

CURSO ACADÉMICO 2015 - 2019

# **TFG COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

## REALIZACIÓN DEL VÍDEO *FEMINISMO. ¿QUÉ ES?*

ALUMNA: ALEJANDRA MARTÍNEZ ALPISTE

TUTOR: CARLOS MANUEL RAMOS LAHIGUERA

CO- TUTORA: ANASTASIA TÉLLEZ INFANTES



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS  
GRADO COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL  
UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ



**PALABRAS CLAVE:** Feminismo, Vídeo, YouTube, Grabación, Entrevistadas, Montaje.

**RESUMEN:** Este TFG consiste en la realización de un vídeo documental sobre el aprendizaje en el feminismo a partir del guion e investigación realizada por mi compañera Julia Velázquez. Durante este proceso de aprendizaje hemos hecho uso de las redes sociales y entrevistas realizadas a figuras que nos han influenciado. En este trabajo, pretendo reflejar nuestra evolución en los conocimientos que tenemos del tema, tratando el audiovisual de forma subjetiva y cercana al público.

**KEYWORDS:** Feminism, Video, Youtube, Shooting, Interviewed, Edition.

**RESUME:** This TFG consists in the making of a documentary-video about the process of learning about feminism from the script and research carried out by my colleague Julia Velázquez. During this learning process we used social media and interviews made to some figures who have influenced us. In this project, I intend to show our evolution in the knowledge in this subject by treating the audiovisual in a subjective and close point of view.

# ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN .....	3-4
2. OBJETIVOS .....	5
3. METODOLOGÍA .....	6
4. REFERENTES .....	7
a. Referentes teóricos .....	8-10
b. Referentes visuales .....	11-15
5. REALIZACIÓN DEL PROYECTO: FASES	
5.1 PREPRODUCCIÓN	
a. Idea .....	16
b. Documentación .....	16
c. Presupuesto .....	16
d. Material técnico .....	17
e. Personas entrevistadas .....	17-18
f. Localizaciones .....	18-19
g. Cronograma .....	19
h. Preguntas a realizar .....	19
5.2 PRODUCCIÓN .....	20-22
5.3 POSTPRODUCCIÓN	
a. Back Up .....	22
b. Selección del material .....	22-23
c. Montaje .....	23-25
d. Etalonaje .....	25-26
6.RESULTADOS .....	27-30
7. CONCLUSIÓN .....	31-32
8. BIBLIOGRAFÍA .....	33-35
9. ÍNDICE DE TABLAS, GRÁFICOS Y FIGURAS .....	35
10. ANEXO	
a. Entrevista a Irene .....	36-37
b. Desglose de presupuesto .....	38

# 1. INTRODUCCIÓN

En la sociedad actual, Internet cumple un papel muy importante. A través de las redes sociales, en particular, se tiene acceso inmediato y prácticamente ilimitado a cualquier tipo de información desde cualquier parte del mundo y es que, en el mundo online, no existen fronteras. Desde cualquier dispositivo es posible ponerse en contacto en cuestión de segundos con cualquier otra persona en la otra punta del mundo y sin necesidad de realizar más esfuerzo que presionar unas teclas. En Internet abundan todo tipo de contenidos destinados al entretenimiento, a la educación, a las finanzas, a las noticias... aunque no todo lo que se encuentra en la web es verídico y de calidad.

Uno de los temas que se trata mucho en Internet es el del feminismo. Desde hace unos años, la difusión que permiten las redes sociales ha hecho posible que el mensaje de este movimiento llegue a más personas y aumente la concienciación en la sociedad sobre la desigualdad en la que viven las mujeres. Gracias a esto, hay quien piensa que durante estos días está teniendo lugar la cuarta ola del feminismo, que se entiende basada en la creación de contenido audiovisual y su difusión en redes sociales y medios de comunicación tradicionales en apoyo al feminismo.

Sin hacer una búsqueda exhaustiva, se pueden encontrar cuentas de Instagram, Twitter, canales de YouTube o páginas de Facebook en las que se exponen casos de justicia patriarcal, se incita a debates, se explican conceptos del feminismo, se denuncian situaciones de machismo o se muestran referentes femeninos a los que antes no se tenía acceso. Todo esto hace que muchas mujeres, sobre todo jóvenes usuarias de estas plataformas, se conciencien y decidan ser parte de la lucha del feminismo.

Las plataformas digitales se han convertido en un aliado esencial de movimiento y esto se puede comprobar en los numerosos *hashtags* (etiquetas) que inundan las redes sociales denunciando situaciones como fueron “#comomujermehaocurrido”, “#esmachismocuando”, o “#metoo” entre otros. No solo se hacen virales los vídeos o posts de famosas actrices, cantantes o artistas en general que usan su popularidad para causar impacto en la comunidad, también consiguen mucha difusión otros proyectos de denuncia social realizados por asociaciones feministas o personas físicas como, por ejemplo, el cortometraje de la estudiante Alicia Ródenas<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> *Ahora o nunca* (2017), cortometraje de la alumna Alicia Ródenas. Link al vídeo: [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=4&v=IX---4oLr2U](https://www.youtube.com/watch?time_continue=4&v=IX---4oLr2U)

Para Sorensen, las redes sociales son uno de los tres pilares fundamentales de la nueva cultura audiovisual:

« [...] 3. Nuevas formas de distribución. La world wide web ha permitido superar unos canales de distribución ciertamente restrictivos, para hacer posible que cualquier contenido tenga una audiencia potencial casi ilimitada. La red ha abierto grandes posibilidades de distribución masiva incluso para contenidos que antes resultaban minoritarios.» (Sorensen 2008: 51-52)

Es por esto por lo que para este trabajo de final de grado se ha decidido realizar un vídeo documental sobre feminismo en el cual, haciendo uso del estilo de los vídeos de YouTube, se tratan las nociones básicas de feminismo. En él, se realizan preguntas a expertas en el movimiento feminista que hacen uso de un lenguaje coloquial.

Para obtener una mayor difusión y *engagement* con el espectador o espectadora se hará uso de un lenguaje cercano y tono informal de tal manera que puedan identificarse con Julia y conmigo, ya que seremos nosotras el hilo conductor del vídeo.



## 2. OBJETIVOS

Los objetivos principales en la creación de este vídeo llamado "*Feminismo. ¿Qué es?*", son los siguientes:

**1.- Realizar una aportación a la comunidad a través de la creación de contenido audiovisual.** Como comunicadora audiovisual, soy consciente del papel que el audiovisual tiene en la sociedad actual. Es por esto por lo que es esencial que el contenido tenga un impacto positivo en sus espectadores y espectadoras.

**2.- Conectar con la audiencia,** e intentar que las supuestas connotaciones negativas o el rechazo que muchas veces sufre un tema como el feminismo, no se dé con quién visualice el vídeo.

Podrían considerarse objetivo secundario:

**3.- Aprender sobre el feminismo.** El aprendizaje es otro objetivo en mente por cumplir en la realización de este trabajo. Con este vídeo, se pretende facilitar el aprendizaje de nociones básicas sobre el movimiento feminista. Sin embargo, no solo se pretende que aprendan los y las que realicen el visionado del vídeo sino también las propias creadoras durante todo el proceso.

### 3. METODOLOGÍA

Para la realización de este trabajo de fin de grado se propone la elaboración de un vídeo documental que trate las preguntas básicas del feminismo siendo estas respondidas por expertas en el tema. El audiovisual se tratará con un tono informal y cercano además de hacer uso del formato típico de Youtube.

Para ello, primeramente, se realizará una búsqueda exhaustiva de referentes de vídeos de Youtube con la intención de captar las características de esta plataforma y aplicarlas al proyecto. Se buscarán creadores y creadoras de todo tipo de contenido sin tener en cuenta el número de seguidores que tengan en la plataforma y se observarán varios de sus vídeos para captar el tono adecuado.

A continuación, se realizarán entrevistas a personas especializadas en el movimiento feminista. Para ello, se contactará con mujeres y hombres a través de las redes sociales explicándoles el proyecto y esperando su participación. Se contactará con escritoras, actrices, profesoras, youtubers, enfermeras... Se buscarán personas con todo tipo de *backgrounds* para aportar riqueza y diversidad al contenido.

Una vez contactadas, se realizará trabajo de campo en el que obtendremos las fuentes principales de información, es decir, nos desplazaremos a la localización correspondiente para realizar las entrevistas y obtener el material necesario para el vídeo.

Por último y una vez obtenidos los brutos, se finalizará con el montaje del audiovisual en el cual se seguirá el esquema proporcionado por mi compañera Julia Velázquez y en el que se implementarán las características de los vídeos de la plataforma de Youtube consiguiendo que nuestro vídeo documental se pueda considerar de esta red social facilitando así su difusión.

## 4. REFERENCIAS

“Feminismo. ¿Qué es?” es un vídeo de carácter educativo con el objetivo de divulgar su contenido a través de, principalmente, la plataforma YouTube; haciendo uso del formato de vídeo propio de esta red. Para la realización de cualquier pieza audiovisual, siempre son necesarios unos referentes. La mayoría de las veces, el creador o creadora no es consciente de la influencia de estos en su trabajo mientras que, en otras, se buscan esos referentes a consciencia para encontrar inspiración o aprender a realizar el proyecto deseado.

Para la realización de este trabajo de fin de grado ha sido necesaria una búsqueda exhaustiva de creadores y creadoras de contenido similar al que se ofrece.

Se han distinguido los referentes audiovisuales en dos bloques:

- **Referentes teóricos:** son aquellos audiovisuales que tratan cualquier aspecto del feminismo. Su contenido presenta el mismo tema que nuestro vídeo a pesar de que, en la mayoría de los casos, no hacen uso del mismo formato.
- **Referentes visuales:** aquellos que sí tienen el mismo formato/estructura. Su contenido no tiene por qué coincidir.

A continuación, se desarrollan los bloques anteriormente mencionados.

## a. Referentes teóricos

- *Retratos del feminismo* (2018) Documental dirigido por Johanna Demetrakas. Sinopsis: La cineasta Johanna Demetrakas rescata las fotos de un libro de fotografías de 1977 que eliminó las restricciones culturales.

Este documental nos invita a reflexionar sobre cuánto ha avanzado la sociedad en el tema del feminismo haciendo uso de los testimonios de mujeres activistas en los años setenta. Se muestra lo que las feministas de ese tiempo reclamaban y cómo, mucho de lo que pedían, aun en día no se ha conseguido. También observamos la actitud de “o todo o nada” de la época que las llevó a luchar ferozmente por sus derechos.

De este documental se ha tenido en cuenta el tratamiento de las entrevistas a las protagonistas: la cercanía por parte de la entrevistadora y como ha conseguido la comodidad de las entrevistadas consiguiendo que el espectador o espectadora se sienta partícipe de la conversación. Se ha tenido en cuenta varios métodos y estilos de preguntas realizadas y se han adaptado a nuestro vídeo.



*Ilustración 1 - Fotograma de la película "Retratos del feminismo".*

- *Una revolución en toda regla* (2018).

Documental dirigido por Rayka Zehtabchi.

Sinopsis: En un pueblo de Delhi, las mujeres han comenzado la lucha contra el tabú de la menstruación. Para ello, una compañía instala en el pueblo una máquina para fabricar compresas que da empleo a las mujeres y les permite fabricar sus propios productos.

En este documental nos adentramos en la vida de mujeres y niñas de un pueblo cercano a Nueva Delhi donde, al igual que en muchas partes del mundo, hablar de la menstruación es un tabú y conlleva la prohibición de ciertas actividades cotidianas durante el período.

El audiovisual, que además ganó un premio Óscar a Mejor Cortometraje en 2018, utiliza el recurso de cámara en mano transmitiendo sensación de veracidad de la escena.



*Ilustración 2. Fotograma película "Una revolución en toda regla".*

- *RBG. Jueza Icono* (2018).

Documental dirigido por Betsy West y Julie Cohen.

Sinopsis: Se explora la aportación feminista de la jueza Ruth Bader Ginsburg durante su carrera.

En este documental se relata la historia de la jueza Ruth Bader Ginsburg en su lucha para actualizar y/o cambiar la legislación estadounidense en cuanto a igualdad de género.

De la misma manera que ocurre en el ejemplo anterior, en *RBG. Jueza Icono* se hace una narración completa de la protagonista, repasando los momentos destacados de su carrera. El espectador o espectadora se sumerge por completo en la obra dejándose en manos de las directoras y empapándose de todo lo que la jueza quiere contar y denunciar.



Ilustración 3. Fotograma de la película "RBG. Jueza Icono"

## b. Referentes visuales

En cuanto a referentes visuales encontramos a varios “youtubers” que, a pesar de usar el típico formato de vídeos online, ofrecen contenido variado y de calidad. Se han destacado algunas de las características de este tipo de vídeos que más tarde se han aplicado al nuestro. Algunos de ellos y ellas son:

1. Luc Loren. Es un youtuber español de gran influencia en el panorama actual que trata una amplia variedad de temas que preocupan a la sociedad española del momento.

Link al canal de Youtube: <https://www.youtube.com/user/TheTripletzOfficial>



Ilustración 4. Captura de pantalla del canal de Luc Loren.

Luc Loren hace uso del formato de entrevista para mostrar la mayor parte de su contenido realizando preguntas son atrevidas, claras y directas, usando un lenguaje coloquial y sin ningún tipo de tapujos lo que hace que conecte muy bien con su audiencia.

En cuanto a la edición, recurre a los cortes “no disimulados” para dar ritmo al audiovisual. No importa si el corte es muy brusco y este suponga fallo de raccord de posición o de luz; a este youtuber le interesa más el ritmo del vídeo que una perfección técnica absoluta. Aun así, también los utiliza para disimular tibeos o equivocaciones en las conversaciones creando de esta manera una narración coherente.

Al final de cada vídeo, suele dejar un espacio para su reflexión propia e invita a los y las espectadores y espectadoras a dejar su opinión en comentarios fomentando el debate siempre desde el respeto.



Razones para ir a votar en 10 minutos | Luc Loren toma el...

AGRESIONES HOMÓFOBAS con Alejandro Reina (SKAM...

Ilustración 5. Captura de pantalla del canal de Luc Loren.

2. Towanda Rebels. Teresa Lozano y Zúa Méndez son las creadoras de este canal de Youtube aunque también se les puede encontrar en Twitter e Instagram con el mismo nombre. El canal nace de la necesidad de sus creadoras de comunicar y de hablar, desde su punto de vista, del feminismo con la intención de acercar este tema a la sociedad.

Link al canal: <https://www.youtube.com/channel/UCr4I0skM9D5RcY4Cwd2V-MA>



Con la H de Histeria

PUNTO G

Ilustración 6. Captura de pantalla del canal de Towanda Rebels.

Las Towanda (como se las conoce en las redes) tratan el feminismo de una manera muy directa e inteligente. Sentadas y hablando a cámara conversan y dan su opinión recalcando algunos aspectos y nombrando algunas teorías feministas.

Teresa y Lúa dividen los vídeos en apartados muy bien diferenciados de tal manera que su búsqueda sea más rápida y sencilla y hacen uso de los *hashtags* “#” para que su impacto en redes sociales sea mayor y las espectadoras puedan opinar y difundir el mensaje que envían.

De nuevo se observa un ritmo rápido y un uso de cortes y efectos de pantalla variados que captan la atención de quién ve el vídeo. Entre los efectos de pantalla más usados en sus vídeos, destacan la aparición de gráficos de gran tamaño que sirven para recalcar algún aspecto del tema, o imágenes de noticias o comentarios de Instagram que ofrecen al espectador o espectadora un ejemplo gráfico de lo que están hablando. Para que estos efectos no ensucien mucho la imagen, suelen sentarse estratégicamente teniendo en mente a la hora de grabar dónde aparecerán estos elementos que luego añadirán en el montaje por lo que suelen dejar a la izquierda o derecha del encuadre una parte vacía para insertarlos ahí.



#SomosRevolución

#ManadaPorno

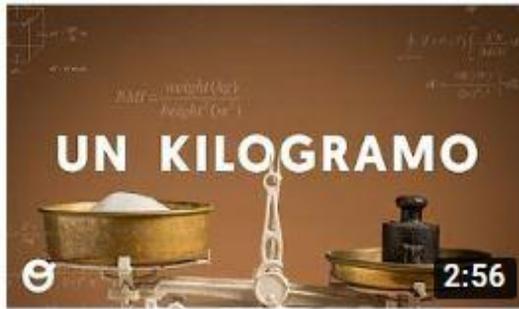
Ilustración 7. Captura de pantalla del canal de Towanda Rebels.

Las Towanda se hicieron conocidas gracias a *#HolaPutero*, vídeo en el que denunciaron la pasividad de la sociedad española ante el consumidor de prostitución y que, sin embargo, se pusiera el foco en la mujer que la ejerce.

En este, usaron un montaje muy sencillo en el que, de forma individual, hablaban a cámara exponiendo hechos y datos sobre la prostitución. La grabación del mismo también fue muy simple: usaron como escenarios las calles de una ciudad, grabaron con un móvil y no utilizaron ningún tipo de iluminación adicional ni sistema de captación de audio. Sin embargo y a pesar de su simplicidad, tras su publicación se hizo muy popular en las redes sociales consiguiendo una gran difusión y que la sociedad se replanteara este tema.

3. Omglobal: Inicialmente comenzó como el canal de Joaquín Reixa (conocido en Internet con el nombre de Omai), pero tras varios años en la plataforma ha pasado a ser el medio digital principal de una productora homónima creada por más creadores de contenido en YouTube.

Link al canal: <https://www.youtube.com/user/OMGlobalNews>



¿Cuánto pesa ahora un kilogramo?



Cómo se hace una película DISNEY

Ilustración 8. Captura de pantalla del canal de Omglobalnews.

Sus vídeos tienen carácter educativo y abarcan temas muy variados desde relacionados con la comunidad LGTBIQ+, a temas del medioambiente, políticos, etc.

Al contrario que en otros canales, el contenido lo producen en vídeos de menos de diez minutos consiguiendo que sean más llevaderos para el o la visitante.

Algo que también lo diferencia es que en casi todos sus vídeos aparecen expertos o expertas que explican al espectador el tema. El propio presentador del vídeo se hecha a un lado para dejar paso a los y las expertas. Este es un recurso que hemos usado en nuestro vídeo.



Lo que no sabías del barco de GREENPEACE



Frases que el colectivo LGTBIQ+ está cansado de...

Ilustración 9. Captura de pantalla del canal de Omglobalnews.

De nuevo y como característica de los vídeos de esta plataforma, se puede observar cortes descarados y música pegadiza de fondo que crean un ritmo agradable.

Tras realizar esta búsqueda de referentes visuales de YouTube, se usarán varias de sus características para realizar un vídeo para la plataforma que hará posible una mayor difusión



## 5. REALIZACIÓN DEL PROYECTO: FASES

En cuanto a la realización de este proyecto, se distinguen tres fases: **preproducción**, **producción** y **posproducción**.

### 5.1 Preproducción

#### a. Idea

Mi compañera Julia Velázquez Soria me comentó la idea y el guion que tenía para realizar un vídeo documental: Quería realizar un vídeo de entrevistas dónde se expusieran las preguntas iniciales que cualquier persona interesada en el feminismo se pudiera hacer. Estas preguntas serían contestadas por personas inmersas en el movimiento feminista y, como hilo conductor del vídeo, Julia y yo apareceríamos dando nuestra opinión y reflexión. Nuestra aparición también haría que el vídeo fuera menos formal y que el espectador o la espectadora tuviera alguien con quién identificarse.

#### b. Documentación

Una vez con el guion definido, se comenzó con la investigación y la búsqueda de referentes audiovisuales (comentados en el apartado [Referencias](#)).

Se hizo uso de redes sociales como Twitter o Instagram para la investigación y, a partir de estas se comenzó a seguir a varias personalidades en el feminismo como Larissa Pagán y Nazareth Dos Santos, que llevan las redes sociales de @SolaMeGusto; la escritora Nuria Varela cuya cuenta de twitter es @NuriaVarela; la actriz y directora Leticia Dolera la cual podemos encontrar en varias redes sociales como @LeticiaDolera.

Además del contenido que estas cuentas subían a internet, también se realizó el visionado de varias películas de feminismo como *Thelma y Louise* (1991), *Tomates verdes fritos* (1991), *Una revolución en toda regla* (2018), entre otras.

#### c. Presupuesto

El presupuesto ha sido un apartado importante a tener en cuenta. Contábamos con uno muy limitado y que salía, íntegramente, de nuestros bolsillos. En material se consiguió ahorrar una gran cantidad debido al material previo del que se disponía y al prestado por compañeros y compañeras.

En el apartado [Anexo](#) se añade el desglose de presupuesto.

#### **d. Material Técnico**

El material técnico usado ha sido escaso pero suficiente para realizar este vídeo. Como se ha comentado en el anterior apartado, la mayoría de lo usado ha sido material propio y prestado. Solamente fue necesario comprar el equipo de sonido que consistió en dos micrófonos de corbata y otro para recoger ambiente desde la cámara.

En cuanto a iluminación se hizo uso de dos LEDs con paraguas y un LED con pantalla difuminadora. Este tipo de luz genera muy poco calor lo que es un aspecto fundamental a tener en cuenta en la realización de una entrevista: en un lugar pequeño hubiera supuesto incomodidad a la entrevistada por lo que se usaron los clásicos paneles LED con controlador “*dimmer*” para controlar la temperatura e intensidad, y una pantalla difuminadora que haría aún más uniforme la luz y evitaría sombras duras en la pared. En el departamento de grabación, se usó una cámara Lumix 3600 y un trípode. Este modelo de Lumix es un modelo de buena calidad de imagen dentro de ser muy económico y viene con objetivo zoom de 45-200mm que fue el que utilizamos tanto para las entrevistas como para los planos de la manifestación.

Si hubiera sido posible contar con más presupuesto, se habría adquirido/alquilado otra cámara para aumentar la diversidad de planos y, más luces para reforzar la iluminación y que la imagen no quedara tan plana pero no fue posible.

#### **e. Personas entrevistadas**

En un vídeo como este, las entrevistas juegan un papel esencial. Es por esto por lo que se dedicó mucho tiempo a la selección de personas que serían entrevistadas.

Para contactar con ellas, se hizo uso de las redes sociales. Se enviaron emails a cuentas como [@LolaVendetta](#), [@TowandaRebels](#), [@SolaMeGusto](#), [@Supervioletas](#), [@Freedra](#) y [@Qfemenina](#).

De todas las contactadas en esta primera ronda, solo permaneció hasta el final Irene, del canal de Youtube Supervioletas.

Debido a esta situación, se recurrió a asambleas feministas de la zona de Alicante y Murcia y, ahí se encontraron mujeres dispuestas a participar. También se buscó a un hombre interesado en el tema para ver su punto de vista en el movimiento y el lugar que, en su opinión, ocupan los hombres.

Tras una gran búsqueda, se consiguió una entrevista con el candidato de Podemos en Elche.

Finalmente, las entrevistadas fueron:

- Irene, del canal Supervioletas.
- Sandra Sánchez Martínez, de la Asociación Isabel Alfonso Candela de Crevillente (Alicante).
- Alba Sánchez, de la Asociación Isabel Alfonso Candela de Crevillente (Alicante).
- José V. Bustamante, de Podemos Elche.
- Nico Pérez Sánchez, de la Asociación Isabel Alfonso Candela de Crevillente (Alicante).

Desde un principio se deseaba que las entrevistadas fueran de las edades y *backgrounds* más distintos posible ya que esto favorecería unas respuestas variadas y, por lo tanto, un contenido de mayor calidad haciendo posible tratar diferentes perspectivas.

#### f. Localizaciones

En cuanto a las localizaciones para realizar las entrevistas se tuvo muy en cuenta los siguientes requisitos:

- el lugar debería ser interior,
- ser fácilmente accesible con los materiales
- y contar con algún fondo para mejorar la estética del plano.

La necesidad de grabar en un interior recaía en la grabación de sonido. Rodar en un lugar cerrado hace posible que no haya ruidos que molesten a las entrevistadas ni que ensucien la pista de audio. También permite controlar la luz según la necesidad y el deseo sin tener que preocuparse por la hora y la posición del sol.

Aunque se buscó lugares con fondo que aportara al audiovisual, no siempre fue posible debido a que se dependía mucho de las posibles localizaciones que nos ofrecieran las entrevistadas.

Las localizaciones usadas durante la grabación de este video fueron las siguientes:

- Mad Work Estudio de Coworking en Madrid.

En esta ubicación grabamos la entrevista de Irene, de Supervioletas.

- Tetería Adarve en Elche.  
En este establecimiento pedimos permiso para grabar nuestras intervenciones a cámara.
- Centro social L'Ateneu en Crevillente.  
A través de un contacto, la dueña nos permitió rodar la entrevista a Nico Pérez.
- Sede de Podemos Elche.  
En la sede, grabamos la entrevista a José V. Bustamante.

#### **g. Cronograma**

Las entrevistas sucedieron durante finales del mes de marzo y el mes de abril de 2019. Para la edición y montaje se dedicó aproximadamente dos meses: mayo y junio.

Las dos primeras semanas de mayo se dedicaron a visionar todo el material y hacer la selección de contenido e intervenciones de las entrevistadas.

Las últimas dos semanas de este mes se construyó la estructura del proyecto y se fueron haciendo pruebas hasta encontrar la más adecuada para el mensaje que se deseaba enviar.

En junio, se realizaron las tareas de limpieza de sonido, búsqueda de banda sonora y realización de los distintos gráficos.

#### **h. Preguntas a realizar**

Julia, tras realizar su investigación, realizó una selección de cinco preguntas. Estas están basadas en conversaciones que tuvo con conocidas y amigas sobre el feminismo tras las cuales realizó una lista de las cuestiones más planteadas y seleccionó aquellas que más se repitieron. De esta manera, las preguntas realizadas fueron las siguientes:

- ¿Qué es el feminismo para ti? ¿Cómo lo definirías?
- ¿Existen varios tipos de feminismo?
- ¿El feminismo es cosa de hombres?
- ¿Crees que, actualmente, con el auge del movimiento feminista y las redes sociales, muchos interesados (ya sean marcas o partidos políticos) se apropian del mensaje y, este, corre el riesgo de verse como una moda y quedarse en la superficie en lugar de que se vea como una lucha que quiere llegar a la raíz del problema?
- ¿Consideras España un país feminista?

## 5.2 Producción

Una vez completa la fase de preproducción, las entrevistas concertadas y las preguntas preparadas, comenzó la producción.

La primera entrevista realizada fue a Irene, cara del canal de Youtube "*Supervioletas*". Irene fue de las primeras personas con las que contactamos y la única que continuó en el proyecto desde la primera tanda de emails que se enviaron. Quedamos con ella el 14 de abril y, debido a que reside en Madrid, nos desplazamos a la capital. El presupuesto durante la estancia en la ciudad fue bajo debido a que nos hospedamos en casa de familiares de mi compañera Julia.

El lugar escogido fue el espacio de co-working Mad Work Madrid. Nos prestaron sus oficinas durante una hora permitiéndonos crear un ambiente agradable y tranquilo para la grabación. Aunque el tiempo para la entrevista era limitado, decidimos invertir parte del mismo en charlar con Irene antes de comenzar a grabar, asegurándonos de esta manera, su relajación y tranquilidad, lo que desembocaría en un tono más relajado y mejores respuestas.

La conversación fue muy fluida e Irene, tal vez por estar acostumbrada a grabar vídeos para Internet, se expresó sin nervios y explicando con paciencia todos los conceptos preguntados. A pesar de que teníamos una lista con las preguntas, fueron surgiendo más que se reservarán como contenido de apoyo para futuros proyectos. Al terminar la entrevista y pedirle los datos, Irene nos pidió que, en el vídeo, no aparecieran sus apellidos ya que, al ser un personaje público y tratar el tema de feminismo, ha recibido varias amenazas y no se siente segura dando esa información.

El 29 de abril fue el turno de Sandra Sánchez y Alba Sánchez. Contactamos con ellas a través de una amiga en común que las había conocido en la Asociación en Crevillente y en seguida se mostraron ilusionadas con el proyecto, aunque fue complicado acordar una fecha para la entrevista. En un principio la entrevista iba a tener lugar en el centro social L'Ateneu e iban a asistir Nico Pérez y Sandra Sánchez, pero debido a circunstancias ajenas, fue imposible grabar en el centro y Nico no pudo asistir. Fue en este momento dónde la ilusión de Sandra por participar se reflejó ya que, sin comentarnos nada, sustituyó a Nico por Alba y nos ofreció su casa para grabar.

Al contrario que Irene, Alba y Sandra sí estaban nerviosas y, a pesar de nuestros intentos por calmarlas, siguieron estándolo durante la entrevista. Sus respuestas fueron más cortas, directas y, en algunos casos, los nervios hicieron su aparición cuando perdían el hilo de la las mismas. A pesar de esto, se obtuvo un buen material.

Aunque en un principio, Alba iba a sustituir la participación de Nico; continuamos buscando una mujer de mayor edad debido a que nos interesaba un punto de vista desde la madurez. Es por esto por lo que nos pusimos en contacto con asociaciones feministas de Murcia y Elche sin éxito ninguno.

Para nuestra sorpresa y cuando pensábamos que no sería posible plasmar ese punto de vista, Sandra se volvió a poner en contacto con nosotras diciendo que Nico tenía disponibilidad para grabar el 13 de mayo. Por lo que, rápidamente y sin dudarlo, confirmamos la fecha.

Volvíamos a Crevillente y entrevistamos a Nico. Esta vez sí nos fue posible grabar en L'Ateneu que abrió solamente para nosotras. El espacio no era particularmente atractivo por lo que buscamos el mejor rincón posible y plantamos cámara. La entrevista duró apenas veinte minutos ya que Nico fue directa y escueta, siguiendo las directrices que le habíamos proporcionado antes de comenzar.

Una vez finalizada, conseguimos cerrar la cita con José V. Bustamante, candidato a la alcaldía de Elche por Podemos Elx y con el cual habíamos conseguido contactar a través de una conocida en común también en las listas del partido. Para este vídeo nos interesaba mucho la visión y opinión masculina en el tema por lo que el 14 de mayo nos reunimos en la sede de Podemos. José Bustamante estaba muy ocupado debido a la campaña electoral que tenía lugar en ese momento por lo que, en apenas media hora, recogimos todo el material necesario para su intervención. El plano recogido es muy simple y, audiovisualmente no aporta nada pero en la localización no había ningún rincón agradable y, aunque nos lo propusieron, decidimos no incluir ningún símbolo del partido político.

Esa misma mañana, nos trasladamos a la Tetería Adarve, situada también en Elche. Julia, en su labor de producción, se había puesto en contacto con el dueño y este nos permitió grabar nuestra intervención. Aunque no nos pidió ninguna compensación económica, no cerró el bar para nosotras por lo que, en alguna ocasión, tuvimos que pausar la grabación para evitar que se colaran ruidos.

Se eligió grabar en la Tetería debido a su estética. No se buscaba un plano serio con iluminación blanca que pareciera muy formal; lo que se quería era un lugar agradable donde dos amigas pudieran tener una conversación sobre feminismo que es, al fin y al cabo, lo que ocurre en el vídeo. Una conversación a la que los espectadores y las espectadoras están invitados e invitadas. También las propias paredes lilas hacen su pequeño guiño al color representativo del feminismo mientras que nuestras camisetas blancas son una metáfora del lienzo blanco, lienzo en el que las entrevistadas hacen de pincel.

### **5.3 Postproducción**

El proceso de postproducción ha durado aproximadamente dos meses. La edición no se realizaba todos los días con la intención de “dejar reposar” el material y detectar posibles errores. Para el montaje se ha usado el programa de Adobe Premiere Pro para la estructura y forma final de vídeo y Adobe After Effects para la animación de los títulos.

Podemos dividir esta última fase en los siguientes apartados:

#### **a) BackUp**

Se reunió todo el material en el disco duro y se realizaron dos copias para tenerlo salvado y accesible en el caso de que existiera algún problema. Aunque al final cada entrevista se descargaban las tarjetas en el ordenador, antes de empezar el proceso de montaje, se realizaron varias copias más de seguridad.

#### **b) Selección del material**

Teniendo en cuenta las entrevistas y nuestras intervenciones, nos encontramos con aproximadamente dos horas y media de material para visualizar.

Con paciencia y mientras se tomaban notas, se comenzó a separar y seleccionar todo contenido que llamaba la atención. Se hicieron carpetas y se organizaron las respuestas según la pregunta a la que respondían de tal manera que fueran fácilmente localizables en el proyecto de Premiere y, a cada entrevistada se le asignó un color lo que hizo que el proyecto quedara más ordenado.

Tras varias visualizaciones se seleccionó el material final. Los criterios seguidos fueron los siguientes:

- El contenido. En esta ocasión, se ha preferido el contenido a la calidad del audio/ vídeo debido a la naturaleza del audiovisual.

Dentro del contenido los valores seguidos fueron, por orden:

- Claridad y expresión.
  - Variedad en las respuestas.
  - Transgresión y respuestas fuera de lo común. Valor del mensaje comunicado
- La calidad del vídeo/audio. Se descartaban aquellos vídeos que no contarán con una calidad mínima.

A pesar de seguir estos criterios, la selección de material fue complicada debido a su gran volumen y a la alta calidad de la mayoría de las respuestas. De dos horas y media de rodaje, se han tenido que seleccionar aproximadamente siete minutos. A pesar de esto, aquellos brutos que no han sido usados no son descartados, sino guardados para otros vídeos en el futuro.

### **c) Montaje**

En esta fase, se inició el montaje propiamente dicho que fue realizado por mí, contando siempre con la opinión y supervisión de mi compañera Julia Velázquez.

Una vez realizadas las secuencias y separaciones creó una secuencia nueva dónde se fue ordenando el material siguiendo el esquema planteado desde el principio por Julia. Las distintas intervenciones se fueron organizando de manera que tuvieran una coherencia narrativa e intentando que el tiempo de cada entrevistada fuera el mismo.

En el esquema inicial se tenía planeado que el audiovisual contase con muchos efectos de sonido y apariciones momentáneas de imágenes que rellenaran la pantalla pero durante el proceso de montaje se tomó la decisión de no recargarla tanto a pesar de que eso fuera a caracterizar más el vídeo. El hecho de poner tantos efectos apartaría la atención del espectador de lo más importante: el contenido.

A pesar de esta decisión, no se quiso renunciar a la idea de darle un tono agradable y cotidiano y es por esto por lo que se han dejado algunos planos en los que Julia

y yo hacemos bromas y nos reímos o nos equivocamos. Estos pequeños incisos en la seriedad del tema hacen que el espectador se sienta cómodo dentro de un tema como este; un tema complicado y molesto ya que despierta en ciertos espectadores opiniones y pensamientos negativos. Esto se puede observar en los comentarios que muchos usuarios dejan en vídeos de Youtube criticando el feminismo y cómo este supondría el fin de la sociedad tal y como la conocen o, en perfiles de varias redes sociales dedicados, únicamente, a enfrentarse al feminismo y desprestigiar al movimiento como por ejemplo el canal *Un Tío Blanco Hetero* (Link a Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=TSWp0lyv31s>).

Como se puede observar no se ha hecho uso de sonidos y efectos típicos de YouTube usados normalmente en las transiciones, intros y cuando una imagen o gráfico emerge en pantalla. Algunos de los sonidos más usados los podemos encontrar en los vídeos analizados en el apartado [4. Referentes](#). Son sonidos de corta duración, agudos y cercanos a la línea de sonido *cartoon*.

Sin embargo, sí se ha usado el recurso de cortes no disimulados (edición al corte) para aportar ritmo, dinamismo y fluidez teniendo en cuenta que esto no hiciera perder la coherencia de la respuesta. Un ejemplo de esto sería el corte realizado cuando Irene responde sobre el papel de los hombres en el machismo. Se corta cuando Irene dice “escuchar y aprender” a José V. Bustamante diciendo “aprender”. Al realizar esta acción, damos a entender al espectador o espectadora que ambos entrevistados se encuentran en la misma línea, que ambos coinciden en el papel que los hombres tienen en el movimiento.

En el montaje también se ha utilizado mucho las transiciones a negro con encadenado de voz. El recurso de la transición a negro se usa como punto y aparte, como separación entre las distintas preguntas mientras que el encadenado de voz hace posible un enlace semántico.

Otro factor importante para hacer el vídeo más ameno ha sido la música. A través de la plataforma SoundCloud se accedió a música sin derechos creada por Blanket Barricade con la intención de ponerla de fondo y que, sutilmente, aportara al vídeo un tono agradable y dinámico.

Una vez terminado el proceso, la estructura final del vídeo es:

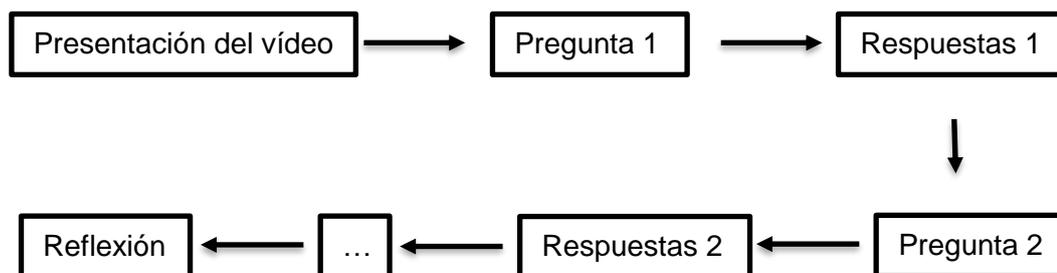


Ilustración 10. Esquema de la estructura final del vídeo.

Como se puede observar no se ha editado la reflexión al final de cada pregunta como estaba estipulado en el guion original, pero esta se ha incorporado al final de todo el vídeo, haciendo una reflexión final de todas las respuestas.

De esta manera, se ha asegurado que la mayoría de los minutos son usados por las entrevistadas ya que, de haberlo hecho como se tenía planteado, el vídeo hubiera sido demasiado largo pudiendo llegar hasta los veinte minutos cuando, desde el planteamiento de la idea, se tenía claro que no queríamos que durara más de diez.

Antes de comenzar el vídeo en sí, se ha decidido realizar una introducción con brutos grabados en la manifestación del 8M del 2019 en la ciudad de Murcia. De esta manera el espectador o espectadora puede hacerse una idea inicial del tema. Para darle una mayor coherencia a estos vídeos, se ha grabado con voz de Julia siguiente texto:

“El feminismo es un impertinente – como llama la Real Academia Española a todo aquello que molesta de palabra o de obra-. Es muy fácil hacer la prueba. Basta con mencionarlo. Se dice feminismo y cual palabra mágica, inmediatamente, nuestros interlocutores tuercen el gesto, muestran desagrado, se ponen a la defensiva o, directamente, comienza la refriega” (Varela, Nuria, 2013)

#### d) Etalonaje

Por último, se ha realizado la corrección de color para dar uniformidad al vídeo. El etalonaje se ha realizado en Adobe Premiere ya que no se tenía acceso a DaVinci Resolve que hubiera sido el software adecuado para esta tarea. El DaVinci es un software de edición de vídeo dónde se retoca color, sonido y edición. El programa permite corregir el color combinando gradaciones y mezclas. Sus características abarcan desde herramientas sencillas como los niveles RGB hasta opciones más avanzadas permitiendo modificar la luminancia.

En Adobe Premiere se han ido retocando el contraste, el brillo y las curvas RGB para eliminar los tonos amarillos y hacerlos un poco más azulados.

En la Ilustración 11 podemos observar algunos fallos en la iluminación. A la izquierda de Alba (de chaqueta vaquera) hay un reflejo del foco y, en el centro de la pared, la luz rebota más fuerte destacando demasiado del resto de la superficie.



*Ilustración 11. Fotograma antes del retoque de color.*

En la Ilustración 12 se ha realizado una máscara en cada uno de los errores de la Ilustración 11. De esta manera se ha localizado el área a tratar evitando ensuciar el resto de la imagen. Se ha bajado el brillo y retocado el contraste para obtener una imagen uniforme.



*Ilustración 12. Fotograma después del retoque de color.*

## 6. RESULTADOS DEL PROYECTO

Tras mucho tiempo viajando a distintos puntos para realizar las entrevistas, muchos rechazos por email y muchas horas editando, la creación de “*Feminismo. ¿Qué es?*” ha finalizado dando lugar a un audiovisual de nueve minutos y medio.



Ilustración 13. Fotograma del título del vídeo

Link al vídeo definitivo subido a YouTube: <https://youtu.be/CcbrdFZRMeg>

Una vez completada las distintas fases, se evalúa la consecución de los objetivos propuestos antes de comenzar:

- **Realizar una aportación a la comunidad a través de la creación de contenido de calidad.**

Cada vez que alguien sube contenido a la web, realiza una aportación... ya que luego esta sea de calidad o no es un tema aparte y un tanto subjetivo. En *Feminismo. ¿Qué es?* encontramos contenido de calidad que se puede separar en dos bloques:

- **Calidad técnica:** dentro de las limitaciones a las que nos hemos visto sometidas, se muestra una imagen clara y un sonido sin ruido y perfectamente entendible.

El sonido no supera los 6dB y en ningún momento *pica*, es decir, se satura creando un efecto con una pequeña distorsión y volumen mayor. El sonido se ha limpiado dejando que destaquen únicamente las voces, con el efecto

DeNoiser de Adobe Premiere, donde se retocan los grabes y se ecualiza el sonido.

La imagen se encuentra en formato panorámico 16:9 y se ha usado como óptica un zoom 45-200mm; usando el 50mm para las entrevistas ya que esta distancia focal hace que resalte el sujeto y le de protagonismo.

- **Calidad de contenido:** el vídeo ofrece testimonios en primera persona de mujeres y hombres que estudian/ impulsan/ conocen el feminismo. Contenido diferente y real que se puede clasificar de calidad debido que tiene en cuenta factores como:
  - la duración del vídeo: la longitud del mismo es la adecuada para tratar este tema, dando el tiempo necesario para su explicación pero sin llegar a ser excesivo y, por lo tanto, aburrido.
  - recursos visuales: se hace uso de recursos en la pantalla para resaltar una idea dicha por la entrevistada.
  - coherencia del mensaje: el vídeo se encuentra estructurado de una manera lógica y correcta que hace posible su comprensión por parte del espectador o espectadora.
- **Conectar con la audiencia e intentar que la connotación negativa o el rechazo que muchas veces sufre un tema como es el feminismo, no se dé con quién visualice el vídeo.**

El vídeo aún no se ha estrenado mientras que se redacta este documento por lo que no es posible comprobar si este objetivo se ha conseguido cumplir o no. Aun así, se puede intuir que no será así; siempre va a haber rechazo por parte de un grupo de la sociedad ante el movimiento ya sea por sensación de miedo o incomprensión. Sin embargo, para conseguir conectar con la audiencia se ha conseguido dar un tono amable, alegre y cercano haciendo uso de recursos como la música, el color del vídeo y su estética en general y el tono usado por las entrevistadoras.



Ilustración 14. Fotograma del vídeo en el que Julia se ríe de su propia broma.

- **Facilitar el aprendizaje de nociones básicas sobre el movimiento feminista.**

En el vídeo se pueden encontrar testimonios de entrevistadas que hablan desde su experiencia personal y profesional, haciendo uso de un lenguaje popular apto para todos los públicos. Se proporcionan herramientas al espectador o espectadora de manera que, para iniciarse en el feminismo o comprender en qué consiste, no es necesario que realice una investigación o búsqueda inicial muy amplia.



Ilustración 15. Fotograma de la primera aparición de Irene.

Nosotras también hemos aprendido durante todo el proceso. Durante cada una de las entrevistas realizadas y en las conversaciones no grabadas que teníamos después, aprendíamos de los diferentes puntos de vista y compartíamos experiencias vividas.

A esto se le añade que durante la preparación del vídeo ha sido necesario la lectura de varios libros y el visionado de documentales para aumentar el conocimiento que teníamos sobre el tema.



*Ilustración 16. Fotograma del la Intro del vídeo.*



## 7. CONCLUSIONES

Enfrentarme a la realización del trabajo de fin de grado y hablar con gente experta en feminismo era algo que me imponía mucho. A pesar de estar interesada en el tema, no sé tanto sobre él como las participantes y no quería quedar como una ignorante al no saber continuar una conversación, expresarme o desconocer ciertos datos o términos.

Es por esto por lo que creo fue un acierto la idea de mi compañera Julia al proponer tratar el audiovisual desde el desconocimiento, dejando que fueran ellas las que hicieran todas las explicaciones y siendo nosotras unas espectadoras más con la diferencia de que teníamos la capacidad (y oportunidad) de interactuar con las entrevistadas.

Sin embargo, a lo largo del desarrollo de este proyecto, mi ignorancia ha ido disminuyendo. Antes de ni siquiera saber quiénes serían las entrevistadas, comencé a leer mucho y ver películas sobre feminismo lo que me ayudó a conocer los distintos temas que trata (vientres de alquiler, trata de mujeres...) y a ir formando mi opinión en cada uno. Al comenzar las entrevistas y durante estos meses he aprendido mucho de toda la gente con la que he tratado ya fuera en las conversaciones de antes, durante o después de la entrevista he podido ver puntos de vista diferentes. El hecho de poder compartir experiencias y hablar de futuro con ellas también ha sido algo que me ha nutrido mucho.

Pero no solo he aprendido de feminismo; el saber solucionar problemas de una forma rápida y sin perder la compostura ha sido algo que también he asimilado durante todo el proceso de rodaje. Cada vez que teníamos un problema con el transporte o la localización, gracias a la ilusión en el proyecto, no entraba (tanto) en pánico porque sabía que de una manera u otra obtendríamos el material.

En cuanto al vídeo, estoy bastante orgullosa del resultado final a pesar de los fallos. Uno de los errores que más destaca es la iluminación. Me hubiera gustado darle una iluminación menos plana y combinar colores y tipos de luz, pero debido al bajo presupuesto y al material técnico usado, esto no ha sido posible. Sin embargo, esta limitación en material ha tenido su parte positiva: nos ha hecho agudizar el ingenio adaptándonos a la situación.

Otro fallo ha sido que, en algunas partes en las que Julia y yo hablamos, se cuelan algunos sonidos de bar, sonidos que han sido imposibles de limpiar. Con esto, nos hemos dado cuenta de que, a pesar de que el sitio se ajustaba a nuestras necesidades técnicas y estéticas, tal vez hubiera sido mejor grabar en un sitio más tranquilo en el que sí nos cerraran la estancia.

Por último, alguno de los fondos de los entrevistados no llega a ser del todo de mi agrado. Por ejemplo, en la entrevista a José V. Bustamante el fondo es una pared blanca de gotelé

que no aporta nada al audiovisual. Creo que, para la próxima vez, intentaremos organizar las entrevistas con más tiempo para poder buscar localizaciones donde realizarlas ya que, en el caso de la de José V. Bustamante, fue él quién nos propuso la sede de Podemos.

Durante el rodaje de este vídeo, mi compañera y yo nos dimos cuenta de que con solo un vídeo nos quedábamos cortas y no llegábamos a tratar todos los temas que nos gustaría. Mientras íbamos planteando la realización del vídeo iban surgiendo aspectos del feminismo como la prostitución, violencia de género, maternidad subrogada, entre otro, que nos hubieran gustado tratar pero que en *Feminismo. ¿Qué es?* no tenían cabida.

Es por esto por lo que pensamos crear un canal de Youtube, probablemente llamado Las Impertinentes (en relación con el texto de Nuria Varela), donde ir colgando diversos vídeos sobre todo aquello que nos parezca interesante. Los vídeos se tratarían de una forma muy parecida al de este trabajo: con cercanía e invitando al espectador o espectadora a formar parte de la conversación, fomentando el debate. Un canal en el que vayamos registrando nuestro recorrido manteniendo una continuidad en la subida de vídeo para mantener el *engagement*. Algunas futuras líneas a explotar serían los diversos tipos de feminismo, la reseña de algunos libros, conversaciones con expertas o con gente de la calle, tratar temas como la abolición de la prostitución, etc.

Decidimos crear un canal en Youtube y no en otra red social debido a que parece la más adecuada para este tipo de contenido audiovisual ya que en otras plataformas, los vídeos suelen tener limitación de tiempo. Es aquí donde podremos controlar la participación de la audiencia y obtener un feedback directo en la sección de comentarios lo que nos ayudará a mejorar y ofrecer contenido variado según el deseo de las espectadoras.

Por último, me gustaría destacar la importancia del trabajo en equipo y, especialmente, el trabajo de mi compañera. Durante estos cuatro años de carrera he aprendido la importancia de rodearte de gente con la misma pasión y objetivos y, en la realización de este proyecto, esto ha sido esencial. Todo el proceso de creación de *Feminismo. ¿Qué es?* ha sido un trabajo duro y, siendo solamente dos, las responsabilidades y tareas han sido aún mayores. Aun así, hemos tenido una muy buena compenetración y, siempre con nuestro objetivo en mente, hemos ido superando inconvenientes sin perder la ilusión. A pesar de que nuestras tareas estaban divididas -Julia investigación y guion y yo, realización- siempre hemos estado dispuestas a ayudar a la otra convirtiendo este vídeo documental en un proyecto colaborativo con un resultado del que sentirnos orgullosas.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

Avnet, Jon (director). (1992). *Tomates verdes fritos* [película]. Estados Unidos: Universal Pictures / Act III Communications / Electric Shadow Productions / Avnet/Kerner Productions

Bollaín, Iciar (directora). (2013). *Te doy mis ojos* [película]. España: Producciones La Iguana/Alta Producción.

Demetrakas, Johanna (directora). (2018). *Retratos de feminismo* [película]. Estados Unidos: Netflix.

Dolera, L. (s.f.). Leticia Dolera (@LeticiaDolera)| Twitter. Recuperado 18 junio, 2019, de [https://twitter.com/LeticiaDolera?ref\\_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor](https://twitter.com/LeticiaDolera?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor)

Feminismo e ideología contra Ciencia. [Archivo de vídeo]. (2018, septiembre, 13). Recuperado 18 junio 2019 de <https://www.youtube.com/watch?v=TSWp0Iyv31s>

Loren, Lucas [The Tripletz]. (2019, marzo, 13). Charla de queridas: de p\*ta a feminista con Amelia Tiganus. Recuperado 18 junio 2019 de <https://www.youtube.com/watch?v=ZXUF1oJvmOU>

Loren, Lucas [The Tripletz]. (2019, febrero, 13). Valentía (Ep.3) - LUC LOREN & BELÉN AGUILERA. Recuperado de 18 junio 2019 <https://www.youtube.com/watch?v=gPVxrhIC2gw&t=234s>

Loren, Lucas [The Tripletz]. (2019, mayo, 23). Razones para ir a votar en 10 minutos Recuperado 18 junio 2019 de [https://www.youtube.com/watch?v=RATT3wUr\\_L0](https://www.youtube.com/watch?v=RATT3wUr_L0)

Loren, Lucas [The Tripletz]. (2019, mayo, 21). AGRESIONES HOMÓFOBAS con Alejandro Reina (SKAM) Recuperado 18 junio 2019 de <https://www.youtube.com/watch?v=JdLiLS20lvw>

Lozano, Teresa. Méndez, Zúa [Towanda Rebels]. (2018, octubre, 18). Con la H de Histeria. Recuperado 18 junio 2019 de <https://www.youtube.com/watch?v=tCcwQZBpb2s>

Lozano, Teresa. Méndez, Zúa [Towanda Rebels]. (2018, octubre, 14). Punto G. Recuperado 18 junio 2019 de <https://www.youtube.com/watch?v=zggRaJL3Waw>

Lozano, Teresa. Méndez, Zúa [Towanda Rebels]. (2018, junio, 08). #SomosRevolución Recuperado 18 junio 2019 de <https://www.youtube.com/watch?v=0LEctMj8Zrc>

Lozano, Teresa. Méndez, Zúa [Towanda Rebels]. (2018, junio, 03). #ManadaPorno  
Recuperado 18 junio 2019 de <https://www.youtube.com/watch?v=EjvEJRYkizI>

Lozano, Teresa. Méndez, Zúa [Towanda Rebels]. (2017, diciembre, 03). #HolaPutero  
Recuperado 18 junio 2019 de <https://www.youtube.com/watch?v=cb7t10c-bIM&t=1s>

Pourriat, Eleonore (directora). (2018). *Je ne suis pas un homme facile* [película]. Francia:  
Autopilot Entertainment/ Film Invaders/ LOVEMYTV/ MademoiselleFilms

QFemenina. (s.f.) • Instagram. Recuperado 18 junio 2019:  
<https://www.instagram.com/gfemenina/?hl=af>

Reixa, Joaquín [Omglobal]. (2018, noviembre, 18). ¿Cuánto pesa un kilogramo?  
Recuperado 18 junio 2019 en <https://www.youtube.com/watch?v=yD9LS5d2mso>

Reixa, Joaquín [Omglobal]. (2018, noviembre, 13). ¿Cómo se hace una peli disney?  
Recuperado 18 junio 2019 en <https://www.youtube.com/watch?v=Q1ZJF1dFbto&t=38s>

Reixa, Joaquín [Omglobal]. (2018, septiembre, 04). Lo que no sabías del barco de  
Greenpeace.  
Recuperado 18 junio 2019 en <https://www.youtube.com/watch?v=CfIVXN8hmyc>

Reixa, Joaquín [Omglobal]. (2018, julio, 22). Frases que el colectivo LGTBIQ+ está cansado  
de escuchar.  
Recuperado 18 junio 2019 en <https://www.youtube.com/watch?v=7SjcFCFMSoE>

Riba, R. (s.f.). Lola Vendetta (@Lola.vendetta) • Fotos y videos de Instagram., Recuperado  
18 junio, 2019 <https://www.instagram.com/lola.vendetta/?hl=es>

Ródenas, Alicia (directora). (2017). *Ahora o nunca* [cortometraje]. Recuperado de:  
[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=4&v=IX---4oLr2U](https://www.youtube.com/watch?time_continue=4&v=IX---4oLr2U)

Scott, Riddley (director). (1991). *Thelma y Louise* [película]. Estados Unidos: Pathé  
Entertainment / Percy Main / Metro-Goldwyn-Mayer (MGM). Distribuida por Metro-Goldwyn-  
Mayer (MGM)

SuperVioletas (@SuperVioletas) | Twitter. (s.f.).  
Recuperado 18 junio, 2019, de <https://twitter.com/supervioletas>

Varela, Nuria. (2013) *Feminismo para principiantes*, Barcelona, España, Penguin Random  
House Barcelona.

Varela, N. (s.f.). Nuria Varela (@NuriaVarela) | Twitter. Recuperado 18 junio, 2019, de [https://twitter.com/NuriaVarela?ref\\_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor](https://twitter.com/NuriaVarela?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor)

West, Besty; Cohen, Julia (directoras). (2018). *RBG: Jueza Icono* [documental]. Estados Unidos: CNN Films/ Storyville Films

Zehtabchi, Rayka (directora). (2018). *Period. End of sentence* [documental]. Estados Unidos: Netflix.

## 9. ÍNDICE DE TABLAS, GRÁFICOS Y FIGURAS

Ilustración 1 - Fotograma de la película "Retratos del feminismo" .....	8
Ilustración 2. Fotograma película "Una revolución en toda regla" .....	9
Ilustración 3. Fotograma de la película "RBG. Jueza Icono" .....	10
Ilustración 4. Captura de pantalla del canal de Luc Loren. ....	11
Ilustración 5. Captura de pantalla del canal de Luc Loren. ....	12
Ilustración 6. Captura de pantalla del canal de Towanda Rebels. ....	12
Ilustración 7. Captura de pantalla del canal de Towanda Rebels. ....	13
Ilustración 8. Captura de pantalla del canal de Omglobalnews. ....	14
Ilustración 9. Captura de pantalla del canal de Omglobalnews. ....	14
Ilustración 10. Esquema de la estructura final del vídeo.....	25
Ilustración 11. Fotograma antes del retoque de color.....	26
Ilustración 12. Fotograma después del retoque de color.....	26
Ilustración 13. Fotograma del título del vídeo.....	27
Ilustración 14. Fotograma del vídeo en el que Julia se ríe de su propia broma. ....	29
Ilustración 15. Fotograma de la primera aparición de Irene.....	29
Ilustración 16. Fotograma del la Intro del vídeo.....	30

## 10. ANEXO

### a. Entrevista a Irene

A continuación, se transcribe la entrevista completa realizada a Irene del canal de YouTube Supervioletas.

- ¿Qué es el feminismo? ¿Cómo describirías tú el feminismo?

El feminismo sería la lucha de las mujeres para emanciparnos de esta opresión que estamos sufriendo, que tiene nombre y se llama patriarcado.

- ¿Consideras que hay varios tipos de feminismo? ¿Cuáles? ¿Qué tipo de feminista te consideras?

Feminismo es uno. El feminismo es la lucha de las mujeres. Entonces efectivamente puedes llevarla a cabo con diferentes técnicas, priorizar algunos temas y eso puede llegar a dar diferentes corrientes, diferentes formas de pensamiento pero entiendo que el objetivo es siempre, siempre, siempre tiene que ser la lucha de las mujeres y proteger a todas las mujeres. Siempre y cuando luche por todas las mujeres, sí, es feminismo.

- ¿El feminismo es cosa de hombres?

No. Lo estaba hablando ayer con mi hermana y con mi madre. Me decía mi hermana. “Claro, pero es que si excluimos a los hombres del feminismo...” y yo le dije: “¿Tú te das cuenta de que la palabra *exclusión* significa que algún día ha estado dentro y tú lo estás sacando?”

No, no creo que los hombres tengan un papel en el feminismo. El papel que podrían llegar a tener es aprender; aprender y escuchar.

Donde ellos tienen un papel es en cambiar su entorno. Cuando vean a sus amigos diciendo un comentario sobre alguna mujer a lo mejor tiene que decirles “Oye córtate un poco”.

Si me importa la lucha feminista no voy a ir a las feministas a decirles cómo hacer su lucha, voy a centrarme en cambiar yo mi entorno y no dejar que los hombres de mi entorno sigan siendo tan machistas, tan misóginos, se pasen fotos de mujeres desnudas por el grupo o se vayan a un puticlub.

- ¿Crees que actualmente, con el auge del movimiento feminista, muchos interesados se apropian del mensaje y este corre el riesgo de verse como una moda y quedarse en la superficie, en lugar de que se vea como una lucha que quiere llegar a la raíz del problema?

Vale, aquí voy a dividir la pregunta en la parte mala y la parte buena de que el feminismo sea una moda porque efectivamente el feminismo es una moda.

, el feminismo es una moda hoy en día. La parte negativa de esto es que efectivamente se están apropiando de esto. Por ejemplo, yo tengo una camiseta que me la compré antes de investigar más sobre el tema de la ropa que pone "Todo el mundo debería ser feminista" que es de Stradivarius, es de Amancio Ortega. Entonces, a Amancio Ortega ya no se le puede decir que es machista porque dona dinero al cáncer de mama y hace camisetas que pone "Todo el mundo debería ser feminista" ... entonces que el 85% de las personas que están ultra esclavizadas en Bangladesh haciéndote la ropa, que el 85% sean mujeres y niñas ya no es relevante porque, escúchame, pone en la camiseta "Todo el mundo debería ser feminista"

Cuando todo el mundo lo es, no es lo nadie y al final se le vacía bastante de contenido pero también creo que tiene un pro y es que, para mí, sí que es interesante que la palabra *feminista* deje de ser un problema.

Me parece bien que lleguen por moda porque ya se quedarán por otros temas.

- Situación del feminismo en España. ¿Consideras España un país feminista?

Es verdad que actualmente España es un país de referencia para muchos otros países. Es verdad que la calle es bastante más feminista que en otros países pero, como todo en España, eso no se está trasladando a las políticas, a los gobiernos. Tenemos unas leyes que son vergonzosas. En España no tenemos todavía una ley para la abolición de la prostitución, en España tenemos una ley de violencia con género que todo es como con pinzas.

Entonces, la calle me parece bastante feminista y me parece muy bien todo el movimiento que se está creando, pero creo que eso no se traslada en la política. El reto que tenemos ahora es ver cómo nos introducimos en la política o cómo formamos nuestros propios partidos o exigir de otra manera. A lo mejor tenemos que plantearnos cómo conseguir que eso se traslade a realidad y que no todo quede en una manifestación multitudinaria y ya está.

### b. Desglose de presupuesto

A continuación se expone una tabla con los detalles de de los gastos en la producción de este audiovisual.

Compra	Cantidad	Precio Unidad	Total	
Mini Micrófono de Solapa	2	10,00 €	20,00 €	
Micrófono Entrevista Estéreo	1	17,00 €	17,00 €	
Bus Ida Cuenca-Madrid	2	13,00 €	26,00 €	
Bus Vuelta Madrid-Cuenca	2	13,00 €	26,00 €	
Gasolina Cuenca-Elche	1	25,00 €	25,00 €	
Gasolina Elche-Cuenca	1	25,00 €	25,00 €	
Gasolina Elche-Crevillente	2	2,00 €	4,00 €	
Gasolina Crevillente-Elche	2	2,00 €	4,00 €	
Estancia en Madrid 1 día		10,00 €	20,00 €	
Comida Cuenca		12,00 €	12,00 €	
Comida Elche		15,00 €	15,00 €	
			143,00 €	<b>Total</b>

