

tf g

memoria

comunicación  
audiovisual



TÍTULO: \_\_\_\_\_

ESTUDIANTE: \_\_\_\_\_

DIRECTOR/A: \_\_\_\_\_

CODIRECTOR/A: \_\_\_\_\_

**PALABRAS CLAVE:** \_\_\_\_\_

**RESUMEN:** \_\_\_\_\_







*“¿Qué sería la vida si no tuviéramos el valor de intentar cosas nuevas?”*

*Vincent van Gogh (1853-1890)*

## Resumen

El presente manual se ha centrado en investigar todos los campos relacionados con el ámbito cinematográfico para adaptarlo a uno sólo, el del *freelance*. Como consecuencia de la rauda evolución tecnológica, los cineastas se pueden permitir abarcar más de una competencia profesional para la realización de un producto audiovisual. De esta manera muchos cineastas con pocos recursos han podido salir adelante al absorber los distintos cargos que nos encontramos en el cine.

Para realizar un manual profesional para el *freelance* cineasta, y basándonos en profesionales del sector, hemos hecho una recopilación de todas las fases por las que ha de pasar un producto audiovisual, en este caso un cortometraje. Hemos investigado tanto en literatura escrita, soportes audiovisuales, artículos, entrevistas y conferencias especializadas, además de aplicar la experiencia obtenida en la realización de un corto para la confección del manual.

El paso de lo analógico a lo digital y la creación de programas cinematográficos accesibles a todos los ámbitos de conocimiento, ha modificado la esencia del trabajo del cineasta. Ahora hablamos de cortometrajes realizados con un teléfono móvil, de programas profesionales de edición al alcance de cualquiera, y la facilidad de poder trabajar con profesionales del sector a distancia, gracias a la potencia de Internet que poseemos hoy en día, sin necesidad de tener que desplazarse físicamente para reunirse o trabajar.

El manual está constituido por un conjunto de definiciones, consejos y ejemplos de muchos profesionales del sector, algunos de ellos extraídos de entrevistas, entre otros el director Eugenio Mira. Otros consejos provienen de cineastas reconocidos y profesores y de sus documentos académicos. Por último, de la misma experiencia de realizar un cortometraje *freelance*.

El trabajo pretende recoger todo el proceso de creación de un cortometraje, desde la idea, pasando por el proceso empresarial hasta la distribución del mismo. Demostrando a través de un cortometraje y sus resultados, que realizar un producto audiovisual

*freelance* es posible, y así mismo crear con toda modestia un manual sencillo y básico sobre conceptos y consejos para trabajar independientemente en el ámbito del cine.

**Palabras clave:**

Cortometraje, *Freelance*, Manual para *freelance*, Técnica audiovisual, Adaptabilidad en la producción.



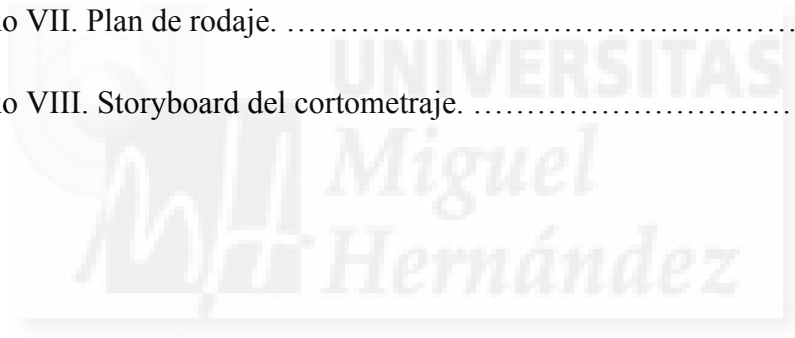
## Sumario

<b>1. Introducción.....</b>	<b>7</b>
1.1. Justificación.....	7
1.2. Objeto de estudio.....	8
1.3. Objetivos enumerados.....	9
1.4. Hipótesis enumeradas.....	9
1.5. Metodología.....	10
<b>2. Marco Teórico.....</b>	<b>15</b>
2.1. La figura del <i>freelance</i> .....	15
2.2. La empresa productora.....	16
2.2.1. Panorama del mercado audiovisual.....	16
2.2.2. Forma jurídica de la empresa.....	17
2.2.3. Análisis DAFO.....	18
2.2.4. Organigrama de la empresa.....	19
2.2.5. Puesta en marcha de la empresa.....	20
2.3. Proceso de creación de un guion.....	21
2.3.1. Creación de la historia y su evolución.....	21
2.3.1.1. Idea y tema.....	23
2.3.1.2. El género.....	25
2.3.1.3. Sinopsis.....	27
2.3.1.4. Escaleta.....	27
2.3.2. Los personajes, su relación y su evolución.....	30
2.3.3. Guion literario.....	32
2.3.4. Problemas y soluciones.....	33
2.3.5. Referencias cinematográficas.....	33
2.4. Proceso de preproducción.....	34
2.4.1. Concepto de producción.....	34

2.4.2. Adaptación de los cargos para un <i>freelance</i> .....	35
2.4.3. Búsqueda del equipo.....	36
2.4.4. Desglose del guion.....	36
2.4.5. Presupuesto.....	38
2.4.6. La financiación.....	39
2.4.7. Localizaciones.....	42
2.4.8. El casting.....	43
2.4.9. Plan de rodaje.....	45
2.4.10. Contratos.....	47
2.5. Proceso del rodaje.....	52
2.5.1. Concepto de dirección.....	52
2.5.1.1. El director de fotografía .....	53
2.5.2. Movimientos de cámara.....	54
2.5.2.1. Las lentes y la composición.....	56
2.5.3. La interpretación.....	57
2.5.4. Los errores más habituales.....	59
2.6. Proceso de montaje digital.....	59
2.6.1. Concepto de edición.....	60
2.6.1.1. El trabajo del editor.....	60
2.6.1.2. Los créditos iniciales y finales.....	61
2.6.2. Consejos para la edición.....	62
2.6.3. El sonido.....	63
2.6.3.1. Elementos del sonido.....	63
2.6.4. La música.....	65
2.6.4.1. Derechos.....	65
2.7. Proceso de distribución.....	66
2.7.1. Festivales.....	67



<b>3. Resultados</b> .....	69
<b>4. Conclusiones</b> .....	69
<b>5. Bibliografía citada</b> .....	74
<b>6. Anexos</b> .....	76
Anexo I. Entrevista al director Eugenio Mira. ....	77
Anexo II. Entrevista al distribuidor Stuart Salter (en inglés). ....	83
Anexo III. Guion literario del cortometraje <i>Va de Ladrones</i> .....	91
Anexo IV. Gráficos de intensidad del cortometraje. ....	111
Anexo V. Guion técnico del cortometraje. ....	112
Anexo VI. Listados. ....	113
Anexo VII. Plan de rodaje. ....	116
Anexo VIII. Storyboard del cortometraje. ....	117



## **1. Introducción**

En este apartado se justificará el proyecto, así como la exposición del objeto de la realización, su relevancia y la metodología usada para llegar a los resultados. Destacaremos nuestro propósito así como de las hipótesis y contribuciones del trabajo.

### **1.1. Justificación**

El cine es un trabajo en equipo, pero gracias a la evolución tecnológica de las herramientas y del entorno, el personal a la hora de crear un proyecto se ha podido reducir cuantitativamente. Cada vez hay menos personas haciendo más cosas. La red de Internet está saturada de material audiovisual realizado con aparatos digitales accesibles a “todos”. A día de hoy hay festivales de cine internacionales, en el que los trabajos han tenido que ser realizados a través de un teléfono móvil, o en soportes digitales “baratos”, pero que proporcionan una calidad decente para darse a conocer.

Hasta el momento, son pocos los cineastas *freelance* que consiguen que sus proyectos sean de calidad profesional y lleguen a ser vistos o conocidos. Es difícil encontrar o existen muy pocos y en otros idiomas, libros o guías que ayuden a un recién graduado o a alguien que simplemente quiera hacer un vídeo profesional. La idea principal de ésta investigación es crear un humilde manual en el que se recopilen consejos y metodología para aquellos que quieran realizar un proyecto audiovisual y estén “solos” tengan una guía y motivación en la que apoyarse.

Para realizar el manual nos hemos basado en entrevistas realizadas a profesionales de diferentes sectores del audiovisual, desde la creación de la empresa hasta la misma distribución del producto, también nos hemos inspirado mucho en libros especializados en cine y su industria. Por último, también hemos realizado el manual poniendo todos estos consejos en práctica y usándolo como directo ejemplo, a través de la realización de un cortometraje de ficción propio con todas las condiciones de un *freelance*. La realización de la pieza conlleva desde la escritura de la misma hasta todos sus procesos de organización, su realización, edición y las posibilidades de distribución.

## 1.2. Objeto de estudio

La evolución de la tecnología y el paso de lo analógico a lo digital ha permitido que el cine y su industria desarrolle diferentes técnicas de trabajo, además de que una persona pueda realizar más de una tarea diferente. Como hemos dicho anteriormente hacer cine ahora es más accesible que antes. Estamos hablando de que ahora, un único profesional puede crear, producir, dirigir y editar, y además desde su casa mediante programas digitales, con la red de Internet se puede comunicar con la otra parte del mundo sin tener que desplazarse, permitiendo así una distribución del producto más económica y veloz.

Para la elaboración del trabajo hemos escogido a cuatro profesionales de diferentes sectores del cine, para saber cómo trabajan, y cómo se puede adaptar ese trabajo a un *freelance*. Además de estas entrevistas personales, hemos extraído información de libros escritos por cineastas reconocidos. Cada uno de estos testimonios nos han ayudado a profundizar en la adaptación de las diferentes funciones del cine a una persona sola o un grupo muy reducido de trabajadores en su caso. De esta forma, hemos podido fusionar experiencias personales, con cineastas y empresarios profesionales, para poder guiar lo mejor posible a aquel que le interese el manual.

Ésta es una investigación en la que hemos adaptado los consejos y enfoques reales del ámbito del cine tanto técnico como de contenido, a una producción unipersonal y siempre con la ilusión de demostrar que ello es posible.

El trabajo va dirigido también a personas creen necesitar mucho respaldo económico para realizar un corto. La originalidad, la creatividad, el entusiasmo, el trabajo y la colaboración del entorno pueden suplir con creces la falta de medios.

### 1.3. Objetivos enumerados

- El objetivo de este trabajo es confeccionar un manual sobre la realización de las diferentes etapas de la ejecución de un producto audiovisual para un *freelance*. Es una recopilación de la información más relevante citada por cineastas que se extrapola al uso unipersonal.
- Además de realizar el manual, el trabajo va de la mano con la realización de un cortometraje para poner estas pautas en práctica y demostrar la efectividad de todos los consejos del manual. También el mismo cortometraje se usa para explicar los documentos gráficos, así como la misma historia.

### 1.4. Hipótesis enumeradas

- El Cineasta orquesta. Nuestra principal hipótesis es que el cineasta hace unos años no podía realizar una pieza audiovisual sin tener un buen equipo especializado y financiación económica. Sin embargo, gracias a la evolución de la tecnología de todos los aparatos cinematográficos, cabe la posibilidad de que una sola persona sea capaz de crear, organizar, grabar y editar un cortometraje. Su papel se podría derivar a un cineasta “orquesta” que se encarga de trabajar en prácticamente todos los cargos que, normalmente en la gran industria del cine hay una persona o varias encargadas para esos diferentes puestos.
- Los cineastas especializados han pasado a ser multitareas en muchas ocasiones, posiblemente por la crisis que hay actualmente que conlleva a que los cineastas tengan menos recursos y hayan tenido que adaptarse a nuevas formas de trabajar. Cualquier razón es insuficiente para desechar un proyecto cuando hay motivación y el proyecto es bueno. Por ello hay que luchar aunque uno mismo tenga que asumir todas las tareas para llevar a cabo ese proyecto.

## 1.5. Metodología

El manual pretende extraer consejos de profesionales de las diferentes etapas por las que una historia ha de pasar para ser vista en pantalla, con el fin de llevarlo al terreno individualista y adaptarlo.

Monje (2011:10) propone como métodos de investigación empírica más comunes las formas metodológicas: cualitativa y cuantitativa, asociadas a una serie de características, técnicas e instrumentos que dependen de la naturaleza de nuestro objeto de estudio. A pesar de que cada una se basa en reglas diferentes son métodos que se nutren mutuamente.

### La metodología cuantitativa

“Su propósito es buscar explicación a los fenómenos estableciendo regularidades en los mismos, esto es, hallar leyes generales que explican el comportamiento social. Con esta finalidad la ciencia debe valerse exclusivamente de la observación directa, de la comprobación y la experiencia. El conocimiento debe fundarse en el análisis de los hechos reales, de los cuales deben realizar una descripción lo más neutra, lo más objetiva y lo más completa posible” (Monje 2011:11).

Este autor, Carlos Arturo Monje Álvarez (2011:133-148) establece una serie de clasificación de técnicas de medición cuantitativas para el objeto de estudio:

- a) **La entrevista estructurada:** Es una técnica común que se suele utilizar para obtener datos cuantitativos. Utiliza cuestionarios con preguntas estandarizadas y la información se presenta de igual forma para todos los entrevistados de nuestro estudio.
- b) **Cuestionarios autodiligenciado:** Formato de preguntas simple que facilita la interpretación de los datos, pueden ser:
  - Preguntas abiertas: El entrevistado puede expresarse libremente sin necesidad de estar sujeto a una serie de respuestas concretas.
  - Preguntas cerradas: Ofrecen respuestas específicas al entrevistado para que elija la que más se acerque a su pensamiento.
  - Preguntas de elección múltiple: Establecen diferentes respuestas a elegir, a veces resultan superficiales y no se acercan a la inclinación del entrevistado.

- Preguntas con respuesta en abanico: El entrevistado tiene una serie de respuestas concretas y tiene que ordenarlas según su preferencia.
  - Preguntas de estimación: Presentan al entrevistado una serie de respuesta con diferentes grados de intensidad.
- c) Observación sistemática, regulada o controlada:** Consiste en observar una realidad ejerciendo un cierto control. El investigador se infiltrará en el grupo que desea estudiar y analizará desde fuera los comportamientos del grupo sin que su presencia incida en las acciones de los demás.
- d) Escalas de actitud y opinión:** Se trata de una técnica que mide la intensidad de las opiniones de los entrevistados y sus actitudes frente a un tema de forma objetiva.
- e) Estadísticas:** Permiten complementar nuestro estudio y enriquecerlo con datos que proceden de encuestas o de información emitida por las instituciones.

### **La metodología cualitativa**

Los métodos cualitativos se basan en los postulados de la hermenéutica que consideran al objeto de estudio como algo que nos puede dar información y que reflexiona sobre las cosas. “Se interesa por la necesidad de comprender el significado de los fenómenos y no solamente de explicarlos en términos de causalidad. Da prioridad a la comprensión y al sentido, en un procedimiento que tiene en cuenta las intenciones, las motivaciones, las expectativas, las razones, las creencias de los individuos. Se refiere menos a los hechos que a las prácticas” (Monje 2011:12).

Tal y como afirma Monje (2011:149-158) dentro de las diferentes técnicas cualitativas encontramos:

- a) Entrevista no estructurada y entrevista dirigida:** La entrevista no estructurada tiene como objetivo conocer la visión del entrevistado sobre un tema a través de una conversación fluida en un medio natural. El investigador no incide en sus respuestas, pero realiza previamente una serie de preguntas y las adapta al contexto. En la entrevista dirigida, el investigador establece una lista de temas sobre la que los entrevistados dan su opinión de forma libre.
- b) Entrevista en profundidad:** Se diferencian de las estructuradas en que la conversación se realiza entre el investigador y el entrevistado de igual a igual. Aunque la situación también esté dirigida y preparada previamente, el

entrevistador esta vez es el propio instrumento, y no un cuestionario o una encuesta como sucede en el análisis cuantitativo. Existen tres tipos de entrevistas en profundidad:

- Entrevista en profundidad de la vida y las experiencias del entrevistado.
- Entrevista en profundidad que se centra en la información que proporcionan los entrevistados sobre ciertas actividades.
- Entrevistas que dan una visión amplia del contexto, de las personas y de sus situaciones.

Es esencial que en este tipo de entrevistas el investigador cree un clima de cercanía y confianza con el entrevistado para facilitar la conversación.

- c) Grupos focales:** Un grupo reducido de personas previamente seleccionados exponen libremente sus opiniones sobre un tema y establecen una conversación grupal dirigida por un moderador.
- d) Observación simple, no regulada y participante:** Tiene como objetivo observar y comprender las actitudes que desarrollan un grupo de personas en un contexto. En la observación simple el investigador se dedica a analizar los aspectos que le interesan del objeto de estudio y en la participante, se infiltra dentro del grupo y realiza un seguimiento constante y duradero para conocer su comportamiento.
- e) Diarios:** Relatos que narran la vida de una persona. El investigador se interesa por las experiencias y las opiniones que tiene el entrevistado sobre un tema, y lo expone de forma cronológica. Esta técnica se suele utilizar para estudios de carácter histórico.
- f) Análisis de contenido:** Según Gómez (2000) es un método que busca el significado de un mensaje, como puede ser un discurso, un texto, una historia de la vida de una persona o un artículo. Interpreta los diferentes elementos que se dan en las comunicaciones combinando la observación y el análisis documental. Codifica los diferentes elementos de un mensaje y busca su sentido. Es una técnica indirecta porque no se tiene un contacto directo con los sujetos, sino a través de sus producciones.
- g) Método etnográfico:** Surge del trabajo antropológico y es un método que consiste en obtener la comprensión práctica de los objetos de estudio dándole al investigador flexibilidad para explorar y descubrir. Estudia a una comunidad o

una cultura como un todo, y no aísla sus componentes. El investigador comprende a la comunidad sin partir de presuposiciones para generar una teoría.

### **Análisis de nuestra investigación:**

Para la realización del manual nos hemos decantado por la comprensión y el análisis de la metodología cualitativa para conocer de forma más profunda todos los roles que conlleva realizar una pieza audiovisual. Para ello hemos utilizado varias técnicas de las citadas.

### **Entrevistas en profundidad**

Una de las técnicas es mediante entrevistas en profundidad. El objetivo es obtener la visión de profesionales del entorno del cine que hayan o están trabajando en las diferentes etapas del producto.

Hemos realizado un total de tres entrevistas personales, en las que hemos obtenido una amplia visión de los diferentes oficios. Esto nos ha ayudado a conocer de la mejor manera sus específicos cargos y llevarlos a los objetivos planteados.

El primer entrevistado fue el director de cine Eugenio Mira, cuyo mayor debut cinematográfico fue la película “Grand Piano” protagonizado por Elijah Wood y John Cusack. Nos facilitó varias pautas sobre cómo dirigir y realizar un cortometraje si lo tuviera que llevar en solitario. La entrevista la podemos encontrar en el Anexo I

El segundo entrevistado proviene de la Universidad Miguel Hernández de Elche, José Vicente Castaño, Licenciado como periodista y que además tiene su propia empresa “Tarsa” de comunicación y relaciones públicas.

El tercer entrevistado fue Stuart Salter, un veterano inglés retirado, que se encargaba de toda la distribución cinematográfica de la productora Buenavista entre otras, en toda Europa y parte de África. Es una persona muy interesante ya que conoce a grandes estrellas del cine como Woody Allen entre otros muchos. La entrevista la podemos encontrar en el Anexo II (en inglés).

Hemos utilizado la entrevista en profundidad porque consideramos que es el método cualitativo más adecuado para esta recopilación. Las preguntas son abiertas y las respuestas del entrevistado nos aportan datos desarrollados. No nos basamos en cifras



cuantitativas ni en estadísticas, sino que buscamos datos cualitativos que nos proporcionen un contenido más amplio de nuestro estudio.

### **Análisis de contenido**

Además de las entrevistas también hemos realizado un profundo estudio en libros especializados en las diferentes áreas cinematográficas recopilados de diferentes países e idiomas, sobre todo en inglés. Los libros han sido de gran ayuda ya que son documentos académicos sólidos y con buenas referencias en los que nos hemos podido apoyar para extraer la información y consejos para la realización tanto del manual como del cortometraje.

También hemos observado la metodología de personas que han realizado producciones individuales, además de buscar información en artículos escritos fuera del ámbito hispanoparlante, ya que en España no se han encontrado artículos sobre este tema.



## 2. Marco teórico

En este apartado explicaremos paso a paso cuáles son las fases para realizar un cortometraje o pieza audiovisual, y cuál es la mejor manera de llevarlo a cabo. Además definiremos conceptos importantes, desde la creación de la empresa, pasando por todas las etapas de creación y producción del cortometraje hasta su distribución, todo ello enfocado a un *freelance*.

### 2.1. La figura del *freelance*

La palabra *freelance* se emplea en castellano como un anglicismo. La etimología de la palabra viene del inglés medieval, que era usado para un mercenario. Free significa independiente y lance, lanza. El significado que tenía en la época era de un caballero que no servía a ningún señor en concreto y sus servicios podían ser alquilados por cualquiera y temporalmente. Actualmente se usa para definir o hacer referencia a una persona autónoma que trabaja por su cuenta, sobre todo en el campo de la comunicación.

El *freelance* es aquella persona que sin contar con ningún equipo ni empresa se ha de vender a si mismo. En nuestro ámbito, se define como *freelance* a aquellas personas que prestan servicios de forma independiente, por encargo o por libre. Es decir, “se alquilan” a una empresa de comunicación para realizar un trabajo determinado, o hacen un trabajo que luego ofrecen a las empresas.

El *freelance* puede tener problemas con la legalidad, ya que muchas veces prescinden de permisos, u “olvidan” sus obligaciones fiscales. Por estas razones los precios suelen ser muy competitivos, y esto se convierte a veces en una amenaza importante para las empresas que sí son legales. En estos casos son llamados coloquialmente “piratas”. El *freelance* se diferencia del “pirata” en que va por libre pero paga sus impuestos y cotiza, etc., y el pirata hace lo mismo pero careciendo de los papeles necesarios para hacerlo legal.

## **2.2. La empresa productora**

Éste es un escalón importante para llegar a nuestro producto final. Es crucial hacer que nuestro producto legal. Para ello hay que conocer el entorno para el que queremos trabajar, saber si es viable establecernos como empresa, qué tipo de empresa formaríamos, conocer nuestras fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. También hay que mirar cómo quedaría el organigrama de la empresa si realizamos un producto y cómo hacer funcionar todo este engranaje.

Es importante saber si nuestros propósitos con los proyectos audiovisuales son de ganar dinero o por mera diversión y aprendizaje. Genevieve Jolliffe, productora y co-autora del libro *The Guerilla Film Makers Pocketbook*, recomienda “que si el vídeo que se va a realizar es con los amigos y para divertirse, y luego subirlo a la red, no es necesario crear una empresa.” Sin embargo, “si lo que queremos es vender nuestro producto y ganar dinero, es mejor tener una imagen profesional, por lo que entonces sí que deberíamos crear una empresa productora.” “Formar una compañía suena genial, pero son muchas molestias y gastos económicos, por ello hay que asegurarse de que es la opción adecuada.”

### **2.2.1. Panorama del mercado audiovisual**

Si nos vamos a dedicar al audiovisual, hay que conocer el entorno comercial. Saber las empresas productoras que se dedican a hacer lo mismo que nosotros, si son buenas, mediocres, malas o pueden ser competencia desleal. Analizado dicho entorno decidimos si es favorable o no es conveniente ubicarnos en ese sitio.

En nuestro caso, hemos investigado la Comunidad Valenciana, y más en concreto Alicante. Después de navegar mucho por la red en busca de productoras de cine o productoras que hagan proyectos audiovisuales así como *freelance*, hemos confeccionado una pequeña lista de firmas comerciales. Hemos investigado las productoras en sí, y también hemos estudiado sus proyectos y la calidad de los mismos. Analizando todos estos factores, hemos averiguado que los productos que ofrecen estas productoras de la zona no son mediocres. Por lo expuesto, se puede decir que nos podría salir rentable crear nuestra empresa por la zona y vender calidad y exclusividad.

### 2.2.2. Forma jurídica de la empresa

Para poder ser *freelance* legal existen dos formas jurídicas que se pueden escoger: autónomo o una sociedad limitada unipersonal. Vamos a ver en qué se diferencian y la que más nos conviene.

José Vicente Castaño, profesor de la UMH, nos explicó las diferencias en la asignatura de Estructura del Sistema Audiovisual.

Ser persona en el ámbito jurídico significa que la Ley le reconoce ser sujeto jurídico para actuar (hacer cosas como comprar, contratar, pagar..), tener (poseer legalmente bienes, ser titular de derechos...) y responder por sus actos, es decir, que asume las consecuencias que derivan de esos actos de manera independiente.

Vamos a explicar la diferencia entre las dos formas jurídicas de actuar.

Empresario individual o autónomo:

- No es estrictamente una empresa.
- Son personas que ejercen en nombre propio su actividad profesional.
- Asumen personalmente las deudas y beneficios que generen. No se puede separar el ámbito personal del profesional.
- Ventajas:
  - No se exige un capital mínimo inicial para su constitución.
  - Pocos trámites para la creación.
  - Simplicidad fiscal.

Sociedad Limitada Unipersonal (SLU):

- Se admite la posibilidad de que todo el capital de una empresa esté en manos de un único socio de forma limitada.
- Se ha de hacer pública la unipersonalidad en toda la documentación y Registro Mercantil.
- El socio se convierte en Junta General pero debe registrar sus actividades en actas o realizar asambleas.

Pueden darse dos tipos de sociedades unipersonales:

1. La constituida por un único socio, sea persona natural o jurídica.

2. La constituida por dos o más socios cuando todas las participaciones hayan pasado a ser propiedad de un único socio.

Por las diferencias que podemos ver y siguiendo el consejo del profesor en la entrevista realizada, para un *freelance* en nuestras condiciones nos conviene más crear la SLU. Otra ventaja que nos mencionó el profesor fue que, ya que en el ámbito del cine se necesita de mucho material que es bastante caro para trabajar, de esta manera también se le podría desgravar el IVA.

### 2.2.3. Análisis DAFO

El profesor José Vicente Castaño, anteriormente citado, también nos transmitió los conocimientos acerca de este apartado. Sabiendo ya el tipo de empresa que queremos y habiendo analizado un estudio sobre el mercado, es hora de realizar el llamado análisis DAFO. Se trata de un estudio sobre los puntos fuertes y débiles que puede tener una empresa, así como de las oportunidades y amenazas con las que nos podemos encontrar. La intención con estas anotaciones es tratar de convertir las debilidades en fortalezas y las amenazas en oportunidades.

Debilidades.

- Gran labor comercial para una buena promoción a nivel nacional.
- La inversión inicial en los equipos audiovisuales necesarios para desarrollar los proyectos.
- Todo el peso de responsabilidad y trabajo recae solo en el *freelance*.

Fortalezas.

- Los proyectos están financiados por el intercambio de favores. De esta manera la gente se puede interesar e involucrar.
- El boca a boca de los proyectos beneficiará el trabajo del *freelance*.
- El *freelance* no tiene ni empleados ni jefes, por lo que tiene libertad para tomar decisiones.
- La cantidad de medios existentes en los que se puede realizar buena publicidad.
- Conocimientos acerca del audiovisual, y poseer el título de graduado del mismo.

Amenazas.

- La individualidad del *freelance* puede causar desconfianza.
- Competencia (¿desleal?) con productoras que disponen de más medios y personal.
- Situación económica actual desfavorable que hace que las empresas industriales y comerciales recorten gastos.

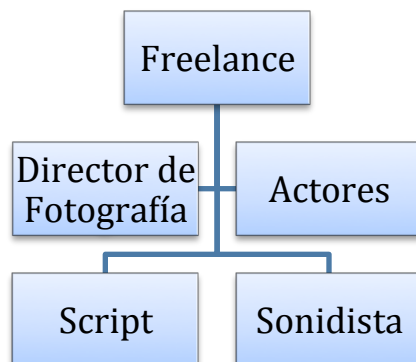
Oportunidades.

- Existencia de un número bajo de competidores que ofrece productos similares a los nuestros.
- Iniciativa innovadora por parte del *freelance*, que puede situarse en un lugar importante del sector.
- Interés por parte del público en los proyectos.

#### 2.2.4. Organigrama de la empresa

En este apartado vamos a definir cómo quedaría el orden de personal de la empresa. Aunque seamos *freelance*, a la hora del rodaje, vamos a necesitar ayuda profesional para llevar el proyecto a su destino.

En la cabeza se ubicaría el *freelance*. En nuestro cortometraje hemos necesitado puntualmente a tres personas para su realización. Estos tres puestos son el de Director de Fotografía y Operador de Cámara, Script y Sonidista.



También hemos hecho uso de material y trabajo de actores aficionados a título benévolo-amistoso.

### **2.2.5. Puesta en marcha de la empresa**

El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de España, nos facilita un documento a través de la Secretaría General de Industria. El documento se denomina “Dirección general de política de la pequeña y mediana empresa” explica las diferencias entre las tipologías de empresas y cómo crearlas.

Como hemos visto con anterioridad, la sociedad unipersonal de responsabilidad limitada, surge como respuesta a la aspiración del empresario individual a ejercitar su industria o comercio con responsabilidad limitada frente a sus acreedores.

Necesariamente habrán de constar en escritura pública, que se inscribirá en el Registro Mercantil:

- La constitución de la sociedad de un solo socio.
- La declaración de haberse producido la situación de unipersonalidad “como consecuencia de haber pasado un único socio a ser propietario de todas las participaciones sociales”.
- La pérdida de tal situación de unipersonalidad, o el cambio de socio único “como consecuencia de haberse transmitido alguna o todas las participaciones sociales”.

En todos los supuestos anteriores, la inscripción registral expresará la identidad del socio único.

En tanto subsista la situación de unipersonalidad, la sociedad hará constar expresamente esta condición en toda su documentación, correspondencia, notas de pedido y facturas, así como en todos los anuncios que haya de publicar por disposición legal o estatutaria.

El socio único ejercerá las competencias de la Junta General, sus decisiones se consignarán en acta bajo su firma o la de su representante, pudiendo ser ejecutadas y formalizadas por el propio socio o por los administradores de la sociedad.

### **2.3. Proceso de creación de un guion**

En la pantalla se debe visualizar lo que se ha plasmado en el guión. Sin una buena base será imposible crear un buen producto. La parte del rodaje es un periodo muy corto dentro de todo el proyecto, por lo que todo debe estar bien organizado y atado.

Hay que tener siempre presente que de un buen guion puede surgir una película buena o mala, pero de un mal guion siempre saldrá una mala película.

El buen guion construye la narración cinematográfica, organiza la película con una disciplina que lo convierte en la columna vertebral de la película.

Para crear un buen guion, de manera clara, existe un proceso de escritura que exige de un método: la idea, tema, argumento, sinopsis, escaleta, investigación cinematográfica, tratamiento, diálogos y secuencias.

Según Robert McKee (2014: 17-23) el guion propone:

- Principios, no normas.
- Formas eternas y universales, no fórmulas.
- Arquetipos y no estereotipos.
- Minuciosidad, no atajos.
- Realidades, no los misterios de escribir.
- Cómo alcanzar la maestría de nuestro arte y no cómo adivinar el futuro de nuestro mercado.
- Insta a respetar al público, no a desdeñarlo.
- Originalidad, no clones

#### **2.3.1. Creación de la historia y su evolución**

Robert McKee en *El Guión Story, sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. De forma metódica, el guion equilibra la historia, mide el tiempo, el ritmo y expone la narración cinematográfica con exactitud y sencillez para mantener la atención del espectador.

Una película es una historia contada en soporte audiovisual y es la representación de un conflicto. El guion escribe imágenes de forma sencilla, ordenada y coherente para que transmita la emoción, el drama, la aventura y la condición humana.



Existen unos factores imprescindibles para escribir un guion:

- Equilibrio: que la narración cinematográfica sea un conjunto armónico.
- Ritmo y medida del tiempo: que los elementos sean presentados en el momento oportuno en el relato.
- Economía de medios: forma metódica de exponer la narración para que el espectador no se distraiga con lo que se cuenta.
- Medida del tiempo: a través del número de páginas. El director Eugenio Mira mencionó en la conferencia que tuvo lugar en UMH sobre su película *Grand Piano*, que no siempre una página equivale a un minuto, ya que hay páginas con párrafos muy densos y páginas livianas que pueden durar menos.

Nosotros crearemos un guion de un cortometraje como ejemplo y lo llevaremos a la práctica.

¿Qué es un cortometraje?

Según el *Oxford Dictionary of Film Studies*, un cortometraje es una amplia categoría de películas definidas por su corto tiempo de duración en comparación con un largometraje o película convencional. Su duración oscila entre 1 y 40 minutos.

¿Quién produce cortometrajes hoy en día?

Según Patrick Nash en su libro *Short Films, Writing the Screenplay*, los que producen cortometrajes hoy en día pueden ser divididos en tres grandes grupos:

1. Los creadores de cortometrajes profesionales de “gama alta”, que trabajan en publicidad, promociones, videos musicales, reportajes de viajes, videos corporativos y otros cortometrajes encargados profesionalmente.
2. Los amateur y cineastas creativos, aquellos miembros que suben un enorme volumen de contenido de auto-producciones en Youtube, Facebook y otras redes sociales y sitios en Internet.
3. Principiantes, aspirantes o cineastas emergentes, que deseen desarrollar o han desarrollado una carrera profesional y ya empiezan a encaminarse dentro de la industria del cine o televisión. Este grupo por lo general tiene un interés particular en escribir, dirigir y trabajar en el drama de ficción.

### 2.3.1.1. Idea y tema

Robert McKee en *El Guión Story, sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones* Lo primero para poder comenzar un proyecto es tener una idea. Tener una idea puede o no ser fácil, pero lo complicado es desarrollarla y llevarla a cabo.

La idea núcleo tiene dos variantes generales:

- Partimos de una historia a través de la que se desarrolla el tema elegido.
  - Ejemplos: “la pobreza es injusticia”, “no todo es lo que parece”, etc.
- Arrancamos de un tema al que se va a proporcionar un vehículo narrativo: una historia.

Todo guion debe tener una idea central que se exprese con claridad y una unidad de la obra.

Alexander Mackendrick, autor del libro *On FilmMaking, Manual de escritura y realización cinematográfica*, afirma que no existe una técnica para tener ideas. Sin embargo, Mackendrick sugiere unos procesos para estimular la capacidad de ‘tener ideas’. El don de la creatividad puede identificarse pero no enseñarse. Nos encontramos, según autor, con los siguientes peldaños:

1. La recolección de datos. Investigar y recopilar material. Acopio del material en bruto más o menos relevante en torno al asunto sobre el que se demanda nuestra creatividad. Esta es una actividad que requiere una gran energía. Puede suponer viajes, entrevistas y tomar muchas notas. Suele implicar visitar bibliotecas, realizar numerosas lecturas y, en ocasiones, buscar referencias visuales. En esta fase, la gran tentación es agarrarse a la primera ocurrencia que prenda en la imaginación y pasar directamente a escribir el guion o, incluso, a rodar la película.
2. La organización de los datos. Tabular el material recolectado, analizar lo que se ha encontrado y buscarle un sentido. Este paso es mucho más crítico y analítico que el anterior. Requiere de un tipo de inteligencia que diferencia, contraste y categorice, que sea capaz de reconocer afinidades y similitudes. El escritor que

ha dedicado un tiempo a la documentación y a su análisis se sentirá listo para incorporarlo todo al guion. Pero el resultado será desastroso si lo que se necesita es una historia, un concepto. Hace falta encontrar una idea.

3. Incubación del material. Dormir con ello y esperar, no hay ningún sistema que pueda asegurarnos que entonces aparecerá una idea. Nos vendrán buenas ideas, ideas flojas, ideas maravillosas...todas tienen vida propia y llegan sin aviso previo, y la impaciencia puede ser una mala aliada. La documentación recopilada y colocada en su marco de referencia se almacena en la memoria; cuanto más se acumule más fácil es que prenda la chispa.
4. Preservación de la chispa. Si el chispazo de la idea es involuntario, el proceso siguiente depende casi exclusivamente del trabajo y la disciplina: asegurar que la chispa de la creatividad alimenta un nivel alto de productividad y eficacia a lo largo del dilatado periodo de gestación de la obra. Al llegar a este punto podemos cometer dos errores. Por un lado nos encontramos con el individuo impaciente y soberbio, incapaz de esperar el chispazo y que se lanza en brazos de una idea que no está suficientemente fraguada. Por otro, el que espera pasivamente la inspiración y se topa con sus propias insuficiencias y su falta de experiencia, a menudo, agravadas por la ilusión de que al empezar el trabajo, sus primeros esfuerzos parecían poseer una calidad excepcional. La energía es la que alimenta a la inspiración.

Según el mismo autor, Mackendrick, en su libro anteriormente citado, el tema de la historia solo se hace evidente, en la mayoría de las ocasiones, en el clímax final durante la escena obligatoria, cuando las confrontaciones dramatizan el objetivo de la narración. Es el momento de la historia que el espectador ha estado esperando y que el autor está obligado a proporcionarle. Archer en el libro de Mackendrick (2013: 120) sugiere que una elección consciente y deliberada del tema puede ser un punto de partida provechoso.

El tema pues, es el punto de vista desde el que se considera la narración, el ángulo desde el que se plantea la historia.

En nuestro caso la idea ha surgido al leer un cuento de Arkady Averchenko, “los ladrones”. Arkady fue un escritor ruso de principios del siglo XX, fue considerado como el “Rey de la Risa” por sus cuentos satíricos en los que él mismo se burla de sus

personajes, haciendo también crítica a la sociedad. Nuestro cortometraje se inspira en su historia, trasladada a la actualidad, pero mantiene esa chispa de humor, que también se investigó en otros autores como Woody Allen. El tema es lo absurdo de algunas situaciones, que en este caso se escenifica en un robo a una casa.

### 2.3.1.2. El género

Aristóteles fue el que nos ofreció los primeros géneros, dividiendo los dramas según el valor del final de sus historias y su diseño narrativo. A lo largo de los siglos, los géneros se han ido mezclando. Robert McKee nos presenta el sistema de géneros y subgéneros utilizado por los guionistas:

- |                         |                         |                                 |
|-------------------------|-------------------------|---------------------------------|
| 1. Historia de amor     | 9. Trama de pruebas     | 19. Falso documental            |
| 2. Película de terror   | 10. Trama educativa     | 20. Musical                     |
| 3. Épica moderna        | 11. Trama de desilusión | 21. Ciencia ficción             |
| 4. Película de vaqueros | 12. Comedia             | 22. Género deportivo            |
| 5. Género bélico        | 13. Policíaca           | 23. Fantasía                    |
| 6. Trama de la madurez  | 14. Drama social        | 24. Animación                   |
| 7. Trama de redención   | 15. Acción/aventura     | 25. Películas de arte y ensayo. |
| 8. Trama punitiva       | 16. Drama histórico     |                                 |
|                         | 17. Biografía           |                                 |
|                         | 18. Docudrama           |                                 |

Aunque esta propuesta es razonablemente amplia, no hay ninguna lista que pueda ser definitiva o exhaustiva, porque las líneas de separación entre los géneros a menudo se solapan al influir y fundirse los unos con los otros. Los géneros no son estáticos ni rígidos. Evolucionan y son flexibles. Cada guionista tiene el deber de identificar primero su género, y después de investigar sus normas. Y no se pueden evitar esos pasos. Todos somos guionistas de género.

No solamente debemos respetar, sino también dominar nuestro género y sus convenciones. No debemos nunca suponer que, porque hayamos visto películas de nuestro género, lo conozcamos.

La mejor manera de estudiar el género según McKee, es la siguiente: en primer lugar, debemos preparar una lista de todas las obras que consideramos que se aparecen a la nuestra, tanto éxitos como fracasos (el estudio de los fracasos es ilustrador y nos hace más humildes). En segundo lugar, hemos de alquilar las películas en un club y comprar los guiones que se encuentren a la venta. Después, estudiar las películas fragmento a fragmento, siguiendo las páginas del guion, desmenuzando cada filme en sus elementos de ambientación, personajes, acontecimientos y valores. Finalmente, debemos apilar todos esos análisis y resumiéndolos todos, preguntarnos: ¿Qué ocurre siempre en las historias de mi género? ¿Qué convenciones de tiempo, lugar, personajes y acciones tienen? Hasta que descubramos las respuestas, el público siempre nos llevará ventaja.

Si una película recibe la promoción adecuada, el público llega a la sala lleno de expectativas. En la jerga de los profesionales del marketing se diría que han sido “posicionados”. “Posicionar al público” significa lo siguiente: no queremos que los espectadores vayan a ver una obra nuestra con una sensación de frío y vaguedad, sin saber qué esperar, y que tengamos que dedicar veinte minutos de pantalla a darles pistas sobre cuál es la actitud necesaria para enfrentarse a ese film.

Un marketing bien preparado crea expectativas de género. Desde el título hasta el cartel anunciador. Así las personas que acudan a ver el film estarán psicológicamente preparados para llorar o reír.

Nuestro cortometraje es una comedia, más bien podría denominarse como humor absurdo. Hemos seguido los pasos de McKee para analizar el género, a excepción de comprar guiones y alquilar películas. Investigamos sobre cómo trabajar la comedia, hicimos varias visitas a librerías para encontrar material sobre la comedia. La visualización de películas ha sido muy importante a la hora de buscar ideas. Los ejemplos de películas que buscamos fue de ladrones, y de comedia absurda de cualquier tema. Hemos analizado mucho al director Woody Allen, llamado “Rey de la comedia”.

En nuestro corto, los títulos de crédito iniciales han sido trabajados con humor, la música ha sido buscada para acompañar la risa, y no confundir. El color de las imágenes también han sido escogidas para hacer sentir la comedia y no una tragedia.

Éste ha sido uno de los pasos más importantes para realizar el guion y no escribir sobre géneros desconocidos y no inventarnos nada.

### **2.3.1.3. Sinopsis**

McKee en *El Guión Story, sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. La sinopsis, es una síntesis o resumen de la historia completa, narrada de manera breve y concisa, que contiene claramente el principio y final, y momento más importantes de la historia que queremos contar.

Se cuenta como empieza, las dos o tres cosas que ocurren en medio y el final. El productor debe ser capaz de reconocer todo lo que ocurre en la película. Tiene que verse con claridad en el texto lo que pasa y si vale la pena comprar esa historia.

Por lo tanto, mediante la sinopsis tendremos que vender nuestro producto para obtener financiación, debe ser clara, concisa, nunca ambigua, breve y densa, con lenguaje directo y eficaz.

Mediante la sinopsis materializamos el ritmo de la historia. Simplificamos el arco narrativo y de ahí planteamos su estructura, que debe: intrigar desde el principio, interesar siempre y sorprender al final.

A partir de la sinopsis elaboraríamos lo que se llama escaleta.

Nuestra sinopsis la hemos dejado de la siguiente manera:

*Una pareja acomodada, cena en un lujoso restaurante y reciben una llamada telefónica de unos ladrones que están robando su casa, y le piden el número de la caja fuerte. La conversación conduce a un desenlace inesperado.*

### **2.3.1.4. Escaleta**

El profesor Mariano Sánchez en *Guion de Cine en Ciudad de la Luz, 2012*. Una vez que la idea está asentada, nos hemos informado, hemos realizado la sinopsis, es hora de realizar una escaleta.

La escaleta es una sinopsis técnica. Es una narración concisa que resume ordenada y cronológicamente las acciones esenciales del relato y que desglosa lo que va a ser la puesta en escena cinematográfica.

En la escaleta deben darse tres características:

1. Los hechos deben expresarse por sí mismos, desprovistos de adornos literarios.

2. La conexión narrativa entre cada paso con el precedente y el siguiente debe ser clara y adecuada. También nos podemos guiar con dibujos o bocetos básicos.
3. La narración debe desarrollarse de acuerdo con lo previsto en la escaleta.

En la sucesión cronológica de los hechos:

- Cada hecho debe ser típico y característico, concreto no genérico.
- Cada hecho con relación al precedente, debe hacer avanzar la narración.
- La estructura otorga unidad a la multiplicidad de elementos que conforman la realidad.
- La estructura en un film es el principio unificador y coordinador, una guía que ordena los elementos y las piezas como en un mosaico.
- Los tres actos: Un guión se construye con el mismo esquema que Aristóteles plasmó en su poética.

Tres actos que varían su forma según la historia que estamos contando, pero que condiciona totalmente la estructura de la narración cinematográfica:

1. Planteamiento.
  - a. Quién es el protagonista principal.
  - b.Cuál es su situación.
  - c. De que trata la historia.
2. Nudo o parte media, desarrollo:
  - a. Trama principal.
  - b. Subtramas vinculadas a la principal.
3. Desenlace.
  - a. Debe ser sorprendente e inevitable, sin artificio, sin trampas ni sacar un as de la manga.
  - b. Después de sembrar datos desde el principio que deberán quedar resueltos y explicados.
  - c. Al final debe quedar algo en el aire, que no cierre la película totalmente.

Según Sigfield un guión está formado por:

- Presentación, unas treinta páginas.
  - Unidad narrativa en la que se presenta a los personajes y sus conflictos.

- El nudo, que son unas sesenta páginas.
  - Desarrollo donde ocurre la historia principal y las subtramas.
- Desenlace, que son unas treinta páginas.

En la escaleta que hemos realizado nos hemos ayudado de unos dibujos y gráficos de intensidad de la historia, puede ser de gran ayuda (Anexo IV):

## ESCALETA

### INT. MANSIÓN. NOCHE/ATARDECER

Los dueños de la casa están arreglándose y se disponen a salir para ir a tomar algo.

### EXT. CAMINO MANSIÓN A CHILL OUT. NOCHE/ATARDECER

Los dueños suben al coche para ir al restaurante en un coche lujoso. Son perseguidos por un coche pequeño. Los que les siguen ven a dónde van y dan media vuelta para volver a la mansión.

### EXT. MANSIÓN. NOCHE

Los que salen del coche pequeño son dos ladrones, que se las ingenian para entrar en la casa para revolver y buscar lo que les interesa: dinero y joyas.

### INT. MANSIÓN. NOCHE

Los ladrones buscan la caja fuerte para abrirla y sacar el dinero y joyas.

No consiguen abrirla y después de una discusión deciden llamar al dueño para que les diga la contraseña.

### INT. MANSIÓN. NOCHE // EXT. CHILL OUT

Conversación telefónica entre los ladrones y el dueño de la casa

### EXT. CHILL OUT. NOCHE

Los ladrones y el dueño se encuentran y deciden hacer negocios juntos.

A partir de este esqueleto hemos ido creando los personajes, dándoles forma y vida. Los hemos relacionado y analizado su evolución.



### 2.3.2. Los personajes, su relación y su evolución

¿Qué es más importante, la trama o los personajes? Este debate es tan antiguo como el arte mismo. Aristóteles sopesó ambos y llegó a la conclusión de que la historia viene primero y los personajes después. Su opinión se mantuvo hasta que, con la evolución de la novela, el péndulo de la opinión se desplazó en dirección contraria. Según Robert McKee, ya en el siglo XIX había muchos autores que defendían que la estructura es un mero instrumento diseñado para exhibir la personalidad, que lo que el lector busca son personajes fascinantes y complejos. Hoy el debate continúa sin que se haya alcanzado a ningún veredicto. El motivo de no llegar a una sentencia es sencillo: el planteamiento es engañoso.

McKee en *El Guión Story, sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*, afirma que no podemos valorar que es más importante, si la estructura o los personajes, porque la estructura *es* sus personajes y los personajes *son* la estructura. Son lo mismo, y por lo tanto una no puede ser más importante que los otros. Sin embargo el debate continúa porque existe una confusión muy extendida sobre dos aspectos cruciales: la diferencia que hay entre *personaje* y *caracterización*.

La *caracterización* es la suma de todas las cualidades observables de un ser humano, todo aquello que se puede conocer a través de un cuidadoso escrutinio – la edad y el coeficiente intelectual, el sexo y la sexualidad, el estilo de habla y la gesticulación, la elección de automóvil, de casa y de ropa, los valores y las actitudes, etc. – todos los aspectos humanos que se pudieran conocer tomando notas sobre alguien todos los días. Esos rasgos conforman a la persona haciéndola única, esa mezcla singular de rasgos es la *caracterización*, pero no el *personaje*.

El verdadero carácter se desvela a través de las opciones que elige cada ser humano bajo presión: cuanto mayor sea la presión, más profunda será la revelación y más adecuada resultará la elección que hagamos de la naturaleza esencial del personaje.

Bajo la elección de las opciones que se presentan, según elija, así será. La única manera de conocer la verdad es de ser testigo de cómo toma decisiones esa persona o personaje. Por ejemplo si una persona insiste en decir la verdad, aunque una mentira le salvaría la vida, percibimos que la honradez anida en su naturaleza.

Ahora es cuando pensamos en cómo crear a ese personaje y cómo lo creamos si disponemos de tan poco tiempo si se trata de un cortometraje. En un corto, la atención suele fijarse en dos personajes, el protagonista y el antagonista. El protagonista o héroe lleva la historia y le seguimos en el propósito de sus objetivos. El antagonista se opone al protagonista y obstaculiza sus objetivos. El antagonista no tiene por que ser villano. Lo mejor para ir definiendo a nuestros personajes es crearles unas fichas técnicas en las que está la caracterización y la personalización, las motivaciones y los objetivos, etc.

En general las personas tendemos a juzgar a otras por la primera impresión. Conocer a un personaje por primera vez a través de la pantalla no es diferente. Podemos contar muchísimas cosas a la audiencia sobre nuestros personajes en cómo lo presentamos; presentación, postura, vestimenta, hábitos, etc. Es interesante crear una entrada atractiva para ellos. Un consejo de Patrick Nash es que los introduzcamos en acción.

También es importante escoger cuidadosamente un nombre para nuestros personajes, ya que los nombres y/o mote llevan consigo ciertas asociaciones y significados. Suelen haber también historias detrás de los mote, y esto puede resultar interesante si está bien construido.

Uno de los asesores de guiones de Hollywood, Karl Iglesias sugiere que a los espectadores les suele gustar personajes por los que sentimos lástima, los que poseen rasgos humanos y los que poseen cualidades que admiramos.

Si ahora trasladamos esto a un cortometraje, en este caso el que estamos realizando, haríamos una ficha para cada uno de los personajes, en el que se indica absolutamente todo lo que es su vida, aunque no salga reflejado en el cortometraje. Esto también sirve de ayuda para los actores, para que sepan cómo tienen que ser sus personajes.

Nuestros personajes han de ser todos simpáticos, ya que se trata de una comedia, deben ser cómicos y en este caso torpes.

Tenemos a cuatro personajes, de los cuales tres son los más importantes, el dueño y su mujer (menos importancia), los ladrones jóvenes, que son los que provocan la trama.

En nuestro caso los ladrones no tienen nombre, porque no se llaman entre ellos por el nombre, en el guion han sido definidos como el *Caco Cachas* y el *Caco Genio*. El dueño es el único que tiene nombre, Dimitri, este nombre ha sido puesto por hacer un

guiño a la inspiración del cuento ruso, la mujer tampoco tiene nombre porque no se la menciona en ningún momento.

El *Caco Cachas* es un guardia de seguridad, de unos 25 años. Es latinoamericano. De momento está en el paro y es amigo del Caco Genio. Se emociona con todas las ideas que se le ocurren porque cree que son buenas, aunque en realidad sean absurdas, lo que más le importa es su físico.

El *Caco Genio* es un informático, también de unos 25 años. Es especialista en programación y es un hacker de los ordenadores y electrónica. También está en el paro. Su compañero Cachas cree que es un genio solo por saber de ordenadores, y el por ser informático también. Es muy torpe, al igual que su compañero.

El Dueño de la casa, Dimitri es un especulador de la inmobiliaria, que se encarga de robar y vivir del cuento. Tiene unos 60 años. Está metido en proyectos de entrar en casas y llevarse cosas de valor, pero le falta el personal adecuado para llevarlo a cabo.

La mujer del dueño vive de su marido y no se entera mucho de lo que ocurre, le gusta vivir bien o del cuento. Ronda la misma edad que su marido. No tiene mucho papel en la historia.

La relación entre ellos es muy amena y nada complicada. Están divididos en dos parejas, los dos cacos, y el dueño y la mujer. Los dos últimos son pareja, y simplemente se dedican a vivir de lo bonito y hacer entender que tienen cosas de valor aunque todo sea “falso”. Los dos cacos son amigos y compañeros en una aventura que es entrar a robar en una casa llena de cámaras y domótica. La relación entre los cuatro viene a que los cacos quieren la contraseña que el dueño tiene para poder abrir la caja e irse, pero dado que los cacos no saben que el dueño no tiene nada, Dimitri intenta explicarles y les hace ver que es un especulador. Lo que empieza siendo algo muy tenso termina relajándose y convirtiéndose en una amistad conjunta para hacer negocios.

### **2.3.3. Guion literario**

El guion literario lo podemos encontrar adjunto en el Anexo III.

#### **2.3.4. Problemas y soluciones**

A la hora de escribir un guion nos podemos encontrar con muchísimos problemas, pero no hay que alarmarse porque todos tienen solución. La mayor parte de los problemas que surgen a la hora de escribir un guion son económicos. Si vamos a escribir nuestra propia historia, debemos tener en cuenta de que somos *freelance* y siempre andamos con presupuestos muy bajos.

En nuestro caso no ha sido así, pero según Genevieve Jolliffe en el libro *The Guerilla Film Makers*, aconseja que no se escriban diálogos muy largos o densos, y convertirlos en algo fascinante. También aconseja que hay que contar con los menores personajes posibles. Las localizaciones reducirlas a lo más mínimo y donde las puedas conseguir gratuitas. Es mejor escribir algo que sea durante el día, para evitar tener que trabajar con focos, y sino encontrar una localización con bastante luz. Otro de sus consejos es ubicar la historia en el presente, así hay que evitarse el atrezzo y material de otras épocas. Evitar los efectos especiales aunque seas un “crack” en After Effects. Hay que evitar explosiones, chocar coches, etc. Evitar también la nieve, lluvia o niebla. Genevieve recomienda que es mejor evitar usar animales o niños. La audiencia verá cualquier cosa, no importa lo barato que haya salido mientras sea una historia que enganche. Como último consejo que nos da Jolliffe es que todas estas limitaciones han de ser nuestras aliadas e inspiración.

#### **2.3.5. Referencias cinematográficas**

Para crear la historia hemos hecho un visionado de películas del estilo que se quiere conseguir:

- Granujas de medio pelo, Woody Allen, 2000
- Kidnaping Mr Heiniken, Daniel Alfredson, 2015
- Trespass, Joel Schumacher, 2011
- La Pantera Rosa, Shawn Levy, 2006
- The Italian Job, F. Gary Gray, 2003
- Dolor y Dinero, Michael Bay, 2013

## **2.4. Proceso de preproducción**

Es el periodo anterior al rodaje , cuando todos los elementos para grabar la película/cortometraje son planeados, costeados y coordinados. De este paso se encarga el productor de cine.

Este paso es uno de los más importantes, de la organización del proyecto depende nuestro producto final. En este apartado explicaremos los conceptos de producción y los pasos a seguir para que el cortometraje salga sobre ruedas. Una buena organización equivale a profesionalidad y sobre todo a facilitar todos los trabajos.

### **2.4.1. Concepto de producción**

Según el *Oxford Dictionary of Film Studies*, es el trabajo tomado por un productor de cine. El productor se encarga y responsabiliza de la financiación y planear la película mientras el director se encuentra en la parte creativa. La relación entre productor y director puede variar.

Dentro del campo de la producción nos podemos encontrar con varios cargos, que el *Oxford Dictionary of Film Studies* clasifica de la siguiente forma:

- El productor asociado. Trabaja con el productor, pero no suele tener la misma importancia que el productor.
- El productor ejecutivo. Está en relación con algún elemento de las finanzas, el casting, o la obtención de los derechos para una película, pero no suelen participar en la planificación y gestión de la producción.
- Coordinador de producción en fase de rodaje. Empleado que ayuda durante el día a día en la organización y coordinación durante el rodaje, pero solo trabaja durante esa fase de la producción.

Otro aspecto del rol del productor es negociar los derechos de la película en relación a la distribución y exhibición, así como para DVD, descargas y televisión.

Según la profesora Verónica Cerdán Molina en sus clases de producción durante el grado en Ciudad de la Luz en 2013, la producción es una fuerte polisemia que produce errores, en cuanto al film, labor/función y la fase en la elaboración (fase de rodaje). Es un sinónimo de elaboración, porque en la fase de producción se ven todas las herramientas del trabajo.

Una de las partes fundamentales para la realización de una producción audiovisual, junto con dirección son dos partes.

Todas aquellas tareas (presupuesto, contratación...) que permiten la realización de un proyecto audiovisual.

Es un trabajo colectivo, en el que intervienen diferentes elementos:

- Creativos: potestad de variar el proyecto. El productor puede llevar varios temas creativos en una película y a veces empieza el proyecto.
- De gestión: capacidad de elaborar un orden. Formar un puzzle con todas las piezas.
- De seguimiento y control (de mercado, lo que demanda el público, y económico, que están vinculadas al ámbito de la misma película). Demanda del mercado. Es necesario que posea un conocimiento profundo del mercado.

#### **2.4.2. Adaptación de los cargos para un *freelance***

Es complicado y un trabajo muy duro que una persona tenga que organizar todos los preparativos, pero no imposible. Uno tiene que saber organizarse y hacer muchas listas cuenta Genevieve Jolliffe, citada anteriormente.

Todos los cargos que puedan haber en el departamento de una gran producción o pequeña, en el caso del *freelance* pasa a una sola persona.

Hay casos como el de Xavier Dolan, un canadiense de la edad de 26 que ha producido, dirigido y protagonizado cuatro películas, de las cuales se ha llevado premios de festivales, entre ellos el de Cannes. Podemos encontrar más información en la siguiente página web (última visita: 25 Junio de 2015) <http://codigocine.com/xavier-dolan-24-pulsaciones-por-segundo/>

El oscarizado productor David Puttnam (2013: 35) afirma que “existen casi tantos modos de funcionar como productor como productores hay. Los productores sensatos idean un sistema de trabajo que maximiza sus puntos fuertes – personalidad, conocimientos, talento – y minimiza sus puntos débiles, contratando gente que compense esas carencias”. Hay que ser prácticos.

### 2.4.3. Búsqueda del equipo

Aunque seamos *freelance*, vamos a necesitar de gente para hacer posible el proyecto. En la producción ya es donde tenemos que buscar y formar el equipo que vamos a necesitar.

Hay varios departamentos en el ámbito del cine según Francisco Julián Martínez Cano, profesor de multicámara, de 4º de Grado en comunicación audiovisual en Elche:

- Dirección
- Producción
- Guion
- Cámara e iluminación
- Decoración
- Sonido
- Música y ambientación musical
- Interpretación
- Montaje y edición
- Grafismo y titulación
- Efectos especiales y visuales

De todos estos departamentos hemos de analizar cuáles son los que se nos dan bien y de cuáles nos podemos responsabilizar.

En nuestro caso, nos hemos responsabilizado de guion, producción, dirección, decoración, música, montaje y edición, grafismo y titulación y de los efectos especiales y visuales. De la interpretación nos hemos encargado de buscar a los actores que pensamos eran adecuados para el papel. En cuanto a la cámara e iluminación, vinieron dos compañeros de clase, Joan Gili y Sandra Galvañ que se encargaron de cámara, iluminación y script. Del sonido se encargó otro compañero, David Valencia.

### 2.4.4. Desglose del guion

Según los apuntes de la asignatura de producción de 3º de Grado con la ya citada Verónica Cerdán, el desglose del guion sirve para poder elaborar un presupuesto aproximado, un calendario de producción y un plan de rodaje. La finalidad es conocer con precisión todo lo que va a hacer falta para llevar a cabo la película. Tenemos que extraer del guion literario todos aquellos elementos que repercuten en la planificación y en el presupuesto: reparto, localizaciones, atrezzo, vestuario, maquinaria, etc.

Las hojas de desglose llevan una codificación:

Int/Día: Blanco

Int/Noche: Azul

Ext/Día: Amarillo

Ext/Noche: Verde

El contenido de las hojas de desglose debe llevar:

- Fecha: día en el que se prepara el desglose
- Nombre del director de producción y empresa productora
- Título del guion
- Número de página
- Número de secuencia
- Localización. Lugar real de ubicación
- Decorado
- Int/Ext – Noche/Día
- Sinopsis muy breve. Identificación rápida
- Páginas de guion. Se dividen en 8 secciones de 2,5 cm. Si ocupa menos de 2,5 cm, se considera 1/8 de página. Sirve para hacernos una idea de la dificultad que tiene esa escena.

Se utilizan diversos lápices de colores para “señalar” el guion impreso en hojas blancas. Para subrayar los repartos de los actores, cuando hace falta algún especialista (pelea, puñetazos, caídas...), cualquier referencia al vestuario, el maquillaje, el atrezzo (objetos que se utilicen y hagan falta), equipamiento especial, vehículos (usados por los actores y los que están situados de fondo para ambientar), animales, sonido/música.

Al ser una producción de pequeña dimensión hemos realizado solamente el guion técnico, en el que se especifican todos los encuadres que se van a grabar, los personajes que aparecen en cada uno, sus diálogos y el sonido que se requiere. El guión técnico lo podemos encontrar en el Anexo V



A partir de los diferentes desgloses, los diferentes equipos, en este caso, nosotros mismos, realizamos una serie de listas de necesidades:

1. Lista de personajes. Con las características, dirección, reglamentos y contratación.
2. Lista de decorados. Dirección de arte, construcción en plató, almacenamiento y tiempo de montaje/desmontaje, listado de modificación de espacio en exteriores.
3. Lista de animales (si los hubiese)
4. Lista de música. Original, de librería o pregrabada, y sus derechos.
5. Lista de vestuario. Arte y vestuario, los complementos, necesidades por personaje y por escenario.
6. Lista de maquillaje y peluquería.
7. Lista de fotografía. Director de fotografía, cámara, objetivos, iluminación, etc.
8. Lista de sonido. Técnico de sonido, las necesidades, y listado de su material.

Estos listados si hablamos de un largometraje son listados de crucial importancia y muy largos, y deben estar organizados y entendibles. Nosotros, al realizar un cortometraje de pocos recursos y bajo presupuesto, los listados se pueden agrupar y reducir.

En nuestro cortometraje hemos realizado para todo el equipo los siguientes listados :

- Listado de secuencias con su nomenclatura y ubicación en el guion.
- Listado de localizaciones con las direcciones exactas de los lugares de trabajo.
- Listado de material de rodaje. Todo aquel material que nos hace falta.
- Listado de atrezzo. Para cada uno de los actores y para cada una de las localizaciones.

Listados disponibles en el Anexo VI.

#### **2.4.5. Presupuesto**

Luis A. Cabezón y Félix G. Gómez Urdá (2010: 111 – 113) afirman que necesitamos obtener la información económica más fiable, para lo cual la elaboración del presupuesto se hace necesaria. Evidentemente, las cifras resultantes son movibles, esto es, pueden ser variadas en cualquiera de las partidas que se dividan.

Para elaborar estas partidas de gastos es recomendable seguir el modelo de presupuesto que propone el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales:

1. Guion y música.
2. Personal artístico
3. Equipo técnico
4. Escenografía
5. Estudios rodaje/sonidos y varios producción
6. Maquinaria, rodaje y transportes
7. Exteriores. Localizaciones, viajes, dietas, hoteles y comidas.
8. Película virgen
9. Laboratorio
10. Seguros e impuestos
11. Gastos generales
12. Gastos de explotación, comercio y financiación

Estos listados están pensados para un largometraje. Para un cortometraje y más para *freelance*, no harán falta todos ellos. Por ejemplo, la película virgen, estamos en un siglo en el que todo es digital y es más barato hacerlo de esa manera, por lo que el laboratorio tampoco haría falta, puesto que el material de rodaje se pasa directamente a un disco duro, y de ahí al ordenador.

David Puttnam (2013: 37) nos dice que su consejo al preparar un presupuesto es: no te mientas a ti mismo.

#### **2.4.6. La financiación**

Norman H. Garey (2013: 127) dice que la cuestión de la financiación de películas generalmente comienza con la filosofía del productor emprendedor. Muchos productores prefieren ser originales y crear sus propias ideas.

Las ideas que sobre financiación que nos da Chris Jones (2010: 59) son, primero, el mejor dinero que se puede ahorrar es el dinero que no se gaste. Segundo, tener un mix de ideas operando en sinfonía. Hay muchas páginas web de personas haciendo donaciones a proyectos, como el 'crowdfunding' (forma de financiación en la que se ofrecen suvenires a cambio de ayuda económica de varias personas para llevar a cabo un proyecto), que todo el mundo lo está intentando en estos tiempos, y una vez que todos hacen lo mismo es hora de mirar otros caminos.

En la página web de emprendedores.es podemos encontrar artículos muy interesantes relacionados con el sistema que hemos utilizado para realizar el cortometraje y que está muy bien hoy en día con la crisis que seguimos teniendo en España.

La idea de financiación de la que estamos hablando es el intercambio o trueque de favores.

Según la misma web de emprendedores, un favor es por definición algo que se concede sin esperar nada a cambio. Pero en el mundo empresarial el intercambio de ayuda no se suele realizar de forma completamente altruista. Entonces, ¿Cómo entrar en este juego sin quemarnos?

El intercambio de favores es una práctica que tiene mala prensa y a menudo suscita recelos cuando se salen del ámbito de la familia y los amigos más directos. La imagen de “don Vito Corleone” en la película *El padrino* repartiendo dádivas que después se exigen a punta de pistola pesa demasiado en el inconsciente colectivo. Y las noticias sobre sobornos y cohechos que leemos todos los días en los periódicos realimentan el temor a pedir una ayuda que después nos pueden cobrar muy caro.

Si nos olvidamos de la política y de historias, el trueque de favores en el mundo de la empresa es bastante frecuente. Y ni es ilegal ni suele generar problemas morales. Es más, cuenta Luis Manuel Calleja, profesor de Dirección General y Política de Empresa, en la web que “los buenos directivos y sobre todo los buenos empresarios son gente particularmente bien dotada para pedir favores. Lo hacen con encanto y con el don de la oportunidad. Siempre saben a quién tienen que pedirlo y cómo hacerlo. La vida empresarial está plagada de favores”.

El artículo comenta que este tipo de ayudas crea un vínculo de amistad y de confianza muy fuerte entre las partes. Aunque también este intercambio de favores tiene un lado perverso, ya que cuando alguien nos ayuda nos sentimos en deuda y con la obligación moral de devolverle el favor prestado cuando sea necesario.

Ivan Clemments (2010: 67, 68) nos proporciona varios consejos que podemos seguir para hacer tratos:

1. No lo compres o lo alquiles, tómalo prestado de un amigo.

2. Sé cortés, razonable en la solicitud de lo que necesites. Sé flexible también. Las personas generalmente quieren ayudar.
3. Oferta a pagar frente a un gran descuento.
4. Pide primero consejo, y luego si te pueden ayudar. Si es por ese camino, cuando pides ayuda, ellos ya están manteniendo una relación y saben también que no posees de crédito. Sus consejos seguramente sean útiles también.
5. Lo más prestigioso es tu película, aunque se pueden conseguir ofertas. Así que hay apuntar muy alto en tu concepto, apostando por formatos y casting.
6. Siempre paga tus facturas a tiempo. Otros cineastas seguirán tus pasos.
7. Si no puedes pagar tus facturas, mantente cerca de a quien debes dinero.
8. Comunícate vía teléfono o en persona. Y solo usa el mail para mantener el contacto. El email no es un camino ideal para pedir ayuda.
9. Haz regalos a aquellos quien realmente te han ayudado – una botella de vino funciona de maravilla. Haz amigos y mantenlos para la próxima.
10. Ofrece tickets para el estreno, pero no esperes que la gente se sorprenda en estos días.
11. Si te han pagado por el trabajo, ofrece a aquellos que te hayan ayudado pagándoles el trabajo.
12. Ponlo por escrito.
13. Si obtienes un trato gratuito con el equipo, van a querer que les asegures, así que nunca es realmente gratis.

Nuestro cortometraje se ha financiado con este sistema de intercambio de favores. Empezando por los actores, los dos ladrones jóvenes aceptaron por ampliar el curriculum. Los actores que hacían de dueños son dos jubilados que estaban encantados con la idea ya que les sobraba mucho tiempo y les hacía ilusión. El equipo técnico aceptó ayudarme porque son compañeros de la carrera y hemos quedado en que cuando ellos necesiten de ayuda pueden contar con ello. En cuanto a las localizaciones con el Chill Out hemos quedado en que colocábamos el logotipo al principio de los títulos de crédito y mostrábamos productos que hacen en las escenas; con la casa/mansión que era una nave de muestras de diferentes empresas, hemos quedado en que les devolveremos el favor realizándoles un vídeo promocional. Lo único en lo que hemos gastado dinero ha sido en la comida para los empleados, un poco de atrezzo para los actores, y los desplazamientos.

#### 2.4.7. Localizaciones

Luis A. Cabezón y Félix G. Gómez Urdá (2010: 148, 149) definen como localización todo aquello que no es ni estudio ni plató. Son todos los lugares naturales, interiores o exteriores. Lo que se pretende conseguir con la localización es muy sencillo:

- Desde el punto de vista de la producción, hay que tener en cuenta las exigencias presupuestarias y logísticas y adecuarlas a lo disponible.
- Desde el punto de vista artístico, se busca aquel decorado que sirva para los propósitos planteados por la historia.

Un problema añadido, comentan los mismos autores es que, respecto a la filmación en localizaciones (interiores o exteriores), es la obtención de permisos. Éstos deben ser presentados por escrito y firmados por ambas partes, para que quede constancia de la cesión de un terreno o casa, exista o no el pago de una cantidad como contraprestación.

Kathy McCurdy (2010: 84 – 86) nos da unos consejos acerca de las localizaciones:

1. Grabar en localización puede ser una de las mayores ventajas que puedas tener, ya que no es necesario el trabajo minimalista del set de plató.
2. El espacio puede ser uno de los mayores problemas aunque una habitación parezca grande, estaréis como sardinas con todo el equipo metido.
3. Grabar fuera puede ser un problema si no hay manera de controlar el tiempo.
4. Consigue siempre permiso donde vayas a grabar.
5. Tener localizaciones muy separadas puede costar en término de tiempo, una hora de viaje es una hora menos de grabación.
6. Escribe bien las direcciones para que nadie del equipo se pueda perder, y si hace falta añade un mapa.
7. Hay que conseguir todas las facilidades posibles para el equipo, un sitio donde comer, donde haya un baño...
8. Cerrar calles es difícil. La policía puede ser de ayuda, pero siempre tendrán crímenes que resolver.
9. Cuando elijas una localización no te olvides del sonido.
10. Los equipos de cine ensucian las localizaciones. Limpia todo lo que se ensucie. Recuerda que puede que necesites volver si hay algún problema.

11. Piensa creativamente, muchas localizaciones pueden ser usadas para muchas cosas de tu historia. Esto minimiza el tiempo de desplazamiento entre un lugar y otro.
12. Ten cuidado con las localizaciones chulas que son imposibles de iluminar o entrar cámaras. En una gran ciudad el mero hecho de aparcar los coches pueden costar bastante.

Vamos a aplicar todos estos consejos a las localizaciones de nuestro cortometraje. Hemos contado con dos localizaciones en total para el cortometraje:

1. Localización 1.- Representa la mansión del dueño. Se trata de una nave industrial ubicada en el polígono industrial de Pedreguer (Alicante), creada por varios socios que tiene cada uno su negocio. Es una muestra de todos los diferentes productos modernos de cada una de las empresas participantes. Funciona todo con domótica. Se puede grabar durante el día las escenas de la noche gracias a que las persianas de las ventanas se bajan del todo y no entra absolutamente nada de luz. Tiene mucha iluminación útil, por lo que no es necesario usar muchos focos. En esta localización hemos grabado todas las escenas que en la historia ocurren dentro y fuera de la casa.
2. Localización 2.- Representa el restaurante al que van a cenar los dueños. Se trata en un Chill Out ubicado en el puerto de Moraira (Alicante). Al ser un espacio amplio y en vez de mesas son sofás bajos con mesas bajas, ya que ahí se cena comida japonesa y cócteles le da un aire diferente al gusto de los personajes. También conocemos muy bien al dueño y nos ha prestado amablemente su lugar para grabar la historia. Se grabará durante la tarde oscura-noche, ya que es al aire libre y necesitamos que sea de noche.

#### **2.4.8. El casting**

Federico Fernández Díez y José Martínez Abadía (2010: 101-103) a partir de la lectura del guion definitivo podemos saber cuántos personajes intervienen, cuándo, dónde y durante cuánto tiempo. También sabremos si se tratan de personajes principales, secundarios o simples figurantes, si han de ser altos o bajos, gruesos o flacos, edad, sexo, condición y demás características relevantes para la creación del tipo que aparece en el guion.

A partir de ahí realizaremos un casting. Los mismos autores anteriores definen el casting como la actividad de selección de los actores que han de encarnar a los personajes; es la búsqueda del reparto. Normalmente, el trato con actores se hace a través de sus representantes.

No obstante, hay muchos actores que no tienen representante, si se trata de actores que están empezando y no son conocidos, y los cortometrajes son una buena forma de darse a conocer.

En el caso de actores no profesionales y de niños, las pruebas con la cámara son indispensables. Para estudiar su actitud ante la cámara suelen hacerse pruebas que consisten en:

- Presentación libre. Lo que permite valorar su soltura, dicción y reacciones espontáneas.
- Texto memorizado. Sobre un mismo texto se le piden diferentes interpretaciones.

Las pruebas ante la cámara tienen diversas finalidades:

- Escoger entre varios actores.
- Buscar la fórmula de interpretación más adecuada al papel de un actor determinado.
- Buscar el vestuario y la caracterización adecuada, la peluquería, etc.

Terry Tocantins y J.J. Mayes (2010: 76-81) nos dan unos consejos sobre la elección de los actores:

1. Entrevista a actores, no amigos.
2. Planifica suficiente tiempo para encontrar a los actores, son lo más importante para que el rodaje salga bien.
3. Si puedes conseguir ayuda de algún director de casting, mejor.
4. Los agentes siempre negocian y hacen tratos. Su trabajo es conseguir buenos trabajos y buen dinero para sus clientes. Te verán como uno más, aunque piensen que el guion es bueno.
5. Hay muchísimos servicios de casting on-line, algunos prácticos otros no. Investígalos.

6. Los actores son diferentes, no los trates como al resto del equipo.
7. Trabaja con los actores todo lo que puedas. Es importante que estés cerca de ellos para que estés conforme con lo que puedan hacer.
8. Cuanto más conocido sea el nombre del actor, seguramente necesites manejar más cosas. No te sorprendas de las necesidades dietéticas especiales que puedan necesitar, recoger y dejar a la diva, y en general aceptar su carácter.
9. Sé honesto sobre las condiciones de trabajo y paga antes de las audiciones.
10. Recuerda de estar conectado con los actores y no estar detrás de la cámara dando órdenes.
11. Cuidado con ofrecer tratos diferentes a los actores. Si uno tiene más que el otro, puede llevar al enfado. Todos deberían estar ahí por ser parte de un sueño y no por el dinero.
12. No hagas el casting desde tu habitación. Busca un lugar profesional.
13. Los actores pueden abandonar por muchas razones, pero mantenlos en tu carpeta de contactos. No quemes ningún contacto.
14. Aprende a detectar dos talentos, cuando está en la habitación y actores que lo pueden ser. Necesitarás ambos.
15. Graba las audiciones que hagas, después de ver 300 personas, las caras tienden a fusionarse.
16. Mantén el casting hasta que encuentres el actor adecuado y no algunos.

Ten el casting adecuado y tu película se hará sola. Invierte tiempo y recursos en hacer un buen casting.

Para nuestro cortometraje hemos realizado un evento en Facebook, se envió a un organizador de teatro, y lo envió a diferentes actores. Elegimos a dos actores que encajaban con el perfil de los ladrones jóvenes. Para el papel de los dueños, era más complicado encontrar actores que encajaran, por lo que al final contamos con una pareja de jubilados que tienen mucho desparpajo y mucho tiempo para estudiar el guion y sus papeles.

#### **2.4.9. Plan de rodaje**

En la asignatura de producción con Verónica Cerdán Molina, vimos que el plan de rodaje es un calendario donde se establecen elementos de la producción según un orden determinado.



Es un factor para evaluar coste, el tiempo para tener contratada a la gente, el número de sesiones en las que interviene un actor, etc...

Se elabora agrupando las secuencias de forma que el tiempo, el personal y los recursos se utilicen de la forma más conveniente.

Cuanto menos tiempo mejor producción, menor coste.

Los criterios a la hora de establecer el orden de rodaje en una película son:

1. Las secuencias mecánicas, es decir, las localizaciones. Se trata de agrupar todas las escenas con la misma localización, para rodar primero esas escenas. Esto crea proximidad, y planifica el tiempo de traslado. Dentro del plan de rodaje se establece montar iluminación, posicionamiento de cámara y encuadre, además del ensayo de los movimientos de cámara, de los actores y toda la coreografía entre ambas. El decorado base no se incluye en el plan de rodaje.
2. Reparto. Debemos agrupar lo máximo posible las sesiones de los actores, dependiendo también del reglamento laboral. Para los actores suelen ser sesiones, semanas o tanto alzado.
3. Otros. Jornada diurna o nocturna. Noches en previo a fin de semana. Según el estatuto de los trabajadores, entre jornada laboral y jornada laboral deben pasar 12 horas. Si es exterior o interior. Si el rodaje tiene niños, etc.

El plan de rodaje se elabora en una tabla que debe llevar los siguientes factores:

- Día de rodaje (fecha)
- Interior/Exterior
- Día/noche
- Planos, tomas x plano
- Decorado
- Localización
- Tiempo de rodaje, tiempo de preparación
- Personajes (nº Vestuario)
- Figurantes y especialistas
- Material técnico. Observaciones.

El plan de rodaje que hemos realizado para nuestro cortometraje se puede encontrar en el Anexo VII.

#### 2.4.10. Contratos

En la misma asignatura de producción anteriormente citada con Verónica Cerdán, vimos los contratos de los empleados acerca de una producción audiovisual.

La relación contractual está regulada por las leyes de cada país. Además de ser un acuerdo entre dos partes, hay una serie de leyes que se recogen en el estatuto de los trabajadores y en los convenios colectivos de cada país.

En la etapa de la producción el productor, en nuestro caso nosotros mismos, se encarga de supervisar la contratación: duración, periodo de trabajo, tratamiento de horas extras, nocturnidad, tiempo de descanso, cotizaciones, etc.

Tras la negociación, se firma un memorando que pasa a la secretaria de producción y que dará origen al contrato. El memorando es una especie de compromiso y se suelen cumplir siempre.

El clausulado puede ser simple o muy complejo.

Según la categoría los contratos deberán llevar:

- ACTORES

1. Objeto del contrato.

El nombre del personaje. La categoría del personaje. Características de la obra. Tipo de obra, páginas de guion, título, género...

Declaración del actor. Siempre hay que desarrollarlo bien, significa que el actor conoce bien el guion, conoce además los segmentos de la obra que sean menos habituales, y que está de acuerdo. Ejemplo de desnudos de los actores en alguna escena. Se añadirá un anexo en el guion, y en la declaración las cuales el director considera que pueden ser conflictivas.

2. Servicios.

La interpretación, pruebas de maquillaje, vestuario, ensayos, tráiler... estos son los servicios a los que el actor se somete, y han de estar estipulados en el contrato.

### 3. Número de sesiones. Conceptos:

Interpretación. Ensayos, pruebas, etc... Se le va a pagar la cesión de los derechos de fijación, reproducción y distribución sobre la obra (un 5% de su sueldo). Los derechos que cede el actor. Los actores principales y protagonistas cobran además un "Tanto Alzado". Representante. Hay que estipular si el representante está pagado dentro del contrato. De lo que se le paga al actor. (El representante es un extra que paga el actor, no la productora).

### 4. Desplazamiento y dietas.

### 5. Cesión de derechos:

Derechos de fijación. Derechos de reproducción. Derechos de distribución. Derechos de comunicación pública. Derecho de disposición al público. Derechos de doblaje y subtítulo.

### 6. Títulos de crédito.

Si los créditos van a ser en cartón (los del principio, director, productor, actores principales, etc) o los de rodillo. No es lo mismo que el nombre salga en rodillo que en cartón. Se estipula hasta el orden de los cartones y sus nombres correspondientes, el tamaño de la letra y la tipografía que se va a utilizar.

7. Promoción. Los estrenos en cines han de estar estipulados en el contrato. A cuantos estrenos ha de ir el actor, el director, etc.

### 8. Resolución de contrato.

Hay determinadas cláusulas específicas, como es por ejemplo la impuntualidad repetidas es motivo de despido.

Hay otro en este apartado que es la mala relación con la dirección de la película, se estipula este apartado.

También se estipula cómo la productora va a pagar al actor, por partes, todo a la vez, etc...

- TÉCNICOS

1. Objeto del contrato.

El contrato laboral es el contrato que se rige por el régimen de los trabajadores, y el contrato mercantil es el contrato de los autónomos.

Hay que especificar además de la película, cómo quieres ser contratado: si mediante contrato laboral o contrato mercantil.

2. Periodo de vigencia. Estipular las fechas de rodaje (inicio y fin). Posibilidad de alargar el rodaje. Posibilidad de indemnización o no, de los trabajadores si la película no llega a terminarse.

3. Funciones del trabajador. Hay que establecer la función específica del trabajador.

4. Contraprestación. Se estipula por semanas, pero en realidad se cobra al mes.

5. El horario. El horario que va a realizar. Se ha de dejar claro que el horario será flexible, estipulando que el estatuto de los trabajadores obliga a que entre jornada laboral y jornada laboral han de pasar 12 h. Lugar de trabajo. Títulos de crédito. Igual que con los actores, generalmente si es un técnico irá en rodillo, si es un director de fotografía importante, seguramente irá en cartón.

6. Incumplimiento.

- GUIONISTA

- ✓ Fase de desarrollo antes de preproducción.
- ✓ Los grandes problemas: pagos e intervención de terceros.

**Es el caso de la adaptación.**

Una opción sobre los mismos. Se hace una reserva, la productora paga una cantidad estipulada por ambas partes, y normalmente suele durar entre 1 y 2 años. En ese tiempo que se ha establecido, hay que buscar, guionista, buscar financiación, etc.

- ✓ Adquirir los derechos de adaptación audiovisual.

- ✓ Derecho de transformación.
- ✓ Derechos de explotación sobre la producción audiovisual.
- ✓ Derecho de subtítulo y doblaje.
- ✓ Duración del derecho de adaptación.
- ✓ Cesión en exclusiva.
- ✓ Ámbito geográfico.
- ✓ Contraprestación económica. En función de lo que ya hemos pagado en la reserva.
- ✓ Garantías. Va a usar diálogos de la misma novela, dónde va a figurar en los títulos de crédito, etc.

### **El caso del guion original.**

- ✓ Título provisional.
- ✓ Arrendamiento de servicios de un profesional de la escritura de un guion.
- ✓ Fechas de entrega del tratamiento y descripción personajes.
- ✓ Fecha guion definitivo.
- ✓ Cesión de derechos.
- ✓ Remuneración.
- ✓ La productora adquiere los derechos sobre el guion.
- ✓ Autoría y originalidad.
- ✓ Confidencialidad.

- **DIRECTOR**

Decisiones tomadas junto con la producción. Estipular el que tiene el corte final de la película. Lo suele tener la productora, que es la que lleva el tema financiero.

Elección de los colaboradores principales. El director los puede elegir, ya que es importante elegir el equipo con el que trabaja habitual, para poder hacer un trabajo en equipo agradable.

Control o no del montaje final. Cuando ya la película está terminada, el equipo ve la película. Decisión de quien tiene el control de quitar planos, cambiarlos, etc...

Promoción de la película.

Cantidad de película virgen. También se puede establecer por contrato, tiene que ver con las tomas. Cuanto más película, más tiempo de montaje, etc...

Fechas. Fechas de todo, preproducción, rodaje, montaje, finalización, etc... (todo con abanicos amplios). Remuneración. Será por tanto alzado (normalmente va por encima del convenio), y cómo vamos a pagarle, (si en preproducción una parte, rodaje otra; mediante meses; etc).

## LOS SEGUROS

Se hacen porque producción tiene que presupuestar. El coste en cine es muy alto. Los seguros más comunes son:

- Seguridad Social-Régimen general. Dar de alta a los trabajadores, registrarlos en la seguridad social.
- Responsabilidad civil. Cubre cualquier incidencia o daño a terceros, ajenos al rodaje. Para poder presentar este seguro necesitamos tener una empresa o una asociación.
- Seguro de accidentes. Este seguro implemente en el seguro de la seguridad social, se le hace a gente del equipo, normalmente a los actores, protagonistas o principales, en ocasiones al director. Siempre a los especialistas. No solo es por cubrir incidencias con el trabajador, sino para poder cubrir el paro del rodaje.
- Seguro de negativo. Puede ir del comienzo de la peli hasta el final. Las productoras pequeñas aseguran el trayecto del negativo del set del rodaje al laboratorio.
- Seguro de interrupción de rodaje. Es un seguro muy caro, puede cubrir distintos motivos. Podemos incluir lo que queramos, pero todo lo que incluyamos implicará más coste de este seguro.
- Seguro de reposición de material. Cualquier cosa con respecto al material, que se reponga.

- Seguro meteorológico. Pueden analizar el tiempo en una zona determinada, y estos seguros pautan el tiempo que se desee para el rodaje, se hace un estudio del tiempo.
- Seguro de robo. Seguro normal, de robo.
- **Seguro de buen fin.** Todos estos seguros, incluso más, se reúnen en el seguro de buen fin. Supone el 6% del presupuesto de la película. Muy pocas empresas lo ofrecen, en vez de hacerlo por separado, hacen un paquete de seguros.
- **Garantía crediticia.** Este seguro se hace cuando tenemos préstamos de banco, son como los seguros que se hacen cuando se pide una hipoteca. Es un seguro por si tenemos que solicitar algún tipo de préstamo al banco. Los dos últimos seguros los suelen pedir las distribuidoras, para asegurarse de que el proyecto llega a buen fin. Es para que los posibles financiadores de la película quieran participar en la película.

## 2.5. Proceso del rodaje

En este apartado veremos todos aquellos factores y responsabilidades de la etapa de grabación de la pieza audiovisual. Veremos qué es un director y el equipo que necesita, los diferentes movimientos de cámara y sus lentes, cómo componer un plano, cómo llevar la interpretación de los actores en el set, y los errores más habituales que podemos cometer en un rodaje.

### 2.5.1. Concepto de dirección

Según el *Oxford Dictionary of Film Studies*, es el trabajo de supervisar y controlar actores y personal durante la preproducción y la producción de una película. El trabajo del director empieza en la preproducción, en el que toma decisiones para preparar el rodaje. El director trabaja organizadamente con el productor, para sí asegurar que lo que se ha planeado encaja con las condiciones de la historia. La preparación del guion involucra a que el director trabaje con el guionista. Los elementos creativos del guion son: clarificación de la historia, planificación del estilo visual y diseño de la película, y la planificación de la iluminación.

Terence St. John Marner (2011: 11, 44-47) afirma que el director debe poseer conciencia integral de la tarea que se apronta a realizar a pesar de los muchos “jefes” para los que puede tener que trabajar. El dinero, o la falta del mismo, es la disciplina artística del realizador cinematográfico. Se espera que el director encaje sus ideas dentro de presupuestos predeterminados, y el presupuesto será cortado a la medida del tema. Casi siempre, sin embargo, el director tiene que encontrar un tema – o adaptarlo – que se pueda encuadrar dentro del presupuesto establecido. “Es importante asumir esta limitación positivamente para descubrir qué se puede hacer con el dinero disponible y olvidar lo más pronto posible lo que se podría haber hecho con más (¡o menos!) dinero.”

Muchos realizadores ya afianzados se encuentran a sí mismos sufriendo el mal de habérseles facilitado demasiado dinero. De cualquier manera, este problema generalmente no concierne al principiante.

Un aspecto importante de la responsabilidad del director sobre el “diseño” del film es su decisión acerca del “estilo” que éste tendrá. El director tiene que tomar resoluciones con respecto al lugar, la iluminación, el montaje, la interpretación, etc., que de alguna forma reflejarán su propia sensibilidad y en consecuencia serán un resumen del director como artista creativo.

#### **2.5.1.1. El director de fotografía**

El *Oxford Dictionary of Film Studies*, llama *cinematography* al proceso de capturar el movimiento en una película, más específicamente el control y planeamiento de iluminación y cámara durante el rodaje. La persona que se responsabiliza de esta tarea se llama director de fotografía. El que tiene total autoridad sobre la creatividad es el director, pero suelen colaborar.

Las funciones de las que se encarga el director de fotografía comienzan en la preproducción. Visitarán las localizaciones para ver las posibilidades de iluminación y grabación. Basándose en su preparación, decidirá en qué formato grabar y qué equipo hace falta (trípodes, dollies, grúas, qué lentes, etc.).

En el *Larousse de El Cine* (2009: 143,144) explican que el equipo de fotografía se puede dividir en tres: el cámara, el denominado “de los eléctricos” y los maquinistas. Coordinando la labor de todos ellos está el director de fotografía, en ocasiones también



conocido como primer operador u operador jefe. Hay quien piensa que el director de fotografía es quien se encarga de llevar la cámara en un rodaje, cosa que, sin embargo, es poco frecuente. Su responsabilidad primordial es ayudar al realizador a plasmar el guion en imágenes, consiguiendo que haya una luz determinada para la cinta. El director de fotografía estudia la luz, prueba diversos efectos y busca salidas a los problemas de iluminación.

En el caso de los cortometrajes y a falta de personal técnico, el director de fotografía puede ser también el operador de cámara. Como ha sido nuestro caso.

El director de fotografía de nuestro cortometraje ha sido Joan Gili, compañero de clase que se quiere dedicar a la dirección de fotografía en un futuro, y nos ha hecho el favor de ayudarnos. Vino con todo su material de rodaje, cámaras, objetivos, focos, etc.

El storyboard realizado con el director de fotografía se puede encontrar en el Anexo VIII.

### **2.5.2. Movimientos de cámara**

Alexander Mackendrick (2013: 268-273) para la mayoría de directores y operadores, los detalles del movimiento de cámara son una cuestión de estilo y de preferencias personales. A un director puede gustarle una cámara fluida, siempre en movimiento, y otro puede preferir la disciplina y severidad de los planos estáticos.

Todo movimiento es relativo, afirma Mackendrick, en el libro ya citado. Para el cineasta esto quiere decir que la cámara y el ojo verán un objeto en movimiento en relación a otro estático.

Cuando se trata de cómo mover la cámara hay tres puntos a tomar en consideración:

1. El entorno (estable)
2. Las figuras (en movimiento)
3. El punto de vista de la cámara (sea o no móvil)

Hay cuatro tipos de movimientos de cámara desde una posición estática:

1. Panorámica horizontal: un movimiento de rotación a izquierda o derecha.
2. Panorámica vertical: un movimiento similar pero hacia arriba o hacia abajo.
3. Panorámica oblicua: una panorámica vertical a izquierda o derecha.

4. *Zoom*: un movimiento aparente, en el que la imagen se agranda o reduce mediante procedimientos ópticos.

Es conveniente distinguirlos de los siguientes, en los que la cámara completa (la cámara más la *Dolly*) se desplazan:

1. *Travelling* de avance o de retroceso: adelante o atrás
2. *Travelling* de acompañamiento o lateral: a izquierda o derecha
3. Grúa: arriba o abajo

La combinación de estos movimientos es ilimitada, como el desplazamiento libre (e inestable) de la cámara al hombro y los planos rodados con *steadycam*, un artilugio que mantiene la estabilidad de la cámara y permite realizar movimientos etéreos. La decisión de permitir que el actor se mueva dentro del encuadre estático o de acompañarlo con la cámara puede ser cuestión de gustos pero también tiene un valor dramático, proporcionándonos pistas psicológico-perceptivas sobre los personajes.

También existen unas leyes en el cine, que hemos visto a lo largo del curso con el profesor Francisco Julián Martínez, citado con anterioridad.

Nos encontramos con las siguientes normas:

- Eje de escena o de acción. La línea imaginaria que marca la acción escénica y/o la interrelación entre dos o más personajes o entre un personaje y su mirada.
- Eje y continuidad. Se respetan los principios de:
  - Los 180 grados o Ley del eje. Línea imaginaria que se coloca en la acción. Una vez colocada las cámaras en uno de los lados de esta línea ya no se podrá traspasar. Si se traspasara esta línea crearíamos un fallo de *raccord*. Esto hace referencia a un error en la continuidad.
  - Ley de los 30 grados. Esta norma nos permite movernos aproximadamente unos 30 grados dentro de la misma zona de los 180 grados. De esta manera tendremos variedad en los planos y no cometeremos ningún error.
  - Del salto proporcional. Es una ley que respeta la escalaridad de los planos. Por ejemplo, no pasar de un plano detalle a un plano general, no sigue una continuidad en la imagen y no es estético.

### 2.5.2.1. Las lentes y la composición

Terence St. John Marner (2011: 153-175) en nuestros días existe una gran cantidad de lentes a disposición del realizador. Sin embargo, se encuentre o no el director trabajando con un operador, será la imagen la que determinará la elección de las lentes, y es importante que durante la elaboración el director sea capaz de visualizar qué clase de imagen busca.

Uno de los mayores errores que se pueden realizar con un objetivo zoom es la continua variación de la distancia focal durante las tomas. A menos que sea hecho por razones estilísticas, el uso constante del zoom significa que el director o el cámara no tienen bien asimilado el personaje de la toma o el efecto que pretenden lograr.

Según la web DeCamaras podemos encontrarnos con multitud de objetivos:

- Objetivo normal o estándar. Es el que cubre aproximadamente el ángulo de visión central del ojo humano. Para cámaras de 35mm se ha calculado que corresponde a una focal de 40-50mm, aunque se ha tomado como valor estándar el de 50mm. Dado que las monturas también están diseñadas para adaptar cómodamente estos objetivos, son los más baratos de fabricar.
- Gran angular. Es el objetivo que cubre las focales inferiores a la estándar. En particular a partir de 35mm hacia abajo. Los hay tanto fijos como con zoom. Cuanto más angular sea un objetivo es normal que resulte más caro, dada la complejidad de su construcción.
- Teleobjetivos. Se llama a aquel objetivo con focal superior a la estándar. Por tanto con una focal de 70mm ya sería teleobjetivo. También los teleobjetivos son más caros cuanto más se alejen de la focal estándar, principalmente por el coste de las lentes necesarias. Son los indicados para fotografía deportiva o de animales y también son ideales para retratos.
- Objetivo todoterreno o polivalente. Nos referimos al objetivo zoom que cubre desde una focal de gran angular real hasta una focal de teleobjetivo moderado o incluso alto. Son apreciados para llevar de viaje sin excesivo peso, o por quienes no quieren tener que andar cambiando constantemente de objetivo.

Hay algunos objetivos que se apartan de la división anterior porque tienen alguna que otra característica muy especial:

- Macro. Es un tipo especial de objetivo que admite enfoques extremadamente cercanos. Para que se llame “macro” real tiene que aceptar el enfoque a una distancia tal que la imagen producida sea igual de tamaño que el original.
- Ojo de pez. Es un objetivo “súper gran angular” que da un ángulo de visión de 180° en diagonal o más. Esto es un artificio óptico y no tiene nada que ver con su focal, pues un objetivo real nunca podría llegar a ese ángulo. La imagen que genera sale muy distorsionada y se puede aprovechar para efectos sorprendentes. Suelen ser de focal fija.
- Control de desenfoque. Objetivo en el que, mediante un accionamiento interno, podemos conseguir que las zonas fuera de foco salgan más desenfocadas que en un objetivo común, y controlar además el efecto. Son objetivos muy especiales usados normalmente para retratos.
- Catadióptrico. Se trata de un tipo de objetivo que lleva espejos en su construcción (muy similar a algunos telescopios). Son más ligeros y mucho más pequeños que un teleobjetivo normal de la misma focal, aunque tienen peor calidad en las zonas desenfocadas.
- Tilt & Shift. Es un tipo especial de objetivo para realizar determinados efectos. Consta de dos funcionalidades diferentes pero complementarias: Tilt es la posibilidad de bascular el objetivo. Shift es la capacidad de desplazar el objetivo de su eje. En fotografía arquitectónica se usan mucho, y en muchas ocasiones puede ser necesario usar las dos funciones simultáneamente.

El director de fotografía de nuestro cortometraje ha usado diferentes objetivos para conseguir distintas sensaciones, uno de ellos ha sido el ojo de pez, para dar una sensación más cómica y absurda a la situación.

### **2.5.3. La interpretación**

Alexander Mackendrick (2013: 189-201) por regla general, el director es un artista “interpretativo” y a menudo se le pide (el actor, nada menos) que sea crítica y analíticamente autoconsciente en su aproximación, y que la adorne con explicaciones verbales basadas en profundas reflexiones. El actor dotado, sin embargo, suele trabajar desde la intuición, el instinto y las motivaciones antes que desde la comprensión intelectual (aunque, desde luego, un buen director también trabajará en cierta medida con su imaginación e intuición).

El actor está absorto en una fantasía y, al mismo tiempo, en otro nivel, mantiene contacto con la otra dimensión, la realidad que le rodea fuera de la ficción.

Puesto que la imaginación del actor necesita de un control permanente, Alexander cree que hay unos cuantos conceptos básicos con los que debe familiarizarse (especialmente, si tiene formación teatral) antes de colocarse ante una cámara.

Los actores con experiencia en la pantalla suelen tener una gran habilidad en el ritmo y precisión de sus miradas algo que puede resultar tan importante como la entonación, la pronunciación y el ritmo de una frase del diálogo.

El actor debe decidir lo que el personaje se está diciendo a sí mismo en cada momento, como si escribiera una especie de monólogo interior continuo que expresara los pensamientos, reacciones y actitudes del personaje.

Hay un buen número de rutinas que el director puede adoptar para asegurarse de un entorno fluido en el rodaje y una buena relación con sus actores. Quizá la más importante sea darse cuenta de que el actor es el más valioso colaborador del director.

Mackendrick nos desvela algunos consejos sobre lo que nunca deberíamos hacer con los actores, o lo que nunca debería parecer que hacemos:

- Nunca ignoréis a un actor. Aunque no resulte fácil, es importante tomar lecciones de humildad porque la comprensión cordial del equipo y, especialmente, de los actores, solo se adquiere, lentamente, gracias a la experiencia.
- Nunca os mostréis distantes con los actores. Una buena interpretación se afina siempre por la respuesta de los que la contemplan.
- Nunca tengáis miedo de hacer cualquier cosa con tal de proteger al actor. Cualquier injerencia en su seguridad o cualquier distracción en su concentración es una amenaza para su interpretación.
- Un director no contribuye a la interpretación dando instrucciones al actor sino sirviéndole de inspiración.
- Nunca deis un paso sin estar verdaderamente preparados.

Lo habitual es trabajar con los actores antes de fijar las posiciones de cámara, pero en realidad es bastante más complejo que eso. Nuestro trabajo consiste en guiar gradualmente al actor hasta que dé con lo que nosotros hayamos pensado previamente.

#### **2.5.4. Los errores más habituales**

*Larousse* (2009: 161) como en cualquier otro trabajo, en el cine se cometen errores con relativa frecuencia. Es muy difícil que una película quede absolutamente perfecta. Siempre hay pequeños fallos que, en ocasiones, hasta pasan desapercibidos para sus propios artífices y, luego, los ponen al descubierto los cinéfilos más inquietos.

En muchos casos, los errores se hacen visibles ya en el montaje, aunque resulta muy costoso corregirlos. Los directores sufren en función de lo perfeccionistas que sean.

Uno de los fallos más típicos consiste en que el equipo técnico quede al descubierto en alguna toma. Esto suele ocurrir cuando el protagonista pasa por delante de un espejo.

La profesión del microfonista es mucho más complicada de lo que parece a primera vista. Al trabajar con la pértiga, este técnico tiene que soportar un peso considerable teniendo sus dos brazos en alto. Además, ha de conseguir que el micro siga a los protagonistas siempre a la misma distancia, para que haya un registro de sonido sin alteraciones. Esto es sumamente complicado. Si se trata de una toma larga, el microfonista puede acabar con los brazos doloridos y, por un instante de relajación, el micro puede aparecer en el plano.

El operador se tiene que asegurar muy bien de qué es lo que se ve por el visor de la cámara. También tiene que tener cuidado a la hora de componer los encuadres, evitando que a un actor se le corte la cabeza o que sólo le queden fuera de plano los pies.

El director de fotografía tiene que cuidar que su iluminación no provoque fenómenos no deseados.

#### **2.6. Proceso de montaje digital**

En el siguiente apartado veremos la parte de edición de un proyecto, de lo que se hace con el material una vez que se ha creado. Vamos a ver en lo que consiste la edición o

montaje, cómo se trabaja, cuáles son sus trucos, cómo se trabaja el sonido en este proceso, la música y sus derechos y consejos para su uso.

### **2.6.1. Concepto de edición**

Larousse (2009: 166). El montaje es uno de los procesos más importantes en la realización de una película. En muchos casos es definitivo, tanto para lo bueno como para lo malo. El montaje sirve para ordenar lo que se ha rodado. El montador se encarga de ordenar las tomas según figuran en el guion, de dar un ritmo determinado a la película, coherente con el propio ritmo de los planos, y de dotar a toda la historia de una continuidad que evite que el espectador note la transición entre los distintos planos.

#### **2.6.1.1. El trabajo del editor**

Eddie Hamilton (2010: 162, 163) nos describe el trabajo del montador en 13 pasos:

1. Etiqueta y nombra las cintas/brutos conforme van llegando del set. La organización es su mejor amigo.
2. Si se ha grabado en medios como MP4 o RED, hacen copias antes de trabajar con los programas de edición.
3. Digitalizan el material en el sistema de edición. Se aseguran de la correcta digitalización.
4. Descomponen el material de archivo en distintas tomas y las ordenan en carpetas para un fácil acceso. Se aseguran de que pueden leer y entender fácilmente las siglas o etiquetas.
5. Una vez digitalizado, guardan los archivos originales en un lugar seguro.
6. Para el primer montaje, ordenan las escenas tal como está planeado en el guion.
7. No hay que preocuparse de que el primer montaje sea muy largo, mal ritmo, o con colores apagados. Esto se arregla en los siguientes pasos.
8. Re-editan, reordenan, visualizan. Hacen esto hasta que realmente tengan la mejor edición de la película o cortometraje.
9. Bloquean la edición, lo guardan.
10. Limpian el sonido y se coordinan con el equipo de sonido. A veces pueden hacer el mix de sonido ellos mismos.
11. Redigitalizan la película en full HD res, o recuperan los archivos originales a la calidad más alta posible.

12. Se hace el etalonaje.
13. Se preparan copias en DVD para visionarlo y festivales.

Hay directores que editan, pero parte de la diversión de trabajar con un editor es tener a alguien con quien intercambiar ideas, así uno no se siente solo para encargarse de esta tarea monumental. Si uno se va a poner a editar solo, hay que intentar tener la mente abierta sobre los cambios que se puedan hacer. Así que si la gente da *feedback*, hay que ser abiertos a eso y no hablar constantemente sobre nuestro punto de vista. La opinión de cualquier audiencia es válida, deberíamos escuchar sus opiniones y hacernos con ellas, no importa lo duro que pueda ser.

#### **2.6.1.2. Los créditos iniciales y finales**

En las clases de producción con Verónica Cerdán Molina ya citada en varias ocasiones, vimos que los créditos iniciales y finales se establecen en producción, cuando el casting está ya terminado. Esto se establece por contrato y se jerarquiza por orden de importancia de los personajes y de los profesionales.

Nos encontramos con dos tipos de créditos, los iniciales y los finales. Los iniciales son los nombres de las personas más relevantes de la película. Los finales se pasan en forma de “rodillo”, y ahí sí que debe aparecer todo el equipo técnico y artístico que ha participado en hacer la película/cortometraje posible.

Hay películas que quieren hacer unos títulos de crédito iniciales animados, con efectos especiales, no quedarse sólo en poner los nombres mientras comienza la historia. Saúl Bass es uno de los más conocidos en cuanto a créditos de películas.

Nosotros hemos aprovechado una práctica de la asignatura de Efectos Especiales para crear los títulos de crédito iniciales del cortometraje. Empieza creando un mapa vista de pájaro de la casa en la que quieren entrar a robar, luego aparecen dos puntitos, uno rojo y otro verde que representan a los ladrones, que se mueven por el espacio buscando la caja fuerte. Las dos bolitas chocan, y se caen todos los elementos del mapa, menos un círculo. Este círculo se convierte en la rosca de la caja fuerte y va girando, hasta que se cae y aparece el título del cortometraje.



## 2.6.2. Consejos para la edición

Eddie Hamilton (2010: 162, 163) nos ofrece unos consejos para montar nuestra película:

1. Contrata a tu editor en la producción y comienza la edición desde el primer día de rodaje. El editor podrá ver si los planos se pueden unir, y puede informar de los problemas a medida que avanza.
2. Asegúrate de que el editor tenga todos los papeles que necesita: partes de cámara, partes de sonido, etc.
3. Generalmente es una buena idea mantener a los actores fuera de la sala de montaje. Las escenas pueden no haber salido como uno esperaba, y las inseguridades puede afectar a futuras actuaciones.
4. Elimina escenas aunque te encanten. Si no hace avanzar la historia necesitas abandonarla.
5. Si no estás seguro acerca de una escena, grábala y mira a ver si no te pierdes nada. Siempre estás a tiempo de no usarla.
6. Si tienes que hacer cambios muy grandes, anótalos en un post-it y colócalo en la pared. Esto ayudará a no estar perdidos.
7. La música y los efectos de sonido mejorarán una escena, pero no solucionan el problema.
8. Omitir el final de una escena a veces puede ayudar. Puede hacer que el espectador se pregunte, qué ocurrirá a continuación.
9. No tengas miedo de inventar nuevas escenas o diálogos. Si el espectador no entiende algo fundamental la película puede caer.
10. Dale tiempo a ponerte a montar. Cuando tomes el proyecto en unos días, lo verás con ojos nuevos y energía.
11. Si estás enfrentado con alguna escena larga y no puedes cortarla más, intenta hacer cortes inusuales. Puede que funcione.
12. Escucha a las personas que observan tus cortes. Seguramente no sepan lo que está mal, pero saben que no funciona. No cometas el error de ponerte en la posición de que sabes más porque eres el cineasta.
13. No te tomes las cosas a personal. No es cuestión de perder amistades.
14. ¡Lo más importante! Ordena todas los papeles de postproducción antes de grabar.

### **2.6.3. El sonido**

Larousse (2009: 176) a pesar del importante impacto que causó la llegada del sonido al cine, durante mucho tiempo éste fue como el hermano pobre de la familia. Nadie le prestaba demasiada atención. Sí, estaba ahí y servía para reproducir los diálogos de los protagonistas, el sonido ambiente y los ruidos que producían los objetos, para subrayar la acción en ciertos momentos de la cinta y para que sonaran algunas bellas melodías de acompañamiento. Fue a partir de la década de 1970 cuando comenzó a serlo de verdad, con la moda galáctica originada con el estreno de la película de ciencia ficción La guerra de las galaxias, el sonido adquirió sin duda un papel de la máxima importancia. Sólo a partir de entonces el cine demostró ser verdaderamente un espectáculo audiovisual, capaz de sorprender al espectador tanto por el sentido de la vista como por el del oído.

Bernard O'Reilly (2010: 172) es un diseñador de sonido. Normalmente cada uno tiene trabajos distintos en la postproducción de audio, como el mezclador, el editor de diálogos, etc., pero este es el caso de grandes producciones. En producciones de bajo presupuesto suelen hacer mucho más.

Bernard O'Reilly (2010: 173) el área de sonido en producciones de bajo presupuesto muchas veces falla, y no es lo que necesitan. La tecnología es barata y toda buena banda sonora requiere conocimientos y mucho trabajo. Hay que ser creativos con el sonido y tratar de llenar la música. Hay que trabajar en limpiar los diálogos o sino haciendo un doblaje con los actores. También añadir y trabajar los sonidos de ambiente, hay numerosos bancos de sonido de las grandes productoras que se pueden usar y son profesionales.

#### **2.6.3.1. Elementos del sonido**

Bernard O'Reilly (2010: 174) nos describe seis elementos del sonido:

1. Pistas de diálogo. Mantén diálogo limpios y claros, y donde haga falta usa el doblaje de voz de los actores.
2. Pistas de efectos de sonido. Graba un seguimiento de todos los elementos que puedas. Diferencia entre efectos desde el punto de vista de los personajes y de los que pertenecen a acústicas generales (como la sirena de un coche policía).

3. Pistas de atmósfera. Usa sonidos atmosféricos para ayudar a crear continuidad en la escena.
4. Pistas “Foley”. El movimiento de los actores en escena necesita de un sonidista que grabe el sonido de esos movimientos.
5. Música. Usa la música cuando realmente la necesites.
6. Herramientas de sonido. Los sonidistas tienen herramientas para evitar o causar efectos por ejemplo de eco, ruido de la calle que no interesa, viento, etc.

José Nieto, ganador de 6 Goyas por su música y sonido, dio una conferencia el 16 de marzo de 2015, llamada “El sonido en la estructura narrativa audiovisual”. En la conferencia adquirimos muchos conocimientos acerca del sonido.

La narración ordena sus elementos en el tiempo, por lo que el contenido y el tiempo se convierten en algo fundamental. Hay que conocer el léxico y tener estilo.

José nos relata que el ritmo narrativo es el contenido (contenido visual + contenido sonoro) dividido por tiempo. En cine, los tiempo muertos se acumulan y pesan. Y por lo tanto disminuyen el tiempo narrativo. Pero, ¿qué es un tiempo muerto? Son planos en los que la acción ha terminado, y duran más de lo que tiene que durar. El espectador percibe, ve y oye el cine como si fuese un código gramatical. La estructura en cine, música y teatro tiene elementos básicos del lenguaje.

Primera función del sonido: en qué manera el sonido afecta a la planificación.

Segunda función: los signos de puntuación. Eso es lo que le da claridad e inteligibilidad a la narración.

El sonido sirve para justificar el tiempo que pasa. Cuando un elemento se agota, se añade otro. El punto de partida sugiere una dirección. El movimiento se da por el mismo y reposo, tensión y soltura. La narración se tiene que mover mediante tensión y reposo.

La progresión es un elemento necesario para narrar. “Miro donde quiero mirar”, la cámara en cine imita la mirada y la vista humana. “Oímos lo que nos llama la atención”. Vemos de una manera y oímos de otra. En una banda sonora se compone como se oye, por capas, y cuando se hace la mezcla se le da una jerarquía.

José Nieto nos divide las escuchas en:

- Escucha espacial.
- Escucha causal o figurativa. Sirve para fuera de campo, son potentes, completan el decorado sonoro. Como por ejemplo el sonido de un tren, de un helicóptero, de los pájaros.
- Escucha semántica. Entender el significado e idioma.
- Escucha cualitativa. Siempre está en el cine. Es el qué nos produce ese sonido/voz. Es cualquier sonido que se puede describir.

En el cine no puede haber nada porque sí. Todo lo que no esté a favor de la estructura hay que quitarlo. Lo que no aporta, perjudica.

#### **2.6.4. La música**

Larousse (2009: 180) a los diálogos y a los efectos sonoros hay que sumarles la música, un elemento más que contribuye a conferir continuidad a la película y que, en ocasiones, le concede también una enorme personalidad. Sin ellas, los largometrajes quedarían totalmente desnudos.

Jermair Stegall (2010: 178) tan pronto como sea posible el cineasta debe saber si va a querer usar música original. Para hacernos una idea de lo que se quiere para la película, los storyboards suelen ser de gran ayuda, ya que el contenido es visual y es más fácil inspirarse.

El mismo Stegall aconseja que hay muchos recursos en internet, hay material bueno y mucho del malo. Su web favorita es [www.audionetworkplc.com](http://www.audionetworkplc.com), ahí se puede comprar bancos de sonido con licencia por unos 300 euros, y se puede usar mucha de esta música en las producciones. Otro de sus consejos es que no explotemos el uso de la música, no mezclemos muy alto la música con el diálogo, y asegurarse de que todos los derechos de música están limpios.

##### **2.6.4.1. Derechos**

Jermair Stegall (2010: 181) para usar música en nuestra película, hay tres derechos legales que hay que aclarar antes de empezar a mezclar el sonido. Fallar en estos derechos en una película puede tener como resultado que nuestra película no sea vendida, comprada o visualizada en festivales:

- Derechos de publicación. Adquirir el copyright del autor o compositor del trabajo, literalmente las notas de las páginas. Esto se convierte en dominio público en 50-75 años después de la muerte del compositor, dependiendo del país. Estos derechos están controlados por un editor musical, el compositor o autor.
- Derechos de grabación. Los derechos de autor en la grabación de una canción o composición adquiridos por cualquiera de las discográficas o entidades que ha pagado por la cinta maestra o grabación original. Diferente compañías discográficas pueden poseer los derechos de autor de una grabación en países por separado.
- Derechos de sincronización. Son los derechos garantizados a un cineasta para sincronizar la música con derecho de autor en conjunto con la película. Los derechos de publicación están garantizados al compositor o canción del autor. Los derechos de grabación están garantizados por la discográfica para usar la grabación de esa canción o composición.

## **2.7. Proceso de distribución y marketing**

La distribución es uno de las áreas necesarias para que nuestro producto llegue a otras personas. Sin embargo es un mundo un poco olvidado. El campo de la distribución es muy empresarial, hay que conocer el mercado, lo que se exige, diferenciar el talento y hacer negocios. Para conocer mejor éste campo hemos entrevistado a Stuart Salter, distribuidor jubilado que vive en Jávea, y estaba al mando de las distribuidoras de toda Europa y parte de África.

Stuart nos define la distribución como el proceso de selección de películas que puedan ser vendidas en el mercado, como un asesor de mercado. Para llegar a esa selección hay una serie de pasos que un distribuidor debe hacer:

1. Ver la película y valorar su precio en mercado.
2. Calcular cuánto se puede gastar en la película y el máximo provecho que se le puede sacar, esto incluye todos los detalles como:
  - a. Doblar la película en los distintos idiomas
  - b. Marketing
  - c. Preparar los spot publicitarios

3. Una vez que tienes la película, saber en qué medios te quieres mover: cines, DVD y/o televisión.

Las distribuidoras de la majors, suelen tener un tope de películas, digamos unas 25. Si este cupo de películas de las majors no se llenan en las distribuidoras, rellenan lo que les falta buscando películas de las productoras independientes.

Las distribuidoras, nos cuenta Stuart, tienen personas en casi todos los festivales, y ahí captan también nuevos talentos.

La relación que tiene un distribuidor con el resto del equipo técnico del cine es mínimo. Con el que más puede tratar es con el productor, por hacer negocios con la película. Con el resto del equipo como el director, los actores, etc., se negocian los estrenos a los que tienen que asistir para realizar el marketing.

### **2.7.1. Festivales**

Los festivales son una buena forma y sería de dar a conocer nuestro cortometraje. Pero hay que saber ciertas cosas acerca de ellos.

Patrick Schwiess (2010: 194-199) es un organizador de festivales. Patrick nos cuenta que el tipo de películas que llaman la atención en los festivales son las que llevan emociones, como felicidad, tristeza. Por lo que no suelen atender a programas de horror o ciencia ficción.

En cuanto la asociación de festivales recibe la inscripción de los participantes, responden con un mail personal de los requerimientos y de que ahora la decisión está en manos del jurado.

Hay cientos de festivales, por lo que tenemos muchas opciones. Lo mejor es buscar en la web en qué consiste cada uno y ver cuáles encajan mejor con nuestro cortometraje.

En general, dice Patrick, en Europa los festivales son más artísticos, y en USA se rigen más por la historia.

Si el festival lleva funcionando por más de cinco años, es una buena señal. Y si lleva funcionando por más de diez es una muy buena señal. No hay que juzgar el festival por su página web, nos comenta el organizador, hay grandes festivales que tienen páginas terribles y viceversa.

Hay que chequear bien las normas antes de presentarse a un festival, puede que alguna de las normas no te guste o no esté de acuerdo.

Patrick nos facilita una lista con sus dominios web de sus festivales favoritos:

- Sedona (Febrero) – [www.sedonafilm.org](http://www.sedonafilm.org)
- Sundance (Enero) – [www.sundance.org](http://www.sundance.org)
- Toronto (Septiembre) – [www.tiff.net](http://www.tiff.net)
- Cannes (Mayo) – [www.festival-cannes.fr](http://www.festival-cannes.fr)
- Slamdance (Enero) – [www.slamdance.com](http://www.slamdance.com)
- Tribeca (Abril) – [www.tribeca.com/festival](http://www.tribeca.com/festival)
- South by Southwest (Marzo) – [www.sxsw.com](http://www.sxsw.com)
- Edinburgh (Septiembre) – [www.edfilmfest.org.uk](http://www.edfilmfest.org.uk)
- London (Octubre) – [www.bfi.org.uk/lff](http://www.bfi.org.uk/lff)
- Berlin (Febrero) – <http://www.berlinale.de>
- Venecia (Septiembre) – [www.labiennale.org/en/cinema](http://www.labiennale.org/en/cinema)
- Telluride (Septiembre) – <http://telluridefilmfestival.org>
- Palm Springs ShortFest (Junio) – [www.psfilmfest.org/festival](http://www.psfilmfest.org/festival)
- Oberhausen Short Film Festival (Abril) – [www.kurzfilmtage.de](http://www.kurzfilmtage.de)
- Karlovy Vary (Julio) – [www.kviff.com/en](http://www.kviff.com/en)
- San Sebastian (Septiembre) – [www.sansebastianfestival.com](http://www.sansebastianfestival.com)
- Sydney (Junio) – [www.sydneyfilmfestival.org](http://www.sydneyfilmfestival.org)
- Pusan (Octubre) – [www.piff.org](http://www.piff.org)
- Sao Paulo (Octubre) – [www.mostra.org](http://www.mostra.org)
- Santa Barbara (Febrero) – <http://sbiff.org/main>
- Vancouver (Septiembre) – [www.viff.org/home.html](http://www.viff.org/home.html)
- Montreal (Agosto) – [www.ffm-montreal.org](http://www.ffm-montreal.org)
- Hot Docs Toronto (Abril) – [www.hotdocs.ca](http://www.hotdocs.ca)
- IDFA (Noviembre) – [www.idfa.nl](http://www.idfa.nl)
- Silverdocs (Junio) – <http://silverdocs.com>
- Yamagata Doc Festival (Octubre) – [www.yidff.jp](http://www.yidff.jp)

### **3. Resultados**

Los resultados se pueden considerar en el plano subjetivo y en el objetivo. En el primer apartado, está la satisfacción personal de un trabajo realizado y terminado en solitario. La satisfacción de haber sabido coordinar los medios que teníamos a nuestra disposición tanto humanos como técnicos sin haber tenido que cambiar nada fundamental de la historia que queríamos relatar.

En el terreno objetivo, el resultado ha sido un cortometraje de matiz humorístico que según los espectadores que hasta el momento lo han visionado, es coherente, agradable, divertido e inesperado.

Los escenarios han aparecido casi milagrosamente, puestos a nuestra disposición por personas de nuestro entorno, enteradas de nuestro proyecto: un restaurante en la costa, automóviles, una vivienda de lujo, etc.

Han aparecido actores que benévolamente han participado y otros personajes se han prestado voluntariamente al rodaje.

Algunos compañeros de la facultad se han constituido en equipo técnico, aprovechando así esta experiencia en su formación profesional.

El resto del trabajo ha sido obra personal de la autora de este manual, que ha comprendido la dificultad de pasar de la teoría del cine a la práctica de la realización.

### **4. Conclusiones**

Tras haber realizado la investigación con las diferentes entrevistas, conferencias asistidas, información académica en libros y webs internacionales y tras el análisis de los resultados, estamos en disposición de plantear las siguientes conclusiones:

#### **1. El avance tecnológico ha sido fundamental para el freelance.**

Cualquiera puede y es capaz de coger su teléfono móvil y grabar un cortometraje. Existe material semi-profesional para cineastas independientes, asequible económicamente, con el que se pueden realizar proyectos de gran calidad. El avance de los ordenadores y programas de edición y efectos especiales al alcance también han aportado mucho a que se puedan producir películas sin un coste muy elevado.



El auge de las redes sociales también ha supuesto una mejoría para los *freelance*. Es un medio muy barato para publicitarse y darse a conocer.

La evolución de la tecnología y el paso de lo analógico a lo digital ha permitido que el cine y su industria desarrolle diferentes técnicas de trabajo. El celuloide además de caro era engorroso y ha sido sustituido por soportes electrónicos además de que se puede reutilizar. Esto hace que una sola persona pueda realizar más de una tarea diferente.

## **2. El freelance debe conocer los aspectos empresariales para crear una entidad profesional.**

Antes de empezar con la parte creativa y técnica, hay que plantearse los aspectos económicos y empresariales. Para ser profesionales y que nos tomen en serio, hay que crear una entidad empresarial, con nombre. Para poder ser empresa, hay que tener unos conocimientos acerca del mundo empresario. Es la parte menos atractiva, y como decía Genevieve, son muchos papeles y no siempre resulta fácil. Son muchos gastos al principio, pero si uno se organiza y se desenvuelve bien con las negociaciones, pronto se recupera lo invertido y comenzaremos a tener beneficios.

Si no nos aclaramos con este punto, lo mejor es acudir a profesionales de la empresa o empresarios conocidos para que nos ayuden en la gestión.

## **3. El *freelance* debe tener conocimientos de las distintas áreas del cine.**

El cine es un trabajo en equipo. Pero eso no quita que no se puedan minimizar los puestos y adaptarlos a nuestras condiciones. Es importante conocer todas las áreas de trabajo que puede haber en el cine, para reducirlas a un mínimo.

Abarcar distintas tareas significa que tenemos que poseer conocimientos acerca de los diferentes aspectos de una producción cinematográfica. Investigar, preguntar a profesionales especializados y leer mucho nos va a ayudar a mejorar en todos los aspectos.

No es evidente dominar todas las áreas. Todos nos sentimos más identificados con alguna rama en concreto y estaremos más relacionados con esa área que más nos gusta.

#### **4. La historia es el “Rey”.**

La historia que queremos contar es la razón por la que realizamos el proyecto. Es aquello que queremos comunicar. Todos los factores y pensamientos giran en torno a la historia. Qué lenguaje utilizar para que se entienda, qué actores la van a representar, qué lugares, cuál es el decorado que mejor le va, etc.

Es muy importante tener en la mente el guion tal y como lo deseamos. A partir del guion se van a ver muchos cambios de cómo lo imaginábamos a cómo se va a quedar al final.

El guion pasa por muchos filtros antes de verse en pantalla. Una vez finalizado, se realiza el presupuesto y se analizan las posibilidades. Si hay acciones o escenarios que no se puedan realizar, ya sea por falta de presupuesto o porque no está a nuestro alcance, se estudia la posibilidad de cambios o adaptaciones. Cuando nos reunimos con el director de fotografía habrá más cambios, por los objetivos de la cámara, por los movimientos, por la perspectiva de los planos, etc. Durante el rodaje nos enfrentamos con nuevos problemas como las localizaciones, limitaciones vinculadas a los actores, factores externos, etc. Por último, durante el montaje, el guion vuelve a reescribirse. Estos problemas se pueden solucionar, pero siempre hay que velar por la historia y buscar que los cambios no falseen el mensaje que transmite el guion. Porque estas adaptaciones ocurren prácticamente siempre, es por lo que debemos tener en la mente una idea muy clara del guion.

#### **5. Tener todo organizado y atado es fundamental.**

Una buena organización del proyecto nos facilita todo el trabajo. Estar prácticamente solo ya de por sí es complicado, por lo que organizarse nos va a ayudar a ser más profesionales y ver las cosas con más claridad.

Si transmitimos esa claridad al equipo, nos tomarán más en serio y habrán menos problemas. Hay que ser francos y nítidos con el equipo, explicarse en cada momento y decir lo que pretendemos con el proyecto. Esto no excluye que seamos receptivos a ideas o sugerencias que vengan de los colaboradores.

En nuestro caso, por ejemplo, entregamos a todo el equipo un sobre grande con el guion, los personajes, y unas hojas en blanco para que tomaran notas en la reunión. En

la parte delantera del sobre colocamos una tarjeta de visita con nuestros datos de contacto.

Aclarar fechas y determinar los tiempos de rodaje así como recordarlas a todo el equipo es muy importante. Que vean que no les olvidamos está muy bien y les da seguridad para seguir adelante. También es bueno transmitir al equipo un espíritu de trabajo positivo.

#### **6. Hacer buenos contactos y tratos es de gran ayuda.**

El espíritu positivo hay que transmitirlo también a todo el entorno en el que nos vamos a mover durante el rodaje. Tener a la gente que te va a ayudar cerca, hacerles sentir cómodos y pactar con ellos. Estos contactos pueden ser valiosos para un futuro y poder devolverles la ayuda que nos prestaron algún día. Establecer un buen contacto y mostrar nuestro agradecimiento facilita el trabajo y es gratificante para todos.

#### **7. Si no hay dinero, que haya tiempo.**

El dinero es un factor importante, pero si no disponemos de él se puede sustituir con tiempo. Este consejo nos lo ofreció Eugenio Mira cuando fue entrevistado. Son unas palabras muy interesantes por su gran aplicación práctica. Con dinero se facilitan muchas cosas, pero cuando uno anda más ajustado de economía, no hay más remedio que echar mano a la imaginación y que trabaje para llegar a nuestros objetivos por otros caminos. No es imposible, pero se necesita tiempo.

Por ejemplo, en nuestro cortometraje hemos contado con actores de teatro. No son malos actores, pero son de teatro y si los vamos a emplear para el cine, necesitamos trabajar su adaptación a este otro medio. Este factor no es un problema si tenemos tiempo de trabajarlo y realizar todos los ensayos necesarios para que se sientan cómodos ante la cámara y lo hagan lo mejor que puedan.

Hay que jugar con lo que uno tiene, aceptarlo y adaptarse a ello.

#### **8. Aprender a combatir la saturación mental que produce trabajar en solitario.**

Con este trabajo se ha demostrado que una persona puede asumir muchas de las responsabilidades y trabajos del audiovisual. Que se pueda hacer no significa que sea fácil. Estar solo y que nadie ayude a tomar decisiones importantes puede ser un

problema si no se tiene esa virtud. Tomar estas decisiones y que todas encajen las unas con las otras, que tengan sentido, que todo el mundo esté contento puede ser un caos si no estamos bien organizados y tenemos claro lo que queremos. La soledad frente al proyecto puede convertirse en pensamiento obsesivo, incluso llegar al bloqueo mental.

En la realización de nuestro cortometraje nos hemos encargado de la creación de la historia y plasmarlo en el guion, de la producción, de los decorados y atrezzo, del catering, de la dirección y de la edición y montaje. Realizar todas estas tareas sincronizadas y tratar de mantener a todas las personas que nos ayudan contentas, en solo dos meses se ha convertido en una situación de estrés constante.

Ha salido todo bien, pero un *freelance* debe tener la virtud de la disciplina para poder soportar toda esta presión.

### **9. Encontrar un buen equilibrio entre espíritu creativo y la inteligencia práctica.**

Es muy difícil ser una persona creativa, tener conocimientos de cine y a la vez sentido práctico. Quizás por este motivo dicen que los productores y los directores no se entienden. El director siempre velará por la creatividad y el impacto de la historia, el productor lo hará por la lógica del proyecto.

Hay que encontrar el equilibrio entre estas dos intereses a menudo contradictorios, dando por supuesto que el dominio de los conocimientos técnicos es obligatorio. La creatividad se debe ajustar a la práctica, y la lógica debe tener creatividad.

## 5. Bibliografía citada

- Abril (2010). “Creación y puesta en marcha de una empresa” [en línea], URL: <http://www.creatuempresa.org/es-ES/Documents/CreacionEmpresas.pdf> [última consulta: 22/6/2015]
- A. Cabezón, Luis & G. Gómez Urdá (2010). *La Producción Cinematográfica*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Fernández Díez, Federico & Martínez Abadía, José (2010). *La Dirección de Producción para Cine y Televisión*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Fonte, Jorge (2012). *Woody Allen*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- “Gestión de favores empresariales o intercambio de favores” [en línea], URL: <http://www.emprendedores.es/gestion/favores-empresariales/intercambio-de-favores> [última consulta: 22/6/2015]
- J. Bowen, Christopher & Thompson, Roy (2013). *Grammar of the Shot*. Reino Unido: Focal Press.
- Jones, Chris; Zinnes, Andrew & Jolliffe, Genevieve (2010). *The Guerilla Film Makers Pocketbook*. Londres: Bloomsbury Academic.
- Kuhn, Annette & Westell, Guy (2012). *Dictionary of Film Studies*. Oxford: Oxford University Press.
- Larousse (2009). *El Cine*. Barcelona: Larousse Editorial.
- Lumet, Sidney (2010). *Así se hacen las películas*. Madrid: Ediciones Rialp.
- Mackendrick, Alexander (2013). *On Film Making. Manual de escritura y realización cinematográfica*. Madrid: Ediciones Jaguar.
- McKee, Robert (2014). *El Guión, Story. Sustancia, Estructura, Estilo y Principios de la Escritura de Guiones*. Barcelona: Alba Minus.
- Monje Álvarez, C.A (2011): “Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa”. Guía didáctica. Neiva: Universidad Surcolombiana. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas programa de Comunicación social y Periodismo. URL:

<http://carmonje.wikispaces.com/file/view/Monje+Carlos+Arturo+-+Gu%C3%ADa+did%C3%A1ctica+Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n.pdf>

- Nash, Patrick (2012). *Short Films. Writing the Screenplay*. Harpenden/Inglaterra: Creative Essentials.
- St. John Marnier, Terence (2011). *Cómo Dirigir Cine*. Madrid: Editorial Fundamentos.
- Squire, Jason E. (2004). *Todo sobre el negocio del cine. El juego de Hollywood*. Madrid: T&B EDITORES.
- Truffaut, François (2013). *El cine según Hitchcock*. Madrid: Alianza Editorial.



## 6. Anexos

- Anexo I. Entrevista al director Eugenio Mira.
- Anexo II. Entrevista al distribuidor Stuart Salter (en inglés).
- Anexo III. Guion literario del cortometraje *Va de Ladrones*.
- Anexo IV. Gráficos de intensidad del cortometraje.
- Anexo V. Guion técnico del cortometraje.
- Anexo VI. Listados.
- Anexo VII. Plan de rodaje.
- Anexo VIII. Storyboard del cortometraje.



## **Anexo I. Entrevista al director Eugenio Mira.**

### **1. El cine es un trabajo en equipo, pero, ¿crees que uno solo puede organizar todo un proyecto solo?**

Bueno, una de las cosas que yo no pude prever o imaginar es que iba a haber una tecnología tan sofisticada en manos de tanta gente normal. Cuando digo "gente normal" lo digo con cariño y con desprecio, porque de donde yo vengo el material extraordinario está en manos de gente que para acceder a él siempre se requiere del estudio de una artesanía. El cine que a mí me gusta o defiendo es el tipo de cine derivado de una artesanía... pero que es mentira, yo he hecho en vídeo, también piezas pequeñas, pero son dos caminos totalmente distintos. Una cosa es la profesión, que te paguen por ello y otra, es expresarte como artista. Yo creo que nunca ha habido un momento mejor, la expresión es lo más importante y es la que va a determinar la dirección que va a tomar aquél que va buscando proyectos. Pienso que uno solo, con un portátil puede hacer muchas cosas. Por ejemplo hay un corto de un francés que está hecho con fotos. Con fotos, la voz en off y es uno de los mejores cortos de la historia. Y no hay nadie que no pueda hacer algo así, menos hoy en día con la tecnología digital que ni siquiera tienes que revelar.

Un tema muy polémico (que yo he pillado a gente y no quiero decir nombres) con empresas de post-producción aspirando a un premio Goya con software de montaje bajado de Internet ilegal. Yo creo que es mejor comprarse un software y pagar por ello y no creo que eso sea un impedimento para nada. Si ahora es muy fácil, comparado con antes, donde había que rodar, cortar, revelar... ahora no hay excusa.

Yo creo que el mundo de la expresión ahora pide un diálogo interno con tu discurso y de una forma distinta a lo que han hecho otros y pensar el modo en que lo vas a llevar a cabo. Es decir, tenemos dos caminos: el modo y el qué. Si me pongo en plan filosófico, el arte en su punto más radical es la transferencia de connotaciones, es decir, nos comunicamos con un pacto semántico, que son las denotaciones. Si ponemos el ejemplo de árbol, podemos utilizar una analogía, ya que árbol también se expresa para designar una estructura, con ramas, un tronco central, un punto del que saca la energía, etc. Si pides a diferentes personas que pinten un árbol (mayores, niños...), cada uno lo hará de una manera. Es tu punto de vista, por tanto, el que te va a hacer que aportes algo. Esto



es mi opinión. Y en esto, la tecnología te ayuda mucho, a poder hacer un trabajo más íntimo, a que tengas menos pérdidas de tu concepto...

Tú ahora podrías escribir un texto, por ejemplo, de Georg Orwell, extractos de 1984, y empezar a poner imágenes que pillas de publicidad, de anuncios de youtube y haces un collage y le metes en bucle unas notas, una voz en off y un actor, amigo de alguien, que tiene una voz cojonuda porque ha estado fumando toda su vida y tiene una traqueotomía y un rollo pavótico y en el micro queda muy bien y lo amplificamos hasta reverberarlo... y has hecho una pieza probablemente espectacular y eso no hay nadie que no lo pueda hacer. Creo que es más centrarte en qué quieres hacer que es lo más difícil y no preocuparse tanto que el equipo este, con el que me estás grabando puedes grabar con un mejor sonido que el cine independiente de los años sesenta o setenta.

Es lo que digo una y otra vez, ya no hay excusa. Si tú consideras que con los medios que tienes puedes llegar a hacer algo (Inés: no quiero trabajar más de camarera y por eso prefiero apañarme con lo que tengo y empezar con eso) con un nivel de expresión y de fidelidad con lo que tienes, ya te centras en eso. Tienes algo y tu relación con el objeto es de amor y odio. Por un lado estás muy contento porque has hecho tal pero por el otro lado te faltó pascual... entonces en el próximo apuestas más por lo que te faltó en éste y pasas al siguiente escalón. Es más importante ser prolífico, no me refiero a hacer cualquier cosa, pero que no por esperar a algo mejor tienes que dejar de hacer otras cosas. Una de las cosas me hace gracia del Gran Piano es ese pánico escénico, que tal, que no ...que quiero dar lo mejor de mí... eso son excusas. Hay una higiene contigo mismo que hay que superar y perder el pudor, no con los demás, porque quizá goces del privilegio de que te dan igual los demás, que yo desde pequeño he tenido y es una bendición. El tema es que tú no seas tan cruel contigo mismo. Que sometas a escrutinio lo que vas a hacer con la misma ferocidad con la que criticas el trabajo de otros o "yo no soy eso"... "yo no soy eso"...eso sí, pero no hasta el punto de que no hagas algo. La inacción es el mayor enemigo. Tienes que pensar que de todas las cosas que te gustan - espero que haya muchas cosas que te gustan y de fuentes distintas - piensa que inherentemente a eso, al proceso, no es inalcanzable con tus medios. Hay efectos especiales que salen muy baratos... lo más caro es el mitin de un político en el que por ejemplo hayan sesenta extras. Por eso es importante analizar cosas que admiras...

Ines: es que es un poco lo que estoy haciendo... como un manual (humilde) en el que voy cogiendo consejos de libros, autores, entrevistas, y explicar cómo adaptar tus ideas. Por ejemplo quiero hacer un cortometraje con un guión para mostrar y demostrar que sí

se puede hacer y adaptar, por ejemplo, si quiero tres personajes y no puedo, porque es mucho trabajo o porque sale muy caro, cómo me adapto, por ejemplo, poniendo dos personajes en vez de tres, por ejemplo de forma en que el discurso de la "tercera" persona salga por teléfono.

Eugenio: claro, claro... hay unos cortos que he visto que editaron en una página XXXmagazin?? y estrenaba allí los cortos y era un plano de un teleoperador hablando con alguien y no oías a la otra persona. O sea, si era un diálogo entre A y B, sólo escuchabas a A. Por lo que no oías había una construcción dramática. Era brillante y ya ves lo que cuesta esto de hacer.

Ines: sí, hay un personaje pero a la vez no lo hay. ... y también, me gustaba esta idea porque no hay libros, he buscado también en Inglaterra aprovechando un viaje. Encuentras indicaciones de cómo hacer cosas de bajo coste, por ejemplo, pero cómo hacer tú un poco todo, no hay. He encontrado algunos artículos en alemán o inglés, pero no hay gran cosa.

Mario: pues claro, hay que ir a por eso. A mí lo que me da pena es que la gente ha tardado en verlo. Entiendo que en el 2001 era muy pronto, aunque ya Coppola en el 88 dijo en una entrevista que en el futuro se iba a deshacer el soporte del cine y que lo que llamábamos vídeo iba a evolucionar tecnológicamente muy rápido, es decir, no necesariamente en un soporte magnético. No dijo digital, dijo el vídeo. Con lo que de repente cualquier persona puede hacer un montón de cosas, por ejemplo, con las videocámaras de ahora. Spielberg y Coppola son entusiastas de vídeos domésticos, desde el 75 para hacer ensayos, ensayos de cámara, o sea, les hacía decir una frase y luego la ponía en un timeline de montaje. No lo hacían on-line, no lo hacían sobre el material primo, sino off-line. De hecho, no se montaba de verdad, se hacía un código de tiempo con una representación en 8 mm de 16 mm que es lo que se llamaba el "copión" en blanco y negro donde se miraban las dinámicas de montaje y cuando veían que ya funcionaba, cortaban el negativo. Y entonces dijeron que si en vez de hacer un copión hacían un transfer a vídeo, montando en Numatic y cosas así, como dos vídeos uno como punto de entrada y uno como punto de salida y se dieron cuenta de que podían ir mucho más rápido sin depender de nadie.... y si te fijas, la gente se está presentando en los festivales con películas rodadas en iPhone.

***Inés: en la escuela de Londres, a la que quiero ir, tienes que presentar un cortometraje y decían que el soporte daba igual, que lo importante era la idea, que hasta lo puedes grabar con el móvil.***

Eugenio: Sí, el soporte les da igual... pero eso antes no era así... yo creo que eso es positivo. Por otro lado aumenta el nivel de responsabilidad el que vaya a hacer algo, porque ya no puede quejarse, ya no puede decir que no puede hacerlo.

***Inés: leí en una de mis adquisiciones en Londres que a la gente no le gustaba los cortometrajes por tres motivos: por el mal sonido, por la mala actuación y porque la historia no es buena.***

Eugenio: Sí, hay mucho cortometraje malo... la mayoría no valen nada. Por otro lado, es un medio que por primera vez permite trabajar de forma intuitiva, es decir, disponer de un super-8 ir haciendo tomas y parar y luego, mañana, no revelar y ver luego que unos frames quedaban chulos ... estoy hablando de los primeros cortos que hacía Kubrik..

La semana que rodamos para Gran Piano, en Chicago, estábamos flipando así como que "qué estamos haciendo aquí" uno que venía con nosotros estaba grabando con un iPhone, efecto 16 mm y me piqué con él y empezamos a grabarnos unos a otros, puse un tema que me gustaba mucho de un grupo y lo monté y salió una cosa tipo Jim Jarmush en el 91.

## **2. Si tuvieses que hacer un cortometraje tú solo, ¿Cómo lo harías?**

Por ejemplo ahora hay un formato de vídeo que me interesa mucho con el que yo he trabajado fuera de mi carrera de cine que son las cintas lineales DV que son unas cintas que tienen unos cabezales que graban y ya está... y que se utilizaban hasta hace tres o cuatro años... me gusta mucho por el formato cuatro tercios, es decir, que el vídeo no tenga vergüenza de no ser vídeo, porque el 2-35-1 se ha convertido en estándar panorámico.. el 40 % de las publis que vemos están hecho en panorámico para imitar el rollo cine...

Hay una peli, que a mí me gusta mucho, que no intenta ser cine, y que no es cutre que se llama "visitor Q" se una peli muy rara y muy poderosa sobre una familia en crisis que a raíz de que se les cuele un tipo que va por la calle con un pelo muy estrambótico empieza a poner uno a uno los miembros de la familia a raya. Al padre le pega, a la chica, no recuerdo muy bien, creo que la prostituye... es una alegoría sobre la familia en Japón y es espectacular. Y está hecha con un trípode, un vídeo, un mínimo de luz.

Yo rodaría algo así, porque es retro y adquieres una sensación de la realidad muy distinta que con una 7 D o 16/9 o con filtros subiendo el contraste...

Me gustaría rodar una pieza pequeña sólo con eso y basada en el sonido, la imagen, quizá con texto y quizá con voces, con texto leído.

**Inés: Yo me refería a nivel de organización, si tuvieras que hacer tú todo solo.**

Mario: trabajaría al menos con una persona más. Y si no tienes dinero lo que necesitas es todo el tiempo del mundo para que quede perfecto.

### **3. ¿Cómo se organiza un director antes del rodaje, durante y después?**

Vamos a diferenciar dos mundos. Uno es cuando yo soy el filmmaker o cineasta que es la génesis de todo y otro es que haces sólo de director, que me encanta también que es el caso del Gran Piano y es que te llega un guión a las manos y lo lees. Al principio era muy ingenuo porque leía un guión y lo analizaba con seis o siete cabezas a la vez y ahora lo leo como si leyera los ingredientes de un champú. Veo como empieza y me pregunto si tiene una buena primera página, luego considero las 5 primeras páginas, luego las 12 primeras páginas y veo por dónde va...me voy al final... si tiene un buen final... vuelvo al principio... o sea, no me leo un guión de pe a pa ni loco. Salvo que sea tan bueno, que también me ha pasado.

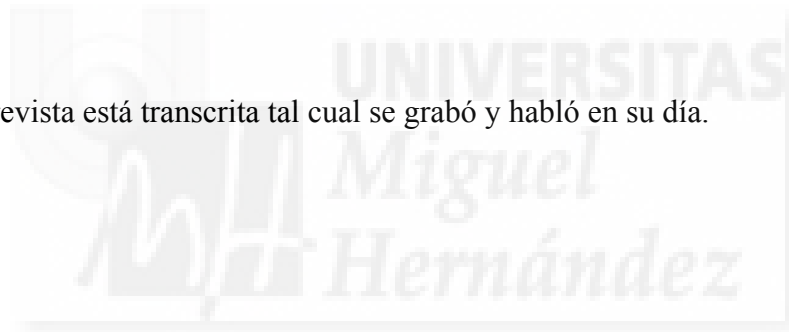
Yo recibo bastantes guiones al mes que me mandan para leer. Si el guión me ha gustado mucho, intento retener los momentos en los que he sonreído. En Gran Piano una de las cosas que me gustó mucho es lo que tardó el chaval en sentarse a tocar el piano y luego todo lo que pasó después de tocar la primera tecla en adelante. Hay cuatro momentos, en uno no hay interacción con el malo, en otro va con el pinganillo y habla mientras toca y el público nota que hay algo raro. Empecé a notar estructuras en las que yo me sentía cómodo de cara al abordaje, es decir, de olvidarme de que eso es un guión, que es una peli. Aquí había unos elementos de dinámica de dónde va a estar la tensión y de cómo se va a contar cada cosa que lo más importante justifica que sea distinto en cada caso. Estoy racionalizando un proceso que para mí es automático. Siempre hay retos que te atraen, ya sea el tema, porque te gusta o es original, o porque ves por ejemplo, que las primeras veinte páginas no tienen diálogo. Luego están las asociaciones spielbergianas, que es el director que yo entiendo como escuela en que tienes asociaciones con películas tuyas.... El proceso es ver qué sentido tiene el marco industrial, qué va pasar y tal y según el margen que hay para involucrarse, involucrarme más o menos.

En cuanto a la parte creativa que es la que me preguntas es un trabajo íntimo con momentos y atributos y más me vale que sea una mezcla de cosas estructurales en concreto, el viaje del protagonista es una clave y un consejo que te voy a dar que a mí es fundamental, es el número de veces que un personaje se da cuenta de que lo que

pensaba que era de una manera es de otra, hablo de giros en la trama como cambios en el personaje. Creo que en este sentido Spielberg es el director que con más asiduidad retrata en frecuencia y en calidad el número de cambios de un personaje, cuándo se dan cuenta de algo....

Luego viene el otro bloque y que es lo más excitante a la hora de hacer una peli, es que cuando tienes esas primeras impresiones, de la historia en ti, cuál resiste esos tropecientos mil pasos y obstáculos para llegar a terminar la película, incluso de índole política o con colaboradores que están permitiendo que la peli se haga. Tienes que crear tus preferencias, tus puntos sagrados que tienes que defender, porque te encontrarás con muchas resistencias, con gente que lo quiere hacer de otra manera....La diferencia más importante de dirigir, a diferencia de en la vida, es elegir y decidir. Cuanto más decisiones sólidas y drásticas armónicas o disonantes (siempre que sean intencionadas), allí es donde el cine empieza, en mi opinión a tener gracia. El cine es una aproximación estética. La gente piensa que en el cine la palabra estético es una expresión patética.

Nota: la entrevista está transcrita tal cual se grabó y habló en su día.



## **Anexo II. Entrevista al distribuidor Stuart Salter.**

### **1. ¿Qué es y en qué consiste la distribución? / What is and in what consist the distribution?**

What is a distributor and what does he do...From the receipt of the movie which you can see when it's finished, but you can also see some flashes that called a compleed movie, then you start to make an assesment of commercial worth, so you look at the movie and then you say this is gone a make between 10 million and 15 million. So, first you set the commercial assesment. Then you set your marketing budget. So you know how much you will spend logging your your movie, which includes all the Technical details: Dubbing the movie into different Languages, preparing all the marketing materials, preparing and dubbing the trailer, preparing marketing pods, preparing scenes from the movie for movie programms, internet sites, this sort of things...thats your first action.

So, first step is see the movie, guess, it's a professional guess, how much is it gona make, how much is gona make to do that and how much is it gone to prepare the movie. Step two is...there are various ways to lodge movies and it depends what the movie is...if it's a blockbuster type movie, that's a piece of crab, that means it has all the ingredients of a big movie but you see...ooh my god...it's awfull, then you have to bluff the audience, so you will need to go so wide as possible in your revees, as quickly as possible, because the word of mouth publicity is going to kill you in the second or third week.

You have a budget, so we are going to see how we are going to spend that money in terms of marketing: Are we going to have a very bad word of mouth so we speak of two or three weeks majory expendeture or is it going to be a long running movie, in this case, we spend the bulk of the money upfront, but we leave enough to be able to sustain the picture during its release period.

So, these are the kind of thoughts, when you think about how much to spend on a movie.

Another important aspect...you look at a movie and you think you gona make five million dollars but the minimal we can spend is six...so... that's not really easy. It's not that simple! If that was the only criteria..ok.. put that on the shelf next. But, you have to look your decision to release or not release is tide into television dealers. So you might

have a substantial television dealers that require a theatrical release in order to access the higher tier of range of prices.

So, if I am a television guy, I give you a hundred, if the film is not theatrically released I give you 200, if it's theatrically released but you spend only underneath this amount or you spend over this amount I give you 400, or, it could be tight to if the movie is released theatrically and you get half a million viewers I pay you a hundred, if you get a million viewers I pay you two hundred and so on...

So that has to be put into the paw, what the television dealers are telling us and if we lose a million here, we spend 6 and we made 5, if we make 5 million here extra if we release it theatrically we'll die and really see.

What does it do to the dvd sales? If the movie goes directly to the dvd without theatrical release direct to the public then it can't be very good. So how much damage are you going to do to dvd sales if you don't release in the theaters, so that has to be calculated. That's the kind of initial thinking...what is the maximum profit we can make taking all these streams of revenue into account...so we go to release it, we are going to spend this much, or we are not going to release it and send it straight to video, so it's no point in losing money.

## **2. ¿Cuál era su trabajo? / What was your job?**

The major companies work all around the world and they divide the world in two: One is America, which makes 50% and is the daddy, and then Europe, Middle East, South America, Africa and Asia. In each of these regions there is a Head Office and they are responsible of everything about movie: From to release it, how do you release it, how you sell it, how you market it, collecting the money, making the deals with exhibitors, presenting it in festivals, just everything related to a movie's release and exportation. I was head of Europe, Middle East and Africa. And we had offices in the main countries who had to report to me and where we hadn't an office we had a subdistributor. Like in Israel. It was cheaper and easier for us to work like that. We covered all single region. I had to supervise 48 countries. 40% of the Distribution is in America and if we take the rest of 60% and make it 100, then is 65% Europe and Middle East. So that was my job.

**3. ¿Cuál es la relación de un distribuidor con el resto del equipo? Me refiero con producción, dirección, etc. / What is the relationship of a distributor with the rest of the team? I refer to production, direction, etc.**

There is no kind of single answer to the relationship from the distributor to the production people. A producer can be very involved or not involved at all. Its very individual. With the director, the biggest involvement if you like, is on publicity tours, taking him to a filmfestival or just taking him to a country to be introduced of part of the Marketing plan.

The producer and the distributor have often an involvement. If the producer is small, not very important producer, he will be thankfull that the movie has been taken in the distribution house and taken care of it.

If it's a very important producer, he will have a "but" before giving it to you, like I want to have at least 15.000 releasements simultaneuosly in Europe, and he could demand certain things in a deal. But if the relationship is a good one, it's not necessary.

There is no trust really established between producer and distributor.

If a producer is big and powerfull enough they can have an influence on the distribution, spenses and release tactic, but this is not that comun.

**4. ¿Cuáles son los criterios para seleccionar las películas? / What are the criteria for selecting the movies?**

It very much depends on the kind of distributor you are...in a big distribution global company they know they will have 4 or 5 hugh movies distributed during a year. Commercial movies like Disney or Buenavista...There will be lesser movies, reasonably commercial movies.

If we had more than 20 or 28 movies a year there was to big strain on the system. You need time to work on movies and a minimum things have to be done and if you get over a number, some movies won't get the attention they deserved. So you need maximum 25 movies.

Pixar or Jerry Bruckheimer Productions for the following year didn't got one, so we had only 20 movies so we had to go to line up for next year and tought to independence.



How do we select? There is the obvious route, we look to the director, how are the actors, how much they are spending on the movie, if its intersting....this is the standard selection.

We go to the Cannes Film Festival and you have inside aswell outside a filmcompetion. We have catchers in the Main Film Festivals and their job is look at movies, 4 or 5 a day to see if there is something interesting what we don't know about there and we have a team of people that goes to all film festivals and catch for an unexpected movie, that could be profitable. It maybe give credit to your immagine. Like a movie saving the nature or maybe a producer made a movie, because his mother asked it and nobody wants it, but we do and we loose money, but his next picture is a very good one and we get a good relationship with him.

There are so many different reasons to choose a movie, first the commercial, second the relationship, third maybe an immagine issue, like the immagine to work with Disney.

##### **5. ¿De qué manera le llegan las películas a un distribuidor? / In which ways do films arrive to a film distributor?**

We look mainly for a movie who works everywhere, but there are countries like Germany, Scandinavia or France, which have in their top ten movies any given four of them will be mainly their own productions. Their local distributors haven't the know how or the access to export the movie and get in touch with big international distributors to show their movies.

First you work for major producers with their own studios, secondly for a major distributor which you have a longterm deal with a major producer, producers who do 4 or 5 films a year.

You have also films not with ownership, but with partnership. Some of the producers have only 120million to make the movie, but they need 30 more to finish. They get the amount of money, but then they have to take this distributor for their movie, and sometimes they ask also complete distributionrights over Europe, Southamerica and Africa.

With hugh production deals, which they need a big amount of money, the deal is allready established with de Distributor, because everybody wants to be sure to get his money back.

With smaller budget movies, it's unlikely to get a worldwide distribution. You go with the movie to a Filmfestival, like the Berlinale and go for competition, but it can take years to release it.

It can take sometimes 1 ½ year from the deal to get released. It's like a baby finding a whole in the market and trying to put it here and there.

Like in Spain, you have to find a time and a market to put the film and the enemies of small distributors in Spain are Buena Vista, Paramount, Pixar....

So to get a film released takes its time.

Independence sometimes are doing good for living but sometimes they are very precarious.

If you have a movie, with no known director, no known actors, but the movie is very very good, it doesn't matter if it's an independent or a major (distributor), it will be well treated. The major will give you the release of the movie on a great day, in a great place and give you a better chance than an independent, waiting a chance dropping from the stars....

## **6. ¿Es muy difícil que se distribuyan películas de bajo presupuesto? / How difficult is it to be distributed low-budget films?**

More and more theatrical is for the big movies or the high quality small movie. They are important because ...I give you an example like in Paris, 30% of the audience are people who goes twice a week to the cinema...anything you release, they will go to see it...if you go to France to release a small budget movie, you will have guarantee to have an audience in Paris and you don't have to spend much in publicity, because they will go anyway, because of their curiosity.

Everything between high movies and artmovies or good low budget movies is a problem in the market. It's a huge problem....They release to fill gaps, exhibitors need some material for the turn overs...specially in multiplex, they need fresh movies...so they are not so discerning what they get. But for a distributor like I was, you can't make money with those movies any more. It cost you so much to put them in a theatre and once they are released in a theatre and doesn't get well on, nobody more wants to release them in other theatres.

Some low budget movies will break out because of unforeseen reasons like something interesting in the movie... maybe some fashion thing...or a story becomes highly commercial...and your movie just happens to be there..and buff...an unexpected success! But it's so rare...the movie has to have a good story, a quality acting ...something what makes you stand out of the crowd.

Not every big movie is a big budget movie so really low budget doesn't mean bad movie, you have to say midquality movie....

There are small budget movies with a very high quality, like the "Kings Speech... a very good actor Colin Firth and not so an expensive actor, brilliantly acted, highly authentic, worky story, absolutely no money spent on it...and you could release it immediately and would be profitable. This is really quality! But the problem today, many producers make movies without passion only to fill gaps which is a big shame! So if you make a movie who takes two years, but has all the ingredients to be good, you will gain money, but if you make a movie like a bank robbery which goes wrong, you will lose money, because there are many of them.

**7. ¿Es lo mismo marketing que distribución? ¿Se encarga de eso también el distribuidor? / Is it the same marketing to distribution? This is also in charge of that distributor?**

From the time the movie is decided...on the inhouse thing...the distributor is notified, usually two years in advance. They tell this is what we are going to do....this is our budget, which gives the distributor an indication what sort of commercial expectations they have for this movie... when the costs is fixed you'll know that...we will then have continuous information from the early stage of the production to the whole way of production.

Why? Because the internet is such a hungry animal that you can get anything placed in so many sites and avenues that if you have the content you can control it.

You don't want to do too much too early because the people gets bored already. But when the movie starts or is announced...you will go into all the internet sites, magazines, publicity, filmsites etc together to hear about it.

Then, depending you fill the timing till the release, sometimes it's enough 10 seconds eight months before....the trailer is also something very important. The publisher makes little stories and the people looks once and again this short trailers on internet.,

the “making of”....all outlets gets their little stories like .... an actor gets hurt and has to go to the hospital... specially it happens with big movies and then festival entries ....this kind of things is distributors responsibility.

How you spend the money.....what is the most efficient way to spend...do we go heavy on television?...it was till now the most efficient, but now you get better through other medias....newspapers adverts, radios, television too but used in a targeted way.

In Spain is a little different...because the spaces for advertisements between programmes... they are the longest in the world! So you have so many ads coming out in so many seconds in a break...its difficult to stand out so you turn off!

So in order to overcome that in Spain...it's not the only way, but the most common way...it's putting an ad at the beginning of the break and one at the end. But each market is very different...in France this sort adverts are prohibited, so we have to use other methods like the adverts in the Metro in Paris are superb.

Every country has different rules and different taste.

Shortfilms is mostly to introduce new and young talents. There are festivals dedicated to short films. In the past short films were almost an obligation for exhibition for the programming in times. Like Disney did it with Pixar to fill the complete programme and to show new talents, directors they had in the stable to show what they can do...and they were bloody funny as well and because Pixar is short in length it was no inconvenience for an exhibition change show.

To make shorts is also a kind of support for charity, there is no commercial reason and it becomes like more than a cv.

The basic deal between Distributor and Exhibitors is the percentage split between the distributor gets and what the Exhibitor. A scale will be established and depending on the amount of visitors a week, the distributor can get 30 or 40%, but....if the movie is a big movie like “pirates in the caribbean” the distributor gets the first 4 weeks 60%, the week 5 till 7 50% and so on..there are variations in those deals.

In France for example, its illegal to get over the 50%.

There is also another kind of deal like for instance for a big movie, but you deal first with the exhibitor how much does it cost to open the cinema, and you rent the cinema for so many weeks, you pay him weekly the rent plus 10% of the gain...so I guarantee him the costs and this percentage and the rest is for us. Its not so common, but not less important to mention.

Some times it depends also who has the power in the market and some exhibitors are very powerfull so you get very shitty contracts, so he controls what he pays. Some other markets you see that you can abuse, and even if its not really very kind, sometimes you get till 70%, but not very often. So this is mainly the most important thing about distribution.

Even you have the passion to defend the production if you don't have the right market strategy and net its very difficult to sell a movie.

Nota: la entrevista está transcrita tal cual se grabó y habló en su día.



**Anexo III. Guion literario del cortometraje *Va de Ladrones*.**

SCREENPLAY

“VA DE LADRONES”



Escrito por Inés Alt

Inspirado en el cuento

“los ladrones”

de

Arkady Averchenko

**ESCENA 1.- INT. MANSIÓN. ATARDECER/NOCHE**

Los dueños de la casa se preparan y arreglan para ir a cenar. Van vestidos elegantes.

DUEÑO

*Date prisa que tenemos mesa  
reservada a las 9'00.*

MUJER

Mientras termina de pintarse los labios delante del espejo.

*Ya voy cariño, si nos  
conocen muy bien,  
somos buenos clientes.  
Y llegamos en media hora...*

(Mientras se aprieta los labios para repartir e igualar el pintalabios).

La mujer y el hombre se encuentran en el pasillo de la salida de la casa.

El hombre le pone la chaqueta a la mujer y salen por la puerta de su casa.

**ESCENA 2.- EXT. MANSIÓN. ATARDECER/NOCHE**

El hombre cierra la puerta digitalmente con el teléfono móvil

**ESCENA 3.- EXT. CAMINO AL CHILL OUT. ATARDECER/NOCHE**

Se suben al coche (Audi A4 Descapotable) y salen de camino al restaurante.

Les sigue un coche pequeño (Smart descapotable) desde la vivienda hasta el restaurante.

El coche lujoso llega al restaurante y aparca. Los dueños salen del coche.

El coche pequeño observa y se va de nuevo a la casa.

\*Todavía no sabemos quienes son los que están dentro del coche pequeño.

#### **ESCENA 4.- EXT. MANSIÓN. NOCHE**

El coche pequeño aparca. En el coche dos figuras (hombres) vestidos de negro, con unas bolsas, linternas y guantes, mantienen una conversación.

CACO CACHAS

*¿Estás preparado?*

(Pausa, suspira profundamente mientras mira a su compañero)

*No podemos fallar.*

CACO GENIO

Nervioso.

*¿Y si sale algo mal?*

*Lo mío son los ordenadores,*

*si fallamos tendrás que*

*conseguirme uno en el trullo.*

Se ríe sarcásticamente.

CACO CACHAS

*Todo va a salir bien,*

*ya lo verás.*

*Eres un genio tío.*

(Pausa y suspiro)



*Tienes todo lo que hace falta  
para abrir la puerta y apagar la alarma,  
¿no?*

(Mientras le da una palmada en el hombro y aprieta la mano).

CACO GENIO

Asiente con la cabeza.

CACO CACHAS

*Pues vamos.*

Los dos CACOS se ponen las mallas en la cabeza.

**ESCENA 5.- EXT. MANSIÓN. NOCHE**

CACO GENIO saca su teléfono móvil y abre la aplicación de número que tenía el dueño, introduce unos números apuntando hacia la puerta para abrirla y luego otros para apagar la alarma.

CACO GENIO

*Ya está.*

CACO CACHAS

*¿Ya?*

CACO GENIO

*Si*

CACO CACHAS

*¿Tan rápido?*

*Eres un crack tío*

(Se alegra y sonrío)

CACO GENIO

Con voz preocupada.

*Vamos, entrar y salir.*

CACO CACHAS

*Si, si, vamos.*

### **ESCENA 6.- INT. MANSIÓN. NOCHE**

Los ladrones se encuentran en la entrada principal. Abren la puerta con cuidado, entran y luego la cierran suavemente.

CACO GENIO

Se quita la media.

CACO CACHAS

Ve cómo se quita la malla. Se acerca y le grita susurrando.

*¿Pero qué coño haces?*

*Que hay cámaras por todas partes.*

Señala por toda la casa con la mano y el brazo para indicar que las cámaras están por todas partes.

CACO GENIO

*Tranquilo tío,  
las he apagado junto con  
la alarma.*

CACO CACHAS

*Joder que susto.*

(Se voltea para mirarle)

*¿Y porqué mierdas  
llevamos estas mallas?*

(pausa)

*Estamos ridículos*

CACO GENIO

Titubeante e inseguro

*Y yo que sé!  
Así queda más guay*

CACO CACHAS

Le mira con cara de ridículo-enfadado y se quita con fuerza la malla de la cabeza. Y se pone a buscar en la casa.

CACO GENIO

También se quita la malla, pero con tranquilidad y avergonzado. Sigue a su compañero en la búsqueda de la caja.

**ESCENA 7.- INT. ESCALERAS MANSIÓN. NOCHE**

CACO CACHAS

*Mira tío, tiene un Van Gogh,  
seguro que en la caja  
habrá un buen botín.*

**ESCENA 8.- INT. SECUENCIA DE MONTAJE MANSIÓN. NOCHE**

Imágenes de los ladrones buscando por toda la casa.

**ESCENA 9.- INT. MANSIÓN-HABITACIÓN DUEÑO. NOCHE**

CACO CACHAS levanta un tapete que cubre la mesita de noche que esté al lado de la cama. Debajo se encuentra con la caja.

CACO CACHAS

Con cara de sorprendido y extrañado por el sitio en el que se encontraba la caja llama a su compañero.

*Eh tío! Lo he encontrado!*

CACO GENIO

Va corriendo a la habitación donde está CACO CACHAS.

*Joder qué bien.*

*A ver...*

Pausa. Mira a su compañero asustado y confuso.

CACO CACHAS

*¿Qué pasa? ¿Ábrela no?*

CACO GENIO

*Yo no sé abrir esto tío.*

CACO CACHAS

*¿Cómo que no?*

*¡Tú eres el experto!*

CACO GENIO

*Soy informático no cerrajero.*

*Esta caja es de las antiguas.*

*Jamás he visto una así antes.*

*¿Cómo iba a saber que un tío con tanta  
domótica iba a guardar su pasta  
en un armatoste como este?*

Pausa. Suspiro profundo.

*Nada tío...*

*Hasta aquí hemos llegado.*

*Vámonos antes de que  
vuelva o nos vea alguien.*

CACO CACHAS

Camina de un lado a otro de la habitación y se lleva las manos a la cabeza.

*No no, tiene que haber otra solución.*

*¿Y si vamos probando cifras?*

CACO GENIO

*¿Qué quieres desayunar con él por la mañana?*

*Eso nos llevaría mucho tiempo.*

CACO CACHAS

*¿Y cómo podemos sacar la clave?*

Hay un silencio entre los dos y CACO CACHAS tiene una idea.

CACO CACHAS

*Yo se de alguien que la puede abrir...*

CACO GENIO

*¿Quién?*

CACO CACHAS

*El dueño.*

CACO GENIO

*¿Pero tu eres tonto o que?*

*Me estás diciendo que el plan es llamarle y decirle,*

*¿Oye estamos en tu casa, pero no te preocupes,*

*sólo estamos aquí para robarte,  
serías tan amable de darnos  
la combinación de la caja fuerte?*

**ESCENA 10.- INT. LLAMADA POR TELÉFONO AL DUEÑO. NOCHE**

Aparecen los cacos llamando al restaurante por teléfono para hablar con el dueño de la casa.

**ESCENA 11.- EXT. CHILL OUT. NOCHE**

**ESCENA 12.- INT. CASA. NOCHE**

El camarero se acerca al dueño para pasarle el teléfono.

CAMARERO

*Señor, disculpe, le llaman.*

DUEÑO

*¿A mi?*

*No es posible,*

*Si nadie sabe que estoy aquí.*

CAMARERO

*¿Pero es usted el señor DIMITRI, no?.*

El DUEÑO coge el teléfono

DUEÑO

*¿Diga?*

*¿Con quien hablo?*

CACO CACHAS y CACO GENIO se pelean por poner la oreja al teléfono.

CACO CACHAS

*¡Déjame a mí que yo he tenido la idea!*

DUEÑO

*¿Hola?*

*¿Quién es?*

CACO CACHAS

*Buenas noches señor,  
lamentamos molestarle durante la cena.*

*(Pausa)*

DUEÑO

*No importa, pero*

*¿con quién hablo?*

CACO CACHAS

*Somos ...eeh ...*

*Es igual, CHIP Y CHOP.*

*(Pausa)*

*Mire, estamos en su casa.*



DUEÑO

*¿Cómo?*

CACO CACHAS

*Hemos entrado a robar,  
y estamos delante de la antiqüalla  
que tiene usted como caja fuerte,  
y no sabemos abrir eso, y le pedimos  
amablemente que nos de la combinación.*

DUEÑO

*¿Pero qué dices?*

CACO CACHAS

Grita.

*¡Ya me ha entendido!*

*¡La combinación de la caja!*

DUEÑO

El dueño les grita por el teléfono:

*¡Canallas!*

*¿Habéis entrado en mi casa para robarme?*

*Esperad que voy.*

CACO CACHAS

*Sus amenazas caballero, no nos asustan.  
Antes de que llegue tendríamos tiempo,  
de sobra para incendiar la casa y huir,  
así que no conseguiría nada viniendo aquí.  
Lo mejor sería que nos dijese  
cuál es la combinación de la caja.*

DUEÑO

*Sois unos sinvergüenzas!  
Bandidos!  
Bergantes!  
Miserables!  
Ladrones!*

CACO CACHAS y CACO GENIO alejan el teléfono por los gritos.

CACO GENIO

Se pone al teléfono.

*¡Qué tontería señor!  
¡No se ponga así!  
¡Sea razonable!*

*Nosotros le hablamos tranquilamente sin arrebatarnos*

*Y no somos vulgares ladrones,  
Somos profesionales del sector.*

CACO CACHAS

Dirigiéndose a su compañero

*Ponlo en manos libres que no me entero...*

DUEÑO

Se ríe de ellos...

*¿Profesionales?*

*¡No saben ni abrir una  
caja fuerte!*

CACO GENIO

Ofendido

*Oiga, soy uno de los mejores informáticos de la zona,  
Póngame cualquier caja electrónica que se la abro,  
¿Pero esto?... ¡Esto es una antigüedad!*

CACO CACHAS

*¡Y mida sus palabras!*

*No contestaremos a sus insultos*

*Pero las castigaremos si no nos habla correctamente...*

*Ehhh... quemando el cuadro*

*de Van Gogh que tiene en las escaleras!*

DUEÑO

Se ríe fuertemente de ellos...

*Hahahaha Tiene gracia...*

*Encima no sabéis de arte...*

*¡Eso no es un Van Gogh!*

CACO GENIO

*¿Se burla usted de nosotros?*

CACO CACHAS tira un jarrón que había en la mesa.

DUEÑO

*¿Qué ha sido eso?*

CACO CACHAS

*El jarrón ese tan feo*

*que había en la mesa.*

DUEÑO

*¡Era un recuerdo!*

*¡Zopencos!*

*(Pausa)*

El tono de conversación cambia a un tono amistoso.

*Oigan, no acierto a comprender el*

*provecho que os reporta*

*el estropearme la casa.*

CACO CACHAS

*Ninguno,*

*Pero si no nos da la combinación de la*

*caja empezaremos a destrozarnos todo en serio...*

DUEÑO

*No os insultaré más.*

*Veo que sois hombres razonables.*

*Incluso reconozco que tenéis derecho a cierta indemnización por el trabajo que, sin duda, os habrá costado entrar en mi casa.*

*Habréis invertido algunos días en los preparativos, estudiar mis costumbres, vigilar mis salidas...*

CACO GENIO

*Ya lo creo!*

*No es tan sencillo como ponen en las pelis.*

DUEÑO

*Lo comprendo, pero,  
¿porqué necesitáis la  
clave de la caja fuerte?*

CACO GENIO

*¡Pues para el dinero y las joyas!*

DUEÑO

*Ahh, ¿Creéis que dentro de la caja hay dinero y joyas?*

CACO GENIO

*¿Y qué más podría haber?*

DUEÑO

*En la caja no hay nada*

CACO CACHAS

*¿Cómo que no hay nada?*

DUEÑO

*Yo os doy la combinación,*

*Es el 0785...*

*Pero creerme que dentro no hay  
nada de valor que os podáis llevar*

CACO GENIO abre la caja mientras CACO CACHAS sujeta el teléfono

Dentro de la caja solo hay papeles y planos.

CACO CACHAS y CACO GENIO se quedan sorprendidos y les cuesta hablar...

CACO CACHAS

*Pues nos llevaremos la cubertería de plata...*

DUEÑO

*No es de plata...*

CACO CACHAS

*Pues nos llevaremos los bolsos de marca de su mujer*

DUEÑO

*Son falsos...*

CACO GENIO

*Pero oiga, ¿qué es lo que tiene que sea de valor?*

DUEÑO

*Yo nada...*

CACO GENIO

*¿Cómo que nada?*

*Pero si vemos cómo vive...*

DUEÑO

*Del cuento...*

*Soy especulador...*

CACO CACHAS y CACO GENIO se quedan anonadados. Espacio de SILENCIO

DUEÑO

*Oigan amigos, comprendo vuestra situación.*

(Mientras acaricia la pierna de su mujer)

*Supongamos que tuviese cosas de valor,*

*Os lo lleváis y luego que hacéis? Venderlo*

*por cuatro duros al primer perista.*

*Arriesgáis vuestra libertad, mientras que esos*

*señores no arriesgan nada y se quedan con la mejor parte.*

CACO CACHAS Y CACO GENIO

A la vez y asintiendo con la cabeza.

*¡¡Es verdad!!*

DUEÑO

*¡Vaya que es verdad!*

*Siempre ocurre así bajo el régimen  
capitalista: el capital explota al trabajo.*

*En realidad quienes roban no  
sois vosotros, sino ellos.*

(Pausa)

*Escuchad, amigos, por qué no venís aquí,  
os invito a cenar con mi mujer y  
hablamos de negocios, me interesaría  
hablar con vosotros sobre un trabajo*

CACO CACHAS

*¿Cree que somos tontos?*

*Si vamos nos estará esperando la policía.*

DUEÑO

*No seáis absurdos,*

*¿Qué le puedo contar a la policía?*

(Pausa)

*¿Qué me dicen amigos míos?*

CACO GENIO

*Despacio, déjenos pensar.*



DUEÑO

*Escuchad, mientras lo pensáis,  
haced el favor barrer los restos que  
habéis dejado del jarrón, mi mujer no lo sabe  
y no queráis estar delante si llega a verlo,  
También haced el favor de  
volver a poner las alarmas y las cámaras,  
y cerrar la puerta,  
Para que no entren ladrones.*

Mientras DUEÑO va diciendo lo que tienen que hacer los CACOS lo van haciendo.

DUEÑO cuelga el teléfono. Y sonrío a su mujer.

MUJER

*¿Quién era cariño?*

DUEÑO

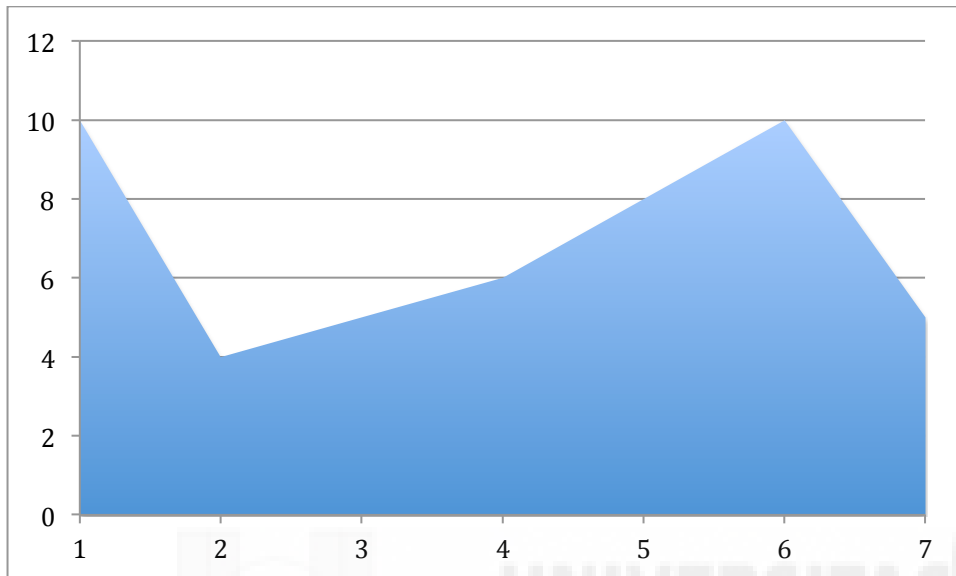
*Nada, unos chicos que buscaban trabajo.*

### **EXT. CHILL OUT. NOCHE**

Los cuatro están juntos cenando y hablando.

FIN

#### Anexo IV. Gráficos de intensidad del cortometraje.



El cortometraje empieza en un nivel intenso. El Caco Cachas empieza rompiendo el jarrón, y luego explica cómo han llegado hasta ahí. Y el nivel de intensidad baja.

Mientras se va narrando la historia desde el principio, va en aumento la intensidad. Al no conocer lo que está ocurriendo a los personajes, al espectador le crece la intriga.

Cuando hablan por teléfono y se enfadan, volvemos al punto más fuerte de intensidad. Cuando el tono pasa a un tono amistoso y se hacen “amigos” va bajando de nuevo la intensidad.

**Anexo V. Guion técnico del cortometraje.**



## **Anexo VI. Listados.**

### **Listado secuencias**

#### **SECUENCIA 1.- DUEÑOS SE PREPARAN**

INT. CASA Página 2 (hasta que el DUEÑO le pone la chaqueta)

#### **SECUENCIA 2.- DUEÑO ACTIVA ALARMA**

EXT. CASA Página 2

#### **SECUENCIA 3.- DUEÑOS SUBEN AL COCHE + PERSECUCIÓN**

EXT. Página 2 (DUEÑOS arrancan, les sigue CACOS y vuelven a la casa)

#### **SECUENCIA 4.- CONVERSACIÓN CACOS COCHE**

EXT. COCHE Página 2 y 3 (hasta: CACHAS “Pues vamos”)

#### **SECUENCIA 5.- CACOS SALEN DEL COCHE Y APAGAN ALARMA**

EXT. CASA Página 3 y 4 (hasta: “si si, vamos”)

#### **SECUENCIA 6.- CACOS ENTRAN EN LA CASA**

INT. CASA Página 4 y 5 (hasta: que se quita la malla GENIO)

#### **SECUENCIA 7.- SUBIDA ESCALERAS**

INT. CASA Página 5 (Sólo diálogo de CACHAS del cuadro)

#### **SECUENCIA 8.- SECUENCIA MONTAJE**

INT. CASA Página 5

#### **SECUENCIA 9.- ENCUENTRO DE LA CAJA FUERTE**

INT. CASA Página 6 y 7

#### **SECUENCIA 10.- LLAMADA DE CACOS AL DUEÑO**

INT. CASA Página 7

#### **SECUENCIA 11.- DURANTE LA LLAMADA. CHILL OUT. DUEÑOS**

EXT. REST. Página 8-15 (Diálogos Dueño y Mujer)

#### **SECUENCIA 12.- DURANTE LA LLAMADA. CASA. CACOS**

INT. CASA Página 8-14 (Diálogos Cacos)

## Listado localizaciones

### LOCALIZACIÓN 1.- CASA/MANSIÓN

EXPOSINER. Pedreguer. C/Filassers, 13. Polígono Industrial Les Galgues.

### LOCALIZACIÓN 2.- RESTAURANTE/CHILL OUT

UPPERCLUB. Moraira. Club Náutico.

## Listado material rodaje

- Caja 3 Butanitos 1000W
- Equipo sonido:
  - Grabadora
  - Cable XLR
  - Micrófono
  - Pértiga
  - Paravientos (Pelocho)
- Alargadores
- Ladrones
- Ordenador + Cargador
- Disco duro
- Cargador móvil
- Claqueta
- TV monitor
- Cinta papel para marcar
- Bolígrafos, permanentes, papel...
- Papeles importantes:
  - Guion
  - Guion técnico
  - Plan rodaje
  - Storyboard
  - Desgloses
  - Listados

## Listado atrezzo

<b>CACO CACHAS</b>	<b>CACO GENIO</b>
<b>Ropa Negra</b>	<b>Ropa Negra</b>
Medias color carne	Medias color carne
Bolsa deporte o similar negra	<b>Gafas de pega o no...</b>
Linterna	Linterna
Esparadrapo dedos	Esparadrapo dedos
Móvil	Tablet

<b>DUEÑO</b>	<b>MUJER</b>
<b>Americana (si hay) o similar</b>	<b>Pintalabios</b>
<b>Zapatos arreglados</b>	<b>Pulsera elegante/¿brillantes? (si hay)</b>
Gemelos	<b>Chaqueta/rebeca/chal (a juego con ropa)</b>
<b>Camisa blanca</b>	
<b>Reloj elegante (si hay)</b>	

<b>CASA</b>	<b>CHILL OUT</b>
Foto Cuadro Dueños	Teléfono fijo
Cuadro Escaleras	Cócktails
2xTapetes para mesitas	Plato Sushi
Caja Fuerte	
Jarrones del Chino (2o3)	
Papeles y planos para Caja	
Escoba y Recogedor	

**Anexo VII. Plan de rodaje.**



**Anexo VIII. Storyboard.**





## VA DE LADRONES

Teléfono Rodaje: Dirección: 669 529 069 (Inés)

Punto de encuentro: Misma localización	ORDEN nº1 - Sábado 23 Mayo Horario de rodaje: 16'00 - 00'00	Horario solar: Previsión met.: mayormente soleado. Nubloso. 25°C	IMPORTANTE: TRAER BUEN HUMOR!!
Localización 1: C/Filassers, 13 - Polígono industrial Les Galgues, Pedreguer (Alicante)			

SEC.	EFECTO	PAG.	DECORADO	PERSONAJES	LOC.	HORA	TIEMPO
7	INT. NOCHE	5	CASA - MANSIÓN Cuadro subiendo las escaleras	CACOS	LOC. 1	16'00	30'
8	INT. NOCHE	5	CASA - MANSIÓN Secuencia Montaje - 3 Habitaciones	CACOS	LOC. 1	16'30	50'
9	INT. NOCHE	6, 7	CASA - MANSIÓN Habitación - Encuentro con la caja	CACOS	LOC. 1	17'20	1h 30'
10	INT. NOCHE	7	CASA - MANSIÓN Llamada teléfono	CACOS	LOC. 1	18'50	10'
12	INT. NOCHE	8-14	CASA - MANSIÓN Acciones de la llamada	CACOS	LOC. 1	19'00	2h 10'
3	EXT. NOCHE	2	CASA/ENTRADA - MANSIÓN Persecución de los Cacos a los Dueños con el coche	CACOS	LOC. 1	21'00	15'
4	EXT. NOCHE	2, 3	COCHE CACOS Conversación Cacos en el coche	CACOS	LOC. 1	22'00	45'
5	EXT. NOCHE	3, 4	CASA/ENTRADA - MANSIÓN Cacos salen del coche y apagan alarma	CACOS	LOC. 1	22'45	20'
6	INT./EXT NOCHE	4, 5	CASA - MANSIÓN Cacos entran por la puerta principal y la cierran	CACOS	LOC. 1	23'05	40'

CITACIÓN ACTORES					
PERSONAJES	ACTOR	SECUENCIAS	RECOGIDA	VEST./MAQ.	SET
CACO GENIO	HÉCTOR	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12	14'45	-	15'00h
CACO CACHAS	MAURICIO	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12	14'30	-	15'00h
DIMITRI	JAVIER	3	-	-	20'30h
MUJER DIMITRI	REYES	3	-	-	20'30h

## VA DE LADRONES

Teléfono Rodaje: Dirección: 669 529 069 (Inés)

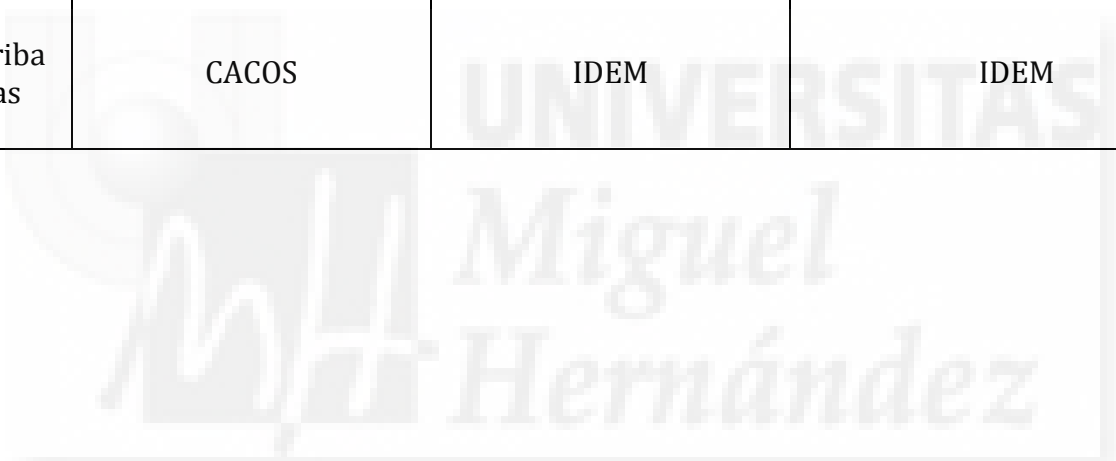
Punto de encuentro: LOC. 1	ORDEN nº2 - Domingo 24 Mayo Horario de rodaje: 16'00 - 00'00	Horario solar: Previsión met.: mayormente soleado. Nubloso. 26°C	IMPORTANTE: TRAER BUEN HUMOR!!
Localización 1: C/Filassers, 13 - Polígono industrial Les Galgues, Pedreguer (Alicante)			
Localización 2: Chill Out UPPERCLUB, Puerto Náutico, Moraira (Alicante)			

SEC.	EFECTO	PAG.	DECORADO	PERSONAJES	LOC.	HORA	TIEMPO
1	INT. NOCHE	2	CASA - MANSIÓN Cuadro subiendo las escaleras	DUEÑOS	LOC. 1	16'00	1h 45'
2	INT. NOCHE	2	CASA - MANSIÓN Secuencia Montaje - 3 Habitaciones	DUEÑOS	LOC. 1	18'00	15'
3	EXT. NOCHE	2	CHILL OUT Persecución de los Cacos a los Dueños con el coche	TODOS	LOC. 2	21'00	15'
11	EXT. NOCHE	8-15	CHILL OUT Acciones de la llamada	TODOS	LOC. 2	22'30	2-3h

CITACIÓN ACTORES					
PERSONAJES	ACTOR	SECUENCIAS	RECOGIDA	VEST./MAQ.	SET
CACO GENIO	HÉCTOR	3, 11	19'30	-	20'00
CACO CACHAS	MAURICIO	3, 11	19'30	-	20'00
DIMITRI	JAVIER	1, 2, 3, 11	14'30	-	15'00h
MUJER DIMITRI	REYES	1, 2, 3, 11	14'30	-	15'00h

**ESCENA 7.- SUBIDA ESCALERAS**

<b>Nº</b>	<b>ESCALA</b>	<b>CÁMARA</b>	<b>PERSONAJES</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>DIÁLOGOS</b>	<b>SONIDOS</b>
1	P.G	Desde abajo escaleras	CACOS	Los CACOS suben las escaleras y CACHAS hace un comentario del cuadro	Mira tío, tiene un Van Gogh, seguro que en la caja habrá un buen botín.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ambiente</li> <li>• Pasos subida escaleras</li> <li>• Diálogo</li> </ul>
2	P.G	Desde arriba escaleras	CACOS	IDEM	IDEM	IDEM



GUIÓN TÉCNICO – VA DE LADRONES

**ESCENA 8.- SECUENCIA DE MONTAJE**

<b>Nº</b>	<b>ESCALA</b>	<b>CÁMARA</b>	<b>PERSONAJES</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>DIÁLOGOS</b>	<b>SONIDOS</b>
1	P.G	Ángulo de toda la habitación	CACOS	Búsqueda de la caja en el SPA	-	-
2	P.G	IDEM	CACO GENIO	Búsqueda de la caja en el SALÓN	-	-
3	P.G	IDEM	CACO CACHAS	Búsqueda de la caja en la HABITACIÓN	-	-

GUIÓN TÉCNICO – VA DE LADRONES

**ESCENA 9.- ENCUENTRO DE LA CAJA FUERTE**

Nº	ESCALA	CÁMARA	PERSONAJES	DESCRIPCIÓN	DIÁLOGOS	SONIDOS
1	P.G	Desde el lado de la caja	CACOS	CACHAS ve caja y llama a GENIO. GENIO va donde CACHAS	CACHAS: Eh tío, lo he encontrado	Diálogo Pasos llegada de Genio
2	P.M.C	Plano frontal desde la mesita. Se ve un trozo.	CACOS	GENIO se agacha y se pone al lado de CACHAS	Se graba todo el diálogo de la escena hasta: “vámonos...vea alguien”	Diálogo
3	P.E	Plano desde atrás	CACOS	CACOS agachados, entre medias vemos la caja antigua.	Se graba todo el diálogo de la escena hasta: “vámonos...vea alguien”	Diálogo
4	P.G.C	Ojo de pez	CACOS	Conversación de cómo abrir la caja	Desde: “no, no, tiene que haber otra solución” hasta: “plan de llamarle”	Diálogo
4.1	P.G.C	Objetivo normal	CACOS	Conversación de cómo abrir la caja	Desde: “no, no, tiene que haber otra solución” hasta: “plan de llamarle”	Diálogo

**ESCENA 10.- LLAMADA DE CACOS AL DUEÑO**

<b>Nº</b>	<b>ESCALA</b>	<b>CÁMARA</b>	<b>PERSONAJES</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>DIÁLOGOS</b>	<b>SONIDOS</b>
1	P.M	Frontal	CACOS	Los CACOS aparecen llamando por teléfono	-	-



GUIÓN TÉCNICO – VA DE LADRONES

**ESCENA 11.- CHILL OUT. DUEÑOS. LLAMADA**

<b>Nº</b>	<b>ESCALA</b>	<b>CÁMARA</b>	<b>PERSONAJES</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>DIÁLOGOS</b>	<b>SONIDOS</b>
1	P.M	Desde el lado de la caja	DUEÑO Y MUJER, CAMARERA	DUEÑOS cenando. CAMARERA trae teléfono. Conversación.	Todo el diálogo	Diálogo Ambiente
2	P.P	Plano frontal desde la mesita. Se ve un trozo.	DUEÑO	Conversación	Todo el diálogo	Diálogo Ambiente
3	P.E	Plano desde atrás de la barandilla	DUEÑO	Hablando levantado	Todo el diálogo	Diálogo Ambiente
4	P.G	Ojo de pez	DUEÑO	Conversación de cómo abrir la caja	-	Música

GUIÓN TÉCNICO – VA DE LADRONES

**ESCENA 12.- CASA. CACOS. LLAMADA**

<b>Nº</b>	<b>ESCALA</b>	<b>CÁMARA</b>	<b>PERSONAJES</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>DIÁLOGOS</b>	<b>SONIDOS</b>
1	P.P	Frontal-lateral	CACO CACHAS	Toda la conversación de teléfono con el DUEÑO.	Diálogos correspondientes de pg 8 a 14	Diálogo
2	P.P	Frontal-lateral	CACOS GENIO	Toda la conversación de teléfono con el DUEÑO.	Diálogos correspondientes de pg 8 a 14	Diálogo
3	P.M – P.L	Frontal	CACOS	Toda la conversación de teléfono con el DUEÑO.	Diálogos correspondientes de pg 8 a 14	Diálogo
4	P.G	Frontal – lateral-multicámara	CACOS	CACHAS rompe el jarrón	GENIO: “Se burla ud....?”	Diálogo Rotura jarrón
5	P.G		CACOS	Barrer el jarrón y activar la alarma	DUEÑO: “Mientras se lo piensan...”	Voz en off del DUEÑO



GUIÓN TÉCNICO – VA DE LADRONES

**ESCENA 1.- DUEÑOS SE PREPARAN**

Nº	ESCALA	CÁMARA	PERSONAJES	DESCRIPCIÓN	DIÁLOGOS	SONIDOS
1	P.D Reloj		DUEÑO	DUEÑO se coloca el reloj en la muñeca	-	Ambiente
2	P.D Gemelos		DUEÑO	DUEÑO se coloca gemelos en camisa. (rodar 2 manos)	-	Ambiente
3	P.D Zapatos		DUEÑO	Se ata los zapatos	-	Ambiente
4	P.M Americana		DUEÑO	Poniéndose la americana	Date prisa... a las 9'00h.	Diálogo Ambiente
5	P.D Labios		MUJER	Pintándose los labios	Ya voy... media hora.	Diálogo Ambiente
6	P.D Puslera		MUJER	Poniéndose la pulsera	-	Ambiente
7	P.D Pendiente		MUJER	Poniéndose los pendientes (rodar 2 lados)	-	Ambiente
8	P.M		DUEÑO Y MUJER	Él ayuda a poner la chaqueta aMUJER	-	Ambiente

**ESCENA 2.- DUEÑO ACTIVA ALARMA**

<b>Nº</b>	<b>ESCALA</b>	<b>CÁMARA</b>	<b>PERSONAJES</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>DIÁLOGOS</b>	<b>SONIDOS</b>
1	P.M P.L		DUEÑO	Activa alarma y mete móvil en el bolsillo	-	Ambiente Alarma



GUIÓN TÉCNICO – VA DE LADRONES

**ESCENA 3.- DUEÑOS SUBEN AL COCHE + PERSECUCIÓN**

Nº	ESCALA	CÁMARA	PERSONAJES	DESCRIPCIÓN	DIÁLOGOS	SONIDOS
1	P.G	Fijo	TODOS	DUEÑOS arrancan coche y les sigue otro	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ambiente</li> <li>• Coche</li> <li>• Luces</li> </ul>
2	P.G	Fijo	TODOS	DUEÑOS llegan al Chill Out. CACOS vuelven a la casa.	-	IDEM

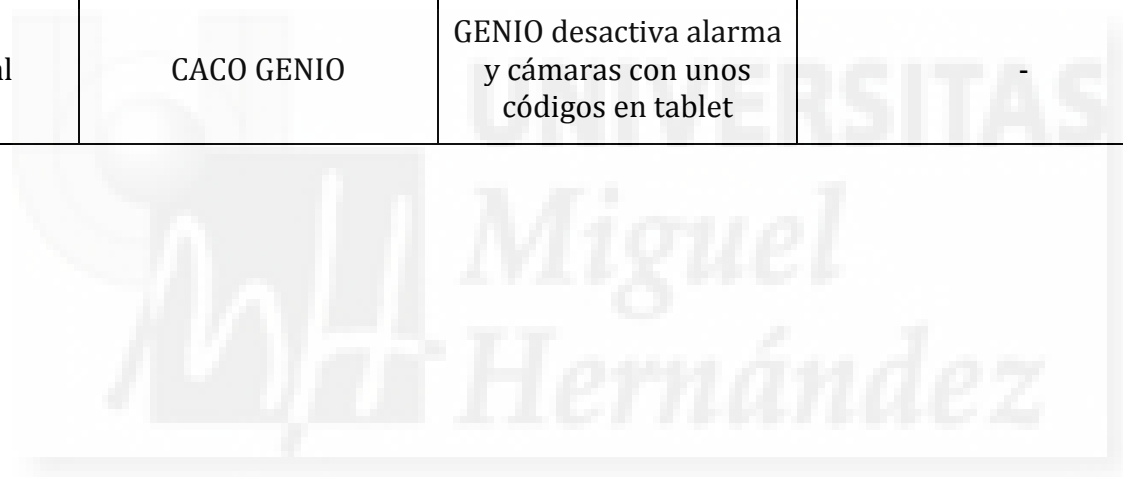
GUIÓN TÉCNICO – VA DE LADRONES

**ESCENA 4.- CONVERSACIÓN CACOS COCHE**

<b>Nº</b>	<b>ESCALA</b>	<b>CÁMARA</b>	<b>PERSONAJES</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>DIÁLOGOS</b>	<b>SONIDOS</b>
1	P.G	Frontal	CACOS	CACOS mantienen conversación en el coche	Pg. 2-3/ Desde: “¿Estás preparado?” Hasta: “Pues vamos...”	Ambiente Diálogo
2	P.P	IDEM	CACO GENIO	Búsqueda de la caja en el SALÓN	IDEM	IDEM
3	P.P	IDEM	CACO CACHAS	Búsqueda de la caja en la HABITACIÓN	IDEM	IDEM

**ESCENA 5.- CACOS SALEN DEL COCHE Y APAGAN ALARMA**

Nº	ESCALA	CÁMARA	PERSONAJES	DESCRIPCIÓN	DIÁLOGOS	SONIDOS
1	P.E	¿Lateral?	CACOS	CACOS desactivan alarma y entran	Pg. 3-4/ Desde: “Ya está”. Hasta: “si si, vamos”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diálogo</li> <li>• Sonidos digitales</li> </ul>
2	P.D	Cenital	CACO GENIO	GENIO desactiva alarma y cámaras con unos códigos en tablet	-	Sonidos digitales



GUIÓN TÉCNICO – VA DE LADRONES

**ESCENA 6.- CACOS ENTRAN EN LA CASA**

Nº	ESCALA	CÁMARA	PERSONAJES	DESCRIPCIÓN	DIÁLOGOS	SONIDOS
1	P.E P.G	Frontal Lateral	CACOS	Se abre la puerta y entran. Cierran la puerta. Se quitan media.	Pg. 4-5/ Desde: “Pero que coño...”. Hasta: “así queda más guay”	Diálogo
2	P.C	Lateral	CACOS	IDEM	IDEM	Diálogo



El presente cortometraje es fruto de un trabajo realizado en solitario. Para que un *freelance* se encargue de organizar todo el cortometraje, realizarlo y editarlo después se necesita más tiempo de lo normal. Por este motivo, el cortometraje aquí presente no se encuentra finalizado. Sino que es una muestra del resultado que ha conllevado todas sus etapas de realización y una guía de cómo puede quedar el producto final.

