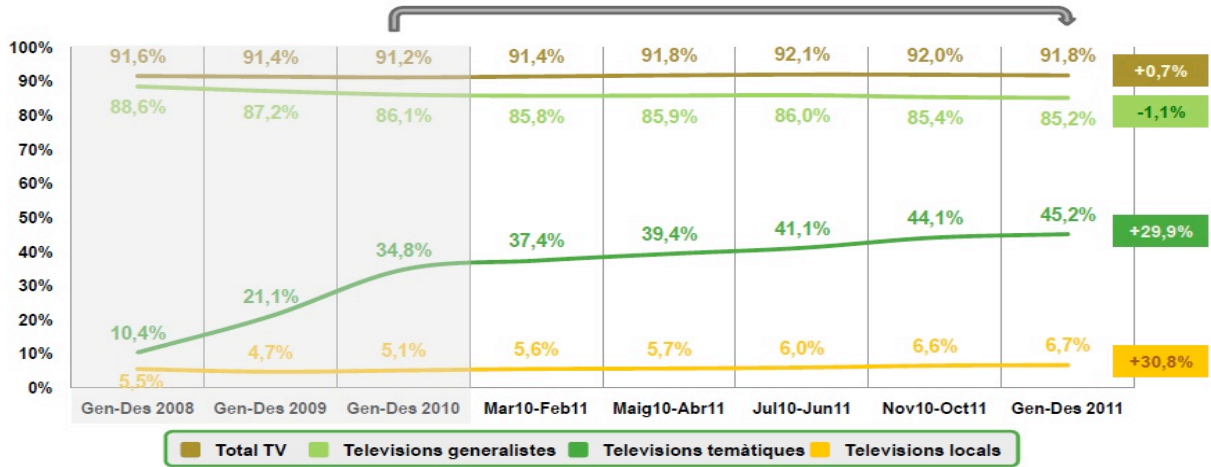
Es importante remarcar la pequeña inversión que supone el proyecto al encontrar fuentes de recursos humanos y técnicos que no suponen prácticamente coste alguno para la realización del proyecto, ya que se trata de una colaboración mutua que genera beneficios a posteriori.

El riesgo de pérdida de la inversión es mínimo, ya que el producto en si mismo es una herramienta que sirve como porfolio y *demo reel* para la futura promoción tanto por parte del equipo técnico como de los actores, independientemente del éxito frente al público.

Para aprovechar de forma cruzada el cine y las nuevas tecnologías, se aprovecha el éxito de Youtube, como muestra la Fig. 3.3, para captar audiencia y reconocimiento, ya que es de las páginas más visitadas y así se aprovecha el crecimiento del consumo de internet.

Evolució del consum de la televisió per temàtica

Penetració del dia d'ahir en % sobre el total de la població .



Base: població de Catalunya ≥ 14anys

Font de dades: Any natural 2011



Fig. 3.1. Evolución de la televisión por temática

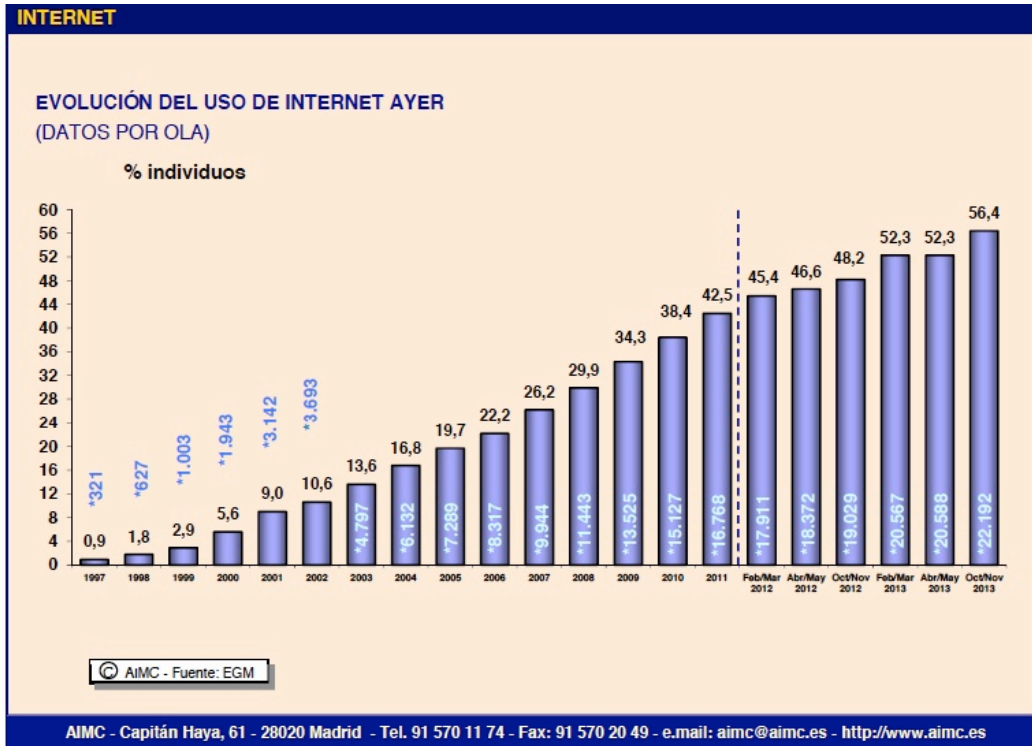


Fig. 3.2. Gráfico de la evolución del uso de Internet

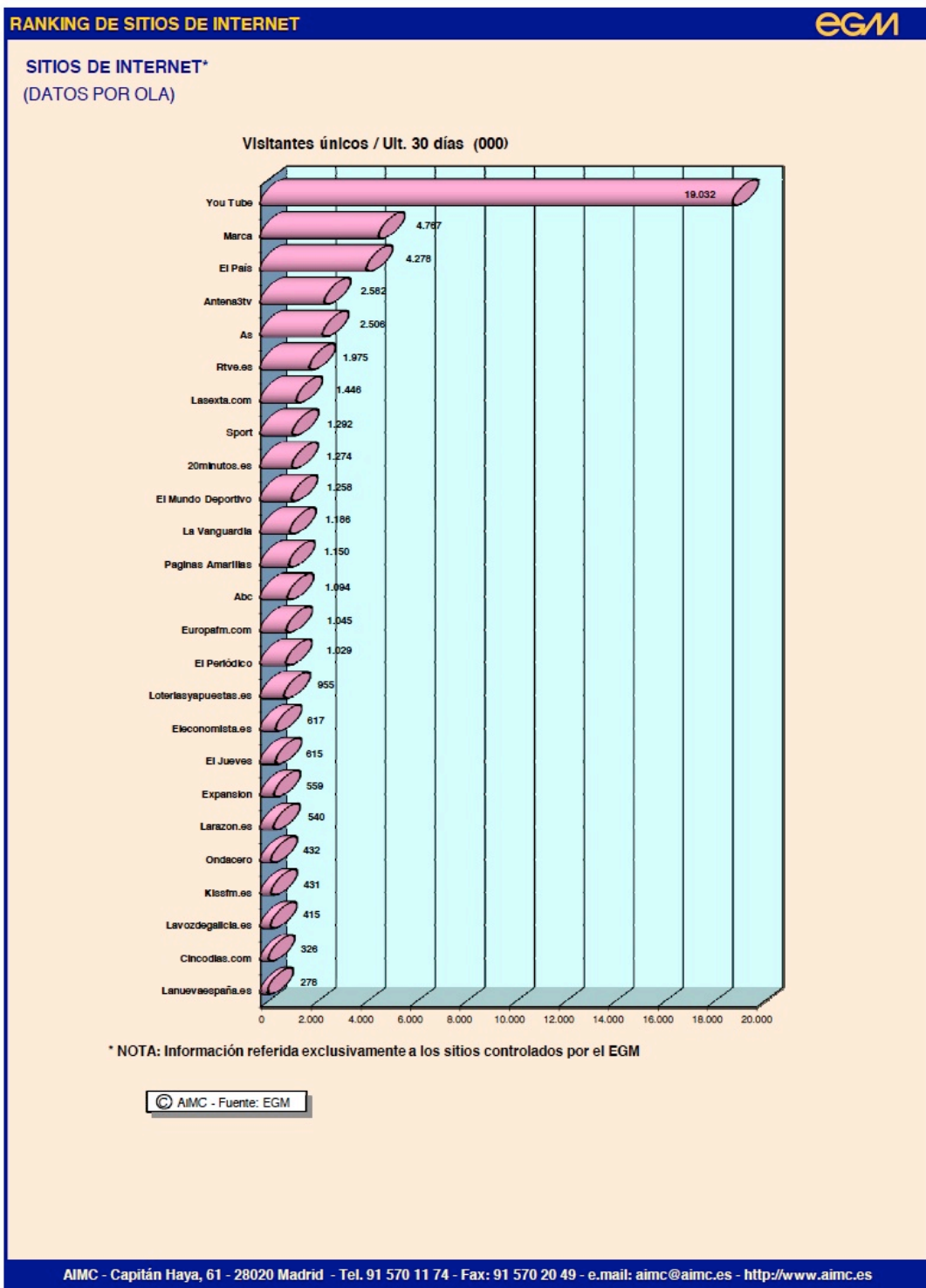


Fig. 3.3. Ranking de visitas en los sitios de internet

4. Bibliografía del estudio económico

[1] .Scvisuais, Catalogo de Tarifas de Guión [PDF] [Consulta: 26 noviembre 2014] Disponible en : <http://www.scvisuais.com/catalogos/es/tarifasguioncastellano.pdf>

[2] Ministerio de empleo y seguridad social, Boletín oficial del estado [PDF] [Consulta: 26 noviembre 2014] Disponible en : <http://www.fesugt.es/documentos/pdf/comunicacion-cultura-graficas/convenios/audiovisual/>

[3] Alfasoni [Catálogo online] [Consulta: 26 noviembre 2014] Disponible en: <http://www.alfasoni.com/>

[4] Falco films [Catálogo online] [Consulta: 26 noviembre 2014] Disponible en: http://www.falcofilms.com/ES/es/tmp/13/web_falcofilms/Venta.html

[5] Apple Storey [Catálogo online] Consulta: 27 noviembre 2014] Disponible en: <http://www.apple.com/mac/compare/>

[6] El Corte Inglés [Catálogo online] Consulta: 27 noviembre 2014] Disponible en: <http://www.elcorteingles.es/tienda/informatica/>

[7] Fnac [Catálogo online] Consulta: 27 noviembre 2014] Disponible en: www.fnac.es/

[8] Media Markt [Catálogo online] [Consulta: 27 noviembre 2014] Disponible en: www.mediamaarkt.es

[9] Adobe [Tienda online] Consulta: 29 noviembre 2014] Disponible en: http://shop.adobe.com/store/adbehil/en_GB/pd/ProductID.249257200

[10] Habitaclia [Sitio web] [Consulta: 29 noviembre 2014] Disponible en: www.habitaclia.com/alquileroficinaen_el_centro_de_bdn_centrobadalonai461001823348.htm

[11] Transport Metropolità de Barcelona [Sitio web] [Consulta: 29 noviembre 2014] Disponible en : <http://www.tmb.cat/es/bitlletsitarifes>

[12] Ono [Sitio web] [Consulta: 29 noviembre 2014] Disponible en : <https://www.ono.es/ofertasespecialesmovilinternet/index.jsp?gclid=CMk1q2LnrsCFQrJtAodLXwA1w>

- [13] Festival Internacional de Cortometrajes y Animación de Barcelona [Sitio web] [Consulta: 08 diciembre 2014] Disponible en: <http://www.mecalbcn.org>
- [14] Lanzanos, Plataforma de crowdfunding [Sitio web] [Consulta: 30 noviembre 2014] Disponible en: <http://www.lanzanos.com/categorias/26/>
- [15] Verkami, Plataforma de Crowdfunding [Sitio web] [Consulta: 30 noviembre 2014] Disponible en : <http://www.verkami.com>
- [16] Festival de Cinema D'autor de Barcelona [Sitio web] [Consulta: 08 diciembre 2014] Disponible en: <http://www.cinemadautor.cat/es/>
- [17] Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya [Sitio web] [Consulta: 08 diciembre 2014] Disponible en: <http://sitgesfilmfestival.com/cas>
- [18] Festival de Cinema Independent de Barcelona [Sitio web] [Consulta: 08 diciembre 2014] Disponible en: <http://alternativa.cccb.org/2013/ct/>
- [19] Festival de Cine de Terror de Molins de rei [Sitio web] [Consulta: 08 diciembre 2014] Disponible en: <http://www.terrormolins.com/cat/>
- [20] Festival de cinema de Terror de Sabadell [Sitio web] [Consulta: 08 diciembre 2014] Disponible en: <http://www.sabadellfilmfestival.com>
- [21] Servicio de reserva de material de Tecnocampus Mataró [Sitio web] [Consulta: 30 noviembre 2014] Disponible en : <http://estudiants.tecnocampus.cat>