

Treball de fi de grau

Títol

"Scars": una història explicada en 3 videoclips i 3 cançons a favor del col·lectiu LGTBI+.

Autor/a

Alex Barat, Carla Molina i Anabel Romero

Tutor/a

Laia Sánchez

Grau

Comunicació Audiovisual

Data

1/06/2018

Full Resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau: "Scars": una història explicada en 3 videoclips i 3 cançons a favor del col·lectiu LGTBI+.

Autor/a: Carla Molina Noriega

Tutor/a: Laia Sánchez

Any: 2018

Titulació: Comunicació Audiovisual

Paraules clau (mínim 3)

Català: videoclip, LGTBI+, homosexualitat, lesbianisme, música

Castellà: videoclip, LGTBI+, homosexualidad, lesbianismo, música

Anglès: music video, LGTBI+, homosexuality, lesbian, music

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català: "Scars" és una història explicada a partir de tres cançons, amb els seus respectius videoclips, que en conjunt formen un projecte de producció pròpia a favor del col·lectiu LGTBI+. En primer lloc, es presenta el projecte global, basat en un marc teòric. A més, també comprèn la preproducció, producció i postproducció del primer dels videoclips, anomenat "Escape", mentre que dels dos restants s'exposen uns conceptes bàsics per la seva futura realització.

Castellà: "Scars" es una historia explicada a partir de tres canciones, con sus tres respectivos videoclips, que en conjunto crean un proyecto de producción propia a favor de colectivo LGTBI+. En primer lugar, se presenta el proyecto global, basado en un marco teórico. Además, también comprende la preproducción, producción y postproducción del primer de los videoclips, llamado "Escape", mientras que de los dos restantes se exponen unos conceptos básicos para su futura realización.

Anglès: "Scars" is a story made up of three songs, each one with its music video, which all together create an original production about the LGTBI+ community. This project includes a description of the story, its context and purpose, a theoretical framework, the full preproduction, production and postproduction of the first song and music video (both titled "Escape"), and some ideas for the future production of "Scars" part 2 and part 3.

SCARS



ALEX BARAT · CARLA MOLINA · ANABEL ROMERO

Agradecimientos

Queremos dar las gracias a toda la gente que ha colaborado gratuitamente con su tiempo y trabajo en este proyecto, por su paciencia, ilusión y dedicación. Especialmente a los compañeros Marta Serna, Anna Salcedo, David Zambudio de la misma Universidad Autónoma, por colaborar en el rodaje del primer videoclip de este proyecto y a los nuevos compañeros adheridos al equipo: Judith Navarro, Montse Pena, Carla Bustamante, Angela Linares, Anna Fuentes, Carla Egea, Arantxa Guzman, María Romero, Anna Muixí, Silvia Farrés, Josep Roig, Paula Ruíz, Marina Ruíz, Marc Solé, José Revaliente, Neus Gispert, Lourdes Cepero, Laura Federico, Julio César Andrea y Minna Antón.

Finalmente, por ser un apoyo fundamental para la gestión y desarrollo del proyecto, se quiere agradecer la paciencia y disposición a nuestras familias: Montse Noriega, Fernando Molina, Cristina Monte, Estevan Barat, Miguel Romero y Concepción Campón. Gracias.

Índice

1. Introducción	9
1.1 Presentación del tema	9
1.2 Motivaciones	10
1.3 Objetivos	13
1.4 Metodología	14
2. Estudio de mercado	18
2.1 Industria musical y del videoclip	17
2.1.1 Características del videoclip	17
2.1.2 Tipos de videoclip	18
2.1.2.1 El videoclip descriptivo o narrativo	21
2.1.3 Productoras audiovisuales especializadas en videoclips	23
2.1.4 Fases de la producción musical	25
2.1.5 Financiación	27
2.2 Temática	31
2.2.1 Justificación temática	31
2.2.2 Estructura de la historia	36
2.2.3 Asociaciones vinculadas	38
2.3 Target	41
2.4 Género musical	46
2.5 Artistas	47
2.6 Distribución de un videoclip online	49
3. Análisis del proyecto	53
3.1 Proyecto videoclip	53
3.1.1 Definición del tipo de videoclip	53
3.1.2 Contactos con productoras audiovisuales	54
3.1.3 Definición del tipo de financiación	55
3.2 Definición de la temática	56
3.2.1 Selección de la estructura narrativa	56
3.2.2 Selección de la asociación	58
3.4 Definición del género musical	60
3.5 Selección de artistas	61
3.6 Selección de ventanas de distribución	62
4. Proceso de creación del proyecto	63
4.1 Primera parte (<i>Escape</i>)	63
4.1.1 Preproducción del videoclip	63
4.1.1.1 Organización del proyecto	63
4.1.1.2 Ideación	66
a) Tema	68
b) Argumento	68

c) Sinopsis	68
4.1.1.3 Guión	69
a) Personajes y caracterización	69
b) Guión literario	74
4.1.1.4 Ideación visual	79
a) Estilo fotográfico	79
b) Localizaciones	84
c) Decisiones estilísticas	104
d) Guión técnico	105
4.1.1.5 Arte	106
a) Ambientación de localizaciones	106
b) Vestuario	114
4.1.1.6 Casting	116
4.1.1.7 Análisi de la preproducción	121
a) Etapas de la creación inicial	121
b) Equipo técnico	122
c) Localizaciones	126
d) Desglose de material	128
Escaleta general	128
Tabla clasificatoria de material	129
e) Presupuesto	136
4.1.2 Producción	153
4.1.2.1 Calendario	153
4.1.2.2 Organización del equipo técnico en el rodaje	155
4.1.2.3 Planes de rodaje	158
4.1.3 Postproducción del videoclip	163
4.1.3.1 Montaje	163
4.1.3.2 Etalonaje	165
4.1.4 Canción de <i>Escape</i>	166
4.1.4.1 Proceso de creación del tema	166
4.1.4.2 Preproducción del tema	170
a) Escape como tema synth pop	170
b) Intérprete y ensayo de la parte vocal de <i>Escape</i>	171
c) Coros vocales del tema	172
d) Estudio de grabación Temps Record	172
4.1.4.3 Producción del tema	173
a) Proceso de instrumentación del tema	173
b) Grabación de la parte vocal del tema	179
4.1.4.4 Postproducción del tema	182
4.2 Propuesta para la segunda y tercera parte del proyecto (Highway y Pride)	185
4.2.1 Ideación	185
4.2.2.1 Sinopsis	186
4.2.1.2 Personajes y caracterización	187
4.2.2 Ideación visual	188

4.2.2.1 Estilo fotográfico	188
4.2.5 Canciones	190
4.2.6 Presupuesto aproximado	191
5. Producto montado: canción y videoclip de <i>Escape</i>	191
6. Conclusiones	192
7. Listado de referencias	194

Tablas

<i>Tabla 1. Repartición de roles el proyecto Scars.</i>	16
<i>Tabla 2. Productoras audiovisuales de Barcelona.</i>	24
<i>Tabla 3. Asociaciones LGTBI+ Barcelona.</i>	38
<i>Tabla 4. Referencias audiovisuales consumidas para el proyecto Scars.</i>	66
<i>Tabla 5. Descripción de personaje Ivy.</i>	70
<i>Tabla 6. Descripción de personaje Madre.</i>	71
<i>Tabla 7. Descripción de personaje Padre.</i>	71
<i>Tabla 8. Descripción de personaje Abuela.</i>	72
<i>Tabla 9. Descripción de personaje Ligue.</i>	72
<i>Tabla 10. Descripción de personaje Amigos.</i>	73
<i>Tabla 11. Descripción de personaje Estudiantes.</i>	73
<i>Tabla 12. Descripción de personaje Pareja lesbica.</i>	74
<i>Tabla 13. Proceso de construcción del guión: gestión de la información.</i>	78
<i>Tabla 14. Ficha de referencias visuales para Scars: Raw.</i>	79
<i>Tabla 15. Ficha de referencias visuales para Scars: Likeness.</i>	80
<i>Tabla 16. Ficha de referencias visuales para Scars: Sleepover.</i>	81
<i>Tabla 17. Ficha de referencias visuales para Scars: Naaz.</i>	82
<i>Tabla 18. Ficha de referencias visuales para Scars: Lo hace conmigo.</i>	82
<i>Tabla 19. Ficha de referencias visuales para Scars: Stay.</i>	83
<i>Tabla 20. Ficha características de localización: Espacio metafórico.</i>	85
<i>Tabla 21. Ficha características de localización: Habitación Ivy (1).</i>	86
<i>Tabla 22. Ficha características de localización: Habitación Ivy (2).</i>	88
<i>Tabla 23. Ficha características de localización: Habitación Ivy (3).</i>	89
<i>Tabla 24. Ficha características de localización: Baño Ivy (1).</i>	91
<i>Tabla 25. Ficha características de localización: Baño Ivy (2).</i>	93
<i>Tabla 26. Ficha características de localización: Habitación padres Ivy.</i>	94
<i>Tabla 27. Ficha características de localización: Pasillo Universidad.</i>	96
<i>Tabla 28. Ficha características de localización: Habitación fiesta.</i>	97
<i>Tabla 29. Ficha características de localización: Comedor (1).</i>	99
<i>Tabla 30. Ficha características de localización: Comedor (2)</i>	100
<i>Tabla 31. Ficha características de localización: Carretera nocturna.</i>	101
<i>Tabla 32. Ficha características de localización: Comedor (3).</i>	102
<i>Tabla 33. Ficha características de localización: Carretera amanecer.</i>	103
<i>Tabla 34. Ficha referencia de dirección artística: Habitación Ivy.</i>	106
<i>Tabla 35. Ficha referencia de dirección artística: Baño Ivy.</i>	108
<i>Tabla 36. Ficha referencia de dirección artística: Salón Ivy.</i>	109
<i>Tabla 37. Ficha de material de arte : Elementos aprovechados / elementos nuevos (1).</i>	111
<i>Tabla 38. Ficha de material de arte : Elementos aprovechados / elementos nuevos (2).</i>	112
<i>Tabla 39. Ficha de material de arte : Elementos aprovechados / elementos nuevos (3).</i>	113
<i>Tabla 40. Ficha de material de arte : Elementos aprovechados / elementos nuevos (4).</i>	113
<i>Tabla 41. Ficha curricular de actriz principal.</i>	119
<i>Tabla 42. Ficha curricular de actores secundarios.</i>	120
<i>Tabla 43. Ficha de figurantes (1).</i>	120
<i>Tabla 44. Ficha de figurantes (2).</i>	121
<i>Tabla 45. Información equipo Scars.</i>	123
<i>Tabla 46. Listado de material de producción.</i>	129
<i>Tabla 47. Listado de attrezzo y vestuario.</i>	130
<i>Tabla 48. Material técnico.</i>	135
<i>Tabla 49. Resumen presupuesto real.</i>	137
<i>Tabla 50. Resumen presupuesto venta.</i>	137
<i>Tabla 51. Presupuesto Escape: Capítulo 1.</i>	138
<i>Tabla 52. Presupuesto Escape: Capítulo 2.</i>	140
<i>Tabla 53. Tablas salariales del Convenio audiovisual estatal.</i>	141
<i>Tabla 54. Tarifas 2018 Teatro, Comunidad de Madrid, Unión de Actores y Actrices.</i>	141
<i>Tabla 55. Días de rodaje de los actores/actrices.</i>	142
<i>Tabla 56. Presupuesto Escape: Capítulo 3.</i>	143
<i>Tabla 57. Recuento días de trabajo equipo técnico Scars.</i>	144

Tabla 58. Resolución de 10 de abril de 2017, de la Dirección General de Empleo, por la que se registran y publican las tablas salariales para el año 2017 del Convenio colectivo del sector de la industria de producción audiovisual -técnicos-	145
Tabla 59. Presupuesto <i>Escape</i>: Capítulo 4	147
Tabla 60. Presupuesto <i>Escape</i>: Capítulo 5.	149
Tabla 61. Presupuesto <i>Escape</i>: Capítulo 6.	150
Tabla 62. Presupuesto <i>Escape</i>: Capítulo 7.	151
Tabla 63. Presupuesto <i>Escape</i>: Capítulo 8.	152
Tabla 64. Presupuesto <i>Escape</i>: Capítulo 9.	152
Tabla 65. Presupuesto <i>Escape</i>: Capítulo 10.	153
Tabla 66. Calendario rodaje <i>Escape</i>.	153
Tabla 67. Días asistencia a rodaje equipo maquillaje <i>Escape</i>.	156
Tabla 68. Modelo plan de rodaje <i>Escape</i>.	158
Tabla 69. Ficha de descripción de personaje: Mel.	187
Tabla 70. Ficha de descripción de personaje: Alex.	188
Tabla 71. Ficha de referencias visuales: <i>Pretty Girls</i>.	171
Tabla 72. Ficha de referencias visuales: <i>Ginger y Rosa</i>.	189

Figuras

<i>Figura 1.</i> Gráfico de la situación mundial de legalidad de la homosexualidad.	11
<i>Figura 2.</i> Gráfico sobre el reconocimiento mundial del colectivo LGTBI+.	11
<i>Figura 3.</i> Cuadro de síntesis sobre las distintas fuentes de financiación.	27
<i>Figura 4.</i> Gráfico del número total de visitantes únicos en los últimos 30 días de las plataformas digitales.	32
<i>Figura 5.</i> Gráfico sobre las temáticas de los videoclips.	33
<i>Figura 6.</i> Gráfico de la visibilidad del colectivo LGTBI+ en los videoclips.	34
<i>Figura 7.</i> Gráfico sobre el nivel de penetración de cada una de las franjas de edad en cada uno de los medios de comunicación de alcance español.	40
<i>Figura 8.</i> Gráfico sobre los portales más visitados en Internet por internautas españoles.	42
<i>Figura 9.</i> Mapa de empatía.	43
<i>Figura 10.</i> Géneros musicales más consumidos en Youtube durante la primera semana de febrero de 2018.	46
<i>Figura 11.</i> David Rees.	47
<i>Figura 12.</i> Gonzalo Caps.	48
<i>Figura 13.</i> Hinds.	48
<i>Figura 14.</i> Carlota Flâneur.	48
<i>Figura 15.</i> Silvia Farrés con JoKB.	49
<i>Figura 16.</i> Valeria Castro.	49
<i>Figura 17.</i> Línea cronológica de la promoción llevada cabo por Camila Cabello para su tema <i>Havana</i> .	51
<i>Figura 18.</i> Gráfico con la evolución de la historia y los puntos clave.	58
<i>Figura 19.</i> Calendario de <i>Scars</i> .	65
<i>Figura 20.</i> Esquema de guión para <i>Scars</i> .	75
<i>Figura 21.</i> Fragmento del guión literario final de <i>Scars</i> .	77
<i>Figura 22.</i> Leyenda utilizada en los diferentes diseño de iluminación de <i>Scars</i> .	84
<i>Figura 23.</i> Selección de fotogramas en los que aparece la habitación de Ivy.	110
<i>Figura 24.</i> Mapa de disposición de elementos para la habitación de Ivy.	110
<i>Figura 25.</i> Selección de fotogramas en los que aparece la localización del baño.	111
<i>Figura 26.</i> Selección de fotogramas en los que aparece la localización del salón.	112
<i>Figura 27.</i> Mapa de distribución de los elementos del salón.	112
<i>Figura 28.</i> Selección de fotogramas en los que aparece la localización de la fiesta.	113
<i>Figura 29.</i> Selección de fotogramas en los que se muestran las tonalidades azules en la vestimenta de Ivy.	114
<i>Figura 30.</i> Selección de fotogramas en los que se aprecia la camiseta naranja de Ivy.	115
<i>Figura 31.</i> Selección de fotogramas en los que se aprecian los toques azules en la vestimenta y accesorios de la madre, la abuela y los que la ignoran en la universidad.	115
<i>Figura 32.</i> Selección de fotogramas en los que se muestra la vestimenta de los demás personajes.	116
<i>Figura 33.</i> Tríptico elaborado para el proceso de inscripción del casting de <i>Scars</i> .	117
<i>Figura 34.</i> Información proporcionada en el casting publicado.	118
<i>Figura 35.</i> Interfaz de Final Cut Pro con el proyecto del primer videoclip de <i>Scars</i> .	164
<i>Figura 36.</i> Interfaz de Davinci Resolve.	166
<i>Figura 37.</i> Interfaz de Ableton Live con el proyecto de la canción de <i>Escape</i> .	173
<i>Figura 38.</i> Interfaz de Nexus.	174
<i>Figura 39.</i> Interfaz de Massive.	174
<i>Figura 40.</i> Pistas que forman la batería de <i>Escape</i> .	176
<i>Figura 41.</i> Pistas que forman la melodía a piano de <i>Escape</i> .	177
<i>Figura 42.</i> Pistas de cuerda y de viento de <i>Escape</i> .	177
<i>Figura 43.</i> Pistas de sintetizadores que rellenan el sonido, y pista de bajo de <i>Escape</i> .	178
<i>Figura 44.</i> Pistas que contienen la introducción al primer estribillo de <i>Escape</i> , junto a las pistas de piano y viento.	178
<i>Figura 45.</i> Vista en vertical de las pistas, donde puede verse de forma visual la configuración de la reverberación en cada una de ellas, a través de canales de retorno.	179
<i>Figura 46.</i> Micrófono Telefunken U-47.	179

<i>Figura 47.</i> Alex Barat y Josep Roig Boada en el estudio Temps Record.	180
<i>Figura 48.</i> Silvia Farrés en la sala de grabación de Temps Record.	180
<i>Figura 49.</i> Carla Molina, Paula Ruiz y Marc Solé, preparados para cantar los coros.	181
<i>Figura 50.</i> Interfaz de Pro Tools con Melodyne abierto.	182
<i>Figura 51.</i> Interfaz de Pro Tools con un plugin de Waves Central 2018 abierto.	183
<i>Figura 52.</i> Imagen del EMI TG12345 Curve Vender.	184
<i>Figura 53.</i> Imagen del Chiswick Reach Stereo Valve Compressor.	184
<i>Figura 54.</i> Imagen del Neve33609J/D.	184
<i>Figura 55.</i> Imagen del Neve 8816.	185
<i>Figura 56.</i> Imagen del Prism Sound MLA-2.	185

1. Introducción

1.1 Presentación del tema

El proyecto escogido para realizar este Trabajo de Fin de Grado comprende la ideación, la producción y la realización de un formato narrativo que se configura mediante la sucesión de tres videoclips, donde cada uno de ellos contiene un fragmento de la historia. Para el equipo es muy importante destacar que el proyecto se articula alrededor de una canción original, cuyas letras se han escrito especialmente para el proyecto y se relacionan con el tratamiento visual y la temática de la historia, que se detallará a continuación.

El proyecto se titula *Scars* y es una historia LGBTI+*, dado que los personajes principales pertenecen a este colectivo y se pretende promover un mensaje de aceptación para todas las orientaciones sexuales, además de un reconocimiento normalizado de las personas LGBTI+ porque, tal y como analizaremos en el apartado *2.2.1 Justificación temática*, desgraciadamente en la sociedad de 2018 todavía hay quien no acepta a este colectivo.

Este trabajo recoge la planificación y la preproducción de todo el proyecto. Además, en cuanto a la parte musical, se recoge la composición, grabación y producción de la primera canción; y en cuanto a la parte visual, se incluye el rodaje y parte de la postproducción del primer videoclip, a modo de piloto del proyecto.

Scars propone subrayar que los comentarios o actitudes discriminatorias no son aceptables y defender que quererse a uno mismo, aprender a gestionar los posibles rechazos y poner fin a las relaciones tóxicas es fundamental.

Este proyecto hace uso del videoclip como medio audiovisual con gran potencial para denunciar esta discriminación y por ello se desarrolla a partir de una serie de videoclips con una estética que sea atractiva al difundirlos a través de las redes sociales e incidir en la opinión pública.

El personaje protagonista de *Scars* es una chica lesbiana que sufre una extraña enfermedad que le provoca grietas en la piel. Además, no se siente a gusto con su rutina ni con su forma de vida. Por ello, un día decide hacer un pequeño equipaje y escapar en coche, sin rumbo. Por el camino encontrará a otras personas que sufren esta misma patología, y a lo largo de la historia descubrirán que esta rara enfermedad es fruto de los estereotipos y estigmatización que la sociedad proyecta hacia el colectivo.

Todos los personajes enfermos que aparecen en el videoclip forman parte de la comunidad LGBTI+ y se caracterizan por convivir con personas que no aceptan que hayan nacido así, con lo cual sufren desde miradas incómodas hasta insultos por parte de su entorno (familiares, amigos, compañeros de instituto o trabajo, etc.).

En *Scars* la protagonista y los coprotagonistas de esta serie de videoclips regresan a ese entorno hostil para así transmitir un mensaje de fortaleza que defiende que la huida no es la única solución, que es posible luchar, afrontar la situación y que aceptarse a uno mismo es parte de este proceso de superación.

(poner pie de página) *Sigla que designa la comunidad formada por las personas homosexuales, bisexuales, transexuales, intersexuales y otras orientaciones que no son la heterosexual.

1.2 Motivaciones

Llegados al último año de estudios universitarios del grado de Comunicación Audiovisual y ante la difícil decisión que supone encontrar un tema suficientemente relevante para tratar en un Trabajo de Fin de Grado, los miembros del presente proyecto se plantearon la importancia de realizar un producto que pudiera convertirse en una oportunidad laboral para introducirse en el sector audiovisual profesional con un proyecto ideado y un piloto producido. Plantear de esta manera el TFG ha permitido que sirviera de plataforma para ponerse en contacto con profesionales del sector al mismo tiempo que se desarrolla un proyecto que promueve la concienciación social, cosa que para el equipo es fundamental. Todos estos objetivos han desembocado en la creación de un proyecto que conjuga los intereses en el sector audiovisual de cada uno de los creadores, y que además representa unos valores a través de la visibilización del colectivo con el que el equipo se siente más sensibilizado y con el que convive a diario: el LGTBI+.

Según los últimos datos obtenidos en junio de 2016 por la asociación internacional ILGA (International Lesbian, Gay Bisexual, Trans and Intersex Association), aún hay en el mundo 77 países donde las relaciones entre personas del mismo sexo son consideradas delito. El nivel más elevado de represión se encuentra sobretodo en los países africanos y asiáticos, como Irán, Yemen, Arabia Saudí, Sudán y Catar, sitios donde si un hombre besa a otro hombre es castigado con 60 latigazos y pena de muerte en el caso de tener relaciones sexuales. Otros 14 países, entre los que destacan Etiopía, India e islas de Centro América como Barbados, la homosexualidad se castiga con cadena perpetua o penas que no bajan de los 15 años de prisión. En 23 naciones, incluyendo Kenia, Malawi o Sudán del Sur, está penado con 8 y 14 años de prisión, en otros 19 territorios, con cárcel de 3 a 7 años, y finalmente existen 8 estados donde se pena de 2 meses a 2 años de prisión.



Figura 1. Gráfico de la situación mundial de legalidad de la homosexualidad. Fuente: Asociación Internacional ILGA, (2016).

Ante estos datos, puede concluirse que la aceptación del colectivo LGTBI+ es aún un reto para la mayoría de países subdesarrollados.

Pero ¿qué sucede en los países occidentales? Hoy en día, en el siglo XXI, ya es una lucha consolidada. Como se puede apreciar en el mapa de junio de 2016 de la asociación ILGA sobre el reconocimiento del colectivo LGTBI+ en el mundo, los países occidentales como Estados Unidos y los países europeos son los más concienciados con la igualdad de derechos de este colectivo.



Figura 2. Gráfico sobre el reconocimiento mundial del colectivo LGTBI+. Fuente: Asociación Internacional ILGA, (2016).

Desde principios de los 2000, se empezaron a crear nuevas leyes para igualar las relaciones homosexuales al nivel de las heterosexuales. Según el artículo publicado por la redacción de RTVE *El matrimonio homosexual es ya legal en 25 países*, en este proceso, Holanda fue el primer país en aprobar una ley que legaliza el matrimonio entre dos personas del mismo sexo. De muy de cerca la siguieron Bélgica (2003), Canadá y España (ambos en el 2005). Desde entonces, se han añadido 19 países más, entre los cuales destaca Finlandia, el último en entrar (2017). Aunque haya este aparente avance en derechos, quedan otros 6 países en el mundo donde se han establecido acuerdos en relación al matrimonio homosexual pero con derechos notoriamente inferiores en comparación al matrimonio convencional (por ejemplo Eslovenia, Costa Rica y Australia) (RTVE, 2017). Ante estos datos, puede verse cómo los países europeos encabezaron este movimiento, el cual se ha ido expandiendo por todo el continente; sin embargo, otros países todavía no reconocen el matrimonio homosexual con igualdad de derechos al homosexual.

Si nos centramos en el Estado español, según el artículo de Ana Alfageme *Un país que cambia* y publicado por El País, España fue el tercer país europeo en igualar las relaciones homosexuales a nivel legal. El gobierno socialista de entonces (liderado por José Luis Rodríguez Zapatero) legalizó una ley que generó una gran polémica, ya que la aceptación del colectivo no era mayoritaria: según una encuesta realizada por el CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas) en 2004, el 21% de la población estaba de acuerdo con que la homosexualidad era algo “antinatural”, 4 de cada 100 creían que era una conducta sancionable y un 13% una enfermedad que debería ser tratada. Tal y como Marlon Bosch señala en *Actitudes hacia la homosexualidad entre personas de 18 a 30 años: una comparación entre España y los Países Bajos*, estudios del Pew Research Centre¹ mostraron que se había mejorado la consideración del colectivo, subiendo hasta un 80% el número de personas que consideraban aceptable que las personas homosexuales pudieran vivir su vida en libertad. Como se puede comprobar con los anteriores datos, España es un país con grandes avances en este aspecto, sobretodo si se compara con países como Rusia (25% de aceptación) y Ucrania (28%); aunque aún queda mucho para alcanzar el nivel de aceptación del colectivo de otros países como Suecia, donde un 89% de la población está a favor de la libertad de amar sin tener en cuenta el género ni el sexo (Bosch, 2015:21). Podemos comprobar, pues que en relación al resto de países España está en una muy buena posición por lo que respecta a la aceptación del colectivo LGTBI+.

Aunque España tenga una legalidad que abarque cualquier opción de amor y tengan todas igualdad de derechos, socialmente no se han llevado a cabo los avances que paralelamente deberían haber ocurrido. Según *Estudio 2013 sobre discriminación por orientación sexual y/o identidad de género en España*, investigación realizada en 2013 en España por FELGTB y COGAM², el 44,62% de los encuestados se ha sentido discriminado en algún momento de sus vidas (FELGTB & COGAM, 2013:13). Este hecho es revelador: ilustra que aún queda mucho camino a favor de la no discriminación de este colectivo. Es interesante fijarse en qué ámbitos sociales se produce con más asiduidad este tipo de rechazo. Según el estudio anteriormente mencionado, más del 75% de las personas encuestadas discriminadas lo han sido en un centro de estudios (FELGTB & COGAM, 2013:36). Este hecho es realmente

¹ Centro de investigación sobre problemáticas y tendencias en el mundo: [FELGTB](#) (Federación Estatal de Lesbianas, Gays, Transexuales y Bisexuales), COGAM (Colectivo de Lesbianas, Gays, Transexuales y Bisexuales de Madrid).

preocupante. De ello se puede extraer que una parte importante de los abusos se producen en escuelas o institutos, frecuentados por jóvenes y menores de edad.

Aún así, según el *Informe de Incidentes de Odio por LGTBfobia en la Comunidad de Madrid* publicado en 2017 por el Observatorio Madrileño contra la Homofobia, Transfobia y Bifobia, aunque a día de hoy incrementen el número de agresiones, la visibilidad del colectivo es mayor, sobretodo entre los jóvenes, las generaciones llamadas Millennial y Z³ (Observatorio Madrileño contra la Homofobia, Transfobia y Bifobia, 2017:14). Seguidamente se expone una cita donde se detalla más profundamente:

“Son quienes han interiorizado durante su niñez y adolescencia con cotidianeidad que haya personas LGTB visibles, que esto se vea en la televisión o que tengan referentes en casi todos los campos de la sociedad española. Este fenómeno no lo han vivido las generaciones anteriores, ni la Generación X ni los Babyboomers⁴, cuya tasa de visibilidad es sensiblemente inferior. Esta visibilidad es nuestra mayor victoria y lo que hay que preservar.”

(Observatorio Madrileño contra la Homofobia, Transfobia y Bifobia, 2017, p.14)

Teniendo en cuenta la afirmación anterior, *Scars* quiere agregarse a este movimiento a favor de la visibilización del colectivo LGTBI+ con un producto que pretende introducirse a través de vías de comunicación comunes: las redes sociales e Internet (tal y como se explicará en el apartado 2.3 *Target* de este proyecto) para contribuir así a la creación de nuevos referentes que ayuden a los jóvenes a crecer en un entorno que garantice valores de igualdad, diálogo y respeto hacia todas las personas.

A lo largo del presente trabajo se irán mostrando los distintos motivos por lo que estamos convencidos de que a través de un producto de entretenimiento como es el formato del videoclip se pueden transmitir diferentes valores y mensajes que puedan incidir en la formación de la juventud de hoy en día.

1.3 Objetivos

Tal y como se ha comentado en el apartado anterior, *Scars* pretende ser un proyecto de entretenimiento con un mensaje a favor de las libertades sociales del colectivo LGTBI+, realizado por y para jóvenes y emitido a través de un canal común (Internet), con un mismo

³ Según George Beall en su artículo *Las ocho principales diferencias entre los 'millennials' y la 'generación Z'*, los *millennials* comprenden todas aquellas personas que alcanzaron la mayoría de edad alrededor del año 2000. En cambio, la generación Z (también conocidos como los *post-millennials* o la iGeneración) es la generación que va justo después de los *millennials* (George Beall, 2017).

⁴ Según el artículo de Rebeca Yanke, *Descubre si eres generación X, Y o Z*, los Babyboomers son todas aquellas personas nacidas entre 1946 y 1965. Por el contrario, la Generación X, comprende los hijos de esta, los nacidos en la década de los 90 (Rebeca Yanke,

código (la imagen) y a través de una trama con la que la audiencia pueda sentirse identificada (historias que hablan de jóvenes y están dirigidas también a un público joven).

El proyecto se ha planteado a partir de una serie de objetivos, los cuales se esperan llevar a cabo durante la realización de *Scars*. Son los siguientes:

- Desarrollar una narrativa a través de tres canciones y tres videoclips.
- Crear un producto de factura profesional.
- Establecer contacto con algunas productoras de Barcelona y asociaciones LGTBI+.
- Desarrollar la preproducción, producción y postproducción del primer videoclip *Escape*.

A parte de estos objetivos, una vez publicado *Escape* el equipo pretende alcanzar lo siguiente:

- Que el primer videoclip (*Escape*) sirva para poder conseguir la financiación y el reconocimiento necesario para la realización de los dos videoclips restantes.
- Conseguir una buena recepción del primer videoclip del proyecto, al menos 10.000 visualizaciones en Youtube.
- Encontrar artistas con experiencia previa en el panorama musical para que interpreten las canciones del proyecto.

1.4 Metodología

Para la realización del presente proyecto se han establecido una serie de puntos basados en los procesos prácticos que implica la realización de un videoclip y su composición musical para la posterior producción de los dos vídeos restantes.

No se trata de un análisis teórico sobre el formato de videoclip, sino como este y su papel actual en el contexto de consumo audiovisual en Internet puede servir para la creación de una narrativa sólida que permita visualizar un problema social.

Como ya se ha mencionado, *Scars* es un proyecto que gira entorno al colectivo LGTBI+ y tiene como protagonista a un personaje femenino. La justificación de esta elección narrativa responde a las tres hipótesis de partida sobre las que se lleva a cabo la elaboración de la temática en el punto 2.2.1 *Justificación temática*, en la que se elabora un análisis de los 50 videoclips más vistos en Youtube, en base a los datos de penetración de la plataforma Youtube Artist en cuanto a la visualización del vídeo en streaming.

Se partía de las siguientes ideas preestablecidas:

- A. En términos de guión de ficción, hay poca visibilidad de los miembros del colectivo LGBTI+.
- B. Existe una sobreproducción de temáticas románticas que promulgan el *establishment* de relación heterosexual patriarcal.
- C. Existe, en cuanto a los personajes protagonistas o focalizaciones principales de las historias de ficción, una falta del tratamiento del papel femenino como rol principal.

Uno de los criterios con los que se ha trabajado en este proyecto ha sido que el mensaje fuera directo y potente. No se ha planteado simplemente la producción de un vídeo con música, según la definición de videoclip que recogemos en *2.1.1 Características del videoclip*, sino que el reto de *Scars* es plantear un proyecto adaptado al ecosistema digital que aspira a obtener un alcance de unas 10.000 visualizaciones en la plataforma de Youtube.

Este impacto es una parte necesaria para la producción del proyecto, puesto que se pretende involucrar a artistas del mundo de la música que ya cuenten con experiencia en el mundo musical para que, con su implicación en el proyecto, conseguir un mayor impacto. Para reforzar esto, también se plantea el respaldo de una asociación que represente al colectivo LGBTI+.

Una vez establecidas las bases en relación a los objetivos que impulsan *Scars*, la metodología más concreta respondería a los ítems que se describen a continuación.

Por un lado la producción del proyecto en sí y su formato dan el punto de originalidad al trabajo. Se trata de una historia explicada a lo largo de tres videoclips. Es decir, es una narrativa fragmentada en tres vídeos de un máximo de 5 minutos de duración cada uno, lo que optimiza llegar al público objetivo. Una forma para llevar a cabo esta difusión es atraer a ciertas personalidades con influencia en las redes. Por tanto en los otros dos vídeos (los que corresponden al nudo y desenlace de la historia) se plantea que la letra ya esté escrita previamente y que se les proponga a estas personalidades su participación como cantantes (también tendrían la libertad de producir cambios en la canción para así corresponder a la sensación real de un proyecto colaborativo) y a su posterior distribución. Una vez finalizado el proyecto, se plantean diferentes ventanas de distribución, las cuales se detallan en el apartado *3.6 Selección de ventanas distribución*.

La música se plantea como un elemento esencial en la historia. Está al servicio subjetivo de la narrativa y por tanto, es de producción propia. El equipo realiza la letra y la estructura musical de las tres canciones.

El diseño y la producción de la primera parte del proyecto *Scars* ha permitido definir sus objetivos y plantearse la producción del primer videoclip como un “piloto” del proyecto que permitiría al equipo buscar respaldos sociales (impacto entre el público objetivo), económicos o legales. Por ejemplo, con productoras sensibilizadas con la problemática y que crean en la viabilidad del proyecto.

De esta manera se podrían conseguir los recursos necesarios para desarrollar los otros dos vídeos restantes.

Para realizar este propósito se han repartido los roles que corresponden a una producción audiovisual profesional entre los tres miembros del proyecto, de manera que cada uno es el supervisor de un ámbito concreto del trabajo. Los roles son los siguientes:

Tabla 1. Repartición de roles el proyecto Scars.

Carla Molina	Producción ejecutiva y directora de producción	Está al cargo de la colaboración con las asociaciones, creación de castings, búsqueda de cantantes, investigación sobre financiación y elaboración de los presupuestos.
Alex Barat	Compositor, intérprete y productor musical. Dirección y dirección de arte. Montaje.	Compone y produce las tres canciones del proyecto. Está al mando de la grabación de voces e instrumentos y de la postproducción de audio (mezcla y masterización de los temas musicales). En cuanto al videoclip, ejecuta el rol de director durante el rodaje, y también es director de arte. Además, en la postproducción realiza el montaje.
Anabel Romero	Guionista, ayudante de dirección y directora de fotografía.	Elabora el guión literario y técnico, crea la idea visual del proyecto, es directora de fotografía, operadora de cámara y se encarga de las portadas o fotografías que se necesitarán para la posterior distribución.

Fuente: Elaboración propia,(2018).

Estas funciones se desempeñarán de manera práctica para la producción del primer videoclip y las características de cada una de ellas (idioma de la canción, género, estilo visual) se encuentran desglosadas en el apartado *4.1.1 Preproducción de Escape*.

Además, hemos contado con colaboradores externos que tienen estudios relacionados con el sector audiovisual para desarrollar funciones específicas, las cuales se exponen en el apartado *4.1.1.7b) Equipo técnico*.

Este trabajo previo permitirá disponer de un piloto (el primer videoclip) para poder recaptar fondos y disponer de mayores recursos para las siguientes partes del proyecto. Posteriormente, las funciones y responsabilidades del equipo interno se mantendrán a grandes rasgos, es decir, Alex Barat será el responsable de la producción musical, Carla Molina de la producción y Anabel Romero de la fotografía, aunque se espera disponer de un equipo más grande para el desempeño de las mismas, lo que se traduciría en una mayor inversión económica y contar con más recursos humanos para subdividir los roles y obtener ayuda en cargos como realización, dirección artística, producción ejecutiva y gestión de las redes sociales.

2. Estudio de mercado

2.1 Industria musical y del videoclip

2.1.1 Características del videoclip

Se ha considerado importante describir de forma sintetizada el objetivo del formato del videoclip en sus inicios y cómo ha ido evolucionando hasta el presente, puesto que su lugar dentro de la industria musical ha ido cobrando relevancia con el paso de las décadas.

Para contextualizar esta evolución hemos partido del texto *El videoclip del siglo XXI: el consumo musical de la televisión a internet* de Eduardo Viñuela Sánchez, quien define el videoclip, también denominado vídeo musical, como una producción audiovisual propia de la industria musical que nació durante la década de los 70, especialmente para el público joven. Este formato nace con la función de ser un soporte visual de la música, esto es, crear un vídeo pensado para una canción. Su objetivo, pues, es reforzar el lanzamiento de una novedad discográfica y servir como valor añadido de la misma, puesto que se incorpora una parte visual relacionada directamente con el tema musical en cuestión. De esta forma, se pretendía hacer llegar la canción a la audiencia sin que fuera necesaria la presencia física del artista en un concierto, en la radio o en un programa televisivo (Viñuela, 2013:168). Además, tal y como David Selva Ruiz dice en el texto *La visualización de la música en el videoclip* usando como fuente a Leguizamón, la música existe previamente a la creación del videoclip, por tanto, es la parte sonora la que condiciona los aspectos formales de la parte visual (Selva, 2012:101). Esta característica intrínseca del vídeo musical es muy interesante para el proyecto *Scars*: la mayoría de productos audiovisuales ponen mucha más atención en la parte visual y todo nace a partir de ella, siendo la banda sonora la parte que se añade posteriormente y que se crea condicionada por las imágenes. El vídeo musical, en cambio, nace a partir de una canción ya existente, con lo cual el procedimiento se invierte: en este caso, la parte visual se crea a partir de la sonora. El hecho de que ambas partes tengan la misma relevancia ha llamado la atención del equipo y por ello se ha decidido enfocar el proyecto en forma de videoclip.

Viñuela, en *El videoclip del siglo XXI: el consumo musical de la televisión a Internet*, remarca que la industria del videoclip sufrió un cambio importante con la llegada de la tecnología digital a partir de los noventa. Por un lado, esto permitió que se redujeran los costes del hardware y el software de producción, cosa que implicó un aumento de las empresas que podían permitírselo y, con ello, la competencia. También provocó que las discográficas invirtieran menos dinero en los videoclips de sus artistas. A principio de los años 2000, un presupuesto medio para un vídeo musical eran unos 60.000 euros. Sin embargo, Viñuela cita a David Bonilla (A&R⁵ de Warner España), quien dice que en los últimos años “ya no siempre hay 6.000 euros para un vídeo” (Viñuela, 2013:169). La llegada de la era digital y el hecho de que otras personas o empresas a parte de las discográficas

⁵ A&R (Artists and repertoire): Según Javier Portugués en una entrevista con David Little, se trata de una división discográfica encargada de descubrir nuevos talentos (.Javier Portugués, 2016).

puedan crear un videoclip es de suma importancia para los integrantes de este trabajo, porque esto ha permitido que se pueda llevar a cabo un proyecto como *Scars* sin la necesidad de pertenecer a un sello discográfico o de ser una productora audiovisual de renombre. Se tiene la posibilidad de alquilar material profesional y un estudio de grabación, se tienen sistemas de edición de audio (Ableton Live, Logic Pro) y vídeo (Final Cut Pro, Adobe Premiere Pro, DaVinci Resolve) como los que utilizan los productores reconocidos, y se tiene la posibilidad de distribuir, por un lado, la música en portales como iTunes o Spotify, y por otro lado, el videoclip en plataformas como Youtube, ambas cosas estrategias que llevan a cabo discográficas grandes como Warner o Universal.

Actualmente, según José Patricio Pérez Rufí, José Luis Navarrete Cardero y Javier Gómez Pérez y su artículo *El product placement en el videoclip: análisis de contenido del emplazamiento de marca en los vídeos musicales preferidos por los usuarios de YouTube*, Youtube es la plataforma de acceso consolidada para los videoclips, y esta distribución de contenido audiovisual por Internet aporta a las discográficas la ventaja de poder ofrecer los productos de forma directa, sin intermediarios, y tener un alcance inmediato y simultáneo, a la vez que totalmente amplio: a escala mundial. (Pérez, Gómez, Navarrete, 2014:89-90). Este dato es importante para el proyecto *Scars* porque, ya que se quiere distribuir por Internet, este medio puede beneficiar al producto por las ventajas de fácil accesibilidad y audiencia mundial.

2.1.2 Tipos de videoclip

Se ha decidido detallar las diferentes tipologías de videoclip que existen para poder encajar los vídeos musicales de este proyecto en alguna de las clasificaciones, para encontrar así otros referentes que se ciñan al mismo estilo.

Según José Patricio Pérez Rufí y Jennifer Rodríguez López en *La duración del plano en el videoclip: hacia una categorización de los recursos formales en el vídeo musical contemporáneo*, la industria del videoclip no cuenta con numerosas investigaciones o artículos científicos: si bien era abundante la bibliografía durante los inicios del género y de la cadena MTV, a partir de los 90 las investigaciones se reducen de forma importante (Pérez, Rodríguez; 2017:37). Por otra parte, Ana María Sedeño Valdellós, profesora colaboradora del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga (España), es de las pocas personas que ofrece una clasificación en su artículo *Narración y Descripción en el Videoclip Musical*, publicado en la revista electrónica Razón y Palabra. Se utilizará su completo análisis de las tipologías del videoclip para definir en qué tipo pueden clasificarse los vídeos que conforman el proyecto *Scars*.

El primer tipo de videoclip que describe Sedeño es el denominado **dramático o narrativo**, y corresponde al vídeo en el que se presenta una historia, normalmente siguiendo la estructura dramática clásica (introducción, nudo y desenlace). Así pues, se asemejaría a un cortometraje, con la diferencia de que la parte sonora se reduce a la canción. De todas formas, pueden haber trozos en los que se corte la música y aparezcan diálogos y efectos sonoros. (Sedeño, 2007) Ejemplos de videoclip exclusivamente narrativo que el equipo ha

visualizado son *Til It Happens to You* (2016) de Lady Gaga o *Colors* (2016) de Halsey. Dada esta descripción, el presente proyecto se ajusta totalmente a esta tipología de videoclip. Por lo tanto, y como puede verse en la breve explicación de la historia escrita en el apartado 1.1 *Presentación del tema*, se puede afirmar que *Scars* contará con tres videoclips de estilo dramático o narrativo, dado que en ellos se explicará una historia en forma de introducción, nudo y desenlace, que será protagonizada por actores y que se relacionará con la letra de los temas musicales que completan el proyecto. En el subapartado siguiente (2.1.2.1 El videoclip descriptivo o narrativo) se explica de forma más concreta este tipo de vídeo musical, dado que es el que concuerda con el estilo de este proyecto.

Una segunda tipología de videoclip es la **musical o performance**. Sedeño los describe como videoclips en los que se muestra al artista o banda interpretando la canción, ya sea en un concierto, en el estudio de grabación, al aire libre o cualquier otro emplazamiento. Estos, pues, no tienen ninguna narrativa visual, sino que se pretende mostrar a los intérpretes tocando la canción y transmitiendo su propio sentimiento; es decir, se prioriza la propia música como elemento principal. Puede ser útil para dar a conocer la imagen del artista o la banda, o para evocar la sensación del directo. (Sedeño, 2007) Se han podido clasificar como musical o performance videoclips como *When You Believe* (1998) de Mariah Carey y Whitney Houston o *Send My Love (to Your New Lover)* (2016) de Adele. Los vídeos musicales que compondrán *Scars* no se identifican con este estilo de videoclip, puesto que se mostrará una narrativa protagonizada por actores, con lo cual, los intérpretes de las canciones no aparecerán en ningún momento ni tampoco se recreará una actuación de los temas musicales.

El tercer tipo establecido en la clasificación de Sedeño es el videoclip **conceptual**. Son videoclips que crean un ambiente o una estética de tipo abstracto o poético. Utilizan desde metáforas visuales a simples luces, colores y formas. Estas imágenes, montadas acorde con la melodía de la canción, forman un conjunto que puede reforzar la energía o el sentimiento del tema musical. (Sedeño, 2007) Un ejemplo que tras esta descripción se ha podido definir como conceptual es *Star Guitar* (2002) de The Chemical Brothers; en él, se sitúa al espectador en la ventana de un tren y cada elemento físico que aparece por la ventana (casas, arbustos, etc.) lo hace según el ritmo de la canción. Esta filosofía de videoclip no comparte nada con la idea de *Scars*, dado que la parte visual pensada para el proyecto no se basa en imágenes abstractas ni la acción de los elementos que aparecen refuerzan el ritmo de la canción.

La última tipología de videoclip que propone Sedeño en *Narración y Descripción en el Videoclip Musical* es el **mixto**; es decir, aquel que combina alguna de las clasificaciones anteriores. (Sedeño, 2007) En el proceso de ideación de *Scars* se ha hecho una búsqueda de diferentes videoclips para encontrar referentes y se han visualizado muchos vídeos musicales que hemos considerado mixtos, porque intercalan una narrativa con planos de los artistas interpretando la canción (por ejemplo, *So Yesterday* (2003) de Hilary Duff o *Criminal* (2011) de Britney Spears). Estos ejemplos, dado los tipos de planos que combinan y las clasificaciones de Sedeño, serían una mezcla entre narrativos y performances. Para este proyecto se ha decidido no incorporar escenas del cantante interpretando la canción, para así centrar la atención totalmente en la narrativa. Por tanto, *Scars* no utiliza videoclips de tipo mixto.

Por otro lado, Viñuela Sánchez, en su investigación *El videoclip del siglo XXI: el consumo musical de la televisión a internet* destaca tres nuevas tipologías de videoclip nacidas a raíz de la expansión de la tecnología digital. Se utilizará esta fuente para seguidamente detallar una a una las clasificaciones y ver si *Scars* puede encajar en alguna de ellas.

La primera es el **mash-up**, nombre que recibe un producto creado a partir de la mezcla de otros ya existentes, y que en conjunto funciona de forma autónoma. En la red hay mash-ups estrictamente sonoros, por ejemplo canciones formadas con la instrumental de un tema y la voz de otra, y mash-ups audiovisuales, en los que se utiliza una o diferentes canciones con imágenes de diversas fuentes, configurando así un videoclip nuevo a partir de material preexistente y que tiene un cierto grado de coherencia. Un ejemplo es *The Escobars* (2011) de Cookin Soul. (Viñuela, 2013:177). Como el contenido que se pretende crear para *Scars* es original y propio, no se plantea un proyecto que incorpore las estrategias del mash-up.

Otra nueva forma de hacer un videoclip es mediante un **lipdub**. Viñuela explica que la palabra proviene de “lip” (labio) y “dub” (doblaje), y designa un producto audiovisual en el cual las personas que aparecen (que no son los intérpretes originales) interpretan una canción sincronizando sus labios según la música. Las características habituales de esta modalidad de videoclip son el uso de un plano secuencia como método de grabación, la presencia de bailes, movimientos de cámara por el lugar donde se rueda y la participación de un gran grupo de personas. Un ejemplo que Viñuela expone y que los integrantes del trabajo ya conocían es el lipdub que realizaron los alumnos de la Universidad de Quebec con la canción *I Gotta Feeling* (2009) de The Black Eyed Peas: en él, se recorren las instalaciones de una facultad mientras el alumnado aparece haciendo playback de la canción, alternándose los versos del tema (Viñuela, 2013:181). Este género de videoclip dista mucho de la idea que forma *Scars*, puesto que, como se ha justificado en el párrafo anterior, se pretende crear un contenido original, y además, los personajes de la historia no interpretarán la canción.

El tercer tipo de videoclip que menciona Viñuela en *El videoclip del siglo XXI: el consumo musical de la televisión a internet* es la denominada **literal video version**. Es una reinterpretación de videoclips o canciones clásicas, donde se sustituye la letra original de la canción por una que narre literalmente lo que aparece en el videoclip. Un ejemplo es el spot televisivo de Renault Megane de 2008, en el que utiliza como base la canción *Neverending Story* (1984) (Viñuela, 2013:182). Como los videoclips que formarán este proyecto no utilizarán contenido previamente existente, no se plantea hacer uso de esta tipología de vídeo musical.

2.1.2.1 El videoclip descriptivo o narrativo

Como se ha explicado en el apartado anterior, dada la clasificación de tipos de vídeos musicales, los videoclips que formarán el proyecto *Scars* encajan dentro de la denominación de vídeos descriptivos o narrativos, por ello se ha considerado dedicar un apartado a esta tipología concreta.

Ana María Sedeño Valdellós, en el artículo antes mencionado *Narración y Descripción en el Videoclip Musical*, profundiza sobre subcategorías del videoclip descriptivo o narrativo. Así pues, afirma que en cuanto a la correlación de la parte visual con la musical de los vídeos dramáticos o narrativos, pueden existir tres relaciones: una **relación lineal**, si la imagen representa fielmente lo que se canta en la canción: por versos, por estrofas, por la evolución narrada en la letra, etc.; una relación **a modo de adaptación**, si se representa visualmente la idea general que evoca la letra del tema musical, o bien una relación **a modo de superposición**, si se cuenta una historia que funciona independientemente pero con la canción adquiere un significado más completo (Sedeño, 2007). Dadas estas distinciones, podemos decir que *Scars* utilizará la adaptación, porque en la parte visual se representaría una idea general de la letra del tema. Por ejemplo, tal y como se detalla en el apartado 4.1.4.1 *Proceso de creación del tema* en la primera canción se expresa la idea de escapar de un sitio en el que una persona ha vivido toda la vida y no siente que es su hogar; en su correspondiente videoclip, tal y como se expone en la sección 4.1.1.2c) *Sinopsis*, se muestra como la chica protagonista sufre la enfermedad de las brechas en el cuerpo y decide montarse en su coche e ir sin rumbo, lejos de la casa donde ha vivido siempre. La intención es que las canciones puedan funcionar también independientemente, por ello, se ha decidido que es más accesible si la letra trata el tema de forma más general que si se centra completamente en la historia de la chica protagonista.

José Patricio Pérez Ruffí, Francisco Javier Gómez Pérez y Jose Luís Navarrete Cardero, en *El product placement en el videoclip: análisis de contenido del emplazamiento de marca en los vídeos musicales preferidos por los usuarios de YouTube*, utilizan una cita de los mismos Pérez Ruffí y Gómez Pérez, los cuales en el artículo publicado en 2004 *Implicaciones del product placement en el discurso cinematográfico* comentaban que desde los años 90 el vídeo musical había abandonado la narratividad “a favor del efectismo producido por unas imágenes elaboradas y sofisticadas capaces de crear un impacto visual en el espectador” (Pérez, Gómez, Navarrete; 2014:86). De igual forma, estos tres autores también utilizan una cita de Sedeño, quien señala que el videoclip raramente empleaba “el mecanismo narrativo, optando por el mecanismo seductor, más útil para sus fines, pues centra el interés sobre el objeto anunciado, no haciendo referencia a ningún tercer elemento” (Pérez, Gómez, Navarrete; 2014:86). Esta información se complementa con una afirmación de Rafa Sañudo, recogida en la fuente *La difusión del videoclip a través de Internet* de David Selva: según Sañudo, ha existido un resurgir del videoclip narrativo en los últimos años debido a la nueva vía de distribución online de los vídeos musicales: el videoclip en Internet deja de tener limitaciones como las decisiones de las cadenas de televisión y las duraciones de los productos, y gana el consumo a la carta (Selva, 2012:5). Se ha considerado importante exponer los resultados que obtiene la investigación de estos tres profesores universitarios en base a la afirmación de Sañudo, dado que interesa saber si *Scars* puede encajar en esta posible nueva tendencia de vídeo musical.

El presente proyecto alberga tres videoclips narrativos, y es positivo saber que, a pesar de que esta tipología de videoclip empezó a escasear durante los años 90, con la expansión tecnológica e Internet ha vuelto a cobrar popularidad.

En otra investigación de estos tres autores (Pérez Rufí, Gómez Pérez y Navarrete Cardero), *El videoclip narrativo en los tiempos de YouTube*, se establecen tres subtipologías dentro del videoclip de estilo descriptivo o narrativo que define Sedeño. Creemos interesante mencionarlas para definir en cuál de estas clasificaciones encajan los videoclips de nuestro proyecto.

La primera es la denominada **videoclip con una narración fuerte**: cuenta con un protagonista que tiene un determinado comportamiento y lo cambia durante el transcurso de la historia. El vídeo suele tener un estilo cinematográfico muy reconocible, y dada la usual corta duración de un videoclip, su referente narrativo más próximo es el cortometraje, aunque “la pieza puede permitirse extenderse y no hacer coincidir la duración del vídeo con la de la canción”. Esto incluye introducciones dialogadas o gráficas, diálogos entre los personajes o silencios y sonidos de ambiente intercalados en medio de la canción. (Pérez, Gómez, Navarrete; 2014:44). En cuanto a ejemplos visualizados por el equipo, en *Praying* (2017) de Kesha el videoclip tiene una introducción narrada, y en *Curious* (2018) de Hayley Kiyoko hay una introducción con sonido diegético y diálogo, además de que en la mitad del videoclip se interrumpe la canción por una escena con efectos de sonido diegéticos de la situación. Este es el estilo de videoclip que utilizarían los vídeos musicales de *Scars*, puesto que la narración que se muestra en el videoclip es compleja y se basa en una chica protagonista que tiene un problema y decide resolverlo con una serie de personajes que la ayudarán, mientras que otros la hundirán. Además, la estética visual del vídeo tendría un estilo cinematográfico, gracias al material técnico que se empleará y los referentes visuales seleccionados. Cabe decir que el primer videoclip cuenta también con unas frases locutadas que sirven como introducción. Finalmente, con la historia se pretende dar un mensaje o moraleja, en este caso, a la comunidad LGBTI+.

La segunda categoría descrita en *El videoclip narrativo en los tiempos de YouTube* es el **videoclip con narración débil**, e incluye aquellos vídeos musicales en los que la dimensión narrativa es más reducida, las acciones o los cambios son relativamente leves y no tienen una estructura detallada (por ejemplo la de introducción, nudo y desenlace). Suelen transmitir ambigüedad y se centran en la descripción de un personaje o de una situación específica, sin que haya una acción que evolucione durante el relato. (Pérez, Gómez, Navarrete; 2014:44). Como se ha comentado en el párrafo anterior, *Scars* cuenta con una línea narrativa elaborada, por lo tanto, no se ajustaría a un videoclip de narración débil.

La última subtipología que Pérez Rufí, Gómez Pérez y Navarrete Cardero establecen es el **videoclip puramente descriptivo**: en él, no se desarrolla una narración, sino que “la atracción del videoclip reposa en la fuerza e interés de sus imágenes y se subordina por completo al discurso musical” (Pérez, Gómez, Navarrete; 2014:45). Por la misma justificación expuesta anteriormente, *Scars* tampoco utilizaría vídeos estrictamente descriptivos dada la elaboración de la narrativa y la evolución que experimenta la protagonista en ella.

Pérez Rufí, Gómez Pérez y Navarrete Cardero constatan que en el sector del videoclip hay “una importante presencia de elementos que abren el discurso hacia una dimensión narrativa, sin que en ocasiones llegue a desarrollarse un relato, quedando como un discurso narrativo. En otros casos, la interpretación de una narración subyacente en la descripción sí es posible, si bien puede ser forzada al no quedar definidos con claridad los componentes de la narración”. Como ejemplos mencionan *Girl On Fire* (2012) de Alicia Keys y *Someone Like You* (2011) de Adele (Pérez, Gómez, Navarrete; 2014:51) Con ello, afirman que la presencia de videoclips con narrativa fuerte todavía no abunda en el mercado, dado que se sigue sin exprimir todas las posibilidades que puede dar el medio online, como la interacción o la conexión entre contenidos (Pérez, Gómez, Navarrete; 2014:56). Estos datos sirven para *Scars* en el sentido de que este proyecto sí jugaría más con estas nuevas posibilidades que ofrece la distribución por plataformas como Youtube, básicamente con el hecho de que se crearía una historia dividida en tres videoclips. En los tiempos en los que la difusión de los vídeos musicales era por televisión, esta filosofía hubiese sido mucho más difícil de hacer puesto que las cadenas no emitirían los tres videoclips seguidos: por una parte, porque rebajaría la diversidad de artistas por hora en el canal, y por otra, porque suelen funcionar con un sistema programado que selecciona aleatoriamente los vídeos musicales que la cadena tiene en la base de datos. Mediante Internet, la audiencia siempre puede acceder al contenido, cosa que permite que pueda tener los tres videoclips a su disposición y verlos en orden siempre que se quiera, o bien volver a visualizar uno de ellos en concreto si se desea.

2.1.3 Productoras audiovisuales especializadas en videoclips

Para la realización de este marco teórico se ha considerado importante contactar con productoras que realizan videoclips, con el fin de obtener información sobre cómo funcionan: la manera en la que reciben los encargos, el plazo de tiempo que tienen, el presupuesto con el que suelen contar, las ventanas de distribución que utilizan, etc. Además, uno de los objetivos del equipo también es tener el contacto de productoras y exponerles el proyecto por si les interesa. La búsqueda de productoras se ha delimitado en el área de Barcelona, que según el artículo realizado por Gobierno de Cataluña CIDEM, Promoción económica del Ayuntamiento de Barcelona, 22 Barcelona y la Cambra de Comerç de Barcelona *El sector media en Barcelona y Cataluña*, “acogen a los principales productores audiovisuales españoles y sedes de grandes empresas del sector que son uno de los pilares en el desarrollo y explotación de los Media en España” (CIDEM, Promoción económica del Ayuntamiento de Barcelona, 22Barcelona, Cambra de Comerç de Barcelona, 2007: 7). Es por esta razón que se ha considerado de gran interés conocer a las productoras de esta ciudad, además de ser la más cercana a los integrantes del trabajo.

Se ha utilizado el servicio de Barcelona Film Comission para obtener nombres y direcciones de productoras. Este directorio web es un servicio público de la Generalitat de Catalunya que pretende promover el sector audiovisual en el territorio catalán, y en él pueden encontrarse directorios con empresas de todo tipo. Tras analizar el portfolio de vídeos musicales de cada una de las empresas, se han seleccionado aquellas que poseían videoclips con una calidad, originalidad y fotografía similar a la pensada para *Scars*. Se recogen en la siguiente lista, junto con los videoclips que el equipo ha considerado interesantes:

Tabla 2. Productoras audiovisuales de Barcelona.

NOMBRE DE LA PRODUCTORA	DIRECCIÓN	PÁGINA WEB	VIDEOCLIP DESTACADO
The Beats Films	Rambla Catalunya 92, 4º 2º	http://www.thebeatsfilms.com/	<i>The Kind of Boy</i> , de Dexter's Kin.
Malditos Produce	C/ Pere IV 29-35, 4º3ª	http://www.malditosprouduce.com/work_type/music-video	<i>A Bitter Parting</i> , de Erasure.
Rita Clip	Via Laietana 15, 2º 4ª	http://www.ritaclip.com/es/portfolio/	<i>Hold On Me</i> , de Espanza Spalding.
Català Productions	C/ Sant Josep, 59 (Sant Just Desvern)	https://www.catalaproductions.com/cat/videoclips/	<i>Soledat</i> , de Malinka.
La Chula Productions	Vilamarí 71, tda. 1	http://www.lachula.tv/index.php?seccion=3&categoria=12&	<i>El Mundo</i> , de Sergio Dalma.
Ovni	Passeig de l'Exposició, 62	http://www.ovni.ws/#	<i>Tinc cinc caps</i> , de Marc Parrot.
Shasta Productions	C/ Pere IV, 201	http://www.sdp.cat/index.php/es/sdpv/	<i>Sitting on the hill</i> , de aupaQUARTET.
Visum Studio	C/ dels Enamorats, 128	http://www.visumstudio.com/	<i>My War</i> , de 7thSense.
La Fábrica Naranja	C/ Riera Coma Fosca, 35 (Can Pareras)	http://lafabricanaranja.es/videoclip	<i>Longest of Goodbyes</i> , de Both.
Nomasdf Productions	Ap. Correus 11 (Valldoreix)	http://productions.nomasdf.com/index.php?c=music	<i>El Trineu</i> , de La Puta i la Ramoneta.
Manuel Mira	C/ Pallars 74-76 2º1ª	http://www.musicvideosmm.com/	<i>Como me provocas</i> , de Fran y Nico.
Minded Factory	C/ Pere IV 78-84 , 5º 4ª	http://www.mindedfactory.com/directors/	<i>La Mordidita</i> , de Ricky Martin.
Nanouk Film	C/ Còrsega 236, Principal	http://nanouk.tv/films/music	<i>In the forest</i> , de Carla.

Fuente: Elaboración propia, (2018).

2.1.4 Fases de la producción musical

Dado que una de las componentes del proyecto es la creación de tres canciones originales, es importante dedicar un apartado a la producción musical.

Tal como lo define José A. Medina en su artículo *Fases en una producción musical*, la **producción musical** es el proceso que se lleva a cabo para convertir una obra musical (canción, álbum, etc.) en un producto. Es, pues, el momento en que se pasa de tener una idea en forma de manuscrito o maqueta a tener una canción grabada y lista para publicar. (A. Medina, 2011) En el proyecto de *Scars*, se necesita una producción musical para transformar la idea de una canción en un tema musical, que sirva de banda sonora del videoclip y pueda publicarse en los portales musicales online, incluso enviar a radios o sonar en bares y clubs musicales.

La figura del **productor musical** es fundamental para este proceso. Leonardo Martinelli en su guía *Producción musical en estudios no profesionales* explica que el productor musical es el nexo entre el músico y todo el equipo técnico que involucra la grabación del tema o temas, y es el encargado de hacer realidad la idea y el sonido que el artista desea (Martinelli, 2017) En este caso, el productor musical de *Scars*, Alex Barat, es también el artista y compositor de la canción, con lo cual ejecutará tanto la parte artística como la técnica.

A. Medina engloba los procesos de la producción musical en 3 fases: la preproducción, la producción en sí y la postproducción (A. Medina, 2011). Seguidamente, se expondrá lo que comporta cada uno de los procesos.

En cuanto a la **preproducción**, A. Medina afirma que es la fase de carácter más artístico. El productor está mucho en contacto con los artistas, se deciden las canciones que compondrán el disco y se suelen realizar maquetas de las canciones, aunque sean grabadas de una toma y con calidad media. Por otro lado, en la preproducción también entra la parte de definir presupuestos de grabación, el calendario, los costes de transporte y hospedaje, el alquiler o compra de material, etc. (A. Medina, 2011) Además, Martinelli comenta que es una fase en la cual se tiene que tener todo pensado para llegar al estudio con todo listo y ensayado a la perfección. Por ello, es conveniente grabar el máximo de ensayos hechos, e incluso tener referencias sonoras para facilitar la búsqueda del sonido deseado (Martinelli, 2017). En *Scars* se ha hecho un trabajo de preproducción en el momento que se ha hablado con la cantante para que colaborase en el proyecto, se ha quedado con ella para ensayar el tema, se ha grabado una maqueta de la voz como guía para seguir produciendo la instrumentación, se ha contactado con personas para que hicieran los coros, se ha definido un día de grabación en el estudio y se ha pedido un presupuesto del coste de la producción. Todos estos pasos se definirán más detalladamente en el apartado 4.1.4.2 *Preproducción del tema*.

A. Medina define la fase de **producción** como la etapa en que se determinará el 90% de la calidad técnica. Básicamente, consiste en grabar los instrumentos y demás elementos que compondrán la canción, por lo cual, es muy importante que el lugar de grabación y el material sea de buena calidad, que las condiciones de grabación sean favorables y que el

personal técnico tenga un buen grado de formación. Es la etapa más cara de todas, por todas estas necesidades que comporta (A. Medina, 2011) Aquí entra una figura importante, según Martinelli: el ingeniero de grabación, que será la “mano derecha” del productor y se ocupará de microfonear los instrumentos y regular todas las variables de la grabación (Martinelli, 2017). En cuanto a la fase de producción de Scars, la parte de grabación se reduce a la voz de la intérprete; el resto será una producción construida con samples y plugins digitales que emulan diferentes instrumentos reales o bien sintetizadores.

La etapa final es la **postproducción**, en la cual A. Medina engloba la edición, la mezcla y la masterización (A. Medina, 2011) La **edición**, según Martinelli, consiste en seleccionar y editar el material grabado: coger las mejores tomas o bien combinarlas, corregir algunos errores de tono, limpiar ruidos indeseados, modificar el volumen de alguna parte, etc. (Martinelli, 2017). El proceso de edición para la canción del presente proyecto se hará de la misma forma: una vez seleccionada la toma buena de la cantante, se procederá a analizar si hay alguna mejora o corrección que hacer.

En cuanto a la **mezcla**, Martinelli asegura que se busca “conseguir una ecualización que separe lo mejor posible las frecuencias de cada instrumento en sí, para que al final sea más fácil distinguir las distintas señales cuando se está oyendo la pieza musical en su conjunto”. Es una tarea de buscar una espacialidad sonora (Martinelli, 2017) A. Medina dice que, si bien en la edición importaba el sonido de cada pista por separado, en la mezcla se prioriza el sonido de todas las pistas en conjunto, para crear el ambiente sonoro deseado por el artista. Esto se logra a partir de los procesadores que disponen los estudios, que incluyen ecualizadores, procesadores de dinámica, compresores, etc. (A. Medina, 2011). Como puede verse, la mezcla es un paso necesario en la producción de una canción para lograr un buen balance entre pistas y lograr un sonido concreto. Para este proyecto, se hará la mezcla en el estudio Temps Record, localizado en Terrassa, y el ingeniero de mezcla será Josep Roig Boada, bajo la supervisión de Alex Barat.

Por último, la **masterización**, tal y como la describe A. Medina, tiene como función adecuar el tema para su explotación y difusión posterior. Lo principal es que el tema suene con el máximo potencial en cualquier equipo de reproducción, y en el caso de los álbumes, que todos los temas tengan una cohesión sonora (A. Medina, 2011). De otra forma, Martinelli lo complementa remarcando que con la masterización se obtiene una “versión maestra de la cual se replicará el álbum”, con el producto en su máxima calidad sonora posible (Martinelli, 2017). El proceso de mastering para el primer tema de Scars se hará posteriormente a la mezcla y en el mismo estudio, Temps Record, también realizado por Josep Roig Boada y bajo la supervisión de Alex Barat.

2.1.5 Financiación

Se necesita financiación para el proyecto *Scars*, por lo cual es esencial conocer las diferentes vías más habituales para financiar una iniciativa musical y/o audiovisual.

Rafael Linares Palomar y Eva Fernández Manzano, de la Universidad Rey Juan Carlos, se nutren de la Jornada ECIJA *Alternativas para la Financiación de Obras Audiovisuales* para elaborar la siguiente tabla sobre fuentes de financiación:

		FINANCIACIÓN		AMORTIZACIÓN		
		DIRECTA	INDIRECTA	DIRECTA	INDIRECTA	
PRIVADAS	TRADICIONALES	Operadores de TV	Pagos diferidos	Taquilla		
		Capitalización		Otras ventanas		
		Participación en beneficios				
		Entidades bancarias				
		Coproducciones				
		Ventas y preventas distribuidores				
	NUEVAS	MARCAS	Product Placement			
			Patrocinio			
			Licensing			
	COMUNIDAD		branded content			
			Crowdsourcing			
			Crowdfunding			
PÚBLICAS		ICAA	Desgravaciones fiscales	General amortización	Complementaria amortización	
		Regionales				
		MEDIA				
		EURIMAGES				
		BERMEDIA				
		Otras				

Figura 3. Cuadro de síntesis sobre las distintas fuentes de financiación. Fuente: Linares Palomar, Rafael y Fernández Manzano, Eva, (2014). *Producción Audiovisual Cine: Tema3*. Recuperado el 9 de marzo de <https://es.slideshare.net/rafalinares/produccion-audiovisual-cine-tema3>

Seguidamente se detalla cada tipo de financiación y se razona si resulta conveniente para el presente proyecto.

La financiación proveniente de los **operadores de televisión**, según Linares y Fernández, comprende inversiones para películas de cine, audiovisuales para televisión y películas de producción independiente (Linares, Fernández, 2014:7). Dado que este proyecto no se ajusta a ninguna de estas tipologías de producción, no es una fuente de financiación que encaje para *Scars*.

En cuanto a la **capitalización**, Linares y Fernández explican que es la situación en la cual se ofrece la posibilidad de invertir el salario o parte del salario del equipo, ya sea de actores principales, director o jefes de equipo (Linares, Fernández, 2014:8). Se puede decir que en este proyecto se ha capitalizado nuestro tiempo y salarios, y también los de los colaboradores, además de los recursos propios que se han aportado, ya sea en localizaciones, en coches de transporte y en material audiovisual como objetivos u ordenadores. Además, el salario de los creadores de *Scars* y de los colaboradores se han

invertido para pagar el alquiler de material y otros gastos que contempla el presupuesto total.

La **participación de beneficios** comprende el pacto por el cual se ofrece un porcentaje de beneficios a un integrante del equipo a cambio de no pagarle el salario estándar que pediría, porque la productora no dispone del dinero para hacer frente al pago (Linares, Fernández; 2014:8). En *Scars*, por el momento nadie del equipo ha colaborado percibiendo un salario, pero sí se ha pensado repartir los beneficios que pueda generar el proyecto entre el equipo, de forma proporcional a la dedicación y los salarios descritos en el presupuesto.

Otra de las vías tradicionales de financiación es mediante las **entidades bancarias**, y se basa en solicitar un préstamo (Linares, Fernández, 2014:9) Debido al reducido poder adquisitivo de los integrantes de este proyecto, no se plantea hacer uso de esta vía para financiarlo.

La siguiente vía de financiación mencionada por Linares y Fernández es la **coproducción**, que describen como la asociación temporal de dos o más empresas para la realización de un proyecto, y que puede aportar ventajas como el reparto de costes, el incremento de las unidades de producción y la ampliación de mercados. Esto se magnifica todavía más si es una coproducción internacional (Linares, Fernández, 2014:10). *Scars* se impulsa a partir de la colaboración de jóvenes iniciados en el sector, y está abierto a explorar posibilidades de coproducción para las siguientes fases del proyecto, además de negociar con las productoras interesadas la naturaleza del mismo, aunque sin renunciar a los objetivos y el control creativo.

La última forma de financiación tradicional descrita por estos autores es la **venta y preventa a distribuidores o agentes de ventas**, la cual consiste en que, a cambio de que los distribuidores adquieran el permiso de explotación o bien los agentes de ventas adquieran el poder de negociar en nombre de la productora, esta obtiene un anticipo económico para financiarse (Linares, Fernández, 2014:11). *Scars* es una iniciativa que no tiene pensado comprometerse con distribuidores o agentes de ventas, con lo cual esta vía de financiación no resulta conveniente.

En el apartado de nuevas formas para financiación, aparece el **product placement**, que se define como un acuerdo de aportación económica a un proyecto por parte de marcas a cambio de la inserción de sus productos en las escenas del videoclip (Linares, Fernández, 2014:12). Esta vía se considera interesante y una de las posibles formas para financiar *Scars*, con lo cual, se valorará la búsqueda de empresas a las que les interese participar económicamente en el proyecto si se incorporan sus productos en alguna de las escenas de los videoclips, o incluso una asociación que apoye el colectivo LGTBI+.

En cuanto al **patrocinio**, Cristina Díaz Anichtchenko y Eva Brea Franch explican en su análisis *El patrocinio en la era del branded content* que es un término fruto de la traducción de la palabra inglesa “sponsoring” y que siempre ha generado muchas concepciones equivocadas o incompletas en cuanto al significado de la práctica en sí (Díaz, Brea; 2017:102). Díaz Anichtchenko y Brea Franch citan a Sleight por su definición del patrocinio como “una relación comercial entre un suministrador de fondos, de recursos o de servicios, y una persona, un acontecimiento o una organización que ofrece a cambio algunos

derechos y una asociación que pueden utilizarse para conseguir una ventaja comercial” (Díaz, Breva; 2017:104). En el sector audiovisual es común ver como algunos programas de televisión o radio comienzan con una imagen de un producto y su marca, seguida de un texto gráfico o hablado que dice que esa marca patrocina el programa. En un principio esta estrategia parece demasiado explícita visualmente según el equipo de *Scars*, además de que se tendría que contar con una marca ajena y esta podría restar control creativo. Por ello, se plantea escoger una vía más sutil como el product placement o el branded content.

En el **licensing**, según expone G. Guadalupe Aguado en *Branded content más allá del product placement en la televisión digital: advertainment y licensing*, una marca ofrece una licencia o cesión de la misma para que se aplique a productos de otros sectores diferentes al de la empresa licenciadora. En el sector musical y audiovisual, se basa en permitir que la marca de un artista o de un cortometraje, película, programa, etc. aparezca en todo tipo de merchandising: camisetas, fundas de móvil, gorras, bolsas, etc. (Guadalupe, 2008:150). En el caso de *Scars*, se podría explorar la posibilidad de desarrollar este proyecto como marca que ofrecería una licencia para crear merchandising en base a ella. Esta forma de negocio comprende otras industrias a parte de la audiovisual, y solo se contemplaría como viable si el proyecto tuviera la repercusión suficiente como para que surgiera una demanda de merchandising. Como de momento es improbable, se desestima utilizar esta vía de financiación durante la fase de impulso de este proyecto.

Díaz Anichtchenko y Breva Franch mencionan en su artículo *El patrocinio en la era del branded content* que la Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación define el **branded content** como un “contenido producido, coproducido o auspiciado por la marca que, sin ser publicidad, transmite sus valores y posicionamiento entreteniéndolo, educando o formando al público al que va dirigido. La clave es que sea un contenido relevante y de interés. Que aporte valor, que conecte y que fomente la participación de los públicos generando comunidad en torno a la marca” (Díaz, Breva; 2017:107). Como puede verse, es un producto ideado por y para la marca, con lo cual, no encaja con el modelo de *Scars*, dado que los creadores del mismo no quieren utilizar el proyecto para publicitar unos productos propios, sino que las canciones y los videoclips son el producto en sí.

El siguiente apartado dentro de la clasificación de Linares y Fernández repasa las formas de financiación a través de la comunidad. La primera es el **crowdsourcing**. Eman Aldhahri, Abdullah Abuhussein y Sajjan Shiva, en su artículo *Leveraging Crowdsourcing in Cloud Application Development* lo definen como una forma de externalizar tareas a través de la red, para eliminar los gastos de contratación del personal. Hay páginas web donde se puede solicitar el tipo de tarea que un proyecto necesita y las personas interesadas pueden inscribirse para participar en él (Aldhahri, Abuhussein, Shiva; 2015:1). La idea de *Scars* es buscar personas para que colaboren en los diferentes roles sin una remuneración a cambio; sin embargo, en el caso de que haya una ausencia de personal en alguna tarea, se ve viable usar el crowdsourcing para encontrar personas que puedan desarrollar partes del proyecto, tales como el vestuario o el maquillaje en el rodaje.

La segunda vía de financiación a través de la comunidad se ha hecho bastante popular: el **crowdfunding**. Samuel Escudero Robla, profesor del curso de Music Business en la escuela de sonido Sonopro de Barcelona, define el crowdfunding como un método en el

cual se invierte la cadena de valor y se pone como primer paso la parte en la que el público compra el producto (Escudero, 2017). En el caso de este proyecto, el público pagaría previamente por consumirlo, y ese dinero recibido se usaría para hacerlo realidad. Esta es una forma de financiación ideal para la primera fase del proyecto, puesto que es una vía al alcance del equipo con la que llegar a la comunidad y buscar su soporte directo en pequeñas contribuciones, dando a conocer el producto a través de páginas web como Verkami, que ofrecen el servicio y son ampliamente conocidas por creadores independientes. Gracias a ellas, proyectos audiovisuales similares han conseguido reunir el presupuesto que necesitaban para financiarse, siendo algunos de sus creadores jóvenes con experiencia y estudios parecidos a los del equipo.

Cabe mencionar que una nueva fuente de financiación nacida hace pocos años es el **matchfunding**. Tal y como lo explican en la página web de Goteo, plataforma que ofrece este servicio, es la combinación entre un crowdfunding tradicional y una aportación económica que proviene de una institución que dispone de un presupuesto para apoyar a un sector específico. Esta institución hace una llamada a la comunidad de ese sector para que se presenten proyectos relacionados. De esta forma, tanto la fuente de financiación gracias a la comunidad y la financiación por parte de dicha institución quedan vinculadas, creando un efecto multiplicador: si una persona dona 100 euros a un proyecto, la institución también dará la misma cantidad. Además, la plataforma Goteo ha demostrado que este efecto multiplicador es real, y que la participación ciudadana aumenta un 180% de promedio si el proyecto tiene apoyo institucional; por ello, el porcentaje de éxito de un matchfunding es un 20% mayor que el de un crowdfunding (90% frente a un 70%) (Olivier, 2016). Vista esta descripción y análisis del funcionamiento y resultados del matchfunding, parece una muy buena opción a tener en cuenta para financiar el proyecto *Scars*, puesto que el crowdfunding es una vía que, como se ha dicho anteriormente, se considera viable para conseguir aportes económicos, y si el matchfunding ofrece más facilidades, puede valorarse crear una campaña en plataformas como Goteo para conseguirlo. Además, como el proyecto tiene una vertiente social que consiste en visibilizar y normalizar el colectivo LGBTI+, esto puede ayudar a que una institución privada o pública se interese en *Scars*. No obstante, el matchfunding depende de las convocatorias disponibles, y actualmente, a fecha de 25 de mayo de 2018, no hay ninguna convocatoria abierta que se adecúe a nuestro proyecto, puesto que solo hay una cultural exclusiva al ámbito de Donostia y otra para mejorar los barrios de Madrid.

Siguiendo con las posibilidades del apartado de financiación pública para financiar nuestro proyecto existen las denominadas **Ayudas ICAA** (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales) que están impulsadas por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. En su página web⁶ se expone el listado de ayudas que proporcionan, y ninguna se ajusta al tipo de producto audiovisual que es *Scars*, ni siquiera en cortometraje, dado que según la Ley 55/2007 de 28 de diciembre del Cine, se considera una película cinematográfica, y una de sus características es tener en primer término la exhibición en salas de cine. Por ello, no es una vía a la que este proyecto pueda optar. Lo mismo sucede con las **ayudas regionales** catalanas, disponibles en la web oficial de Gencat⁷.

⁶ Web de ayudas ICAA: <https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/informacion-servicios/sc/becas-ayudas-y-subsenciones.html>.

⁷ Web Gencat: <https://web.gencat.cat/ca/tramits/tramits-temes/>.

A nivel europeo, **MEDIA** es, tal y como se explica en su página web, “un subprograma de Europa Creativa [Programa de la Unión Europea] que nace desde la Comisión Europea para dar apoyo a la industria audiovisual europea.” Tras analizar las convocatorias que se ofrecen en su portal online⁸, *Scars* no tiene opción a presentarse en ninguna de ellas porque se pide que el proyecto provenga de una productora institucionalizada, y en algunas de las ayudas, con una trayectoria de mínimo 12 meses previos a la participación de la convocatoria. Lo mismo sucede con **IBERMEDIA**, el programa de estímulo al audiovisual realizado en América Latina, España y Portugal (las convocatorias pueden verse en su web oficial)⁹.

Por último, **EURIMAGES** es el fondo de apoyo cultural del Consejo de Europa, con sede en Estrasburgo. De nuevo, se han estudiado las convocatorias que ofrece en su web¹⁰, y se ha descubierto que se centra en las coproducciones, característica con la que *Scars* no cuenta; por ello, es otra vía de financiación inviable para este proyecto en esta fase de su desarrollo.

2.2 Temática

2.2.1 Justificación temática

Durante el planteamiento de la temática se ha valorado distintos temas sociales en los que basar la historia del proyecto. Todos ellos relacionados con los intereses del propio equipo como representantes de un grupo social concreto a quienes también iba a ir dirigido el producto final (jóvenes entre los 21-22 años con estudios universitarios y con un perfil de usuario *pro-consumer*¹¹ inmersos en el entorno digital).

Uno de los temas con el que todos los miembros del grupo se sentían involucrados es el estigma que todavía existe respecto a las orientaciones sexuales y, por otro lado la consideración de focalizarse en el tratamiento que se le da a los personajes femeninos dentro de los formatos de ficción audiovisual.

Respecto a la temática se partía de las siguientes ideas preconcebidas:

- A. En términos de guión de ficción, hay poca visibilidad de los miembros del colectivo LGTBI+.
- B. Existe una sobreproducción de temáticas románticas que promulgan el *establishment* de relación heterosexual patriarcal.

⁸ Portal online de MEDIA: <https://www.oficinamediaespana.eu/convocatorias>.

⁹ Web oficial de IBERMEDIA: <http://www.programaibermedia.com/nuestras-convocatorias/>.

¹⁰ Web oficial de EURIMAGES: <https://www.coe.int/en/web/eurimages/programmes>.

¹¹ Según Vanesa Martos en el artículo *Los nuevos roles activos de los consumidores*, el pro-consumer es el perfil de consumidor que, además de consumir productos digitales, también genera contenido propio. (Vanesa Martos, 2014).

- C. En cuanto a los personajes protagonistas o focalizaciones principales de las historias de ficción, existe una falta del tratamiento del papel femenino como rol principal o activo en la historia.

Esta última afirmación surge de la propia percepción de los miembros del equipo y está respaldada por la teoría del concepto *male gaze*¹² desarrollado por Laura Mulvey en su ensayo *Visual Pleasure and Narrative Cinema* como: “In a world ordered by sexual imbalance pleasure in looking has been split between active/male and passive/female. The determining male gaze projects its fantasy onto the female figure which is styled according” (Mulvey, 1975:837)

Para reforzar o desmontar las premisas con las que se partía se ha realizado un análisis de los 50 videoclips mejor posicionados (en cuanto a *views*) durante la primera semana de febrero del presente año (1/02/2018-11/02/2018) en Youtube, en base a los datos de penetración de la plataforma Youtube Artist en cuanto a la visualización del vídeo en streaming y como potente indicador de las referencias musicales del momento, como se puede ver en los siguientes gráficos:

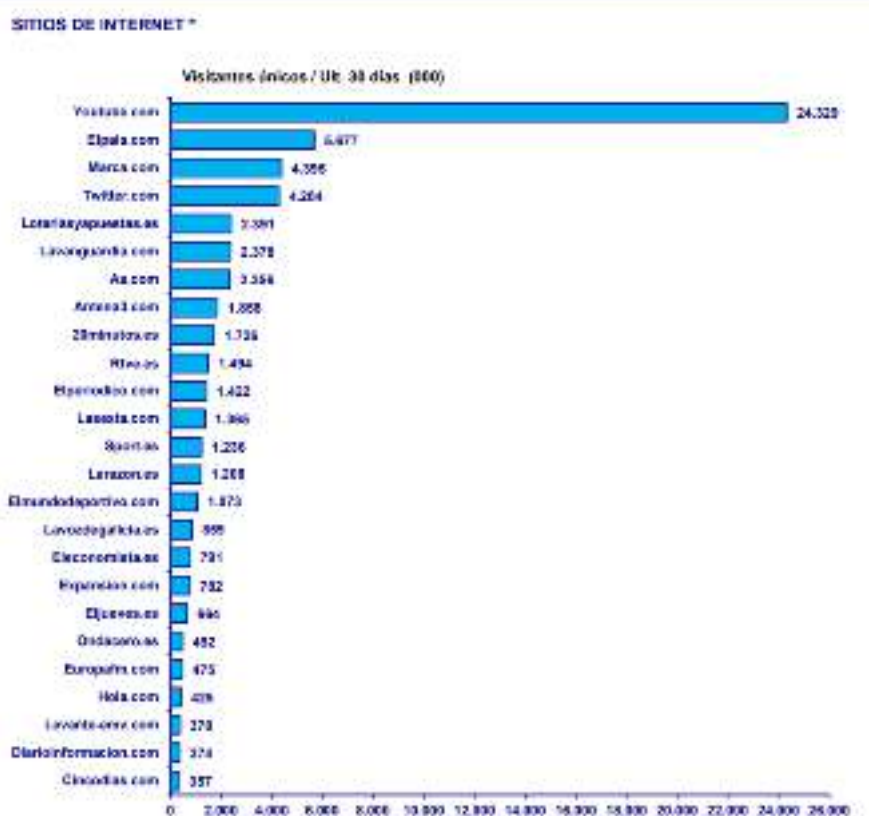


Figura 4. Gráfico del número total de visitantes únicos en los últimos 30 días de las plataformas digitales. Fuente: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (2017). *Resumen General Febrero a Noviembre de 2017*. Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. Recuperado el 2 de febrero de 2018 de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2017/05/resumegm317.pdf>

¹² La traducción literal equivale a “mirada masculina”.

En el análisis se tuvieron en cuenta los siguientes ítems:

- Posicionamiento en el *ránking*
- Cantante
- Temática de la canción y vídeo
- Narrativa:
 1. ¿Hay una estructura narrativa coherente que explique una historia?
 2. ¿Es autoconclusiva en un solo vídeo?
- Aparición de personajes o elementos que representen al colectivo LGTBI+

En cuanto a lo relacionado estrictamente a la temática, se han obtenido los siguientes resultados:

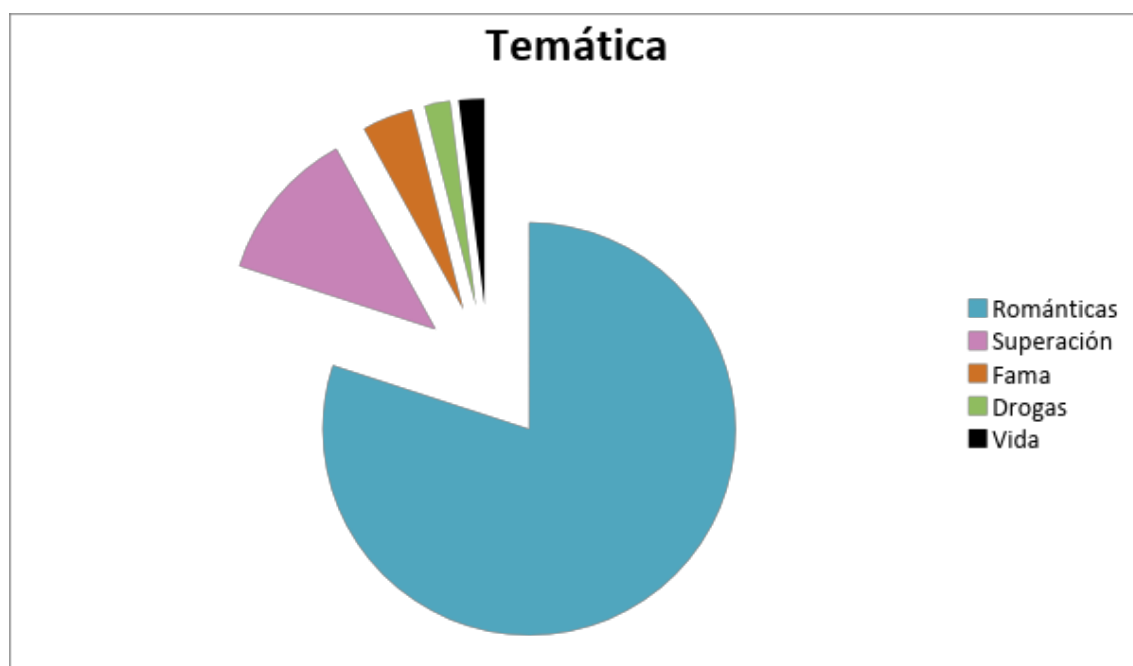


Figura 5. Gráfico sobre las temáticas de los videoclips. Fuente: Elaboración propia, (2018).

El 20% tratan una temática romántica o romántico-sexual (40 de los 50 vídeos analizados), el 3% tratan temas de superación o de reafirmación propia (6 de los 50 vídeos), y el 1% trata sobre la fama y sus consecuencias o bendiciones (2 de los 50 vídeos analizados). Por último, el 0,5% responde a un tema sobre drogas (1 vídeo de los 50 analizados) y el otro 0,5% un tema sobre los caminos de la vida, *God's Plan*, de Drake (2018).

Es más, del 20% que trata temáticas románticas solo un vídeo reproduce modelos de relaciones más allá de la heteronormativa. Se trata del tema *Too Good At Goodbyes* (2017) de Sam Smith cantante abiertamente declarado homosexual.

Otro dato significativo es que, del total de los 50 vídeos, solo en dos se visualizan miembros del colectivo LGTBI+, es decir, solo en el 1%:



Figura 6. Gráfico de la visibilidad del colectivo LGTBI+ en los videoclips. Fuente: Elaboración propia, (2018).

A parte de *Too Good At Goodbyes*, el otro vídeo corresponde al de la canción *Que tiro foi esse* (2017), de Jojo Maronttinni, el cual trata de la autosuperación, el travestismo y la aceptación de uno mismo. Es representativo tener en cuenta que la cantante no responde al modelo de belleza femenina estándar¹³ y que en este sentido también da un mensaje de empoderamiento.

La conclusión en términos objetivos es la siguiente:

1. En el contexto de ficción audiovisual hay una falta de visualización de otro tipo de relaciones más allá de la heterosexual.
2. Los temas que dominan son los puramente románticos o romántico-sexuales con una persona del sexo opuesto.

Se refuerzan, pues, las premisas con las que el equipo del proyecto partía al basar su historia en una temática LGTBI+. Además, se extraen otro tipo de resoluciones en cuanto al personaje femenino: de las 10 canciones que no tratan el tema romántico o de pareja, solo dos son cantadas y protagonizadas por mujeres.

Además, el análisis cuadra si se presta atención a estudios como el del doctorado de Jon Emmanuel Illescas Martínez, *Industrias culturales y juventud en el sistema-mundo. El videoclip mainstream como mercancía y como reproductor de ideología*, el cual sostiene que esta tipología de videoclip efectivamente está al servicio de una serie de principios en

¹³Según el artículo *Canon de belleza ideal: cómo cambia la idea de 'cuerpo perfecto' en un siglo*, de la redacción de Huffington Post, a partir de los 90 el cánón de belleza femenina empezó a cambiar hacia una figura cada vez más delgada en todas sus proporciones, pechos acentuados, sensualidad marcada con los labios y pómulos, piel morena y un estancamiento estético entre los 20 y los 30 años de edad (Huffington Post, 2014).

los que sustenta el capitalismo como esclavo de las ganancias comerciales (Jon Emmanuel Illescas Martínez, 2014).

En la fórmula de los videoclips más vistos se reproduce este tipo de conductas o valores. Hasta el momento se ha hablado de lo que reproduce la narrativa o la temática de la canción en sí, pero de hecho, durante la visualización de los videoclips que no estaban basados en una construcción narrativa coherente (los clasificados como no narrativos) y los que simplemente reproducen una secuencia de imágenes inconexas de los cantantes, se ha percibido que lo que predomina es una intención de promover conductas muy establecidas: mujeres delgadas (socialmente percibidas como atractivas), hombres heterosexuales blancos con una actitud segura, hombres respaldados con fama y dinero, etc.

Para entender este tipo de valores arraigados actualmente en el entorno social, se ha creído necesario llevar a cabo una retrospectiva en la evolución de la industria del videoclip y los valores que esta ha fomentado. La historia del videoclip y su desarrollo como tal a lo largo del tiempo no aporta un conocimiento sustancial y práctico para este proyecto. Sin embargo, sirve para entender el fenómeno que representa la plataforma digital actual y qué temáticas o valores son los que predominan.

Por ejemplo, siguiendo con el doctorado de Jon Emmanuel Illescas Martínez, *Industrias culturales y juventud en el sistema-mundo. El videoclip mainstream como mercancía y como reproductor de ideología*, el momento posterior al éxito de los vídeos *Thriller* (1982) o *Billie Jean* (1982), ambos de Michael Jackson, en la que las industrias discográficas empezaron a concebir el videoclip *mainstream* como un formato de retorno económico seguro, ocasionó el descenso del poder de las radiofórmulas en cuanto a asegurar las ventas de los CD. Se empezó a implantar el PFD (Pay for Display) basado en la conducta de las discográficas al concentrar sus esfuerzos económicos en unos pocos artistas y pagar más a los dueños de las televisiones musicales para que promocionarán según qué artistas (Jon Emmanuel Illescas Martínez, 2014) .

Esta especie de filtro económico explica en parte el mismo filtro por el que pasan los valores y los contenidos en la industria musical: quien paga escoge. Es decir, quien tiene mayor poder en la industria, tiene mayor influencia al momento de reproducir los cánones de conducta y perfiles de los artistas que prefiriera.

Aun así, se brinda la oportunidad de poder introducir en este mercado otro tipo de valores, de narrativa y de personajes.

Por estos motivos, se han establecido los siguientes puntos en relación a la temática de la historia de este proyecto:

1. Historia que da visibilidad al colectivo LGTBI+
2. Que no contenga rasgos románticos como tema central
3. La protagonista es una mujer
4. Lo importante es la protagonista y la percepción de ella misma
5. Dividida en tres vídeos que corresponden a la estructura: planteamiento-nudo-desenlace.
6. Debido a la fragmentación de la historia, el final de cada vídeo debe contener un giro argumental para crear en el usuario la necesidad del seguimiento de la narrativa.

Existen otros aspectos en cuanto a la ficción, por ejemplo el tiempo en el que se enmarca la historia (actual), los años de la protagonista (está en un rango de edad joven), su entorno (clase social media), etc. Son elementos que se han adaptado para crear una mayor empatía con la historia entre el target escogido, y porque realmente lo que se pretende reivindicar es la falta de igualdad en el contexto más inmediato y cercano.

2.2.2 Estructura de la historia

En los anteriores apartados se ha definido el proyecto como una historia segmentada en tres videoclips. Se propone realizarla de tal manera que si se juntan los tres vídeos la historia se explique de manera lineal, como un cortometraje. Esta característica ya se ha justificado anteriormente en el apartado de *1.4 Metodología* del presente proyecto, de manera que, en el siguiente apartado, se ha indagado sobre referentes que hayan llevado a cabo el mismo formato estructural para disponer de una base práctica en cuanto su lanzamiento y disposición de la narrativa en diversos vídeos.

En este sentido el proyecto cuenta con una fuerte inspiración del lanzamiento del álbum *Blue Neighbourhood* del cantante sudamericano y australiano Troye Sivan, durante septiembre y octubre del 2015.

Troye Sivan lanzó su álbum con tres vídeos musicales que responden a los temas *Wild* (el primero) y *Fools* (el segundo), ambos lanzados durante septiembre del 2015 y etiquetados bajo *Blue Neighbourhood* antes incluso de publicar que ese sería el nombre del álbum. Finalmente el 14 de octubre, el propio cantante publica en sus redes sociales un *teaser* anunciando el álbum de estudio con fragmentos de las otras canciones que conformarán el álbum. El 20 de octubre se estrena *Talk Me Down* que finaliza la trilogía visual de *Blue Neighbourhood*.

Tuvo una recepción muy aclamada por la crítica y el conjunto de sus vídeos fue nominado por MTV Awards Music Videos 2016 en la categoría de "Formato extenso" o "Breakthrough".

El proyecto *Scars* no solo se basa en la estructura de *Blue Neighbourhood*, sino que la temática que Troye Sivan trató y su intención, también van de la mano con el presente proyecto. En *Blue Neighbourhood* se explica la historia de dos amigos de la infancia que se enamoran. Aun así su entorno no es favorable (uno de ellos tiene un padre alcohólico y severamente homófobo) y el desarrollo de la historia llega a ser realmente dramático cuando el protagonista se suicida por no poder vivir su amor libremente. En este caso, la temática opta por dejar paso a la historia de amor y su conflicto con el contexto exterior.

De hecho, la fragmentación narrativa en el formato musical no es nueva. Prueba de ello es la existencia de una categoría en los premios MTV Awards para este tipo de producto y menos aún cuando las distintas plataformas digitales y el contexto actual optimizan la sinergia y la fusión de las distintas disciplinas audiovisuales existentes. En este caso, se hablaría de un acercamiento del formato videoclip al guión cinematográfico.

Otra prueba de esto es el vídeo ganador de ese mismo año en los MTV Awards: *Lemonade*, el primer álbum conceptual de Beyoncé. Una película de 60 minutos de duración dirigida por

Beyoncé Knowles, Kahil Joseph, Melina Matsoukas, Dikayl Rimmasch, Mark Romanek, Todd Tourso y Jonas Akerlund, que está disponible en *streaming* desde el 23 de abril de 2016 en la plataforma HBO.

Sin embargo, la estructura de esta película fue un tanto diferente a lo que se ha explicado anteriormente: la duración es mucho mayor que la de *Blue Neighbourhood* (60 minutos frente a los 12:32 min que conforman los tres vídeos de Troye en su totalidad) y la fragmentación de estos en 12 capítulos distintos que corresponden a cada uno de los temas del álbum en lo que se tratan cuestiones como la clase social, la raza, la desigualdad, la construcción de uno mismo, etc. En este caso, lo único que este proyecto se adjudica de *Lemonade* es la voluntad de que cada canción corresponda a un vídeo diferente, pero el proyecto se parecerá mucho más al anteriormente explicado *Blue Neighbourhood* ya que la temática que trata es la misma durante los tres videoclips y su duración es mucho más reducida que *Lemonade*.

Es más, si analizamos todos los videos nominados ese año de la misma categoría (*Lemonade* de Beyoncé, *Blue Neighbourhood* de Troye Sivan, *Royalty* de Chris Brown, *Odyssey* de Florence and the Machine y *Purpose* de Justin Bieber) obtenemos unos puntos en común: casi todos los temas son intimistas, relacionados directamente con los cantantes y muestran un cambio o evolución de algún aspecto de su vida.

En este caso ya se ha justificado la temática anteriormente, pero en cuanto a la estructura, este proyecto también presenta una evolución. Se adapta al estilo planteamiento-nudo-desenlace, ya que de esta manera se facilita la estructura narrativa y posibilita el hecho de que la historia se presente en pequeñas dosis, lo que brinda la oportunidad de captar mayor atención en los usuarios, de tener un seguimiento como campaña y de demostrar si realmente el producto está funcionando para poder obtener la atención de los *influencers*.

Aunque hay artistas que han experimentado con este tipo de narrativa fragmenta, en el análisis realizado y expuesto anteriormente en el apartado 2.2.1 *Justificación temática*, consta que del top de los 50 videoclips con más visualizaciones de la primera semana de febrero, 26 de ellos no seguían ninguna construcción narrativa con sentido y ninguno presentaba este formato de continuación con otro vídeo. Por tanto, no es una fórmula sobreexplotada y guarda un cierto aire de originalidad frente al usuario.

En conclusión y posteriormente a la búsqueda de información y referentes, se determinaron los siguientes parámetros para aplicarlos al proyecto:

- Una sola historia lineal que equivale (en su conjunto) a un cortometraje.
- Explicada por medio de tres canciones.
- Cada una de ellas en un lanzamiento diferente de tres videoclips que conforman la historia.
- Se dosificará la información con flashbacks.

Con estos puntos en común se dictaminó el paso ha formular la historia en su conjunto, y después fijar los puntos que iban a funcionar como planteamiento, nudo y desenlace durante el proyecto completo.

El resultado de esta división y gestión de la información queda expuesta en el apartado 3.2.1 *Selección de la estructura narrativa* donde se explica el argumento en completo y cómo le afectan, esquemáticamente, estas medidas de fragmentación narrativa.

Más adelante, en el apartado 4.1.1.3 *Guión* este tipo de medidas aún se concreta más cómo se ha gestionado por escenas y por qué.

2.2.3 Asociaciones vinculadas

Como ya se ha justificado anteriormente en el proyecto, se deseaba contactar con asociaciones que defendieran los derechos del colectivo LGTBI+, no solo para obtener un respaldo económico o una distribución entre el colectivo, sino también para poder extraer información y datos oficiales en cuanto a ataques homófobos y el tratamiento de personajes de este colectivo en la ficción.

Por ello se ha realizado una búsqueda de asociaciones vinculadas con este tema, todas ellas relacionadas por una cuestión de aproximación territorial en cuanto Barcelona. Esto se debe a que el objetivo del proyecto sería tener una producción y distribución en este margen territorial para afianzar a un cierto número de público seguro en el núcleo urbano y a partir de ese punto, ampliar el círculo de usuarios.

Aún así, el proyecto se plantea en inglés, como se ha indicado anteriormente en el apartado 1.4 *Metodología*. Por tanto, no se limita a nivel autonómico o nacional.

Estas son las organizaciones que se han estudiado como posibilidades:

Tabla 3. Asociaciones LGTBI+ Barcelona.

NOMBRE DE LA ASOCIACIÓN	DIRECCIÓN	PÁGINA WEB	CONTACTO
ACATHI	Violant d'Hongria Reina d'Aragó, 156 bajos - Barcelona	http://www.acathi.org/	+34 931 93 13 53 _____ acathi@acathi.org
ACEGAL	Carrer de la Diputació, 163, 08011 Barcelona	http://www.acegal.org/es/	93 453 43 66 _____ info@acegal.org
LGTB TERRASSA	Carrer de Martí Díez, 7, 08224 Terrassa, Barcelona	http://www.felgtb.org/entidades/i/11800/425/lgtb-terrassa	637 17 12 18 _____ - terrassa.lgtb@gmail.com
GAYLESPOL	Calle Ali Bei, nº 120, 1º. 08013.- Barcelona	http://www.gaylespol.es/	admin@gaylespol.es
GAG	Recinto Fabra y Coats, C / Sant	http://www.amicsgais.org/es/	620 550 768

	Adrià, 20 Barcelona		amicsgais@amicsgais.org
Sin Verguenza	UAB	https://www.sinver.org/inicio/	sinver@sinver.org
FELGTB	Madrid	http://www.felgtb.org/	913 604 605 http://www.felgtb.org/consultas-y-denuncias/contacta
BARCEDONA	Regomir, 3 - Barcelona	http://www.barcedona.org/Sororidad.html	info@barcedona.org
CASAL LAMBDA	Vergader i Callis, 10 - Barcelona	http://www.lambda.cat/	933195550 info@lambdaweb.org
COLECTIVO DE GAYS, LESBIANAS Y TRANSEXUALES	Avenida Parel.lel, 50 - Barcelona	http://www.cogam.es/	602 25 22 43
COLECTIVO GAI DE BARCELONA	Passatge Valeri Serra, 23 - Barcelona	http://www.colectiugai.org/	934 53 41 25(no existe)
FAGC	Verdi, 88 - Barcelona	http://www.fagc.org/news.php	fagc.org@gmail.com

Fuente: Elaboración propia, (2018).

2.3 Target

En el momento de ideación de un proyecto es bastante improbable poder saber el nivel de repercusión que tendrá una vez sea distribuido. Un proyecto audiovisual como una serie o una película significa una nivel de inversión muy elevado dedicado a una idea y es por esta razón que es muy necesario prever todos los aspectos del proyecto para tener una idea aproximada de su repercusión. Uno de los aspectos más importantes en los que se incide en este proyecto es la acotación de un *target*. Como se indica en 1.2 *Motivaciones*, se considera muy importante para este proyecto el hecho de inculcar ciertos valores a los más jóvenes a través de una narrativa adaptada a sus gustos. Una vez definido el target se deberán analizar todos aquellos aspectos que intervengan en su proceso de consumo audiovisual: hábitos de consumo, nivel socioeconómico y plataformas de consumo entre otros.

Por lo que respecta al target potencial, se ha valorado que este sea el público juvenil. Según la OMS (Organización Mundial de la Salud), la juventud abarca la pubertad o adolescencia inicial (de 10 a 14 años), la adolescencia media (15-19 años) y la juventud plena (de los 20 a los 24 años). Se trata de un público bastante amplio y con gustos diferentes. Por lo tanto, se debe acotar en función de sus hábitos de consumo, datos que podemos encontrar en el EGM (Estudio General de Medios) que cada seis meses emite una evaluación sobre el estado de los distintos medios de comunicación en España. El último análisis y el que define con más realismo la situación del consumo actual es emitido en el periodo febrero-noviembre de 2017. El primer gráfico extraído del Resumen General del EGM es el nivel de penetración de cada una de las franjas de edad en cada uno de los medios de comunicación de alcance español (diarios, suplementos, revistas, radio, televisión, exteriores, cine e Internet). El gráfico analiza la cantidad de individuos que consumen cada uno de los medios de comunicación (columna 1), el porcentaje en función del sexo (columna 2), en función de la franja de edad (columna 3) y finalmente en función del índice socioeconómico (columna 4).

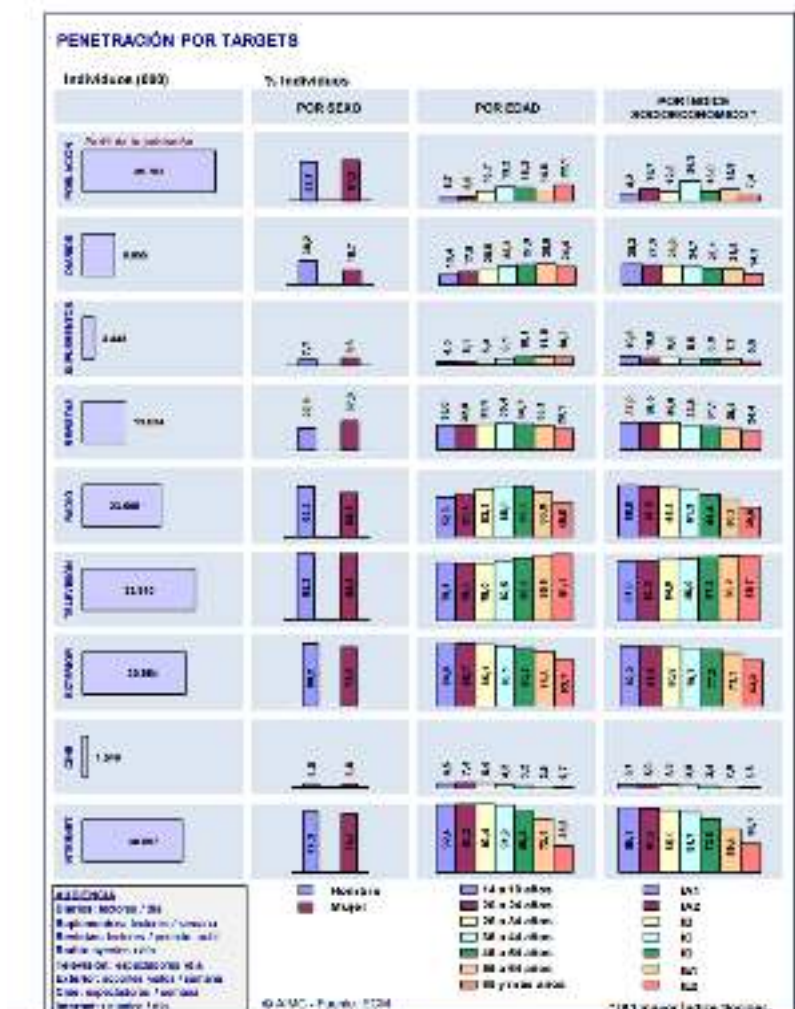


Figura 7. Gráfico sobre el nivel de penetración de cada una de las franjas de edad en cada uno de los medios de comunicación de alcance español. Fuente: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (2017). Resumen General Febrero a Noviembre de 2017. Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. Recuperado el 17 de febrero de 2018 de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2017/05/resumegm317.pdf>

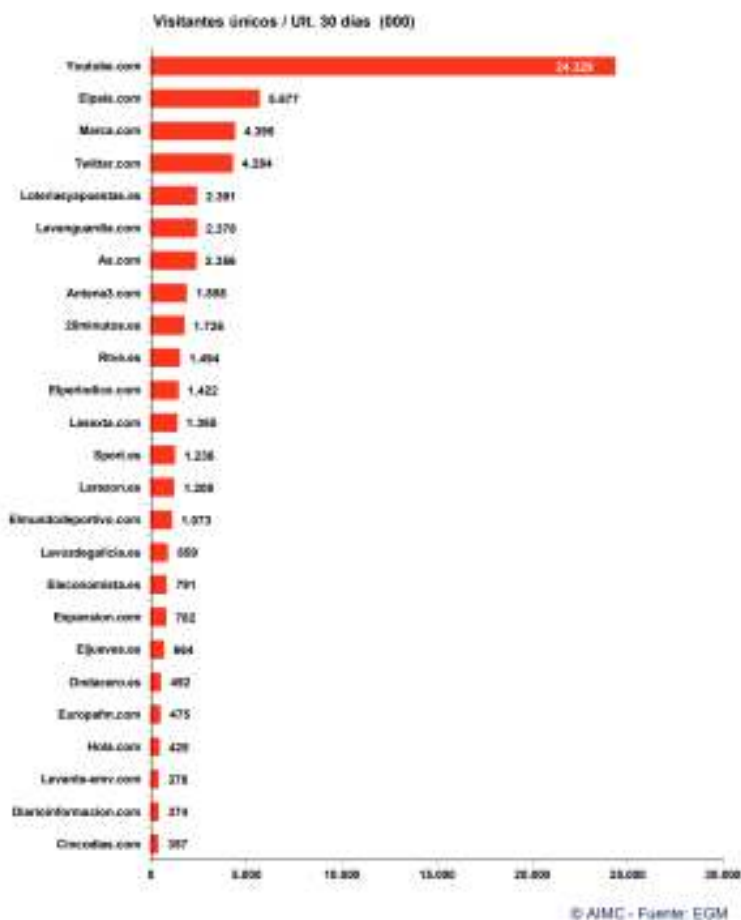
A grandes rasgos, los tres medios de comunicación más utilizados en España son (de más a menos): la televisión (33.910 espectadores/día); exterior (30.954 soportes vistos a la semana) e Internet (30.097 usuarios/día).

Otro dato a destacar es la edad del target de cada uno de los medios anteriormente mencionados (los 3 medios más populares). Es importante tener en cuenta que la población española está envejecida (con un 54,8% de personas con una edad superior a los 45 años). Es por esta razón que muchos de los porcentajes que a continuación se analizan tienen que tomarse en función del porcentaje de población de cada franja de edad. Por lo que se refiere a la **televisión**, los porcentajes más elevados de penetración se encuentran entre las edades de 45 a 54 años (86,3% de penetración), de 55 a 64 años (89,6%) y más de 65 años (91,1% de penetración). Si nos fijamos en el target potencial del presente proyecto, entre los 14 a los 24 años, ronda en el 79% (entre las franjas 14-19 años y 20-24).

Según la noticia de La Vanguardia *El consumo de televisión de los jóvenes se desmorona en dos años*, en 2014 ya se auguraba el descenso del consumo de televisión por parte de los jóvenes. “Las personas de entre 18 y 24 años ven una media de 19 horas semanales la televisión, algo que supone un descenso del 21% respecto a los datos de 2013. Este último dato corresponde al segundo semestre de 2014 y supone un descenso de dos horas y media respecto al mismo periodo de 2013 y de una hora menos de consumo que el año anterior (...) aunque la caída no sólo se centra en esta franja de edad, siendo sólo los mayores de 65 años los que han aumentado levemente el tiempo que pasan ante el televisor” (La Vanguardia, 2014).

No sucede lo mismo cuando se habla de la **comunicación exterior**, entendiendo este término como todo tipo de soportes ubicados en la calle, como las vallas publicitarias. En este caso, y según el estudio de febrero-noviembre del 2017 del EGM, hay una mayor penetración en el público joven. Si nos fijamos en el público potencial del presente proyecto, en la franja de los 14 a los 19 años, la penetración es del 84,9%; mientras que en la franja de los 20 a los 24 años, la penetración es del 85,7% (EGM,2017). El caso de la plataforma **Internet** es bastante determinante: se puede apreciar a simple vista que las franjas de edades más jóvenes son precisamente donde hay mayor penetración en este medio de comunicación.

SITIOS DE INTERNET*
(DATOS POR OLA)



* NOTA: Información referida exclusivamente a los sitios controlados por el EGM

Figura 8. Gráfico sobre los portales más visitados en Internet por internautas españoles. Fuente: EGM, (2017). Fuente: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (2017). *Resumen General Febrero a Noviembre de 2017*. Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. Recuperado el 17 de febrero de 2018 de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2017/05/resumegm317.pdf>

El porcentaje más elevado se encuentra en la franja de edad de los 25 a los 34 años (93,4%). Le siguen de cerca las franjas de edad entre los 20-24 años (93,2%) y de 14 a los 19 (92,4%) (EGM, 2017). Por lo tanto, podemos determinar que el medio *online* es la vía de comunicación predominante para el target en el que queremos penetrar.

Después de determinar que la vía online es la mejor opción para llegar al target del presente proyecto, cabe buscar a través de qué plataforma se puede llevar a cabo el proyecto para que llegue a los espectadores que se pretende. Teniendo en cuenta que se trata de un proyecto presentado en formato vídeo, deberemos recurrir a aquellas plataformas que posibiliten la emisión de este tipo de contenido y que sean una ventana de máxima difusión de nuestro proyecto. Tal como se ha comentado en el anterior punto *2.6 Distribución de un videoclip online*, Youtube es la plataforma con más visualizaciones actualmente. A nivel español, tal y como afirma el gráfico facilitado por el AIMC incluido en el Estudio General de Medios, Youtube es el portal con más visitantes únicos en los últimos 30 días (24.329).

Se trata de una plataforma donde cada minuto se suben 300 horas de video y con una visualización de 3.25 millones de horas al mes (EGM, 2017).

Si nos centramos en el consumo de esta plataforma por parte de nuestro target potencial, según el artículo de Kit Smith, *36 estadísticas fascinantes de YouTube para 2016*, 8 de cada 10 personas de entre 18 y 49 años de edad ven YouTube y en el 2015 disminuyeron en un 4% el tiempo de visualización de la televisión, pero en cambio aumentó en un 74% el consumo de Youtube (Smith, 2016). Ante estas cifras, podemos afirmar que la mejor plataforma de visualización de nuestro proyecto adaptado a nuestro *target* potencial es Youtube.

Una vez analizado nuestro target con datos muy generales sobre el consumo, es muy importante incidir en sus particularidades. Según Oscar Coromina, profesor de la asignatura *Gestió de Continguts i Usabilitat* de la Universidad Autónoma de Barcelona, uno de los mecanismos más apropiados para poder entender qué quiere nuestro target es a través del llamado mapa de empatía.



Figura 9. **Mapa de empatía.** Fuente: López, Hugo. (26 de Julio de 2016). El Mapa de Empatía: Diseño de modelos de negocio a través del cliente. Recuperado el día 20 de febrero en <https://hugolopezc.com/mapa-de-empatia-herramienta-emprendedores/>

Se trata de una herramienta que nos permite analizar con mucha exactitud a nuestro público potencial, entendiendo su personalidad, sus inquietudes, sus aspiraciones y sus necesidades. Normalmente este tipo de herramienta ayuda a grandes empresas a ponerse en la piel del consumidor para proponer canales de contacto y las mejores maneras para relacionarse con los clientes.

Para el presente proyecto se considera indispensable poner en práctica esta técnica para así asegurar que las tácticas de distribución, de difusión y la estructura del proyecto que se llevará a cabo sea precisa y no sea un fracaso. Los ítems más importantes que se deben tener en cuenta son los siguientes:

1. ¿Qué piensa y qué siente?
2. ¿Qué oye?
3. ¿Qué ve?
4. ¿Qué dice y hace?
5. Esfuerzos: Miedos, frustraciones y obstáculos
6. Resultados: Deseos/Necesidades, medida del éxito y obstáculos

Después de haber reflexionado entorno a estas preguntas, los resultados obtenidos son los siguientes:

Según lo anteriormente analizado, el target de este proyecto, *Scars*, jóvenes entre los 14 y los 24 años, son un público mayoritariamente estudiante (en mayor medida en horario de mañana). En horario de tarde trabajan, realizan alguna tarea extraescolar o de ocio. Esta información puede ser de utilidad para entender sus hábitos de consumo de las plataformas *online* y por tanto, en el planteamiento de la distribución del proyecto se deberá tenerse en cuenta.

El hecho de estudiar también influye en el tipo de programación que se consume: el círculo social más próximo son los compañeros de aula o de extraescolares (no tanto su entorno familiar). Por lo tanto, es muy interesante averiguar qué tipo de contenido se ve a su alrededor para saber qué tipo de contenido musical le gustará, pues se retroalimentan entre el mismo círculo de amistades. Tal y como se ha explicado anteriormente, en una franja de edad tan joven lo más habitual es el consumo de vídeos a través de Internet y más concretamente de la plataforma *Youtube*, pues según Ana M. Aguilar, en el artículo *El streaming "reanima" la industria musical* "el 80% elige a la red social de vídeos más famosa del mundo para escuchar música" (Aguilar, 2017). Por lo tanto, se ratifica, después del análisis anterior sobre las páginas web más visualizadas en España, que la plataforma más conveniente para distribuir un producto como *Scars* es *Youtube*.

Además, se trata de un público que hace un **uso muy habitual del smartphone**. Según el estudio *Google Consumer Barometer Report* realizado por la compañía de Mountain View con la colaboración de Kantar TNS, que David Justo cita en el artículo *El uso de 'smartphones' en España se duplica en los últimos cinco años*, se confirma que el 93% de los jóvenes acceden a Internet a diario. De este alto porcentaje, el 29% busca información sobre productos, un 2% los compra semanalmente y el 83% mira videos *online* en el teléfono móvil de forma semanal (Justo, 2017).

También es importante tener en cuenta que el consumo de música se realiza a través de los móviles. Según Nora Fuentes, en el artículo *El triunfo del 'streaming': así consumen música los millennial*, el 84% de los jóvenes escuchan la música a través de ellos (Fuentes, 2018). Por lo tanto, esta información se tendrá que tener en cuenta a la hora de entender en qué plataformas penetramos y que estas sean accesibles a través de móviles también.

El consumo que hacen de la música es a través de la escucha en *streaming*, ya sea en formato de pago o gratuito y como explicaba Ana M. Aguilar, en el artículo *El streaming "reanima" la industria musical* : "el *streaming* es la modalidad que más tira en el sector" (Aguilar, 2017). También lo avala el artículo de Nora Cifuentes, *El triunfo del 'streaming': así consumen música los millennial*: "El 75% de la música que se consume en España es a través del modo *streaming* gracias a la reproducción de las canciones en videoplataformas (como *Youtube*), aunque hay un poderoso 45% que eligen plataformas destinadas únicamente al audio (como por ejemplo *Soundcloud*) (Cifuentes, 2018).

Por lo que se refiere al estilo de vida de nuestro público potencial, lo más probable es que sea residente en ciudades o pueblos con grandes números de habitantes con un ritmo de vida acelerado y con un ritmo de consumo de contenido rápido, lo que se traduce en el visionado de fragmentos cortos de vídeo. La atención del público en Internet es muy poca. Es importante que los vídeos atraigan al espectador en los primeros segundos de visionado. Además, según Jon Spenceley en el estudio realizado por Vidyad, *50+ Video Marketing Stats that Prove You're Doing it Right* la retención de los usuarios depende en gran medida de la duración de los vídeos publicados: aunque en VEVO y Youtube, el consumidor quiera un contenido más especializado y por tanto, acepta que sea de más extensión, el promedio de duración de un vídeo es de 8 minutos (Spenceley, 2017). De la misma manera, según la redacción de Blog Colmena Interactive en el artículo, *¿Cuánto debería durar un video en redes sociales?*, el promedio de usuarios que ven un video hasta el final es del 37%, pero si se reduce su duración, el porcentaje de retención aumenta hasta el 53% de retención (Colmena Interactive, 2017).

Es muy interesante saber que el target al cual queremos penetrar es curioso y con altas inquietudes por la lucha por las igualdades sociales de distintos colectivos minoritarios. Pero a la vez tiene distintas redes sociales (Instagram/Facebook/Twitter) y se nutre de diferentes puntos de vista de todas aquellas personas que siga: por ejemplo los *influencers*. De ellos sacará la mayoría de la información durante el día. Este hecho es importante, pues la recomendación por parte de estos personajes es un punto muy a favor para un proyecto como el nuestro. Finalmente, cabe destacar ciertas características emocionales de nuestro público que aparecerán puntualizadas a continuación una a una:

Esfuerzos: Miedos, frustraciones y obstáculos

- Miedo a no ser aceptado
- Sentirse desplazado de su círculo de amistades
- No tener medios de comunicación o una correcta gestión emocional
- No saber cómo expresarse siendo uno mismo

Resultados: Deseos/Necesidades, medida del éxito y obstáculos

- Debido a la juventud de nuestro target potencial, tiene sentido que los miedos se basen en la búsqueda de la propia identidad y personalidad
- Búsqueda de un referente de conducta
- Tener como medida de la éxito el reconocimiento social a través de la popularidad en las redes (Me Gustas / Seguidores / Mensajes privados)
- Necesidad de compartir contenido y vivencias propias
- Estigmatización o discriminación por la sociedad

2.4 Género musical

La producción musical tiene especial importancia en este proyecto. Por una parte, la narrativa está estrechamente relacionada con la letra de las canciones y como ya se ha comentado en los anteriores apartados, es de producción propia.

Por otra, se tuvo en cuenta la importancia del género musical al ser un factor determinante en cuanto su impacto y rápida distribución entre el *target* acordado. Dicho esto, uno de los aspectos que conformaron el análisis, de los 50 videoclips más vistos durante la primera semana de febrero, expuesto anteriormente en el apartado 2.2.1 *Justificación temática*, fue el género musical.

En este aspecto se obtuvieron los siguientes datos:

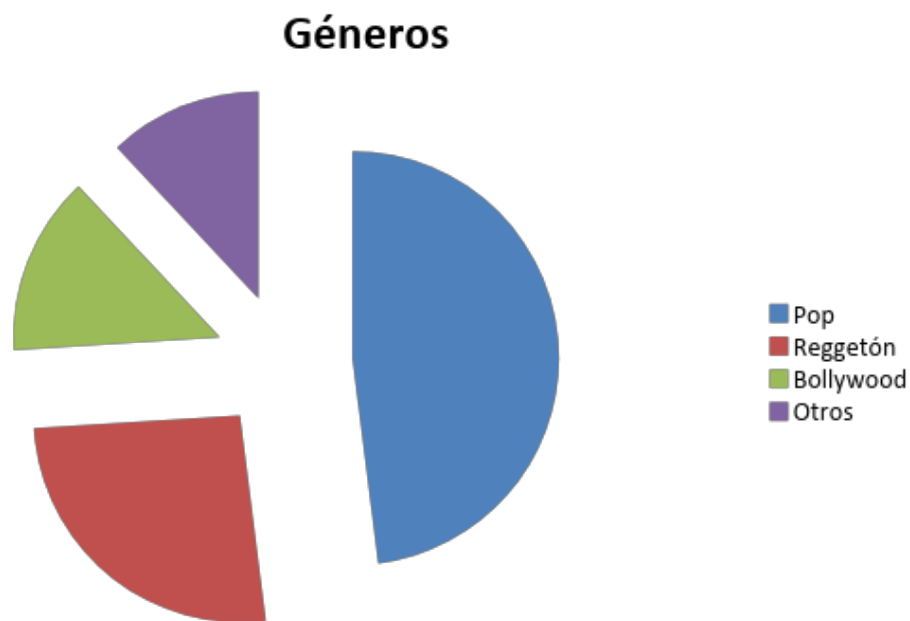


Figura 10. Géneros musicales más consumidos en Youtube durante la primera semana de febrero de 2018. Fuente: Elaboración propia, (2018).

Como se puede observar, los datos están encabezados por el género pop con un 12% y el reggaetón con un 6,5%. Esto adquiere una gran importancia porque demuestra el género con mayor alcance y aceptación entre los usuarios. En *Scars*, al pretender que la historia llegue al mayor número de gente posible, el proyecto se ha encarado hacia la producción de tres canciones pop, teniendo como referentes musicales a *Wild*(2015)y *Heaven* (2015) de Troye Sivan, *Coffee* (2015) de Miguel, *Flame*(2017) de Tinashe y *dRuNk* (2016)de Zayn.

2.5 Artistas

El perfil del tipo de artista que se busca para la interpretación de las canciones de este proyecto colaborativo debe ser alguien vinculado con el colectivo LGTBI+ de alguna manera (apoyando la causa, perteneciendo al colectivo, etc.) y con un estilo parecido al que se propone. Teniendo en cuenta el target al que se acota este proyecto (jóvenes de 14 a 24 años) deben ser personalidades vinculadas al mundo de Internet y las redes sociales.

Se han fijado algunas condiciones que la persona intérprete debía reunir para ser escogida, de las cuales al menos dos de ellas se debían cumplir:

- Que esté dentro del panorama musical, ya sea con algún trabajo publicado en plataformas como iTunes y Spotify o bien con una gira de conciertos
- Que tenga cierta repercusión en las redes sociales, al menos, por ejemplo, con más de 1500 seguidores en Instagram.
- Que sea conocido/a en las redes sociales por su faceta musical, ya sea por subir vídeos de covers o de canciones originales.

Ante estas premisas, se han buscado diferentes personas para ejecutar el rol de intérprete vocal de la canción. Son las siguientes:



DAVID REES

Cantante, compositor y Youtuber

Joven músico influencer conocido por la creación de distintos covers y mashups de los últimos éxitos de la música internacional.

276.000 suscriptores en Youtube

(<https://www.youtube.com/user/DavidTriangle/featured>)

Contacto: davidreescontact@gmail.com

david@rees.es

639682785

Figura 11. David Rees. Fuente: Rodríguez, Abraham. David Rees: "El Mashup del 2016 es el cartel con el que la gente me ha descubierto", Columnacero. Recuperado el 18 de febrero de 2018 de <https://columnacero.com/cultura/2811/david-rees-el-mashup-del-2016-es-el-cartel-con-el-que-la-gente-me-ha-descubierto/>



GONZALO CAPS

Cantante, Youtuber e influencer

Joven músico residente en Madrid

Empresa discográfica: La Cúpula Music

Género musical: Alternativa/Indie

Álbumes: *Sobre conexiones*, *Todos te están esperando*

10.000 suscriptores en Youtube

(<https://www.youtube.com/user/GonzaloCaps/featured>)

14.800 suscriptores en Instagram

Contacto: contacto@gonzalocaps.com

Figura 12. **Gonzalo Caps**. Fuente: Rodríguez del Valle, Marcos. (2016). *¡Descubre a Gonzalo Caps, la sensación del momento!*, BFace Magazine. Recuperado el 18 de febrero de 2018 de <http://www.bfacemag.es/musica/descubre-a-gonzalo-caps-la-sensacion-del-momento/>



HINDS

Banda formada en 2011 en Madrid

Género musical: garage-rock

Álbumes: *Leave me alone*, *I don't run*, *Very Best of Hinds*

15.000 Suscriptores en Youtube

78.100 Suscriptores en Instagram

Contacto:<http://www.hindsband.com/contact@luckynumbermusic.com>

Figura 13. **Hinds**. Fuente: Wegow. (2018). *Hinds*, Wegow. Recuperado el 18 de febrero de 2018 de <https://www.wegow.com/artistas/hinds/>



CARLOTA FLÂNEUR

Cantante y Instagramer residente en Barcelona. Fue concursante de La Voz 2016.

2.494 Suscriptores en Instagram

Cantante en el grupo theartichokesband (1.087 suscriptores en Instagram)

Género musical: Pop Rock

Figura 14. **Carlot Flâneur**. Fuente: Cerrillo, Carlota. [Carlot Flâneur]. (25 de junio de 2017). No Answer - Carlot Flâneur [Archivo de vídeo]. Recuperado de (Nombre de usuario). (Año, mes día). Título del video [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=OXTTFxtzgeg>



SILVIA FARRÉS (cantante del grupo JoKB)

<https://www.youtube.com/user/grupjokb>

4651 suscriptores en Instagram

Empresa discográfica: Temps Record

Género musical: Pop

Álbum: Camaleònic

Contacto: booking@jokb.cat

(+34) 648 008 750 ☎ Víctor

Premsa

premsa@jokb.cat

(+34) 689 06 29 09 ☎ Miquel

Figura 15. Silvia Farrés con JoKB. Fuente: Planas, Pau. (2017). JOKB, La Tornada. Recuperado el 18 de febrero de 2018 de <http://revista.latornada.cat/ca/concerts-a-casa-37/jokb>



VALERIA CASTRO

Cantante aficionada a los covers e influencer en Instagram que ha sorprendido a cantantes como Alejandro Sanz o La Oreja de Van Gogh al interpretar algunas de sus canciones

28.400 suscriptores en Instagram

(<https://www.instagram.com/callmevored/>)

Figura 16. Valeria Castro. Fuente: Isla Bonita Love Festival. (2017). Vota ahora a tu artista favorito en el LOVE MUSIC CONTEST, Isla Bonita Love Festival. Recuperado el 19 de febrero de 2018 de <http://www.islabonitalovefestival.es/love-festival-music/concurso-de-promesas-musicales/votacion/>

2.6 Distribución de un videoclip *online*

Esta sección está estrechamente relacionada con uno de los propósitos del proyecto ya expuestos anteriormente en la sección de *1.3 Objetivos*: conseguir una distribución óptima entre el público joven teniendo como herramienta principal las redes sociales. Por tanto, la sección se basa en un estudio de campo en cuanto a las distintas formas que existen actualmente para distribuir un videoclip.

Actualmente la distribución del videoclip en el entorno digital es muy variada. De hecho, aunque sí que existen ciertos elementos en común entre la mayoría de lanzamientos de los videoclips, la verdad es que cada salida comercial de los distintos álbumes discierne en algún aspecto de las demás. Aun así, a posteriori de haber realizado una búsqueda sobre este formato, según se ha podido destacar de los datos expuestos en el informe febrero-

noviembre del 2017 del EGM, Youtube es la principal plataforma de distribución y reproducción de vídeo en *streaming*.

Aún así, no se ha podido contrastar ninguna fuente que fragmente los usos exactos de los usuarios en Youtube, es decir, qué tipos de vídeo son tendencia en el consumo global de los usuarios. Por ello, para este proyecto se ha llevado a cabo un análisis basado en los vídeos que la plataforma digital clasifica como “tendencia” en un término de tiempo concreto (del 1 al 11 de febrero de 2018). Los resultados son que, de 76 vídeos totales clasificados según la plataforma, 11 corresponden al género de videoclip.

Esto es tan solo un ejemplo de cómo se pueden construir las estrategias de marketing entorno a los perfiles sociales de los artistas.

Un ejemplo de ello en el videoclip *mainstream* es la estrategia de marketing de la artista Taylor Swift en el lanzamiento de su último álbum *Look what you made me do* (2017). Después de un escándalo que la enemistó con el cantante Kanye West, se manifestó un gran malestar en su contra respecto todo el entorno celebrity y peyorativamente se la empezó a relacionar con el símbolo de la serpiente.

La cantante borró todas las fotos y mensajes de sus perfiles personales, poniendo una descripción en todos ellos que correspondía a la siguiente: “The old Taylor can’t come to the phone right now”. Más tarde, esta frase corresponde a un verso de la misma canción : “The old Taylor can’t come to the phone right now, why? Oh, because she’s dead”.

Finalmente, empezó a colgar pequeños videos de apenas unos segundos en los que se podía ver a una serpiente viva y que promocionaba el lanzamiento de su nuevo single. El resultado es un álbum con una gran coherencia visual y temática (al estilo del Japón contemporáneo urbano con un aire futurista) y con un total de 850.905.364 visualizaciones en su tema principal de *Look what you made me do* desde el 27 de agosto del 2017 hasta el 28 de febrero de 2018..

En cuanto al planteamiento de la vida y la distribución del videoclip, se ha decidido utilizar de ejemplo el videoclip que ocupa el primer puesto en la clasificación del top 50 de los videos más vistos durante la primera semana de febrero.

Se trata del vídeo *Havana* de Camila Caballo, lanzado el 3 de agosto del 2017 y que se siguió mantenido líder en reproducciones a fecha de 28 de febrero del 2018. Su desarrollo fue el siguiente:

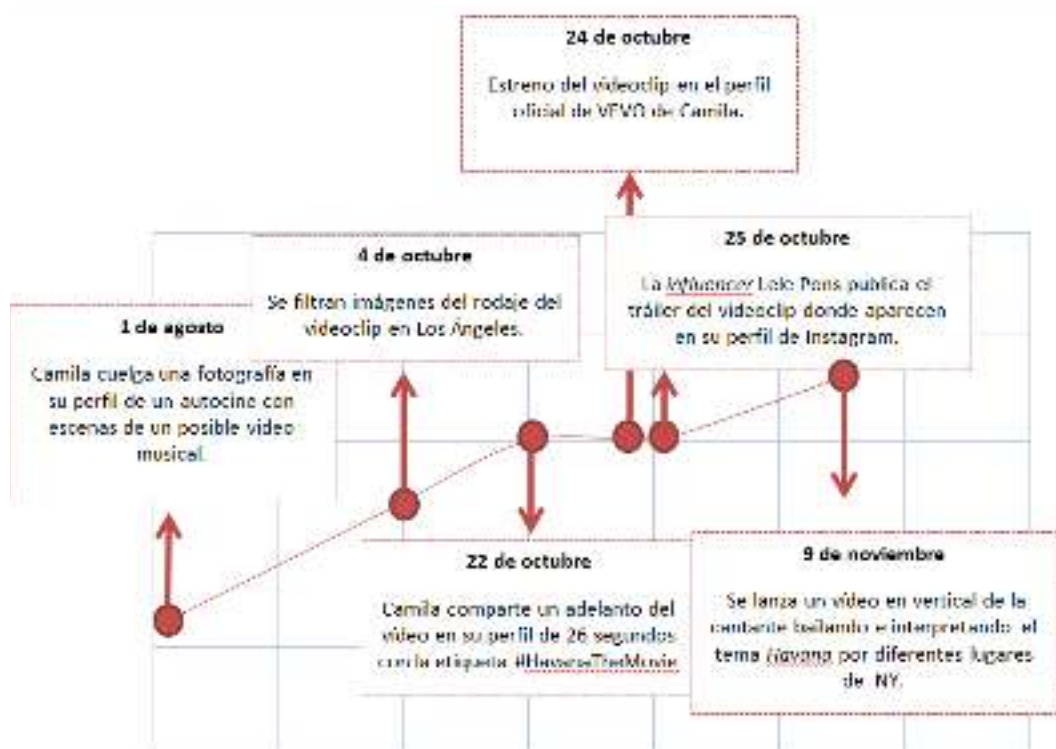


Figura 17. Línea cronológica de la promoción llevada cabo por Camila Cabello para su tema *Havana*. Fuente: Elaboración propia, (2018)

En este caso, *Havana* sirve como reflejo de un procedimiento actualmente estandarizado en el lanzamiento de un álbum. Se trata de servirse de las redes sociales, del impacto en los fans en cuanto a la comunicación directa con el perfil personal del artista y por supuesto, de la distribución en las plataformas digitales. Anteriormente ha aparecido nombrada la plataforma VEVO. Al ser una plataforma dirigida a los grandes artistas no es necesario un estudio exhaustivo de esta porque el proyecto que se plantea no va a tener cabida en VEVO. Aun así, es interesante conocer algunas de sus características porque a la vez, VEVO está incluido en la plataforma Youtube y por tanto, proporciona información de esta. Según su web oficial¹⁴, VEVO podría entenderse como una “sub-plataforma” dentro del mismo Youtube, una especie de intermediario. Sus servicios se hicieron públicos en el 2009 en Estados Unidos y fue creada, según la información proporcionada por el artículo *El principio del fin de Vevo*, escrito por Eduardo Arcos, por Universal, Warner y Sony (Arcos, 2018).

Una de las diferencias con respecto Youtube es que VEVO ofrece unos servicios más exclusivos. Los artistas que deseen distribuir sus videoclips en la plataforma (solo admite videos oficiales), deben crearse una cuenta (solo cuentas oficiales) y pagar por ella. Otro servicio es que la interfaz de VEVO ofrece las letras de las canciones sin tener que desplegar un menú y por supuesto, la exclusividad de que el usuario de VEVO sea el primero en escuchar los temas (Arcos, 2018).

¹⁴ Web oficial de VEVO: www.vevo.com.

Sin embargo, como ya se ha comentado anteriormente, no es una vía factible a plantearse para este proyecto, más aún cuando se trata de un conjunto de canciones cantadas por más de un artista. De hecho, según el artículo *El principio del fin de Vevo*, escrito por Eduardo Arcos, la estrategia no funcionó porque la gente ha seguido utilizando Youtube. Por ello, Vevo ha ofrecido un comunicado oficial¹⁵ confirmado el cierre de sus apps y su web (Arcos, 2018).

Para obtener un mejor conocimiento de cómo se distribuye el contenido en esta plataforma, es imprescindible entender cómo funciona su algoritmo. Según José Luis Crespo en su vídeo *El Algoritmo de YouTube YA NO EXISTE | Redes Neuronales*, “El algoritmo antiguo de Youtube, las supuestas normas que respondía la máquina para otorgar o quitar puntos, ya no existen. Han sido sustituidas por algo más poderoso, las redes neuronales artificiales o “machine learning” el aprendizaje. Sistemas capaces de realizar tareas muy complicadas sin que nadie les diga directamente cómo o qué hacer” (Crespo, 2017).

Según el vídeo-ensayo de José Luis Crespo, “*El Algoritmo de YouTube YA NO EXISTE | Redes Neuronales*”, una red neuronal está formada por lo que podemos llamar neuronas, unidades que pueden recibir números, sumarlos y/o modificarlos y después enviarlos a otras neuronas (algo parecido cómo funcionan nuestras propias neuronas). Es una especie de cadena de montaje en cadena de modificación numérica (Crespo, 2017).

En *El Algoritmo de YouTube YA NO EXISTE | Redes Neuronales*, José Luis Crespo también expone que hay varias maneras de construir este sistema pero siempre existe una neurona inicial en la que nosotros introducimos un cierto valor que se enlaza a otras que empiezan a modificar este número, y funciona así sucesivamente hasta llegar a una neurona final que suma y recibe el total de todas las modificaciones anteriores. No funciona con normas o reglas de por medio. Es más bien como una calculadora gigante y eficaz en la cual tu introduces una lista de operaciones con sus resoluciones y ella sola adquiere la capacidad de ejercerlas con otros valores (Crespo, 2017).

En referencia a la teoría de José Luis Crespo en *El Algoritmo de YouTube YA NO EXISTE | Redes Neuronales*, Existen dos redes: la generación de candidatos y el ranking. Es decir, por un lado, se le proporciona al algoritmo un gran número de vídeos con unas características concretas (duración, suscriptores, temática, y otros valores desconocidos sin concretar) y a partir de allí, se genera, según el usuario, un ranking (Crespo, 2017).

En relación al registro de los videos de Youtube, también es importante entender el concepto de Content ID. En apartados anteriores, se ha analizado la posición de 50 videoclips en relación a sus *views*. Pero, ¿cómo se calcula exactamente esto?. Según la Comunidad Oficial de Youtube, en la subsección de Youtube Artist: *How is this calculated?*¹⁶ explican que “Las vistas se cuentan para cada pista en función de su Código de grabación internacional estándar (ISRC), una “etiqueta” que identifica digitalmente pistas de música. En YouTube, un sistema llamado Content ID también analiza los videos automáticamente en nombre de los propietarios del contenido. Si se asigna un ISRC a la pista de un artista y Content ID lo reclama, YouTube cuenta cualquier video que incluya la pista. El video podría usar todo o solo parte de una pista.” (Youtube, 2017),

¹⁵ El comunicado puede encontrarse en <https://hq.vevo.com/vevo-announces-changes-to-its-owned-and-operated-platforms/>

¹⁶ Página Oficial de Youtube Artists: <https://artists.youtube.com/> .

Por último y una vez se ha indagado en la estructura de cada una de las plataformas, se pueden extraer que en la distribución de un videoclip existen tres etapas diferenciadas:

a. **El pre-lanzamiento**, marcado por la creación y la estrategia de la “expectativa” entre los usuarios. Se incluiría en esta etapa la distribución de diferentes formatos audiovisuales como fotografías del *making off*, pequeños extractos del vídeo oficial y el tráiler como tal. Inclusive, dentro de esta categoría, se podrían diferenciar las estrategias visiblemente “oficiales” (con unos estándares en cuanto a la calidad del material que se distribuye y la plataforma en la que se lanza) y unas “informales”. Estas seguirán igualmente una línea de lanzamiento preparada y organizada pero con un estilo mucho más “casero”, distribuidas por las páginas personales de los artistas, con un carácter más ameno para acercarse al público.

En referencia a *Scars* y siguiendo esta línea de acción, el equipo interno creó un perfil en la red social Instagram con una estética representativa del proyecto (tonos azulados, intercalando fotografías del making off y clips del rodaje).

b. **El lanzamiento oficial**, en el que el formato de videoclip se distribuye en las plataformas escogidas.

c. **El post-lanzamiento**, definido por el refuerzo que ciertas acciones ocasionan al estreno oficial. En este caso explicado con *Havana*, fue el lanzamiento de un video en vertical por diferentes zonas de NY.

3. Análisis del proyecto

3.1 Proyecto videoclip

3.1.1 Definición del tipo de videoclip

Dada la clasificación que ofrece Sedeño en *Narración y Descripción en el Videoclip Musical*, sobre la tipología de videoclips, explicada en el apartado 2.1.2 *Tipos de videoclip*, y dada la trama que se narrará en los tres videoclips que componen el proyecto *Scars*, explicada en el apartado 1.1 *Presentación del tema*, se puede concluir, tal y como se ha especificado en el mismo apartado 2.1.2 *Tipos de videoclip*, que los vídeos musicales del proyecto corresponden a la tipología de videoclip descriptivo y narrativo, ya que la historia se compone de la estructura clásica: introducción, nudo y desenlace, e incluye un personaje protagonista, unos personajes secundarios y un problema que el protagonista ha de resolver. Puesto que en el videoclip no albergará ningún tipo de planos donde se muestre al artista o cantante de los temas, no se puede considerar de tipo musical o performance, y dado que tampoco tiene una tipología abstracta ni se compone de imágenes pensadas para representar visualmente los patrones rítmicos de la canción, tampoco se puede considerar como videoclip conceptual.

Además, Sedeño distingue entre tres formas de relacionar la parte visual de un videoclip descriptivo o narrativo con la música de la cual parte, explicación que se encuentra detallada en el apartado apartado 2.1.2.1 *El videoclip descriptivo o narrativo*. El proyecto

Scars parte de una unión entre la parte musical y la visual, y ambas cosas se desarrollan a la vez, con lo cual, ambas partes se crean simultáneamente y se alimentan recíprocamente, contrariamente a la definición de videoclip, en la que este es concebido a partir de una canción que ya existe previamente, y se desarrolla a partir de ella. Sin embargo, si hay que clasificar los videoclips del proyecto dentro de las categorías definidas por Sedeño, se puede entender que, tal como se explica en la misma sección 2.1.2.1 *El videoclip descriptivo o narrativo*, los videoclips de *Scars* encajan en la relación a modo de adaptación, dado que puede considerarse que el vídeo musical, con la historia que narra, ofrece una idea general de lo que expresa la letra de la canción, y a partir de ahí, en el vídeo musical se narra una historia relacionada con la historia de la canción, y se complementa con lo que se canta en la canción.

3.1.2 Contactos con productoras audiovisuales

Desde producción, se contactó vía correo electrónico con las productoras audiovisuales que se seleccionaron previamente y que se exponen en el apartado 2.1.3 *Productoras audiovisuales especializadas en videoclips*.

Se recibió una respuesta de *Manuel Mira Producciones* y *La Chula Productions* y se acordó una entrevista con cada una de ellas. Esto ha sido interesante, ya que son diferentes entre ellas: mientras que la primera está formada por un equipo más joven y es más pequeña, la segunda tiene proyectos más ambiciosos y ha trabajado con artistas nacionales de gran reconocimiento como Malú, Ana Torroja y Sergio Dalma.

Previamente a las entrevistas, se elaboró una serie de preguntas para tener una línea general sobre la cual conducir la charla:

- ¿Cuál es el proceso exacto desde que os llaman para un encargo hasta que está el producto finalizado?
- ¿Como se plantea la narrativa del videoclip, si es que la tiene? ¿Tenéis en cuenta el perfil del cantante?
- En el proceso de ideación, ¿qué prevalece más: la visión del cliente o la vuestra?
- ¿Hay una fórmula narrativa que funcione muy bien actualmente en el sector del videoclip?
- ¿El presupuesto te viene definido por el artista / discográfica?
- ¿Qué cosas funcionan más cuando el target es un público joven, entre 15-25 años?
- ¿Cuántas personas consideras que deben formar un buen equipo de rodaje?
- Tras un análisis de los videoclips más reproducidos en Youtube, hemos visto que casi todos los temas eran de amor romántico. ¿En tu contexto laboral lo reafirmas?
- Una vez finalizada la grabación, ¿cuáles son los pasos para la distribución del videoclip?
- ¿Cómo afecta el contexto digital actual en el consumo del videoclip?
- ¿Algún consejo para nuestro proyecto?

De estas preguntas surgieron nuevas conforme la conversación se llevaba a cabo, o bien algunas de las que estaban pactadas se omitieron porque no se adecuaban a las productoras, por ejemplo el tema de distribución del videoclip, de la cual no se encargan.

Así pues, el 6 de marzo de 2018 se entrevistó a Manuel Mira, de Manuel Mira Producciones, y el 26 de ese mismo mes se habló con Benet Román, de La Chula Productions.

Manuel Mira explicó a los miembros del equipo que en su empresa tiene muy en cuenta el historial del artista, sobretodo cuál ha sido su línea estética en videoclips anteriores, su imagen, etc. En otras ocasiones, sin embargo, pueden plantearse cambiar su estilo habitual para crear una nueva tendencia en el artista. Todo esto se combina con un toque del sello propio de la productora, el cual define como una estética cinematográfica, con textura fílmica y cuidado de la fotografía, acting y con sensibilidad en escenas “complicadas” como violencia o sexo. (Mira, 2018).

En cuanto a La Chula Productions, Benet Román afirmó que no hay una fórmula mágica para crear un buen videoclip. Aún así, él aconseja que el director no intente lucirse y opacar al artista o a la canción, haciendo videoclips que no ayuden a la música. Otra condición es conocer bien la canción y al artista, y coger el tema musical como guión base del videoclip. Román dice que suele funcionar muy bien la combinación de una historia con escenas del cantante haciendo playback del tema, pero todo depende del artista: si es excepcionalmente bueno con su lenguaje corporal y su expresión de sentimientos, puede que la narrativa sea innecesaria; por el contrario, si no es el punto fuerte del artista, se puede considerar que no salga en el vídeo. (Román, 2018)

Ambas productoras se encargan sobretodo de la producción del videoclip, habitualmente con unas condiciones impuestas por el artista o su discográfica, como una idea general del vídeo y un presupuesto. Sin embargo, siempre hay lugar para propuestas de la productora, o también depende del encargo pueden confeccionar el guión, seleccionar el casting, etc. Además, tanto Manuel Mira como Benet Román coinciden en que lo más importante, más que el número de personas que componen el equipo, es que sean personas solventes y haya muy buena comunicación entre ellas. (Mira, Román; 2018)

Ambas entrevistas sirvieron al equipo para ampliar los conocimientos sobre la industria del videoclip y cómo pueden funcionar distintas productoras: una más pequeña (Manuel Mira Producciones) y una mediana (La Chula Productions), y sobretodo sirvió para establecer contactos y dar a conocer el proyecto: por ejemplo, Manuel Mira sigue el proyecto *Scars* a través de la cuenta de Instagram, y Benet Román propuso darle una cierta difusión en las redes sociales de la productora una vez el videoclip estuviera publicado.

Vista esta recepción, el equipo tiene pensado contactar con más productoras en el futuro.

3.1.3 Definición del tipo de financiación

Visto el despliegue de fuentes de financiación explicado en el apartado *2.1.5 Financiación*, el equipo ya ha expuesto que ha **capitalizado** el tiempo y salario de los miembros

creadores de *Scars* y el de las personas que han colaborado en el proyecto. Además de que se valora la **participación en beneficios**, puesto que se ha pensado repartir los beneficios que pueda generar el proyecto entre el equipo, de forma proporcional a la dedicación y los salarios descritos en el presupuesto.

Por otro lado, se ha determinado que las vías más viables para financiar el proyecto *Scars* son el product placement, el crowdsourcing y el crowdfunding. El **matchfunding** era una muy buena opción, pero por el momento no es posible desarrollarla porque, como se ha comentado en el mismo 2.1.5 *Financiación*, actualmente no hay ninguna convocatoria abierta que se pueda relacionar con el proyecto.

En cuanto al **product placement**, se ha considerado abandonar por ahora la posibilidad de obtener una aportación económica mediante la inclusión de marcas en el vídeo, porque los integrantes del grupo no poseen una experiencia y reconocimiento previo en el sector, con lo cual es más difícil que una marca quiera apoyar el proyecto. Por ello, se ha decidido optar primero por otras vías, apartando el product placement para un posible futuro.

Por otra parte, el **crowdsourcing** es una práctica que se había planteado para externalizar ciertas tareas del proyecto, pero finalmente no ha sido necesario porque se han podido cubrir todos los roles de la producción musical y del rodaje mediante personas conocidas o contactos cercanos. Por ejemplo, compañeros de universidad, también estudiantes de Comunicación Audiovisual, han accedido a colaborar en roles como making off y dirección de actores, y mediante un contacto de Carla Molina (productora del equipo *Scars*), en sus prácticas curriculares realizadas en TV3, se han conseguido varias estudiantes de maquillaje y caracterización.

El **crowdfunding** sigue siendo la vía de financiación más viable por el momento, porque muchos proyectos similares provenientes de personas sin reconocimiento en el sector han conseguido financiar sus productos con este modelo, a través de plataformas como Verkami. Nuestra estrategia es utilizar la primera canción y videoclip para incitar a la comunidad a que ayude a financiar la segunda y tercera parte del proyecto, y también a recuperar parte de lo invertido en el primero.

Por último, si el producto acaba teniendo el suficiente reconocimiento, se puede plantear seguir un modelo de **licensing** y hacer merchandising sobre el proyecto. De hecho, algo parecido se tendrá que hacer en la campaña de crowdfunding, puesto que dependiendo de la aportación con la que una persona contribuya, tiene recompensas por ello, y suelen incluir ítems como camisetas o tazas con el logotipo, un dibujo u otro elemento gráfico relacionado con el proyecto.

3.2 Definición de la temática

3.2.1 Selección de la estructura narrativa

En el punto 2.2.1 *Justificación de la temática*, se lleva a cabo un estudio sobre el contexto actual de las temáticas de los videoclips y de ciertos tipos de tratamiento de temas como el romanticismo o la figura de la mujer que daban pie a tener la voluntad por parte del equipo de este proyecto a tratar la temática LGTBI+ sin una trama romántica y con una mujer como protagonista. Además, en el punto 2.2.2 *Estructura de la historia*, se ejemplifican otros casos conocidos de una sola trama fragmentada en varios videoclips y se explica qué características se adquieren de ellos en este proyecto.

A continuación, para mostrar su aplicación de forma práctica y basándose en todos los datos recolectados, se muestra una aproximación a lo que corresponde una sinopsis o argumentación del proyecto en completo:

Ivy lleva días encontrándose mal, despertando con una serie de heridas en forma de brechas que le están apareciendo por la piel en su día a día. Son brechas que le salen por el cuerpo, una por cada situación de rechazo que sufre por querer de manera diferente: por ser homosexual.

Ivy vive experiencias en su ámbito cotidiano que la oprimen, con sus familiares, en la escuela o con sus amigos. Toda esta presión no le permiten ser quien es y la encierran cada vez más en una situación emocionalmente asfixiante por dentro que se representa exteriormente con las heridas.

Al no ver salida en su círculo de ansiedad, Ivy decide huir y alejarse de todo lo que ella cree que le ocasiona malestar. Al aparcar en una gasolinera, Ivy conocerá a “Mel” y “Alex”, un chico y una chica con los que parece compartir la misma enfermedad: las brechas. Al pasar tiempo juntos y alejados de todo aquello que les dañaba, parece que su enfermedad mejora. Pero no es así.

Tras pasar tiempo juntos de un destino a otro, se dan cuenta que realmente las brechas no hacen más que empeorar. Ivy deberá enfrentarse con la verdadera solución: volver, mirarse a los ojos y convertirse en una persona capaz de no romperse por un par de brechas. Con seguridad y firmeza, decide enfrentarse a todo lo que le hacía daño, ahora así aceptándose y entendiendo que el problema son los demás y no ella, que debe plantar cara al abuso y a las miradas, a los malos modos de sus familiares y a las risas entre los que consideraba amigos. Aceptar que no todo el mundo va a entender como eres.

1) En este contexto, se ha encarado la no aceptación de uno mismo como la aparición de un virus (las brechas).

2) El hecho de que las brechas parecen curarse al estar con gente como ella y alejada de todo son un llamamiento al falso concepto impuesto de *Carpe Diem*, del falso bienestar, de no pensar en los problemas.

3) El verdadero final (que regrese y que se vean reacciones ajenas tanto agradables como desagradables) es un llamamiento a la realidad de cómo se deben afrontar este tipo de situaciones.

4) Se pretende que los personajes Mel y Alex (que aparecen en el segundo videoclip) estén formados por vivencias reales de miembros del Casal LAMBDA.

5) El objetivo es que al final del último vídeo aparezcan miembros reales del colectivo LGBTI+ para dar una mayor visualización a la comunidad.

Se ha elaborado un gráfico que presenta el seguimiento de la historia y los puntos claves donde se presentarán giros de guión o hechos significativos en la trama:

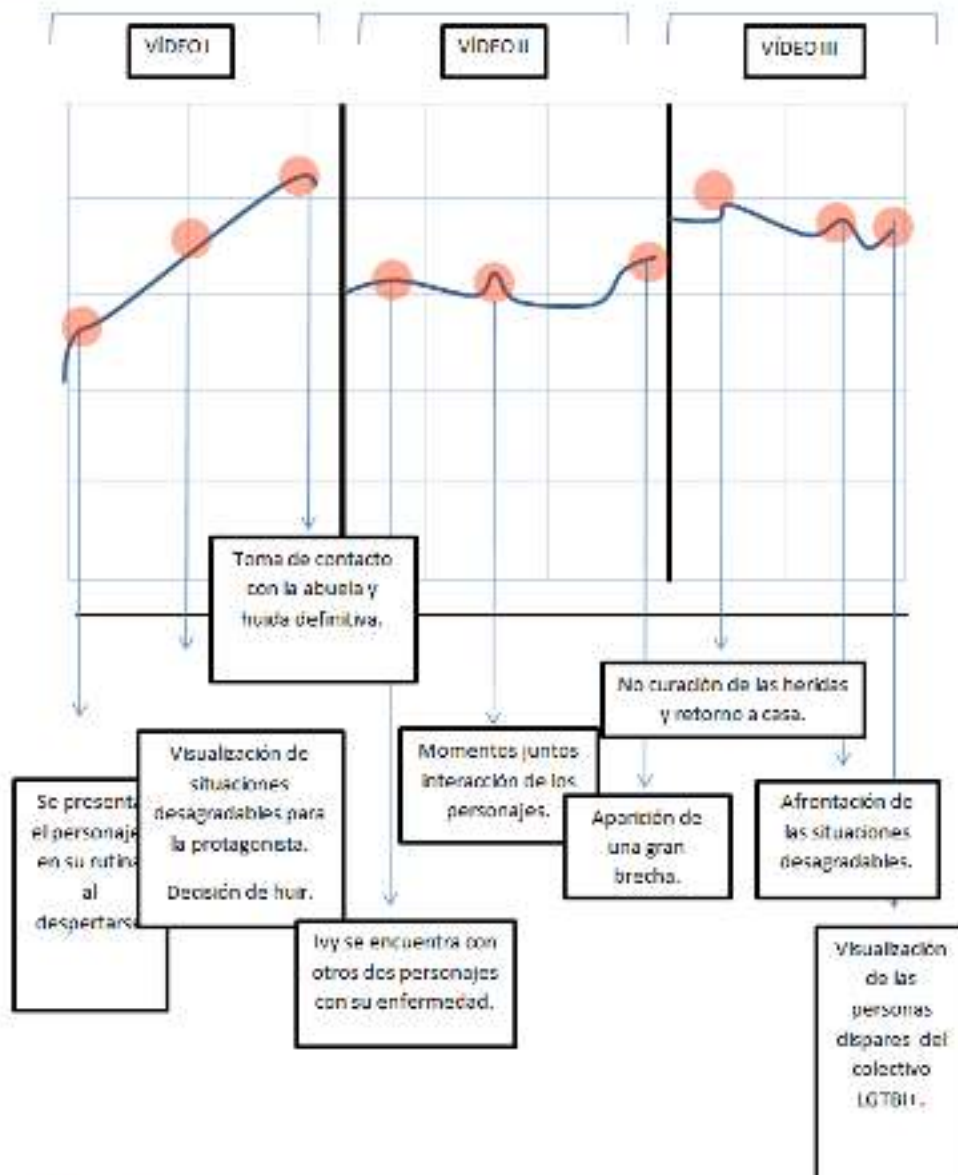


Figura 18. Gráfico con la evolución de la historia y los puntos clave. Fuente: Elaboración propia, (2018)

3.2.2 Selección de la asociación

De igual forma que con las productoras, el equipo de Scars ha contactado con las asociaciones LGBTI+ expuestas en el 2.2.3 Asociaciones vinculadas. Hemos recibido

respuesta de dos de ellas: GAG (Grup d'Amics Gais, Lesbianes, Transexuals i Bisexuals) i Casal Lambda.

Previamente a las entrevistas, se plantearon una serie de preguntas para dirigir la conversación. Son las siguientes:

- ¿Cuál es la tarea de vuestra asociación?
- ¿Por qué todavía es necesaria la existencia de entidades como la vuestra y la visualización del colectivo LGBTI+? ¿Podéis hablarnos de alguna noticia o caso real para justificarlo?
- ¿Cómo se perciben las personas LGBTI+ en el mundo audiovisual? ¿Cómo les gustaría que se tratarán los personajes de este colectivo en la ficción audiovisual? ¿Y el caso de la mujer lesbiana?
- ¿Cómo suele ser la relación de los padres que tienen hijos LGBTI+? En caso de no aceptación, ¿cómo se trata con ellos?
- ¿Cómo se percibe una persona del colectivo que no se acepta a sí misma? ¿Cuál suele ser la razón?
- ¿Qué mecanismos de apoyo utilizais para las personas que necesitan autoaceptarse o trabajar en su identidad?
- ¿Podéis exponernos casos reales o podemos hablar con gente que nos explique sus historias, para basar los personajes en hechos reales?
- ¿Qué os parece la metáfora de las grietas en el cuerpo que utilizamos en nuestros videoclips como símbolo de la opresión y discriminación del colectivo

En primer lugar, el día 26 de marzo del 2018, se llevó a cabo la entrevista a José Benito Eres Rigueira, presidente del GAG. Él mismo explicó que el GAG es una asociación donde asisten mayoritariamente personas adultas, y que tienen pocos miembros jóvenes (Eres Rigueira, 2018). Por ello, le interesó mucho el proyecto *Scars*, porque podía ser una forma de atraer al colectivo joven. Ofreció al equipo preparar una proyección en la asociación una vez se tuviera finalizado el producto. También barajó la posibilidad de asistir al desfile de carrozas del Orgullo Gay de Barcelona. Ambas cosas optimizan la difusión del proyecto, por ello se consideró beneficioso para *Scars* mantener el contacto con el GAG.

En segundo lugar, el día 7 de abril de 2018 el equipo se reunió con Sergi César, coordinador del Casal Lambda, y con dos miembros del casal, Xavi y Laia. Esta asociación con 42 años de trayectoria posee un grupo de jóvenes, cosa que es muy interesante para el proyecto, y en él ofrecen acogida y atención personal y confidencial si la persona lo necesita. Sergi César, además, afirma que el factor familiar es el que más incide en la no autoaceptación de una persona LGBTI+ (César, 2018). La entrevista fue muy interesante porque tanto Sergi como Xavi y Laia expusieron vivencias personales sobre su autoaceptación y salida del armario. Les pareció que era un proyecto muy original, y se ofrecieron para difundir el videoclip, tanto en su página web como en redes sociales. Además, invitaron al equipo a asistir a las actividades que hacen cada semana con el grupo de jóvenes. Los creadores de *Scars* asistieron a una actividad en la que se juntaron el grupo joven de Casal Lambda y la asociación AMPGYL (Asociación de Madres y Padres de Gays, Lesbianas, Transexuales y Bisexuales), en la que presentaron el proyecto en formato de pitching, para posteriormente, repartir tarjetas con información de la historia, la cuenta de Instagram y la fecha de publicación. La charla fue de mucho interés porque se

compartieron un gran número de experiencias personales que se pudieron recoger para el proyecto, además de que el equipo de *Scars* pudo interactuar con miembros del Casal Lambda.

Como conclusión, la primera toma de contacto con estas asociados y agrupaciones del colectivo se considera realmente óptima. Por un lado, para establecer una conexión cercana con el colectivo LGTBI+ y, por otro, dar a conocer el proyecto a una audiencia potencial.

3.3 Definición del target

Una vez se ha realizado el proceso de análisis exhaustivo de las características del target en el apartado 2.3 *Target*, se ha llegado a unas conclusiones en relación a las características del público del presente proyecto que sintetizan un perfil del receptor ideal del producto. Por un lado, si relacionamos los porcentajes expuestos anteriormente en 2.3 *Target*, que hacen referencia a la franja de edad de las personas más susceptibles a consumir productos de Internet, se concluye que lo más óptimo es dirigirse a jóvenes entre 14 y 24 años, que utilicen Internet como medio de comunicación principal y como plataforma predilecta de sus consumos audiovisuales (concretamente Youtube, como también se ha demostrado con el informe del EGM de febrero-noviembre del 2017 en el punto 2.3 *Target*).

Debido a la franja de edad escogida, también se determina que el gran público objetivo receptor de *Scars* se comprende dentro del perfil de estudiante y de sus consecuentes dinámicas de comportamiento como puede ser la rápida difusión del contenido viral a través de sus círculos más próximos de amistades con intereses concretos.

Según las particularidades del proyecto, estos intereses corresponden a una sensibilidad feminista, de carácter tolerante y unido a la música pop.

3.4 Definición del género musical

Como se ha explicado en el apartado 3.4 *El género*, tras el análisis de los vídeos musicales más consumidos en Youtube, el pop encabeza la lista, por lo que se concluye que uno de los géneros por los cuales se puede llegar a una audiencia más amplia. Cabe mencionar que, además, el pop es el género preferido de los integrantes del grupo y que es el estilo musical tradicionalmente más popular y consumido.

Por ello se ha escogido que los temas sean de este género, acorde también con el objetivo de llegar a la máxima audiencia posible con el proyecto. Esto también ha influido en la decisión de escribir la letra en inglés, para lograr una recepción más internacional.

Dentro del estilo pop, se ha decidido que la canción pertenezca al género synth pop, lo cual se detallará de forma más extensa 4.1.4.2 *Preproducción del tema*.

3.5 Selección de artistas

Tal y como se ha especificado en el punto 2.5 *Artistas*, se barajaron diferentes propuestas para la voz de la canción, cumpliendo una serie de condiciones que también se han detallado en dicho apartado. Posteriormente, el equipo pensó escoger una voz femenina para que tuviera mayor relación con la protagonista, que también es mujer.

En el momento de creación del proyecto, los integrantes no poseían una suficiente experiencia previa en el ámbito musical ni audiovisual, y esto no resultaba atrayente para que una personalidad conocida como la concursante de La Voz Carlota Flaneur o bandas con trayectoria como Hinds. Por ello, se descartaron estas opciones. Además, como los integrantes conocían personalmente y tenían amistad con Silvia Farrés, se decidió que era una muy buena opción como intérprete de *Escape*, ya que había muchas más posibilidades de que accediera a ello.

Silvia Farrés tiene 22 años y es de Igualada (Cataluña, España). Es la cantante del grupo JoKB, grupo formado en la misma Igualada por 7 jóvenes integrantes y que llevan varios años trabajando juntos. Tal y como ellos mismos explican en un artículo-entrevista de Guillem Planagumá para La Tornada, *JoKB: "Fem un estil que canvia i s'adapta, com un camaleó"*, sitúan el inicio burocrático del grupo en 2014, cuando se les ofrece la posibilidad de grabar un disco. De aquí nace Camaleònic, en 2015 (Planagumá, 2015). Desde cero pero con mucha dedicación, el grupo ha ido ascendiendo de nivel en el panorama musical catalán, y, tal y como afirma Otger Gabarró para VeuAnoia.cat en el artículo *JoKB: "Cada any busquem un objectiu per abocar-hi totes les nostres forces i així hem anat millorant*, el grupo tuvo la oportunidad en 2017 de actuar en la Acampada Jove (Gabarró, 2017), uno de los festivales de referencia de los Países Catalanes. Además, tal y como el mismo grupo explica en esta misma entrevista de Gabarró, han compartido escenario con bandas tan conocidas en el territorio catalán como La Pegatina, Txarango o Doctor Prats (Gabarró, 2017).

El estilo de JoKB, según ellos especifican en el portal Engresca't, es un "mestizaje camaleónico, una fiesta cargada de energía que fusiona el reggae, ska, pop, rock, punk y el latín con letras optimistas"(JoKB, 2016). Además, en 2016 vivieron una intensa gira por salas como Stroika y Dresden y festivales como el Altraveu (JoKB, 2016). La misma Silvia Farrés ha trasladado al equipo de *Scars* que se identifica con "música de fiesta mayor" y que actualmente se encuentran grabando su segundo disco y planeando la próxima gira (Farrés, 2018). Cabe decir que Silvia, por otra parte, es una gran amante de la música pop, y admira a artistas como Beyoncé (Farrés, 2018). Por ello, es un estilo en el que ella se siente cómoda y que le gusta interpretar.

El grupo cuenta con más de 4500 seguidores en Instagram a fecha de 19 de mayo de 2018, y Silvia Farrés, en su cuenta personal, con más de 2400.

Como puede verse, Silvia Farrés cumplía la condición de estar en el panorama musical, tanto con discografía publicada como haciendo conciertos en giras y festivales, y además supera los seguidores establecidos en Instagram. Con estas premisas, se concluyó que Silvia Farrés era una muy buena opción para interpretar la canción de este proyecto.

Cuando Alex Barat le propuso a Silvia ser la cantante de *Escape*, el día 16 de febrero de 2018, aceptó de muy buena manera.

3.6 Selección de ventanas de distribución

Este punto se desarrolla a partir de la información expuesta en el punto 2.6 *Distribución de un videoclip online* y va dirigido a alcanzar las aspiraciones explicitadas en el punto 1.3 *Objetivos*.

En primer lugar, se baraja Youtube como plataforma principal para la distribución de *Scars*. El resto de redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter), de las cuales ya se dispone de un Instagram personal con una estética concreta, responderán al único uso de herramientas para promover el vídeo.

En segundo lugar, es necesario remarcar que este primer vídeo debe servir a los integrantes del proyecto para poder subirlo en plataformas que brindan la oportunidad de obtener un cierto respaldo económico, como sería el caso de lo que ocurre con el crowdfunding en Verkami (explicado en el apartado 3.1.3 *Definición del tipo de financiación*).

Posteriormente, durante la producción del primer vídeo han surgido distintas opciones que dan cabida a otras formas de proyección y distribución del proyecto.

Un ejemplo sería el contacto con la productora J-Pro que podría brindar respaldo legal al producto para poder distribuirlo por distintos festivales tanto de videoclips como de cortometrajes, una vez completadas las dos partes restantes de la historia. Por otro lado, el contacto con David Zambudio ha proporcionado la posibilidad de proyectar *Escape* en el Festival de Cinema de Olesa de Montserrat.

Actualmente se sigue manteniendo la intención de que este primer vídeo sirva como prueba o fragmento de la narrativa que introduce en la ambientación de la historia para dar una idea del proyecto y así poder obtener financiación durante los meses de verano (julio, agosto y septiembre) e iniciar las grabaciones de los videos restantes en octubre, noviembre y diciembre. Pero no se puede llevar a cabo afirmaciones sin ciertas reuniones decisivas sobre las condiciones de la productora J-Pro encuentros posteriores a la presentación de este proyecto como trabajo de final de grado.

4. Proceso de creación del proyecto

4.1 Primera parte (*Escape*)

4.1.1 Preproducción del videoclip

4.1.1.1 Organización del proyecto

Para poder mostrar una idea general de cómo sería el estilo del proyecto *Scars* al completo, se decidió realizar el primer videoclip, llamado *Escape*. Por un lado, para que el equipo ganara soltura ante el rodaje de una producción audiovisual de cierta envergadura; y por otro lado, para tantear qué implicaciones externas comportaría realizar este proyecto al completo: a nivel económico (con qué presupuesto se contaría), a nivel humano (qué equipo técnico sería el necesario), qué elenco (qué actores y actrices protagonizarían el proyecto), etc. También se ha aprovechado como excusa para establecer una relación inicial con ciertas productoras audiovisuales de Barcelona y así establecer una primera toma de contacto hacia las posibles coproducciones con estas.

En este apartado se detallará con exactitud cómo ha sido el proceso de creación del proyecto desde los inicios a través de dos documentos: se adjunta un calendario de trabajo (a modo resumen) y un Esquema de Gantt (documento mucho más concreto) donde se puede apreciar cuál ha sido el seguimiento exacto del proyecto, qué relación han tenido cada una de las fases de desarrollo, etc. Este proceso va desde el surgimiento de la primera idea, la realización del guión, pasando por el rodaje del videoclip y acabando con la postproducción. Cabe añadir que cada una de las etapas de desarrollo del proyecto se analizan más concretamente en apartados siguientes (*4.1.1.7 Análisis de la preproducción* en referencia al proceso preproducción del proyecto; *4.1.2 Producción* en relación a la ejecución del rodaje del primer videoclip; y *4.1.3 Postproducción -creación del primer videoclip-* en relación a la última fase de creación del proyecto).

ESQUEMA DE GANTT

En el siguiente enlace se presenta el esquema de Gantt:

https://drive.google.com/file/d/1h_Qmpsbjf-LblmChPte6lnf8e_d3d6lm/view?usp=sharing

ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO



Figura 19. Calendario de Scars. Fuente: Elaboración propia, (2018)

4.1.1.2 Ideación

Antes de iniciar la explicación exhaustiva de los puntos que se suceden a continuación sobre las decisiones que han afectado al guión, se adjunta una tabla donde se deja constancia de los productos audiovisuales consumidos para obtener ideas sobre este proyecto en cuanto lo que confiere la narrativa. En ella constan las referencias principales de los productos visto, la causa de su visualización para el proyecto y finalmente, lo que se aprovechó de ellos.

Tabla 4. Referencias audiovisuales consumidas para el proyecto *Scars*.

Película			Por qué se visualizó	Qué se ha aprovechado
Título	Director/a	Año		
La vida de Adele	Addellatif Kechiche	2013	Temática lésbica	Los sentimientos de duda iniciales de Adele en la protagonista
			Las protagonistas son dos mujeres	Familia de Adele conservadora
			Las protagonistas son jóvenes	
Call me by your name	Luca Guadagnino	2017	Temática homosexual	Escenas familiares felices (recuerdo de Ivy leyendo un libro con su madre en el sofá)
Lady Bird	Greta Gerwing	2017	Chica joven protagonista	Relación complicada con su madre
			Relación complicada con su madre	-
Ginger y Rosa	Sally Potter	2012	Las protagonistas son dos mujeres	Escenas de amistad entre las dos protagonistas
			Las protagonistas son jóvenes	
Cortometraje			Por qué se visualizó	Qué se ha aprovechado
Título	Director/a	Año		
Likeness	Rodrigo Prieto	2014	Chica joven protagonista	Escena frente al espejo PP de ella aceptando lo que le ocurre mientras siento dolor.
			Protagonista con trastorno que se expresa con malformaciones en la piel	
Heterofobia	Kim Rocco Shields	2013	Temática LGTBI+	Contextos sociales represivos (amigos y familia).
Warmish	Jacki Jacobson	2017	Temática lésbica	No se han incluido

				elementos narrativos concretos.
De vuelta	Grabiél Dorado	2015	Temática homosexual	No se han incluido elementos narrativos concretos.
Videoclip			Por Qué se visualizó	Qué se ha aprovechado
Titulo-Cantante	Director/a	Año		
Días impares- Carlos Sadness	Rob Aparicio	2017	Temática lésbica de una manera metafórica	Tipología de trato entre las dos protagonistas
Stay-Rihanna ft.Mikky Ekko	Sophie Muller	2012	Expresar visualmente la soledad	Escena de la bañera como expresión de vulnerabilidad.
Blue Neighbourhood	Tim Mattia	2014-2015	Temática homosexual explicada en tres videos.	La gestión de la información con recuerdos durante tres videos que explican una historia.
Girls like Girls- Hayley Kiyoko	Hayley Kiyoko y Austin S.Winchell	2015	Temática lésbica	Tipología de trato entre las dos protagonistas
Sleepover- Hayley Kiyoko	Hayley Kiyoko	2017	Temática lésbica	Tratamiento del baile entre las dos chicas en la habitación.
Kiss like a Woman- Hayley Kiyoko	Johnathan Crocker	2018	Temática lésbica	Tipología de trato entre las dos protagonistas
Curious- Hayley Kiyoko	Hayley Kiyoko	2018	Temática lésbica	Tipología de trato entre las dos protagonistas
Cliffs Edge- Hayley Kiyoko	Hayley Kiyoko	2015	Temática lésbica	Tipología de trato entre las dos protagonistas
Feelings- Hayley Kiyoko	Hayley Kiyoko	2017	Temática lésbica	Tipología de trato entre las dos protagonistas
Till It Happens To You-Lady Gaga	Catherine Hardwice	2015	Represión y abuso a jóvenes	Temática de bullying
Broods-Bridges	Jeppe Kolstrup & Aleksander Hørup	2014	Escenas de jóvenes en tiempo de ocio	Tipología de trato entre los dos protagonistas
This Is Not A Movie-PAVULA	Alex Maruny	2017	Temática lésbica	Tipología de trato entre las dos protagonistas (más enfocado al segundo vídeo)
Sleep On The Floor- The Lumineres	-	2016	Historia contada por medio de cuatro videoclips que se publicaron empezando por el final de una	Tema de la huida en coche por la carretera.

			historia de amor.	
Daydreaming- Radiohead	Paul Thomas Anderson	2014	Montaje con metáforas.	Montaje del pase a diferentes espacios abriendo y cerrando puertas con match cut (enfocado sobre todo al final del tercer vídeo).

Fuente: *Elaboración propia, (2018).*

a) Tema

- Afrontación de la discriminación homofóbica.

b) Argumento

- Una chica joven recibe por parte de su entorno familiar y social, discriminaciones por su homosexualidad. Lo que le ocasiona una extraña enfermedad que le agrieta la piel y le produce dolor físico.

c) Sinopsis

-Primer acto: IVY (20), se despierta en su rutina diaria como una joven normal: va al instituto (donde se siente invisible) y luego va a una fiesta con sus amigos donde se deja constancia que no se siente a gusto y sufre algún tipo de molestia física.

-Segundo acto: Ivy vuelve a su casa al final del día. En ese momento se produce una confrontación frustrante con su MADRE (45) que la ignora porque anteriormente ha descubierto su orientación sexual. Llegado a ese punto y tras todo el día recibiendo estímulos negativos, Ivy corre hacia su habitación donde se muestran por primera vez todas las heridas de su piel y los recuerdos de cuando le aparecían las grietas y no las mostraba. Al borde del ataque de ansiedad, Ivy decide huir de ese entorno a toda prisa. Ivy hace la mochila rápidamente y cuando entra en su comedor para buscar la llave del coche, su ABUELA (73) la ha estado esperando despierta en el sofá. Ivy se acerca a ella con miedo y resignación pero Abuela reacciona con una actitud totalmente compasiva y le cede la llave que busca, no sin antes mostrarle que ella también tiene rastros de las mismas cicatrices que IVY.

-Tercer acto: IVY se sorprende pero con el respaldo emocional de Abuela huye de casa. Ivy coge su coche y conduce a lo largo de toda la noche recordando momentos felices con su familia hasta el amanecer, cuando decide parar en una carretera en medio del campo e ignorar una llamada de su Madre. Justo en ese momento visualiza fugazmente el momento en el cual su madre averigua su homosexualidad.

4.1.1.3 Guión

a) Personajes y caracterización

A continuación se llevará a cabo una descripción e indagación de las vidas y actitudes más importantes a tener en cuenta de cada uno de los personajes que integran la primera parte del proyecto *Scars: Escape*. No solo se proporcionará una descripción en cuanto a la importancia narrativa de cada personaje con respecto a la historia, sino que también se detallarán ciertas características que desde el departamento de guión eran lo suficientemente importantes para trasladarlas al departamento de dirección de actores y que se materializan en ciertas condiciones sobre el departamento de producción para posterior creación de casting.

Antes de profundizar en el perfil de los personajes hay ciertas decisiones sobre ellos a tener en cuenta.

En primer lugar, tal y como se ha explicado en la segunda parte del apartado 1.4 *Metodología* y según la teoría del concepto *male gaze* que también se ha desarrollado en el apartado 2.2.1 *Justificación de la temática*, la protagonista debía ser una chica. Después de haber adquirido un cierto bagaje audiovisual, el equipo interno del proyecto entiende que hay una falta de visión femenina respecto a los papeles protagonistas, incluso en el ámbito LGTBI+. Una vez se concluyó que la protagonista debía ser una chica, se concretaron ciertos aspectos que tenían relación con crear empatía con nuestro público objetivo: un público joven entre 14-25 años (apartado 3.3 *Definición del target*). Este aspecto también optimizó la creación de su contexto social: debía ser una chica joven con una edad que oscilara entre los 18 y 23 años y que por tanto, tuviera unos hábitos que encajaran con dicha edad.

A raíz de este punto y del proceso de ideación sobre qué tipo de escenas de discriminación se iban a mostrar en el primer vídeo (de las cuales se hablará más extensamente en el siguiente apartado b) *Guión literario*), se crea la necesidad de tener unos figurantes que ambienten ese tipo de escenas. Concretamente, los figurantes de la universidad y los de la fiesta. Es decir, se debía contar con dos grupos diferentes de personas que coincidieran en aspecto físico con la edad de la protagonista y que ambientarían dos espacios y dos escenas de recreación del contexto social con ella.

Otra decisión importante en relación al guión y a los personajes que iban aparecer en esta primera parte del proyecto *Scars*, era que no se quería enfocar la historia de aceptación de la homosexualidad por medio de una trama romántica. Por tanto, se incluyó un personaje femenino que sí que exterioriza la homosexualidad de la protagonista pero que no protagoniza una trama sustancialmente importante más allá de hacer entender al público que efectivamente, el personaje principal es homosexual.

Por último, después de explicar la ambientación del contexto social del personaje principal, se encuentra el círculo familiar. Este está formado por un modelo de familia heteropatriarcal habitual: madre y padre y además, abuela.

A continuación se lleva a cabo una descripción de los personajes ficticios en la historia, sus características más importantes y la relación entre ellos. El tipo de información facilitada a continuación ha sido basada en el modelo del *Seminario del guión* facilitado por la profesora Laia Sánchez en la asignatura de *Guión de Ficción* durante el segundo año de Comunicación Audiovisual en 2017:

Tabla 5. Descripción de personaje Ivy.

	Nombre - Papel en la trama	Edad	Sexo
	Ivy - Protagonista	18-23	Mujer
Características psicológicas	<p>Ha crecido toda su vida educada en unos valores heteropatriarcales. No en ambiente represivo ni excesivamente conservador, simplemente nunca se le ha hablado de diferentes tipos de amor y por tanto se siente muy confundida. Sufre además una represión propia que concuerda con el miedo a romper su zona de confort tal y como la conoce.</p> <p>Siempre se ha sentido querida por sus padres y ha envidiado la relación que tienen entre ellos de amor y cariño, pero cuando su madre se entera de su condición sexual, se produce una situación de incomodidad en la casa rompiendo todo lazo de afecto, sobretodo, con su madre.</p> <p>Es valiente y un poco orgullosa, pero para sí misma y sabe que se encuentra en una situación que se les está yendo de las manos. Eso la angustia y hace que en esta primera parte de la historia solo se vea su parte triste y confundida porque no quiere pedir ayuda ni aceptar el problema.</p> <p>Es tímida pero en situaciones normales, sonriente y divertida, por ello goza de una vida social que sí se ve representada en la historia, pero ha llegado un punto en que se siente una impostora en su propia vida y no puede seguir exteriorizando normalidad.</p>		
Características físicas	Chica joven y expresiva, con look urbano que concuerda con su edad.		

Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 6. Descripción de personaje Madre.

	Nombre	Edad	Sexo
	Madre - Parte antagónica de la historia que reprime a Ivy	45-50	Mujer
Características psicológicas	<p>Es una mujer con carácter. Está casada desde hace 28 años con su marido y no ha conocido otra tipología de pareja ni relación.</p> <p>Es feliz y quiere a su hija pero responde a ese prototipo de padres que, aunque no expresen de una manera violenta el sentimiento homófobo, no entienden otras condiciones sexuales y la ignorancia da paso al miedo, sobre todo cuando se lo encuentra en su propia casa con Ivy.</p> <p>Por ello su reacción es retirarle la palabra a su hija, ya que se siente en cierta manera traicionada y ve rota la burbuja de familia perfecta que ha idealizado, es decir, siente decepción.</p>		
Características físicas	Mujer madura y expresiva.		

Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 7. Descripción de personaje Padre.

	Nombre	Edad	Sexo
	Padre - Parte antagónica de la historia que reprime a Ivy	45-50	Hombre
Características psicológicas	<p>El padre refuerza el modelo de familia heterosexual que se perpetúa en el sistema social y sobre la cual Ivy ha construido sus valores y su idea de amor y pareja.</p> <p>Lleva casado con su mujer 28 años. Quiere a su familia y a su hija pero también tiene idealizado el futuro de Ivy y tampoco conoce ni acepta otro modelo de pareja que no haya conocido, ya que tampoco ha recibido una educación abierta en cuanto otro tipo de sexualidades.</p> <p>En la primera parte de la historia las reacciones negativas de la familia se concentran en su madre. No se observa la relación con su padre posteriormente</p>		
Características físicas	Hombre maduro.		

Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 8. Descripción de personaje Abuela.

	Nombre	Edad	Sexo
	Abuela - Aliada	65-70	Mujer
Características psicológicas	<p>La Abuela es un personaje muy importante. Es la madre de la madre de Ivy, es viuda y por ello vive con ellos en su casa.</p> <p>Es una mujer prudente, callada, reflexiva y sabia. Es el contrapunto de Ivy en cuanto a lo que la juventud de Ivy representa: explosión, impulsividad, rabia y confusión.</p> <p>Nadie lo sabe, pero sufrió la misma enfermedad que ahora se ha manifestado en Ivy. Es decir, es homosexual pero ha vivido toda su vida ocultándose, ya que sus circunstancias sociales fueron más represivas de lo que son en la actualidad. Ella decidió callar y vivir la vida que se suponía que debía vivir. Pero después de tantos años, las marcas están secas y desearía haber tenido la oportunidad que ahora tiene Ivy: poder huir y hacer la vida que realmente quería.</p> <p>Por ello se muestra más empática y tierna con la protagonista, incluso es quien le entrega la llave del coche para que, sea lo correcto o no, Ivy sí que pueda decidir con libertad.</p>		
Características físicas	Mujer de avanzada edad, expresiva y con apariencia tierna.		

Fuente.Elaboración propia, (2018) .

Tabla 9. Descripción de personaje Ligue.

	Nombre	Edad	Sexo
	Ligue - Secundaria	18-24	Mujer
Características psicológicas	<p>Representa el contrapunto de la protagonista. Lo que ansía se materializa, su deseo o aspiración de sentirse suficiente libre y autoconsciente para actuar libremente conforme su sexualidad.</p> <p>Es el personaje que nos permite introducir explícitamente que Ivy es homosexual. No se le ha dado un papel en una trama romántica porque como se ha comentado anteriormente, la importancia debe caer sobre Ivy y su propia aceptación y no una relación externa.</p> <p>Es una conocida con la que se atraen mutuamente con Ivy, sin más. En una escena en la que se están divirtiendo llegan a mostrarse bastante cercanas y ahí es cuando su madre las descubre.</p> <p>Ella a diferencia de Ivy, no tiene ningún problema con aceptar que es homosexual, lo tiene muy normalizado y es mucho más liberal que Ivy. Es sexy, divertida, extrovertida y más lanzada que Ivy.</p>		

Características físicas	Debe cuadrar con Ivy en edad y tener una altura aproximada a la de la protagonista. Joven con aspecto fresco y con personalidad.
--------------------------------	--

Fuente: *Elaboración propia*, (2018).

Tabla 10. Descripción de personaje Amigos.

	Nombre	Edad	Sexo
	Amigos - Parte antagónica de la historia que reprime a Ivy	19-25	Mixto
Características psicológicas	Representantes de la vida social de Ivy, sirven de hilo conductor en el montaje para pasar del espacio universitario a la fiesta donde se denota su soledad y su malestar. De esta manera se muestra que Ivy no es un personaje marginal, tiene la posibilidad de salir y obtener diversión pero algo no la deja. Es importante que sus amigos no muestren directamente conductas homófobas que la incomoden, sino que sea algo que Ivy tiene adquirido, ya que actualmente la gran mayoría de la sociedad joven ya entiende y conoce la homosexualidad pero lo que sí que sucede es una especie de despreocupación o exclusión del tema y una falta de debate entre ellos para llegar a la normalización real.		
Características físicas	Diversidad de aspectos físicos mientras se respete la coherencia narrativa en cuanto a la edad. Deben ser jóvenes universitarios.		

Fuente: *Elaboración propia*, (2018).

Tabla 11. Descripción de personaje Estudiantes.

	Nombre	Edad	Sexo
	Estudiantes - Parte antagónica de la historia que reprime a Ivy	19-25	Mixto
Características psicológicas	Masa homogénea de gente representativa de unas ideas fijas en el subconsciente social en relación al tabú de las diversas orientaciones sociales (aversión por tratar el tema) y tendencia a la invisibilización de ciertos colectivos.		
Características físicas	Diversidad de aspectos físicos mientras se respete la coherencia narrativa en cuanto a la edad. Deben ser jóvenes universitarios.		

Fuente: *Elaboración propia*, (2018).

Tabla 12. Descripción de personaje Pareja lésbica.

Características físicas	Nombre	Edad	Sexo
		Pareja lésbica - aliadas	19-24
Características psicológicas	Dos chicas besándose entre ellas en la escena de la fiesta. No tienen un peso narrativo por ellas mismas ni son activas en una trama con Ivy, pero nos dan la primera pista del posible origen de la incomodidad de Ivy que el espectador lleva viendo durante toda la historia.		
Características físicas	Dos chicas jóvenes. Sus características físicas carecen de importancia, deben tener química entre ellas.		

Fuente: Elaboración propia, (2018).

b) Guión literario

La creación del guión literario ha sido uno de los procesos más largos e importantes que conforman un pilar fundamental del proyecto. Tal como se puede visualizar más esquemáticamente en el apartado 4.1.1.1 *Organización del proyecto*, desde el *brainstorming* inicial hasta la puesta en práctica la escritura del guión, hay un margen temporal de 4 meses.

En el presente punto se concretarán y desarrollarán las decisiones determinantes para la producción del guión durante esa etapa y los procesos posteriores hasta llegar al guión literario final adjuntado en el punto VII) *Guión literario definitivo*, del apartado *Anexos*.

En primer lugar, siempre se partió de explicar una historia por medio de canciones producidas por el propio equipo interno que darían lugar a una sola línea narrativa continua explicada a través de un número concreto de videoclips.

La decisión más determinante fue la de tener la voluntad de que el proyecto adoptara una faceta social. Esa elección era óptima en cuanto a facilidad de aceptación del proyecto tanto por parte del público como por parte de la formación de un equipo que ayudará a la producción y realización de este.

Llegados a esta determinación se barajaron varias propuestas sobre intereses sociales de cada miembro del grupo. Las opciones que se estuvieron barajando durante el mes de octubre del año 2017 fueron las siguientes:

- Micromachismos
- Prostitución libre
- Problemáticas del colectivo LGTBI+
- Ansiedad y depresión entre la población joven

Debido a la cercanía en el entorno social del equipo interno de los colectivos LGTBI+, finalmente se optó por esa temática y se concretó que el papel protagonista debía estar enfocado desde un punto de vista femenino e interpretado por una mujer.

Posteriormente, entre el 10 y 16 de noviembre del año 2017 se expusieron ciertos comportamientos de discriminación que comprendían tanto vivencias personales como vivencias ajenas de gente perteneciente al colectivo LGTBI+ del entorno del equipo, y que dicho equipo quería visualizar. Entonces se empezó a conformar el siguiente esquema de guión:



Figura 20. Esquema de guión para Scars. Fuente: Elaboración propia, (2018)

A partir de estas condiciones narrativas, el 4 de enero del 2018 el departamento de guión presentó un total de 7 posibles sinopsis. Dichas sinopsis y la justificación del descarte de 6 de ellas quedan explicadas en el punto VI) *Tramas descartadas* del aparato Anexos.

Finalmente, la sinopsis exhaustiva y completa del primer videoclip que se ha mostrado en el apartado anterior a esta sección (el punto c) *Sinopsis* del apartado 4.1.1.1 *Ideación*), se formuló una vez se determinaron los puntos de giro argumentales imprescindibles de toda la historia, a raíz de los cuales se concretó que la historia estuviera finalmente formada por tres videoclips. Esta metodología está visualmente expresada en el apartado 3.2.1 *Selección de la estructura narrativa*, donde se observa qué acciones comprenden cada parte de la historia.

En este caso, se debía desarrollar el guión literario de la primera parte correspondiente al inicio de la historia. Lo cual conllevaba una serie de aspectos a tener en cuenta:

- Es el primer impacto que el público recibe del proyecto
- El final debe mostrarse inacabado
- Los flashbacks son una herramienta de dosificación de la información, a medida que el público avance en la historia a cada vídeo los flashbacks evolucionan de estar inacabados y fragmentados a ser recuerdos completos que muestran partes importantes de la narrativa.

- En cierto modo la historia empieza *in media res*: Ivy ya hace días que tiene la enfermedad y lo sabe.
- La historia está guiada en gran parte por la canción, por ello no hay un guión literario extenso: es importante expresar cosas y emociones de manera concisa sin la necesidad de hablar entre los personajes.

A continuación se produjo un trabajo más preciso en los puntos importantes de la historia. Partimos de las siguientes ideas:

- **¿Quién quiere qué?** Ivy quiere curarse, dejar de sentir dolor.
- **¿Qué dificultades encuentra?** No es lo suficiente valiente para afrontar lo que le ocurre. Las expectativas de sus respectivos círculos sociales la presionan.
- **¿Lo consigue?** No (en esta parte de la historia).

Por otro lado, el departamento de guión quería expresar de una manera creativa los conceptos y las problemáticas escogidas por medio de metáforas o simbolismos. Por ello se determinaron las siguientes decisiones:

- **La utilización de una enfermedad visual** (las grietas que recorren el cuerpo de Ivy) para materializar el dolor y la angustia de la protagonista. El espectador no lo sabe hasta el clímax de la historia, por ello en el guión debe quedar constancia en las acotaciones o la descripción de acciones que eventualmente Ivy expresa gestos de incomodidad o dolor. El espectador debe preguntarse qué le ocurre, crear curiosidad o confusión hasta la escena en donde se muestran de golpe todas las heridas.
- Debido a la limitación temporal que ofrece el videoclip, se pretendían crear escenas impactantes visualmente que expresasen sensaciones internas de la protagonista y del resto de los personajes. Por ello, la primera imagen que tenemos de Ivy sucede en un **espacio metafórico** que introduce los colores que definirán el primer videoclip (el azul) donde la protagonista se encuentra tumbada, desnuda y sola en un gran espacio sin ningún elemento que la proteja. Este escenario después se fusiona con su habitación y con la postura que tiene Ivy en la cama, en la que ni siquiera ha dormido (aquí ya introducimos un elemento inquietante, que la perturba).
- A lo largo del proyecto los diálogos van a ir cobrando importancia a medida que avanza la historia y se humanizan los personajes y su situación. En esta primera parte del proyecto, solo escuchamos una reflexión inicial de Ivy en **voz en off** que introduce al espectador expresiones clave como “romperse” o la frase que funciona como el propio *one line* de la primera parte de la historia *Escape*:

Escena 1. Espacio metafórico

OFF

Instead of talking to myself, I whisper. The silence will break

down if I speak aloud, because broken pieces never fit the way

they used to. But in all universes everybody breaks down

(pausa)

IVY (boca, 20 años) está acurrucada en el mismo resacastrada en el centro de un suelo blanqueado iluminado por una luz azulada. Sobre Ivy se proyecta la creación animada de unas ramificaciones o brocas iluminadas en contraste con su cuerpo más oscuro.

Figura 21. Fragmento del guión literario final de *Scars*. Fuente: Elaboración propia, (2018)

- Siguiendo la justificación anterior, **cada personaje o grupos de personajes aparecen en espacios que potencian o refuerzan el contexto que representan:**
 - a. La madre aparece por primera vez en la cocina limpiando platos - representación del modelo de familia convencional.
 - b. La abuela está en el salón – sensación de familiaridad.
 - c. Los amigos en una fiesta – vida social.
 - d. Los estudiantes en pasillo de la universidad – vida universitaria.
- Se ha producido el guión teniendo en cuenta la incorporación de **elementos dinámicos que den ritmo a la acción:**
 - a. **Evolución de la gestión de la información con los flashbacks**
 - b. **Pase de una escena a otra con Match cut.**
 - c. **Combinación de escenas alegres** o teóricamente alegres que se contraponen **con tristes** (incluso la información que recibimos de la madre en principio no cuadra con la situación actual y todos esos huecos se dejan para que generen una expectativa en los posteriores videoclips).
 - d. **Inclusión de imágenes rápidas y lentas:** en momentos de evolución o el estallido del estrés hacia el clímax de la historia como cuando Ivy hace la maleta, muestra sus marcas o huye que se muestran con cortes rápidos, ya que se pretende agobiar al público.

e. Temporalmente todo ocurre en un día: Al principio del vídeo Ivy está en un espacio metafórico sola sin poder dormir. Al final del vídeo Ivy también se pasa toda la noche despierta y sola al volante pasando de la carretera de noche (con tonalidades azules) a un amanecer anaranjado (el color del segundo videoclip). Es un final temporalmente redondo porque el inicio del video inicia un recorrido sobre toda la rutina de Ivy en un día normal, pero el final muestra que la mañana siguiente Ivy ya no está en su zona de confort sino en un sitio completamente desconocido y que lo que va a pasar a continuación rompe totalmente con sus rutinas.

- En el recuerdo feliz de Ivy con su madre leyendo y haciéndose cosquillas, **el libro es significativo**. Se titula *The end of the world and hard boiled wonderland*, de Haruki Murakami (1985) y su argumento gira alrededor de dos tramas que se suceden paralelamente de un personaje que en parte vive en un mundo ajeno al real perfecto para él.
- En la mesita de noche de Ivy aparece un **jarrón de color azul** con flores azules. Al iniciarse la historia, como empieza in media res y representa que Ivy ya tiene heridas, el jarrón está roto. En cambio, en escenas anteriores a la aparición de la enfermedad (como en la escena de coqueteo entre Ivy y la otra joven) el jarrón está en perfecto estado, ya que Ivy lo está.
- Se decidió que para mostrar afecto romántico o atracción sexual de una manera lírica y delicada, lo mejor sería crear **dos escenas de baile**. Eso propiciaba que visualmente se pudiera crear un símil entre los movimientos de baile de los padres de Ivy, y los propios movimientos de Ivy con la otra chica.

Siguiendo con el proceso de la construcción del guión, se le dio especial importancia a qué momento el espectador descubre la información:

Tabla 13. Proceso de construcción del guión: gestión de la información.

¿Qué sabe Ivy?	¿Qué sabe el espectador?	En qué parte del guión se desvela el qué.	Cuándo pasa realmente.
Que le está pasando algo parecido a una enfermedad que le agrieta la piel.	Ivy está incómoda	Clímax	Hace un par de semanas
Se potencia cada vez que sufre por su homosexualidad	Se siente extraña	Clímax	Hace un par de semanas
Es homosexual	Se siente extraña	Clímax	Desde siempre, se lo empieza a negar a sí misma en la adolescencia (15-16).

El modelo de familia feliz se rompe cuando sus padres lo descubren.	Su Abuela se muestra más cercana a ella que su madre pero no sabemos por qué.	Desenlace: En la parte final del video cuando en la huida Ivy se para y completa el flashback de momento feliz que ha estado teniendo en el coche al huir.	Antes de aparecer las grietas su madre la ve muy cercana con una chica en su habitación y se dejan de hablar, es el desencadenante de todo.
	-	Desenlace: En la escena post-clímax la protagonista decide huir y el espectador descubre que Abuela tiene las mismas grietas en la piel que Ivy, y que por tanto ha sufrido la misma represión que ella está sufriendo ahora.	Es algo que Abuela ha sufrido toda su vida pero no ha tenido las oportunidades ni la libertad de expresarlo.

Fuente: Elaboración propia, (2018).

4.1.1.4 Ideación visual

a) Estilo fotográfico

EL 28 de febrero del 2018 se llevó a cabo la creación de una presentación con diversas referencias visuales que completaba evolutivamente (hasta el 6 de abril). En ella se dejaba constancia de las imágenes en las que el departamento de fotografía se quería basar y qué aspectos se pretendían aplicar al proyecto.

Tabla 14. Ficha de referencias visuales para *Scars: Raw*.

Película
<i>Raw</i> , Julia Ducourmau (2017)
Referencia visual


Aplicación en el proyecto



Fuente: Elaboración propia, (2018)

Tabla 15. Ficha de referencias visuales para *Scars: Likeness*.

Cortometraje

Likeness, Rodrigo Prieto (2014)

Referencia visual






Aplicación en el proyecto





Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 16. Ficha de referencias visuales para *Scars: Sleepover*.

Videoclip	
<i>Sleepover</i> , Hayley Kiyoko (2017)	
Referencia visual	
	
Aplicación en el proyecto	
	
	


Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 17. Ficha de referencias visuales para *Scars: Naaz*.

Videoclip
Naaz, <i>Loving Love</i> , Folkert Verdoorn (2018)
Referencia visual

Aplicación en el proyecto


Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 18. Ficha de referencias visuales para *Scars: Lo hace conmigo*.

Videoclip
C.Tangana, <i>Lo hace conmigo</i> , BRBR Films (2016)
Referencia visual


Aplicación en el proyecto



Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 19. Ficha de referencias visuales para Scars: Stay.

Videoclip

Rihanna, Stay, BRBR Films (2016)

Referencia visual



Aplicación en el proyecto



Fuente: Elaboración propia, (2018).

Se acaban de mostrar referencias visuales concretas y su posterior influencia en el vídeo de *Escape*. Aún así, todas las visualizaciones que tuvieron lugar sirvieron para crear un bagaje en lo que a videoclips se refiere y proporcionar ciertas conclusiones visuales que quizás no se muestren de una manera tan concreta en el proyecto, pero que sí que han tenido una influencia general en cuanto a su formato y cuidado visual.

Por ejemplo, algunas de las decisiones que el departamento fotográfico introdujo a grandes rasgos fue el estilo urbano y las luces de neon en interior.

b) Localizaciones


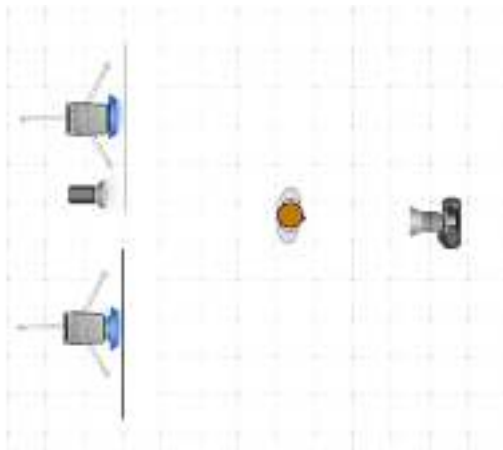
A continuación se llevará a cabo una explicación exhaustiva de las localizaciones finales donde se llevaron a cabo las grabaciones, sus características más importantes, el diseño de iluminación que se produjo para cada una de las escenas que se grabaron y su resultado final.

El programa que se ha utilizado para recrear los diseños lumínicos es el *Lighting Diagrams*. Para facilitar su entendimiento se proporciona a continuación una leyenda sobre sus iconos y su equivalente en este proyecto.



Figura 22. Leyenda utilizada en los diferentes diseño de iluminación de *Scars*. Fuente: Elaboración propia, (2018)

Tabla 20. Ficha características de localización: Espacio metafórico.

Localización: Espacio metafórico. Escena 1	
Fotografías	
	
Características	
Luz	<p>Debía tener un tono azulado y oscuro.</p> <p>Los focos se colocaron fuera de la habitación pero a la máxima potencia, ya que así la luz rebotaba contra las paredes blancas y se creaba un ambiente azulado sin que hubiera una luz demasiado directa. Además se contaba con la iluminación y formas del proyector, el cual también se posicionó fuera de la habitación, a través de la ventana.</p>
Color	<p>Tonos azules. Para que la luz fuera realmente azul, una característica que debía tener la sala era que las paredes fueran blancas, que no se produjera contaminación lumínica.</p> <p>El fondo sobre el cual estuviera la protagonista debía ser igual de neutro y blanco para facilitar la proyección de las formas, por eso se compró la tela de ese color.</p>
Espacio	<p>Debía ser un espacio grande. Que la cámara tuviera margen para coger desde una angulación picada todo el cuerpo de la protagonista.</p>
Narrativa	<p>La sensación que debía aportar era de frialdad y soledad.</p>
Diseño iluminación	
	

Resultado



Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 21. Ficha características de localización: Habitación Ivy (1).

Localización: Habitación Ivy. Escena 2

Fotografías



Características

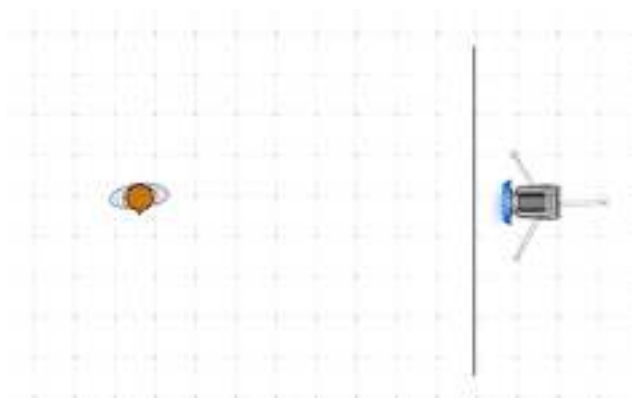
Luz

En este caso se debía imitar la luz de las siete de la mañana en primavera, es decir una luz muy difusa, débil, y entre una tonalidad blanquecina y azulada.

Se prescindió de las luces interiores de la habitación y se utilizó un Kino Led de 120cm que producía una luz blanca fuera de la habitación, para que proyectara su luz a través de la ventana imitando la entrada de la luz natural. Al foco se le incorporó dos filtros CTB (azules) y un difusor para suavizar su potencia. Para evitar la contaminación lumínica, alrededor del foco y toda la ventada se le anexó una tela negra tupida para no dejar pasar la luz natural.

Color	El color azul tiene una gran importancia. Los elementos decorativos y espaciales debían ser fríos y blancos. Eso justifica la iluminación fría, las sábanas blancas, el pijama azul, las almohadas con topos azules y los muebles blancos. Otro elemento importante era que la habitación tuviese preferiblemente las paredes blancas, para ofrecer un mayor control de la luz en este espacio.
Espacio	Debía ser un espacio grande que diera margen de movimiento al equipo técnico y a los actores para las diferentes escenas.
Narrativa	Debía permitir al equipo crear una sensación de frialdad parecida al espacio metafórico explicado anteriormente.

Diseño iluminación



Resultado



Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 22. Ficha características de localización: Habitación Ivy (2).

Localización: Habitación Ivy. Escena BL.	
Fotografías	
-	
Características	
Luz	<p>Fue una de las escenas más complejas de iluminar. Aunque se rodó a primera hora de la mañana debía recrearse una luz tenue y anaranjada, parecida a la de la transición entre la tarde y la noche.</p> <p>Se repitió la táctica de las escenas 3 y 9: incorporar un Kino Led de 120cm en la ventana (esta vez con varios filtros CTO). También se tapó toda fuente de luz natural y se bajó un poco la persiana.</p> <p>Por otro lado se aprovechó la oscuridad y para potenciar la profundidad de la habitación se encendieron unas lucecitas de colores que rodeaban un mueble de la habitación y otras luces pequeñas blancas que colgaban de una de las estanterías. Estos pequeños puntos de luz combinados con el uso del objetivo 50 mm, aportó un efecto muy estético a los planos.</p> <p>Finalmente para evitar el ruido en la imagen y aportar más cuerpo a la habitación, también se utilizó un cuarzo con difusor en la misma parte que en la escena 9, delante de la ventana.</p>
Color	Tonos naranjas.
Espacio	-
Narrativa	El mismo espacio que hasta ahora había aportado frialdad y soledad debía transmitir intimidad y calidez entre las dos chicas.
Diseño iluminación	
<p>El diagrama muestra un espacio rectangular con un escritorio y una silla. Se indican la posición de una ventana con un Kino Led de 120cm, un cuarzo con difusor, y varias luces pequeñas (Kino Led y blancas) que rodean el escritorio y colgaban de estanterías.</p>	

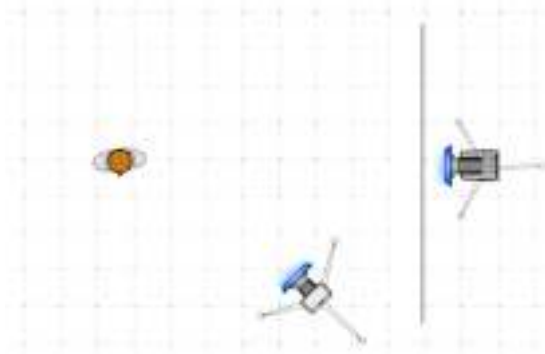

Resultado



Fuente: Elaboración propia, (2018).


Tabla 23. Ficha características de localización: Habitación Ivy (3).

Localización: Habitación Ivy. Escena 9.	
Fotografías	
-	
Características	
Luz	<p>En esta escena se debía recrear una iluminación parecida al anochecer siguiendo la línea de las tonalidades azules.</p> <p>Por tanto, se respetó la estructura anterior de poner el foco principal detrás de la ventana de la habitación. Esta vez se le incorporaron tres filtros más de CTB para conseguir una tonalidad azul más intensa, se volvió a utilizar la tela negra para evitar la contaminación lumínica (ya que en realidad eran las diez de la mañana), y se bajó la persiana para limitar la entrada de luz.</p> <p>Por último se añadió otro foco (un cuarzo) dentro de la habitación que reforzara la iluminación interior para evitar el ruido en la imagen. También se le incorporaron dos filtros CTB (como los cuarzos dan una luz muy cálida de 32.000K con dos filtros azules se equilibraba a blanco) y un difusor. Además se moduló con un dymer y se colocó a la misma altura y posición que la ventana para que recreara un haz de luz de relleno de la misma que ya entraba.</p>
Color	Escena que sigue la línea de las tonalidades azules.

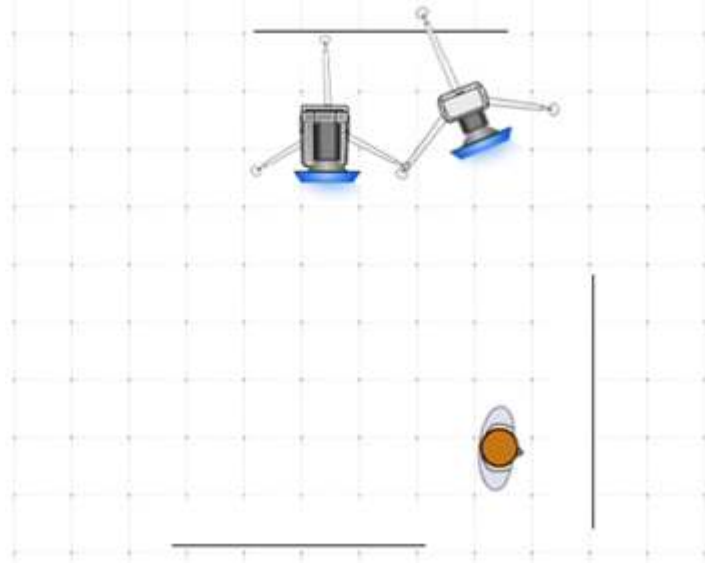
Espacio	-
Narrativa	Escena oscura y agobiante, justo en el clímax.
Diseño iluminación	
 <p>Diagrama de diseño de iluminación que muestra un sujeto (una figura humana) y una fuente de luz (un objeto con un cono de luz) en un espacio con una grilla de fondo. El sujeto está iluminado por la fuente de luz, creando un efecto de sombra y resplandor.</p>	
Resultado	
 <p>Imagen de una escena cinematográfica con iluminación azulada. La parte superior muestra el perfil de una mujer, y la parte inferior muestra un brazo extendido, ambos iluminados por una luz azulada que crea un ambiente oscuro y agobiante.</p>	

Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 24. Ficha características de localización: Baño Ivy (1).

Localización: Baño Ivy. Escena 3.	
Fotografías	
	
Características	
Luz	<p>En este caso la recreación de luz correspondía narrativamente a la de la escena número dos explicada anteriormente, es decir, se debían imitar las primeras luces de la mañana.</p> <p>Se optó por prescindir de la luz natural y por tanto se bajaron las persianas y se taparon todas las entradas de luz del pasillo que podían contaminar la entrada del baño.</p> <p>Se utilizó uno de los focos de 120cm con luz led para la luz principal con cuatro CTB y un difusor. Además se incorporó un cuarzo también con dos filtros CTB dirigido hacia los productos de delante del espejo donde se mira la protagonista para aportar un punto de luz. Los dos focos se posicionaron dentro del lavabo pero imitando la dirección que tendría la luz natural desde la ventana.</p>
Color	<p>Tonalidades azules. Para poder controlar los colores en las diferentes escenas que se llevarían a cabo en el lavabo, también era preferible que este tuviera las paredes blancas o de colores fríos.</p>
Espacio	<p>El baño también debía ser un espacio amplio y mínimamente estético, moderno.</p>
Narrativa	<p>Rutina normal de la protagonista.</p>

Diseño iluminación


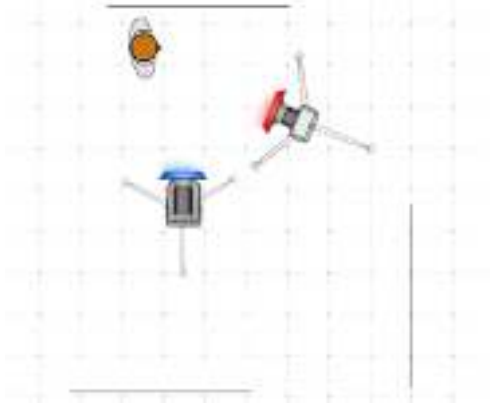


Resultado



Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 25. Ficha características de localización: Baño Ivy (2).


Localización: Baño Ivy. Escena 10.	
Fotografías	
	
Características	
Luz	<p>Esta escena tenía otro tipo de necesidades lumínicas. No debía responder a una hora o luz natural concreta. Debía ser una iluminación más onírica y artificial.</p> <p>Se utilizó la misma dinámica explicada anteriormente (el foco de luz led de 120cm como luz principal) pero con un mayor número de CTB para que el azul fuera más intenso, y un foco cálido (cuarzo) con un difusor y dos filtros de tonalidad rosada para aportar una dualidad de luces más estética.</p>
Color	Azul y rosado.
Espacio	-
Narrativa	En este caso, debía expresarse frialdad y soledad.
Diseño iluminación	
	

Resultado



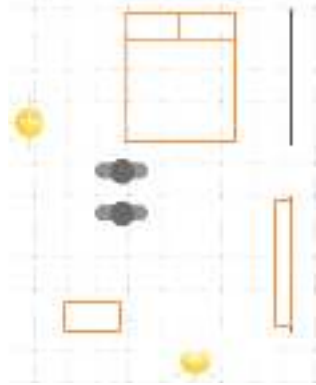
Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 26. Ficha características de localización: Habitación padres Ivy.

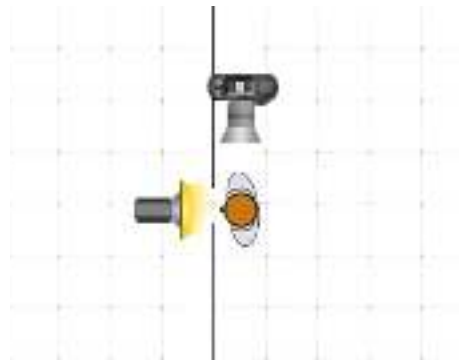
Localización: Habitación Padres Ivy. Escena B.	
Fotografías	
	
Características	
Luz	En el caso A. se ha utilizado una luz completamente natural. Se grabó con luz diurna bastante intensa pero como es un flashback que se desenvuelve completamente en el segundo vídeo, su color debía ser anaranjado. Por ello se incorporaron dos filtros CTO (naranja) a la ventana principal. En el caso B. se taparon todas las entradas de luz para que el pasillo estuviera completamente a oscuras. Al otro lado de la puerta entreabierta, una persona del equipo sostenía un led a la máxima intensidad y con un filtro CTO que proyectaba su luz directamente sobre el ojo de Ivy.
Color	Tonalidad naranja.
Espacio	Habitación adulta con espacio para que los personajes puedan bailar.
Narrativa	Momento íntimo y cálido, representa un recuerdo feliz.

Diseño iluminación

A.



B.



Resultado

A.






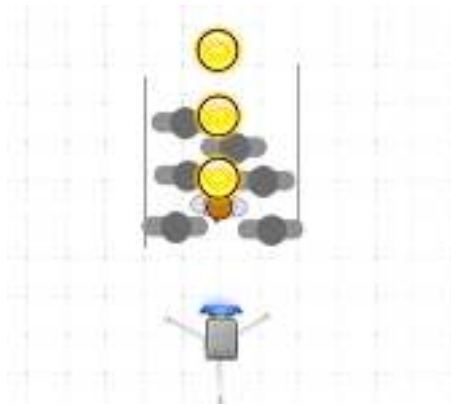
B.

Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 27. Ficha características de localización: Pasillo Universidad.

Localización: Pasillo Universidad. Escena 6.	
Fotografías	
	
Características	
Luz	El objetivo era iluminar el pasillo de manera natural aprovechando las luces ya instaladas para aportar profundidad de campo. Se volvió a utilizar un foco Kino Led de 120cm con dos CTB y un difusor dirigido frontalmente a la escena como fuente de luz principal. También se tuvo que tapar con una cartulina negra y tupida la luz instalada en el pasillo que daba justo encima de la protagonista porque creaba unas luces en su rostro totalmente antiestéticas.
Color	Tonalidades azules.
Espacio	Debía de aportar profundidad y que fuera fácilmente ocupado por poca gente, de manera que ser estrecho y alargado era óptimo.
Narrativa	Escena de rutina de la protagonista.

Diseño iluminación



Resultado



Fuente: Elaboración propia, (2018).

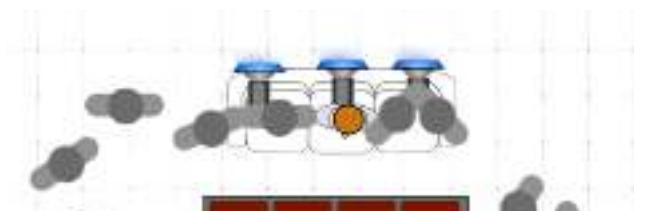
Tabla 28. Ficha características de localización: Habitación fiesta.

Localización: Habitación fiesta. Escena 7.	
Fotografías	
	
Características	
Luz	Esta era una de las escenas con más importancia lumínica, ya que el ambiente a recrear era totalmente artificial. Debía de ser una especie de fiesta o reunión de amigos en una casa entre la tarde y la noche con un cierto toque urbano. La iluminación fue totalmente artificial y se bloqueó cualquier tipo de fuente artificial de luz. Para la situación A. se utilizaron dos focos: uno de luz led de 60cm con filtros CTG y un cuarzo con CTB. Aunque en primera

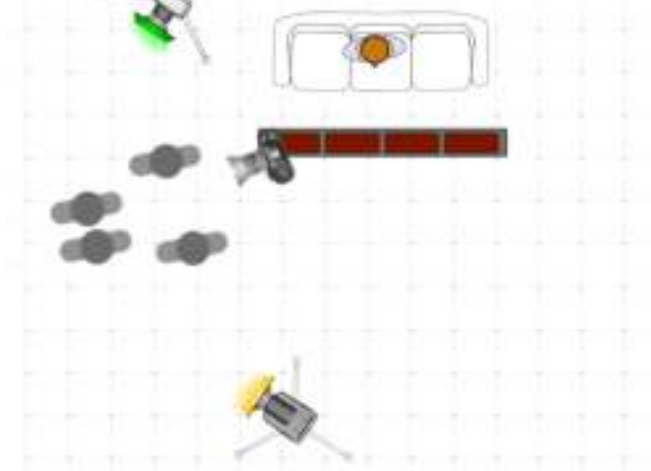
	<p>instancia se probó de utilizar el foco led profesional de 120cm como fuente de luz principal, su iluminación era demasiado blanca y no proporcionaba ningún tipo de margen para saturar más la escena con filtros de color.</p> <p>También se tuvo que descartar la idea de aportar profundidad con un toque de luz detrás del sofá con luces de neón azules, ya que fliqueaban en la cámara. En su lugar, se pusieron tres leds con CTB que rebotaran su luz contra la pared y recreaban el mismo efecto.</p> <p>Para la situación B. se reutilizó el foco de 60cm con filtros CTG y se ideó incorporar, en esta ocasión, un toque anaranjado propio del segundo videoclip donde se desarrollara más ese recuerdo. Por tanto en el otro cuarzo se utilizaron CTO.</p>
Color	Combinaciones de colores azul y verdes en la situación A. y combinaciones de verde y naranja en la situación B.
Espacio	Casa neutralmente decorada, con sofá y comedor amplio para los focos y para recrear el plano general de todos los amigos en el sofá.
Narrativa	Debe proporcionar empatía con el espectador joven, hablar el mismo código en cuanto contexto social (aquí tiene un papel importante la recreación del tipo de fiesta por parte del departamento de arte).

Diseño iluminación

A.



B.



Resultado

A.



B.



Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 29. Ficha características de localización: Comedor (1).

Localización: Comedor Ivy. Escena 8.

Fotografías**Características**

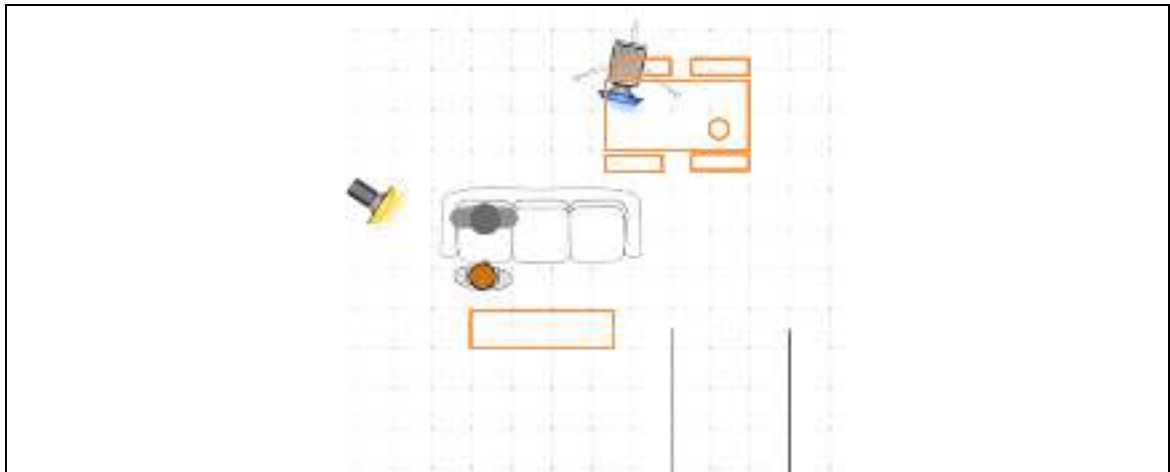
Luz	Debía recrearse la iluminación ordinaria de un comedor de noche. Como el plano que se rodaba englobaba toda la sala, se optó por aprovechar diferentes puntos de luz del propio comedor (se encendió la lámpara principal, un punto de luz detrás de la abuela, un punto de luz al fondo del comedor, y la luz azulada de la cocina).
Color	Potenciar la dualidad cálido (comedor con Abuela) y frío (cocina Madre)
Espacio	-

Narrativa	-
Diseño iluminación	
Resultado	

Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 30. Ficha características de localización: Comedor (2)

Localización: Comedor. Escena 12.	
Fotografías	
-	
Características	
Luz	Debía recrearse, en un primer momento cuando Ivy entra en el comedor la luz de “claro de luna”. Por tanto se posició el led de 120cm lo más lejos posible de la entrada al comedor con mínima potencia y CTB. Por otro lado, cuando la Abuela encendiera la luz, se pretendía crear en la escena la dualidad de colores azul-naranjas. Para ello se utilizó un cuarzo posicionado a $\frac{3}{4}$ de la Abuela que simulaba que se encendía a la vez que el punto de luz de una pequeña lámpara detrás de la Abuela.
Color	Azul- naranja
Espacio	-
Narrativa	Escena sentimental
Diseño iluminación	



Resultado



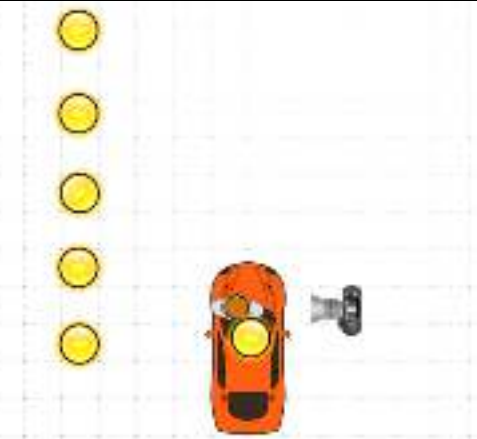

Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 31. Ficha características de localización: Carretera nocturna.

Localización: Carretera nocturna.Escena 13.

Fotografías



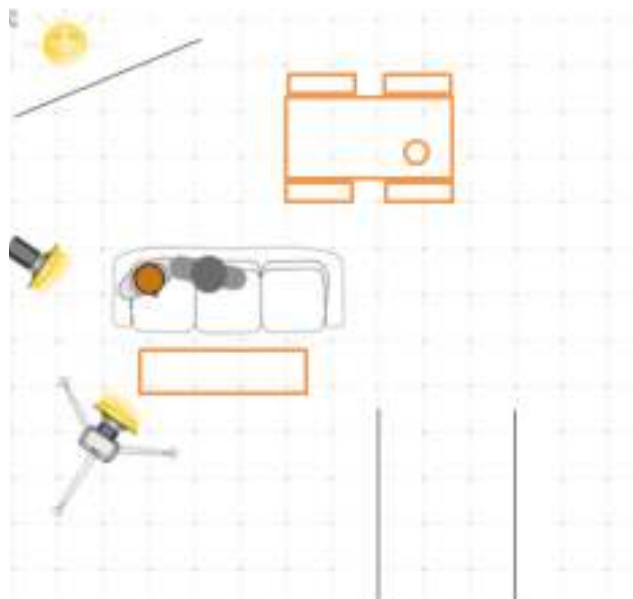
Características	
Luz	Al grabarse en exterior, la luz que se expresa en la escena (de noche) es la misma hora en la que se grabó en el set. Se aprovecharon los puntos de luces artificiales propios del recorrido de esa carretera (farolas y las propias luces azuladas de las fábricas)
Color	Azulado
Espacio	-
Narrativa	Importancia del foco facial de las expresiones de Ivy.
Diseño iluminación	
 <p>Diagrama de iluminación que muestra un coche naranja en un camino con farolas amarillas y una cámara.</p>	
Resultado	
 <p>Fotografía de perfil de una mujer en un coche de noche.</p>	

Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 32. Ficha características de localización: Comedor (3)

Localización: Comedor. Escena S.	
Fotografías	
-	
Características	
Luz	Representa un recuerdo feliz y atemporal de Ivy y su madre que se va a completar en el segundo vídeo, el cual es de color naranja. Por ello se aprovechó la luz natural de la tarde y se incorporaron filtros CTO en la ventana principal de detrás de los personajes a la vez que se rellena la escena con un cuarzo posicionado a $\frac{3}{4}$ del sofá donde se encontraban las actrices.
Color	Naranja.
Espacio	-
Narrativa	Escena feliz.

Diseño iluminación



Resultado



Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 33. Ficha características de localización: Carretera amanecer.

Localización: Carretera amanecer. Escena 14.

Fotografías




Características

Luz

Hora dorada. Debía ser la luz del amanecer.

Color

Este momento coincide con el final del video y responde al traspaso al segundo vídeo que se caracteriza por una

	tonalidad naranja. Por tanto, aprovechando la hora del amanecer debía de contrastar con los azules anteriores y ser un momento más anaranjado.
Espacio	Carretera en un campo visualmente atractivo sin tráfico.
Narrativa	Debía descontextualizar el entorno de Ivy e introducir el ambiente de <i>roadtrip</i> que va a seguir la segunda parte de la historia.
Diseño iluminación	
Luz totalmente natural. El proceso fue repetir el trayecto que debía ser grabado hasta que salió al sol.	
Resultado	
	

Fuente: Elaboración propia, (2018).

c) Decisiones estilísticas

Para este proyecto se preparó una ideación visual muy ligada al guión. Algunas de las decisiones que se traspasaron desde el departamento de fotografía al de arte, fueron las siguientes:

Con el objetivo de darle un valor estético extra, a cada videoclip le corresponderá una tonalidad, un color distintivo que también aportará un valor narrativo concreto.

Se iniciará con el color azul en este primer vídeo *Escape*, con el fin de transmitir la frialdad y soledad de la protagonista. Se continuará con un color anaranjado en *Highway* que finalizará con el rojo en *Pride*. De esta manera se permite “jugar” con los recursos del departamento de arte y de fotografía y a la vez, aportar una transición narrativa, una evolución de la situación emocional de Ivy que va desde la soledad, pasando por la diversión y calidez, hasta la determinación absoluta de quién es y de lo que debe hacer.

Se ve también en sus ropas: durante todo el primer video tanto los extras como Ivy visten con tonalidades azules pero, cuando Ivy entra en cólera y decide marcharse de casa, al cambiarse de ropa se pone un jersey naranja (que es el que tendrá cuando empiece el segundo videoclip). La goma que utiliza cuando se recoge el pelo en el baño es roja y es un

guiño al tercer videoclip con el que también se pretende que Ivy se vuelva a mirar al espejo en una situación parecida.

Continuando con las decisiones evolutivas en todo el proyecto de Scars, también se ideó una evolución visual en lo referente a la angulación de los planos. Seguramente es una decisión que pasa más inadvertida pero en *Escape*, muchos de los primeros planos o los planos iniciales que presentan a la protagonista en la historia, son picados. Se pretende que, cada vez la angulación de la cámara vaya bajando hasta engrandecer la figura de Ivy y no empequeñecerla, lo cual también va muy ligado a la evolución emocional de la protagonista que se ha comentado anteriormente.

d) Guión técnico

La estructuración del guión técnico final se conformó en base al guión literario y a las ideaciones visuales explicadas anteriormente. y al igual que en el guión literario, en el guión técnico también se han producido ciertos cambios durante el rodaje. En este apartado se van a indicar y justificar dichos cambios para la comprensión de su forma final. Esta se encuentra adjuntada en el apartado *Anexos* en el punto *VIII) Guión técnico definitivo*.

Los cambios han sido los siguientes:

- En la escena 05 (secuencia 03), (escena en la que la protagonista está en la calle) se incorporó un nuevo plano adjunto al plano 15 (el plano 15.1), un PD de el personaje de amiga y flirteo de Ivy para complementar la mirada de IVY.
- En la escena 07 (secuencia 04) Se incorporó el plano 26.1 (PG) porque sino, en la sucesión de esos mismo planos, la acción de la escena iba a descuadrar con su plano predecesor (PD donde Ivy deja el vaso encima de la mesa).
- En la misma escena, se incorporó el plano 30.2 (de Ivy tocándose el hombro) porque aunque la acción no estaba en la misma escena, se iba a recordar en un flashback en ese momento. También se creó el 30D para tener en cuenta regrabar planos detalles de la misma acción (el baile entre las dos chicas homosexuales)
- Finalmente, en la secuencia 07 (escena 14) se integró un movimiento de la cámara del dron aprovechando el amanecer para poder incorporarlo al final del vídeo (plano 61.1)

Es importante indicar que, en la numeración de las escenas el departamento de guión se encontró con la dificultad de encajar dentro de la numeración líneal y lógica numerosas escenas que pertenecían a flashbacks independientes de la acción de la primera historia. Flashbacks que también iban a completarse en los dos videos restantes y que por tanto también debían aparecer en los dos otros guiones técnicos. Por ello se decidió nombrar estas escenas con letras según la temática a la que pertenecían.

A continuación se explica cómo se han nombrado en el guión técnico final y a que parte narrativa equivalen:

- **B** (Baile): Escena de los padres de Ivy bailando juntos en su habitación.
- **BL** (Baile Lige): Escena de Ivy y la chica con la que coquetea bailando en su habitación.

- **S** (Sofá): Escena en la que la madre de Ivy e Ivy, se encuentran relajadamente en el sofá de su comedor leyendo y riendo.

4.1.1.5 Arte

La preproducción de arte ha comprendido: una adaptación de las localizaciones interiores acorde con la estética escogida para el videoclip, un listado de atrezzo para las localizaciones exteriores y una decisión de vestuario de cada uno de los actores.

a) Ambientación de localizaciones

En base a las condiciones estéticas definidas por la dirección visual, se realizó un **diseño de interiores** a modo de listado, con el mobiliario y el atrezzo que se consideró idóneo para las localizaciones interiores más importantes del primer videoclip, que son las que más tiempo aparecen en el mismo y que, al ser espacios cerrados, son las que más se podían personalizar. Estas localizaciones son la habitación de Ivy, la protagonista, el baño y el salón de la casa. Cabe decir que otra localización importante es el **salón en el que Ivy se reúne con más gente**, pero originalmente esta escena iba a suceder en un espacio exterior (unas escaleras de la entrada de un cine), por ello, cuando se cambió a una localización interior, este listado ya se había realizado, y se optó por planificar el arte escatimando al máximo los recursos.

Por último, la **habitación de los padres** de Ivy tampoco se ha contemplado porque se planificaron planos cortos de los personajes y, dada la corta duración de la escena, no se dio importancia a la ambientación del contexto.

Seguidamente se exponen los listados de los tres espacios mencionados, con imágenes de referencia:

Tabla 34. Ficha referencia de dirección artística: Habitación Ivy.

HABITACIÓN IVY	
<p>Ejemplo 1</p>  <p>Fuente: https://www.iltechpartner.org/a6428S/yX2u-6432/</p>	<p>Ejemplo 2</p>  <p>Fuente: http://hilgil.com/quarto-de-casal-verde-e-azul/</p>
Cama de altura media.	Ejemplo 1

<p>Sábanas azul claro</p>	<p>Ejemplo 1 o los siguientes:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p>Fuente: https://www.pinterest.es/pin/1337074866752218/ https://www.pinterest.es/pin/45669383698087823/</p>
<p>Despertador azul</p>	 <p>Fuente: https://www.linio.com.mx/p/despertador-sensor-de-luz-reloj-de-mesa-azul-ypbqja</p>
<p>Mesita de noche de decoración clásica, colores blancos y azules/beiges.</p>	<p>Ejemplo 1</p>
<p>Paredes azul claro, blancas o beiges</p>	<p>Ejemplo 2</p>
<p>Cortinas/estor blanco traslúcido</p>	<p>Ejemplo 1 o los siguientes:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p>Fuente: https://bit.ly/2Jk0UGs Fuente: https://bit.ly/2iZRaf6</p>
<p>Suelo de color claro/pastel</p>	<p>Ejemplo 1.</p>
<p>Cuadro encima de la cama con imagen de carretera a lo "Route 66" u otro símbolo de escape</p>	 <p>Fuente: https://www.ebay.es/itm/CUADROS-EN-LIENZO-DECORACION-DE-LA-PARED-2-TAMANOS-ROUTE-66-c-B-0026-b-a-/311403805980</p>
<p>Estantería con libros. Blanca, azul o beige.</p>	<p>Ejemplo 1 o 2.</p>

<p>Armario blanco</p>	 <p>Fuente: https://bit.ly/2sozRzX</p> <p>Fuente: https://bit.ly/2kEelTu</p>
<p>Lámpara de pie o lámpara de mesa. Blanca o beige.</p>	<p>Ejemplo 2 o el siguiente:</p>  <p>Fuente: http://www.alabarceonline.com/lampara-de-pie-color-claro-c2x19367911</p>

Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 35. Ficha referencia de dirección artística: Baño Ivy.

<p style="text-align: center;">BAÑO IVY</p>		
<p style="text-align: center;">Ejemplo 1</p>	<p style="text-align: center;">Ejemplo 2</p>	<p style="text-align: center;">Ejemplo 3</p>
 <p>Fuente: https://bit.ly/2sn8hDf</p>	 <p>Fuente: https://bit.ly/2Jmf9dE</p>	 <p>Fuente: https://decoracion2.com/banos-clasicamente-modernos/</p>
<p>Pica de aseo.</p>	<p>Ejemplo 1 o 2, o bien una independiente clásica</p>	
<p>Espejo encima de la pica</p>	<p>Ejemplo 1 o 2.</p>	
<p>Bañera.</p>	<p>Ejemplo 1 o 2</p>	

Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 36. Ficha referencia de dirección artística: Salón Ivy.

SALÓN CASA IVY	
Ejemplo 1	Ejemplo 2
	
Fuente: https://bit.ly/2HaQUKd	Fuente: https://bit.ly/2LOZI1y
Ejemplo 3	
	
Fuente: http://casadecorar.biz/de-salones-de-casa.html.html	
Ejemplo 4	Ejemplo 5
	
Fuente: https://bit.ly/2sLlAsz	Fuente: https://bit.ly/2LLP46c
Paredes beige o marrones.	Ejemplo 1 o 3
Suelo de madera/parqué	Ejemplo 1 o 2
Mesa baja de madera oscura (opcional)	Ejemplo 1
Mesa alta con sillas	Ejemplo 3
Sofá	Ejemplo 3
Alfombra/moqueta beige	Ejemplo 1
Ventanal con cortina	Ejemplo 3
Butaca o mecedora	 Fuente: https://bit.ly/2skYbms Fuente: https://www.discounto.de/Angebot/Schaukeistuhl-1627941/

Fuente: Elaboración propia, (2018).

Este listado de mobiliario y atrezzo se debatió con el resto de integrantes del grupo y se adaptó dentro de las posibilidades reales, tanto económicas como de espacio. Por ello, la idea inicial sufrió severos cambios, y se intentó utilizar el máximo de elementos ya existentes. Seguidamente, se muestran fotografías de cada uno de los espacios, incluyendo

el salón de la fiesta, y una distinción entre los elementos aprovechados y los elementos comprados específicamente para el rodaje:

HABITACIÓN IVY



Figura 23. Selección de fotogramas en los que aparece la habitación de Ivy. Fuente: Elaboración propia, (2018).

La disposición original de los elementos en la habitación se alteró y se dispusieron de la siguiente forma:

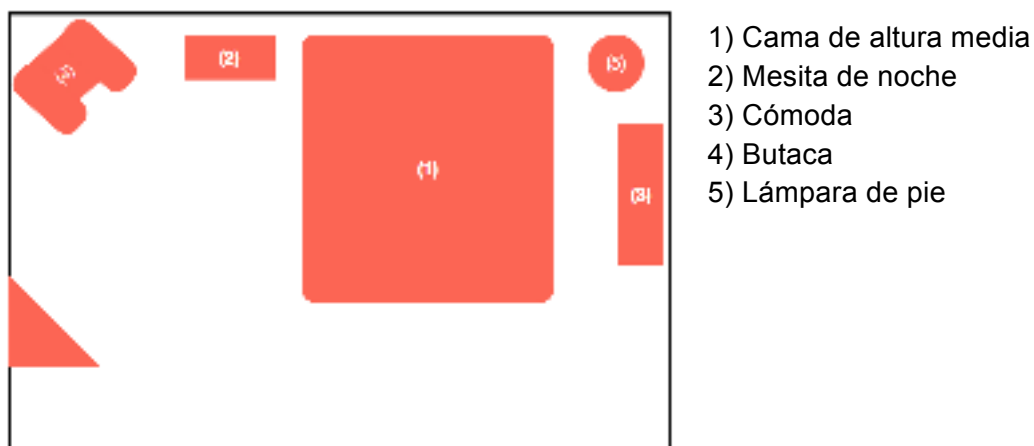


Figura 24. Mapa de disposición de elementos para la habitación de Ivy. Fuente: Elaboración propia, (2018)

En el último momento, se eliminó la lámpara de pie para no recargar tanto la habitación.

La relación de elementos aprovechados de la misma habitación y los elementos incorporados, ya sean comprados o de otras personas y lugares, es la siguiente:

Tabla 37. Ficha de material de arte : Elementos aprovechados / elementos nuevos (1).

ELEMENTOS APROVECHADOS	ELEMENTOS NUEVOS
<ul style="list-style-type: none"> ● Despertador blanco ● Cama ● Sábanas blancas ● Manta azul ● Edredón ● Almohadas ● Marcos de fotografías ● Espejo ● Cómodas blancas ● Silla/butaca ● Ropa ● Vela blanca ● Bombillas de colores ● Reloj de pared ● Libros y DVD's 	<ul style="list-style-type: none"> ● Jarrón ● Hortensia azul ● Cuadro con paisaje ● Fotografías de Ivy ● Libro de Murakami ● Reloj de arena

Fuente: Elaboración propia, (2018).

BAÑO



Figura 25. Selección de fotogramas en los que aparece la localización del baño. Fuente: Elaboración propia, (2018)

En esta localización, la disposición original del mobiliario del cuarto de baño no se alteró, tan solo se movieron de sitio o se incorporaron nuevos elementos.

Tabla 38. Ficha de material de arte : Elementos aprovechados / elementos nuevos (2).

ELEMENTOS APROVECHADOS	ELEMENTOS NUEVOS
<ul style="list-style-type: none"> ● Botes de jabón ● Botes de cosméticos ● Bañera ● Mampara de bañera 	<ul style="list-style-type: none"> ● Jabón azul ● Jabón verde ● Sal de baño azul ● Planta de plástico ● Goma de pelo

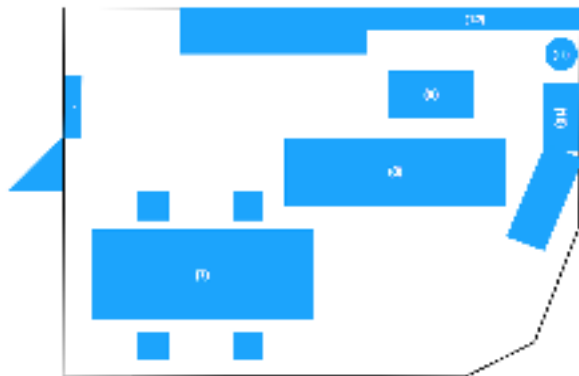
Fuente: Elaboración propia, (2018).

SALÓN CASA IVY



Figura 26. Selección de fotogramas en los que aparece la localización del salón. Fuente: Elaboración propia, (2018)

La disposición original de los elementos se alteró y se dispusieron de la siguiente forma:



- 6) Mesa baja
- 7) Mesa alta con cuatro sillas
- 8) Sofá
- 9) Cuadro
- 10) Estanterías bajas
- 11) Lámpara de pie
- 12) Televisor

Figura 27. Mapa de distribución de los elementos del salón. Fuente: Elaboración propia, (2018).

Posteriormente, la lámpara de pie se sustituyó por una lámpara de mesa, que se colocó encima de una de las estanterías bajas.

Tabla 39. Ficha de material de arte : Elementos aprovechados / elementos nuevos (3).

ELEMENTOS APROVECHADOS	ELEMENTOS NUEVOS
<ul style="list-style-type: none"> ● Sofá ● Mesa alta ● Sillas ● Lámpara ● Televisor ● Mesa baja ● Centro de bolas ● Servilletas ● Cubiertos ● Plato ● Comida ● Cuadro ● Estanterías bajas 	<ul style="list-style-type: none"> ● Papel de albal ● Manta del sofá ● Lámpara de mesa

Fuente: Elaboración propia, (2018).

SALÓN FIESTA

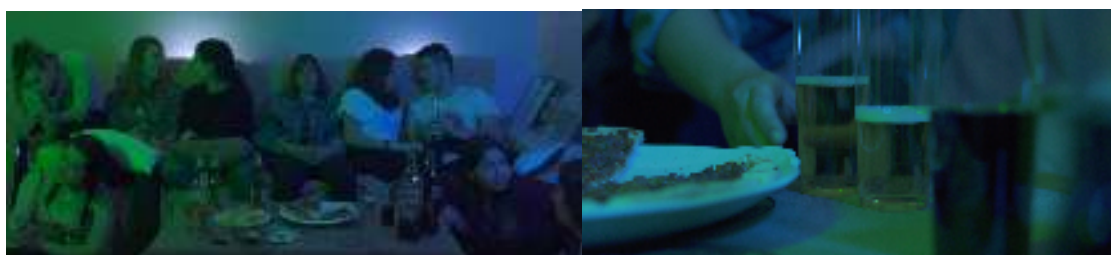


Figura 28. Selección de fotogramas en los que aparece la localización de la fiesta. Fuente: Elaboración propia, (2018)

En esta localización, la disposición original del mobiliario del salón no se alteró, tan solo se movieron de sitio algunos elementos y se incorporaron algunos nuevos.

Tabla 40. Ficha de material de arte : Elementos aprovechados / elementos nuevos (4).

ELEMENTOS APROVECHADOS	ELEMENTOS NUEVOS
<ul style="list-style-type: none"> ● Sofá ● Mesa baja ● Platos ● Cenicero 	<ul style="list-style-type: none"> ● Manta del sofá ● Vinilos ● Cervezas ● Refrescos ● Comida ● Vasos ● Colillas ● Luces LED

Fuente: Elaboración propia, (2018).

Por último, en cuanto a las **localizaciones exteriores**, no permiten un nivel de personalización o adaptación tan alto como las interiores, por ello, el trabajo para estos emplazamientos ha sido mucho menor. No se ha modificado ningún elemento mayor del sitio, tan solo se han añadido elementos de atrezzo: en la escena de la calle, se ha añadido un teléfono móvil y unos auriculares, ambos llevados por la protagonista, y en la escena de la carretera, se ha utilizado un coche para conducir por el paisaje, y dentro de él, un teléfono móvil.

b) Vestuario

En cuanto al vestuario, se le dio mucha importancia a la **ropa de Ivy**, la protagonista, porque la gama de colores que lleva puesta es una muestra de su situación emocional, además de que va acorde con la estética del videoclip.

Este primer vídeo, como ya se ha explicado, está impregnado por un **tono azul**, un color frío que se relaciona con la incomodidad que sufre Ivy. El segundo y tercer videoclips serán naranja y rojo respectivamente, colores más cálidos y que simbolizan la progresión y el bienestar. Por ello, durante todo el día, Ivy va vestida con **tonos azules**. Este vestuario se compone de una camiseta de pijama azul, un pantalón de pijama blanco con detalles azules, una chaqueta tejana azul, una camiseta azul con rayas blancas, unos pantalones negros y unas bambas negras.



Figura 29. Selección de fotogramas en los que se muestran las tonalidades azules en la vestimenta de Ivy. Fuente: Elaboración propia, (2018)

A partir del momento que Ivy se dispone a marcharse de su casa, conserva la vestimenta con la que ha estado todo el día pero sustituye la camiseta azul por una **naranja**, lo cual simboliza un cambio en su vida y, a la vez, una transición del primer videoclip (azul) y el segundo (naranja).



Figura 30. Selección de fotogramas en los que se aprecia la camiseta naranja de Ivy. Fuente: Elaboración propia, (2018)

Por otra parte, se decidió que el resto de personajes que aparecen durante el día de Ivy y que tienen relación con su situación también tuvieran detalles azules en sus vestimentas. Estos personajes son la madre de Ivy, quien lleva una camisa azul marino, la abuela de Ivy, que lleva un jersey fino azul claro y, además, las personas que andan por el pasillo de la universidad y pasan cerca de Ivy, los cuales aparecen en un universo metafórico con unas cintas azules en su ojos, simbolizando el sentimiento de Ivy de sentirse sola e ignorada.



Figura 31. Selección de fotogramas en los que se aprecian los toques azules en la vestimenta y accesorios de la madre, la abuela y los que la ignoran en la universidad. Fuente: Elaboración propia, (2018)

En cuanto al **resto de personajes** que aparecen ese mismo día y los personajes en general que aparecen en los flashbacks de días previos, se decidió no marcar un vestuario prefijado y escoger una vestimenta según la ropa que poseían los propios actores, puesto que aquí no tenían un significado en especial. La condición que se puso era que fuera de temporada primaveral, para ir acorde a la estación en la que se planeó que sucediera toda la situación. Seguidamente, se exponen algunos frames rodados con las diferentes vestimentas de los personajes:





Figura 32. Selección de fotogramas en los que se muestra la vestimenta de los demás personajes.
Fuente: Elaboración propia, (2018)

4.1.1.6 Casting

Una de las fases anteriores a la realización del primer videoclip fue la elección del elenco de actores y actrices que conformarían el proyecto.

Los personajes que se necesitaban eran los siguientes:

- IVY (chica 18-23 años): Necesario que tuviera carnet de conducir. Algunas escenas serán en ropa interior.
- MADRE (mujer 45-50 años)
- PADRE (hombre 45-50 años)
- ABUELA (mujer 65-70 años)
- PAREJA IVY (mujer 18-24 años): Cualquier etnia.

Para la búsqueda de estos perfiles, el Departamento de Producción realizó un folleto promocional donde se incluía toda la información necesaria en referencia a las características de cada personaje, las vías de contacto más destacadas, las fechas aproximadas en las que se realizaría el rodaje y los documentos necesarios para participar en el casting.

SCARS
- VIDEOCLIP -
CASTING

Ivy PERSONAJE PRINCIPAL	Padre PERSONAJE SECUNDARIO	Madre PERSONAJE SECUNDARIO	Abuela PERSONAJE SECUNDARIO
<ul style="list-style-type: none"> • Chica Joven de apariencia 18-23 años • Necesario disponer de carnet de conducir • NOTA: En algunas escenas deberá salir en ropa interior 	<ul style="list-style-type: none"> • Hombre de apariencia 40-45 años 	<ul style="list-style-type: none"> • Mujer de apariencia 45-50 años 	<ul style="list-style-type: none"> • Mujer de apariencia 65-70 años
			Amiga Ivy PERSONAJE SECUNDARIO
			<ul style="list-style-type: none"> • Mujer de apariencia 18-24 años

DISPONIBILIDAD
Fin de semana 14-15 de abril
/ 21-22 de abril / 28-29 de abril

ESTÁS INTERESADX?
Envía e-mail con el ASUNTO: SCARS + personaje seleccionado, Incluye FOTO + VIDEOBOOK (si tienes).

CONTACTO
scarstheproject@gmail.com

Figura 33. Tríptico elaborado para el proceso de inscripción del casting de *Scars*. Fuente: Elaboración propia, (2018)

Además de este folleto, se adjuntaba un texto informativo donde se especificaban otros aspectos del rodaje:

CASTING PARA VIDEOCLIP!

Se buscan varios perfiles de actor/actriz para representar SCARS, una historia juvenil explicada a través de 3 videoclips con un mensaje a favor del colectivo LGTBI+!

¿QUÉ PERFILES SE ESTAN BUSCANDO?

- ◆ IVY (PROTAGONISTA) Chica joven de apariencia 18-24 años. Es necesario que tenga carnet de conducir. En algunas escenas deberá actuar en ropa interior.
- ◆ PADRE: Hombre de apariencia 45-50 años
- ◆ MADRE: Mujer de apariencia 45-50 años
- ◆ ABUELA: Mujer de apariencia 65-70 años
- ◆ CHICA JOVEN: Apariencia 18-24 años. Cualquier etnia

¿CUANDO SE REALIZARÁ EL RODAJE?

Es importante que quien esté interesadx tenga disponibilidad para los siguientes fines de semana: 14-15 abril / 21-21 abril / 28-29 abril

Finalmente cabe decir que somos estudiantes de último curso de CAV en UAB y no será remunerado pero obviamente se cubrirán dietas y desplazamientos!

CASTING PRESENCIAL: Para poder participar debes enviar un correo a scarstheproject@gmail.com con el

asunto: SCARS + personaje, adjuntando alguna foto y videobook si tienes. A partir de aquí nos pondremos en contacto contigo para decirte hora y día de citación! TE ESPERAMOS ALLÍ! 😊😊😊

Figura 34. Información proporcionada en el casting publicado. Fuente: Elaboración propia, (2018)

Así pues, después de haber creado diferentes formatos de *posts* para promocionar la celebración del casting, el periodo de inscripción se inició el día **13 de marzo de 2018**. A partir de ese día se fueron distribuyendo a través de distintas plataformas los folletos con la información.

El principal motor del casting fueron diferentes grupos de Facebook donde se encuentran la mayoría de actores y actrices que están dispuestos a participar en productos audiovisuales de corta duración.

Los principales grupos fueron los siguientes:

- Casting actores de Barcelona ¹⁷
- Actores y actrices de Barcelona y cercanía ¹⁸

Además, la convocatoria se envió también a distintas páginas web de castings:

- Solocastings ¹⁹
- Yatecasting ²⁰

Finalmente, también se optó por enviar mensajes de texto a través de las redes sociales a escuelas de interpretación de Barcelona, donde solo tuvimos respuesta de la escuela Eòlia.

El periodo de inscripción fue de una semana de duración: del 13 de marzo al 20 de marzo de 2018. En ese periodo de tiempo se inscribieron un total de 18 personas. Sus respectivas fichas de casting se encuentran adjuntadas en el apartado *Anexos*, concretamente, en el punto *I) Ficha actores casting*.

En el mismo periodo de tiempo que se había convocado el casting, el equipo interno del proyecto, formado por Alex Barat (director del videoclip), Anabel Romero (Guionista y directora de Foto), Carla Molina (Directora de Producción) y Marta Serna (Directora de actores) realizaron varias reuniones para tratar de crear cada una de las fases del casting. La primera reunión fue el día 11 de marzo, donde se determinó el perfil de los aspirantes para representar cada uno de los personajes.

Una vez determinado el perfil de los personajes, dirección de actores se dedicó a realizar cada una de las pruebas. Al ser un proyecto donde no hay diálogo, era muy importante que el aspirante tuviera dotes de interpretación gestual y facial, de manera que a través de sus gestos pudiera conseguir transmitir emociones. A partir de esta premisa se crearon unas pruebas ajustadas a cada uno de los actings de cada personaje. Se escogieron escenas

¹⁴ Web oficial de VEVO: www.vevo.com.
nd-operated-platforms/" \h <https://hq.vevo.com/vevo-announces-changes-to-its-owned-and-operated-platforms/>
gina Oficial de Youtube Artists:<https://artists.youtube.com/> .

concretas del guión para que interpretaran de manera libre. Es por esta razón que se decidió no dar instrucciones del casting antes de realizarlo, pues se quería analizar también la capacidad de adaptación y de improvisación de cada uno de los aspirantes. Las pruebas diseñadas para el casting se encuentran adjuntadas en el apartado de *Anexos*, punto

II) Pruebas de casting (23 de marzo).

Finalmente el día 23 de marzo de 2018 se celebró el casting. Se reservó una sala polivalente en el Casal Can Portabella, Barrio de Sant Andreu, Barcelona, donde se citaron a cada uno de los aspirantes entre las 10:00h de la mañana y las 19:30 de la noche. De los 17 aspirantes, solo 8 asistieron, y 2 enviaron posteriormente un videocasting para poder evaluar su actuación.

En el caso de el personaje de Abuela, se acordó no realizar un casting presencial, porque se encontró a una persona que tenía mucha ilusión y ganas de participar, se le hizo una entrevista y finalmente se consensuó que sería Lourdes Cepero quien lo representará.

Una vez realizado el casting, se realizó una reunión con el equipo, formado por Alex Barat (Director del videoclip y director de arte), Anabel Romero (Guionista y directora de fotografía), Carla Molina (Dirección de producción) y Marta Serna (Directora de actores) para poner en común las opiniones en relación al casting y finalmente se optó por los siguientes actores y actrices:

Tabla 41. Ficha curricular de actriz principal.

IVY	
	NEUS GISPERT
	25 años
	Experiencia
	<p>ESTUDIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Col·legi de Teatre de Barcelona, con directores como Ester Nadal, Jorge Picó y Thomas Sauerteig. - Formaciones de clown con profesionales como Pepa Plana, Jango Edwards y Guillem Albà. - Recibe formación de canto y baile y actualmente se está introduciendo en el mundo del teatro social. <p>EXPERIENCIA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Spots publicitarios, cortometrajes y videoclips. - Proyectos teatrales actuales: “Félix Cumpleaños”, de Joan Xancó y “Lloronas” de Jaume Viñas, ambas ganadoras de un premio de público en distintos festivales.

Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 42. Ficha curricular de actores secundarios.

PADRE	PAREJA IVY	MADRE	ABUELA
			
JULIO CÉSAR ANDREA , 45 años	MINNA ANTÓN DE VEZ, 19 años	LAURA FEDERICO, 48 años	LOURDES CEPERO, 78 años

Fuente: Elaboración propia, (2018).

Además de los personajes principales, era necesario contar con figuración, personas que no necesariamente tuvieran formación ni dotes para la interpretación pero que tuvieran facilidad y experiencia en el rodaje de proyectos audiovisuales. Es por esta razón que optamos por seleccionar a gente conocida por miembros del equipo que estuvieran dispuestos a aparecer ante la cámara. Eran necesarios en dos localizaciones:

SECUENCIA 3 ESCENA 6: PASILLOS

Facultad de Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona, Cerdanyola del Vallès

Únicamente era necesaria una persona que desempeñará el papel de amiga de IVY, el resto formaban parte de un “tumulto” de gente que paseaba por los pasillos a contracorriente de la protagonista. Estas personas podían ser chicas o chicos de edades comprendidas entre los 18 y los 25 años.

Tabla 43. Ficha de figurantes (1).

CARLA MOLINA	Amiga de IVY
LUZ LOZANO	Figuración
AÏDA JIMÉNEZ	Figuración
YERAY TOLEDANO	Figuración
LORENA MORENO	Figuración
JARA BURILLO	Figuración
MARTA NEBOT	Figuración
ARACELI JIMÉNEZ	Figuración

ARLET RODRÍGUEZ	Figuración
------------------------	------------

Fuente: Elaboración propia, (2018).

SECUENCIA 4 - ESCENA 7: FIESTA

Casa particular, Santa Perpètua de Mogoda, Barcelona

Eran necesarias 3 personas que tendrían un peso considerable en la trama y 7 restantes que fueran simplemente figuración. Este grupo de personas eran conocidos del equipo de producción, aunque también se contó con la participación de chicas que se presentaron para un papel en el casting y que se les dio la oportunidad de aparecer como figurantes. Estas personas debían cumplir el requisito de tener entre los 15 y los 25 años. Finalmente se prestaron a colaborar las siguientes personas:

Tabla 44. Ficha de figurantes (2).

LUZ LOZANO	Pareja lesbiana
IRINA PEDREROL	
CARLA MOLINA	Amiga de IVY
MARY RUBIO	Figuración
ANDREA PLAZAS	Figuración
SANDRA CAMPOS	Figuración
ORIOLO HURTADO	Figuración
ANNA ORIOLO	Figuración
AINHOA PARRILLAS	Figuración
NICOLE BARRANCO	Figuración

Fuente: Elaboración propia, (2018).

4.1.1.7 Análisi de la preproducción

a) Etapas de la creación inicial

El proceso de preproducción se puede dividir en dos fases distintas: en primer lugar el proceso de creación de la idea genérica del proyecto: el *brainstorming*²¹ y por otro lado el proceso de preproducción como tal una vez definida la temática. Hay que destacar que este apartado sólo atañe a lo referido al videoclip a nivel visual. El procedimiento de creación y preproducción del apartado musical (la canción) se describe en el apartado 4.1.4 *Canción Escape*.

1. Brainstorming

²¹ Concepto que hace referencia a la técnica de creatividad basada en la lluvia de ideas.

La fase primaria de creación del presente proyecto fue una de las etapas más densas de todo el proceso de desarrollo. Desde un inicio se intentó realizar un proyecto diferente con pocos referentes, por lo que adaptar el formato del proyecto a una historia que convenciera al equipo fue de lo más costoso. Una de las premisas de guión era no crear una historia para jóvenes convencional. Se pretendía jugar con la ciencia ficción, las metáforas a través de una historia fácil de comprender. Des del equipo de guión, se presentaron 7 sinopsis posibles y a partir de ellas se fue desarrollando lo que finalmente fue *Scars*. Este proceso, estará detallado en el apartado *4.1.1.3 Guión*.

Una vez determinada la historia se necesitó realizar una línea de la trama donde aparecieran los puntos de giro de la historia para determinar qué se desvelaría en cada uno de los videoclips. A partir de ese croquis se pudo empezar a realizar la preproducción del proyecto, empezando por el guión.

2. Fase de preproducción del videoclip *Escape*

El primer paso para la creación del primer videoclip de *Scars* fue la creación de una sinopsis primaria. Una vez se aprobó, el departamento de guión, encabezado por Anabel Romero, realizó el guión literario, gracias al cual el departamento de producción musical pudo empezar a componer la canción. Una vez se obtuvo el guión literario, se obtuvo la siguiente información para poder seguir el proceso de preproducción:

- Características físicas, carácter y personalidad de los personajes
- Características de cada localización
- Necesidades generales en cada escena

El primer paso fue poner en marcha el proceso de casting (proceso especificado anteriormente en el apartado *4.1.1.6 Casting*), se determinó el equipo técnico necesario en función del nivel de complejidad del guión literario (definido en el apartado *4.1.1.7 b) Equipo técnico*) y finalmente se buscaron las localizaciones acordes a las especificaciones de la historia. Una vez elegidas, se fueron a visitar cada una de ellas, aprovechando a la vez para realizar un desglose de material: por un lado el attrezzo, las necesidades lumínicas, las necesidades de realización y las de producción. Todos estos aspectos quedaron apuntados en una tabla llamada escaleta general (explicada en el apartado *4.1.1.7 d) Desglose de material*).

b) Equipo técnico

El equipo base del proyecto está formado por únicamente 3 personas, que tal y como se ha especificado en el apartado de *1.4 Metodología*, además de tener roles diferenciados, han sido el equipo creador del proyecto. Para la realización de este primer videoclip se contempló buscar ayuda en un equipo externo que pudiera llevar a cabo tareas muy importantes en el proceso de producción de *Scars*. Definiendo un rol para cada persona se diversificarían las responsabilidades, hecho que a la hora de la práctica sería mucho más sencillo y metódico. La decisión de delegar trabajo en personas externas fue una de las decisiones más importantes y determinantes de este proyecto, pues gracias a ello el trabajo durante el rodaje fue ameno y distendido.

A continuación, se especifica quién conformó el equipo final:

Tabla 45. Información equipo Scars.

INFORMACIÓN EQUIPO SCARS			
	NOM	ROL	FORMACIÓN
CREACIÓN Y DIRECCIÓN	Alex Barat	Director / Dirección de arte	4º Grado en Comunicación Audiovisual, UAB
	Anabel Romero	Dirección visual	4º Grado en Comunicación Audiovisual, UAB
	Carla Molina	Producción	4º Grado en Comunicación Audiovisual, UAB
EQUIPO EXTERNO	Marta Serna	Dirección de actores Control de raccord	4º Grado en Comunicación Audiovisual, UAB
	David Zambudio	Creación Making Off	4º Grado en Comunicación Audiovisual, UAB
	Anna Salcedo	Creación Making Off / <i>Gaffer</i>	4º Grado en Comunicación Audiovisual, UAB
	Judith Navarro	Script	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, UAO
	Montse Pena	<i>Gaffer</i> Ayudante de iluminación	Grado de iluminación, EMAV
	Carla Bustamante	Control de Drone	Curso Avanzado de Piloto de Dron/RPA, CONDOR PILOT ROYAL TRAINING, S.L*
	Angela Linares	Caracterización Maquillaje	Curso intensivo de maquillaje Nivel Básico, SOLE CESTER (3 meses) Curso de maquillaje profesional Nivel 1, SOLE CESTER (3 meses) Curso de maquillaje profesional Nivel 2, SOLE CESTER (3 meses) Curso Fantasía y Caracterización, STICK ART STUDIO (6 meses)

	Anna Fuentes	Caracterización Maquillaje	Curso Fantasía y Caracterización, STICK ART STUDIO (6 meses)
	Carla Egea	Caracterización Maquillaje	Curso Formación completa (11 meses), STICK ARTS STUDIO
	Arantxa Guzman	Caracterización Maquillaje	Curso Formación completa (11 meses), STICK ARTS STUDIO
	María Romero	Caracterización Maquillaje	Curso Formación completa (11 meses), STICK ARTS STUDIO

Fuente: Elaboración propia, (2018).

*Adjunto en Anexos III) Documento Certificado Carla Bustamante, Piloto Avanzado de Dron/RPA sión de derechos Certificado adjuntado en ANEXOS

	Imagen
	Producción
	Making off
	Acting
	Maquillaje y caracterización
	Arte

En este apartado se tratará únicamente el trabajo que se llevó a cabo durante la preproducción. En el apartado 4.1.2.2 *Organización del equipo técnico en el rodaje* se especificará el desarrollo final de la organización durante la grabación del presente videoclip.

El primer paso fue la distribución de tareas entre el equipo interno. En función de los intereses audiovisuales de los tres miembros del grupo, Anabel se encargó del guión y de la dirección visual del proyecto, además de ser la operadora de cámara; Carla se encargó de la producción de todo el proyecto, mientras que Alex, a parte de su labor como productor musical, en el videoclip desempeñó las tareas de director de arte y director general del videoclip. Este último rol fue determinado porque había la necesidad de crear un referente durante todos los días de grabación, pero en realidad todas las decisiones de dirección fueron tomadas por el equipo base.

DIRECCIÓN DE ACTORES

A este pequeño grupo se añadió a **Marta Serna**, estudiante de Comunicación Audiovisual en la Universidad Autónoma de Barcelona. Se contactó con ella porque el equipo sabía de su interés por el contacto con los actores y su precisión y perfeccionismo en el set de grabación. Todas estas actitudes eran para el equipo creador un apoyo muy importante. Desempeñó un papel activo tanto en la preproducción como en la producción de *Escape*. Llevó a cabo la dirección de actores, creando las pruebas de cada uno de los personajes para el casting presencial y dando soporte en la decisión final del elenco.

GAFFER

El rol de *gaffer* fue uno de los más indispensables para la Dirección Visual del proyecto. Anabel, aparte de ser Directora Visual del videoclip fue la única operadora de cámara, por lo que fue muy importante la presencia de **Montse Pena** y **Anna Salcedo**. Por un lado, Montse, a parte de su formación en iluminación en la EMVA (Escola de Mitjans Audiovisuals de Barcelona) tiene una larga experiencia en rodajes y en *photoshoots*, hecho que aportaba un punto de vista externo y profesional al rodaje. Por otro lado, Anna Salcedo es una persona con mucha creatividad visual y con un gran feeling creativo con la Directora Visual del proyecto, Anabel Romero, por lo que sus estilos se dirigían al mismo lugar y sería fácil el trabajo en común.

CARACTERIZACIÓN Y MAQUILLAJE

A diferencia de los anteriores roles, el equipo no conocía a nadie que pudiera realizar esta tarea. Es importante destacar la función imprescindible que tenía la caracterización en este videoclip, ya que se debían realizar brechas por todo el cuerpo a modo de efectos especiales. Finalmente, Dirección de producción, encabezado por Carla Molina, contactó con la Jefa de caracterización del programa Super3 de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, Anna Muixí, quien le facilitó el contacto de tres maquilladores/caracterizadores que podían colaborar. **Leandro Tirreno**, **Ana Fuentes** y **Angela Linares** fueron los tres maquilladores con los que tratamos. En un inicio se realizó una primera toma de contacto con ellos en ImaginCafé el 4 de abril, donde se pudieron acabar de definir las ideas sobre la estética de las brechas, además del tipo de maquillaje de la actriz principal según el día de rodaje y la escena. También se acordó el material necesario y se abonó al equipo.

MAKING OFF

Para el equipo de este proyecto, era muy importante tener imágenes externas durante la grabación del videoclip. Es por esta razón que se contempló tener a una persona que desempeñará esa función. Para este rol se contempló como primera opción a **Anna Salcedo**.

SCRIPT

Una de las tareas más indispensables en una grabación audiovisual es el control de lo que se graba, si es una buena toma o no y qué nombre tienen los clips. Esta función se le otorgó a **Judith Navarro**, persona de confianza del equipo interno y quien aceptó a la primera trabajar con el equipo.

CONTROL DE DRON

Una vez se planteó el rodaje en exteriores, concretamente en carreteras externas de la población de Sant Andreu de Salou, se contempló la posibilidad de captar imágenes del

paisaje. Para ello se decidió incluir en el proyecto imágenes de dron. Dirección de producción se encargó de establecer el contacto con **Carla Bustamante**, que accedió desde el primer momento a participar. Su trabajo tuvo un coste total de 50€.

c) Localizaciones

En la presente descripción de la preproducción del primer videoclip de proyecto *Scars*, es importante destacar cómo ha sido el proceso de búsqueda de cada una de las localizaciones y el porqué de su elección final, teniendo en cuenta las necesidades del Departamento de Arte, de Fotografía y de Producción.

Hay que tener en cuenta que al ser un equipo formado por estudiantes y por lo tanto, con un nivel de ingresos económicos bajo, en muchas ocasiones se ha optado por recurrir a localizaciones accesibles a nivel económico y también cercanas a lugares de residencia del equipo, que son los que se conocen mejor.

El presente videoclip se ha realizado en 7 localizaciones, 5 de las cuales se encuentran en un mismo ambiente.

- **CASA**

Se ha optado por elegir una localización que fuera accesible para todo el equipo y a la vez tuviera mucha disponibilidad, pues la mayoría de días de grabación se realizarían en este lugar. Por lo que se refiere al área de arte se buscaba un lugar con habitaciones de colores muy claros como el blanco y de estilo muy minimalista. Pero a su vez desde el área de producción se primaba mucho el hecho que fuera económico. Ha habido un proceso de búsqueda muy largo, en el que se descartaron diferentes opciones por problemas de presupuesto (demasiado caro su alquiler) o por problemas de estética (paredes de colores vivos, etc). Finalmente se ha recurrido a usar una casa que tiene las características que se definían anteriormente. Además, tenía total disponibilidad, era la vivienda de uno de los integrantes del equipo, por lo que las dietas estaban garantizadas gracias a la ayuda de algunos familiares en la elaboración de comidas y cenas del equipo. Esta aportación facilitó mucho el rodaje del proyecto. La presente localización se encuentra en Malgrat de Mar (Barcelona). En la casa se usaron como sets de rodaje independientes 4 estancias: 2 habitaciones (la que corresponde a la de Ivy y a la de los padres de ésta) el baño y el salón.

- **PASILLOS UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA**

Se han empleado los pasillos interiores de la Facultad de Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona como escenario para grabar unos de los flashbacks que presenta el primer videoclip del proyecto. Se trata de unos pasillos de iluminación tenue, de estética simple, recubiertos de madera lisa y sin ningún tipo de decoración adicional. Para poder acceder a ella, se pidió permiso al equipo de deganado de la Facultad de Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, quienes nos cedieron el espacio el día 4 de mayo entre las 8:00 de la mañana y las 18:00 de la tarde.

- **ESPACIO METAFÓRICO**

El inicio del videoclip (ESCENA 1) está formado por una serie de imágenes donde IVY, la protagonista del proyecto, se encuentra estirada desnuda en un fondo blanco y unas imágenes abstractas aparecen sobre su piel. Para su realización se reservó la sala nº44, ubicada en la planta baja en la Facultad de Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Para poder trabajar en ella, se acudió a los despachos del Decanado de la Facultad de de Comunicación, y se reservó desde las 10:00h de la mañana hasta las 19:30h de la tarde. Esta gestión fue muy sencilla de hacer gracias a la administración de la Facultad.

- **CARRETERAS, SANT ANDREU DE SALOU**

Hacia el final del videoclip Ivy escapa con coche hacia algún sitio indeterminado. A nivel visual se pedía que fuera un lugar armónico. Producción necesitaba que se localizara cerca de Malgrat de Mar, el lugar donde se rodaría el resto de escenas para poder aprovechar los días y grabar otras escenas localizadas en el mismo pueblo. Sant Andreu de Salou se encuentra a 40 minutos en coche de Malgrat de Mar, por lo que era bastante accesible.

- **CASA 2: FIESTA**

Se empleó una casa distinta para realizar la escena donde Ivy estaría haciendo una fiesta con amigos. Fue fácil de conseguir, pues pertenece a Carla, integrante del equipo principal. Dirección de Imagen necesitaba únicamente que hubiera una pared lisa, un sofá grande y una mesa baja para colocar el *attrezzo* de la fiesta. Hay que destacar que en un inicio, tal como se especifica en el apartado *4.1.1.5 Arte*, esta escena se iba a realizar en la entrada de unos cines, pero después de debatir entre el Departamento de Dirección de Imagen y el de Dirección de Producción se determinó que era preferible grabar en un espacio interior para controlar la iluminación y por la accesibilidad de los figurantes para llegar al set de rodaje.

- **CALLE**

Por exigencias de guión, tenía que haber una escena que se grabará en el exterior de la calle. A nivel artístico y de imagen era totalmente irrelevante su estética, por lo que se optó por priorizar la cercanía al lugar de grabación principal, Malgrat de Mar. Así pues, se estableció el lugar de rodaje en una calle cercana a la casa donde se grabó: C/ Fàbrica de l'aigua.

- **CARRETERAS, MALGRAT DE MAR**

Para evidenciar la marcha de la protagonista en coche, se requería buscar al menos dos localizaciones donde se pudiera conducir sin molestar al tráfico habitual. La velocidad de conducción del coche iba a ser de 30km/h pero se debería grabar varias veces, por lo que era necesario una localización a la cual no accediera cualquier persona para poder maniobrar y dar la vuelta en el momento que se necesitará. Por un lado se escogió Sant Andreu de Salou, anteriormente mencionado y por otro lado se escogió una carretera a las afueras de Malgrat, concretamente la carretera que da acceso a un conjunto de campings y bungalows llamado Camí de la Pomerada.

d) Desglose de material

En la fase de preproducción del primer videoclip, que tal como se ha mencionado anteriormente recibe el nombre de *Escape*, se ha realizado un desglose de material para contabilizar el total de material que se requería.

Hay que tener en cuenta que se está realizando el análisis sobre el primer videoclip de los tres que conforman el proyecto. En el momento que se vayan a realizar el resto de videoclips pensados el proceso de trabajo será parecido al que se expone a continuación.

El proceso de desglose de material ha sido llevado a cabo por las tres áreas de trabajo principales: por un lado, y una vez definidas las localizaciones (analizadas en el anterior apartado), el departamento de arte, encabezada por Alex Barat, se ha encargado de imaginar la estética de cada uno de los lugares donde se iba a rodar. Una vez tomada la idea general de la estética, el departamento visual, encabezado por Anabel Romero ha propuesto el material técnico requerido para la grabación en cada una de las localizaciones.

Una vez pasado el filtro por parte del equipo creativo, formado por los tres integrantes del presente proyecto, se han ido a visitar cada una de las localizaciones, de manera que producción ha ido anotando en una tabla de desglose elemento por elemento todo aquello necesario, además de organizar bien el espacio en el caso que se requiriera. Este análisis de material se ha realizado a través de dos documentos: por un lado una escaleta general (adjuntada en el departamento de *Anexos* en el punto *IX*) *Escaleta general*), donde aparecen mencionados todos los aspectos a tener en cuenta según la escena de rodaje, entre ellos la ambientación (*atrezzo*) y el material técnico, que son los aspectos que atañen a este apartado. El documento modelo de esta escaleta ha sido extraído de documentos originales de productos realizados en Televisió de Catalunya (TV3), gracias a Carla Molina, quien encabeza la producción del proyecto y que a la vez está realizando las prácticas curriculares universitarias en la producción del programa Super3. A este documento se le ha añadido una variable por necesidades del proyecto, pues en algunas escenas donde se ha requerido un cambio del espacio original, se ha usado la numeración para describir la posición de cada elemento. Además de este documento de referencia para todas las áreas de trabajo, se ha realizado una tabla clasificatoria (explicada a continuación) de creación propia con la descripción exhaustiva de cada elemento, su precio y la fuente de donde se va extraer (ya sea comprado o de propiedad).

- *Escaleta general*

Se trata de un documento que engloba todas las necesidades en función de las áreas de trabajo y la escena a grabar. Se relaciona con diferentes documentos externos, pero sobretudo con el guión literario y el técnico. Del guión literario se ha extraído información referida a los personajes presentes en cada escena (primera columna), parte de los elementos de *atrezzo*(cuarta columna) y a la presencia de la caracterización(tercera columna). Por otro lado, del guión técnico se ha extraído la información referida a la necesidades de realización, de producción, al desglose del material técnico de iluminación (última columna).

También aparece referenciado en función del guión técnico el número de planos que se van a rodar seguidos en esa escena. A grandes rasgos esta escaleta es un resumen de todo lo que se deberá tener en cuenta en cada escena, sin establecer un orden cronológico de rodaje aún.

- *Tabla clasificatoria de material*

Para la realización de esta tabla se ha tenido en cuenta todo el material necesario, por un lado teniendo en cuenta las necesidades del departamento de arte y fotografía y por otro las del departamento de producción. Todo este material está contemplado en la escaleta general en función de cada localización y a la vez de cada escena. Como se puede apreciar en la tabla, cada localización tiene un color diferente y a su vez dentro de cada localización se precisa que material adicional se requerirá en cada escena englobada en esa misma localización, pues hay elementos que se mantienen y otros que varían porque tienen relación con la acción.

También se hace una distinción entre el material que se debe comprar y el que ha sido prestado por parte de algún miembro del equipo o conocido.

También aparece anotado el vestuario de cada personaje en función de la localización. En ocasiones es distinta en función de esta variable, por lo que aparece repetido en cada una de las tablas. Hay que tener en cuenta que la mayoría de vestuario fue consensuado con cada uno de los actores y actrices. Previamente al rodaje se expusieron el tipo de vestuario que se había imaginado para cada personaje. Fueron los actores y actrices que en buena parte de las ocasiones trajeron su propio vestuario, por un lado para que se sintieran lo más cómodos posibles y por otro por cuestiones de presupuesto, se intentó aprovechar al máximo todo el material que cada integrante del equipo pudiera aportar.

Tabla 46. Listado de material de producción.

MATERIAL PRODUCCIÓN	
	QUIÉN LO TIENE?
CLAQUETA	<u>Araceli/Aída</u>
MEGÀFONO	<u>Araceli/Aída</u>
FOTOCOPIAS SCRIPT + CARPETA	Carla
CINTA PARA CLAQUETA	Comprado
PINZAS DE MADERA	Comprado
ESTUCHE CON: BOLÍGRAFOS / LÁPICES / GOMA	Carla
MEDIDOR	Carla

Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 47. Listado de atrezzo y vestuario.

AMBIENTACIÓN ESPACIOS				
LOCALIZACIÓN	ACCESORIO	QUIEN LO TIENE?	VESTUARIO	QUIÉN LO TIENE?
CRÉDITOS	ESCENA 0 / ESCENA 1			
	(x3) Jarrones azules	Comprar (Anabel)	IVY	
			Culotte blanco	Neus (Actriz)
	Hortensia hoja grande	Comprado		
Proyector	Carla			
HABITACIÓN	ESCENA 2			
	Sábanas blancas y azules	Anabel		
	ESCENA 2 / ESCENA 4/ ESCENA 9			
	Libro <i>Hard-Boiled Wonderland And The End Of The World</i>	Comprado (Alex) - 9,34 euros	IVY	
	Hortensia hoja grande	Comprado	Pijama	Carla
	Reloj/despertador azul	Anabel		
	Edredón	Anabel		
	Manta azul + fundas cojines	Anabel		
	Cojines grandes	Anabel		
	Muebles	Anabel		
	Luces blancas/azules	Eliminadas		
Libros carcasa azul	Anabel			

	Butaca	Anabel	
	Lámpara de pie	Carla	
	Fotos IVY	Neus (Ivy)	
	Foto grande carretera	Comprado	
	Vela blanca	Anabel	
	ESCENA 4		
	Calendario	Creado - Alex	
	Rotulador rojo	Alex	
	ESCENA 10		
	Mochila grande	Anabel	IVY
	Ropa varia	Anabel	Camiseta naranja
	Libro Murakami	-Alex	
	ESCENA 17		
			IVY
			Vestuario verano
		AMIGA IVY	
		Vestuario verano	
		MADRE	
		Vestuario verano	
BAÑO	ESCENA 3 / ESCENA 9		
	Jabón Gel azul	Comprado	IVY

	Tarro para el Jabón	Comprado	Pijama	Carla	
	Jarrón azul	Comprado			
	Planta plástico azul	Comprado			
	Sales de baño	Comprado			
	Goma de pelo	Carla			
CALLE	ESCENA 5				
	Auriculares	Carla	IVY		
	Movil	Anabel	Chaqueta tejana azul	Neus (Ivy)	
			Pantalones negros	Neus (Ivy)	
			Mochila	Neus (Ivy)	
			PAREJA IVY		
			Jersey	Marta	
			Pantalones	Minna (Pareja Ivy)	
	PASILLO UAB	ESCENA 6			
Cintas azules		Anabel	IVY		
		Chaqueta tejana azul	Neus (Ivy)		
		Pañuelo azul	Neus (Ivy)		
		Pantalones negros	Neus (Ivy)		
		Mochila	Neus (Ivy)		
FIESTA	ESCENA 7				
	Pizzas	Comprado	IVY		

	Bolsas de patatas	Comprado	Chaqueta tejana azul	Neus (Ivy)		
	Cerveza (6 latas)	Comprado	Pañuelo azul	Neus (Ivy)		
	Botellas 1,5L refrescos	Comprado	Pantalones negros	Neus (Ivy)		
	Vasos de plástico	Comprado	Mochila	Neus (Ivy)		
	Botellas de alcohol	Comprado				
	Sofá	Carla				
	Tela Blanca sofá	Alex				
	Cenicero y colillas	Alex				
	Mesa baja	Carla				
	Móvil	Carla				
	Luces habitación Anabel	Anabel				
	Luces LED neón	Comprado				
SALÓN	ESCENA 8 / ESCENA 11 / ESCENA 13					
	Centro bolas	Anabel			IVY	
	Fotos familia IVY	Neus (Ivy)			Chaqueta tejana azul	Neus (Ivy)
	Plato	Anabel	Pañuelo azul	Neus (Ivy)		
	Papel albal	Alex	Pantalones negros	Neus (Ivy)		
	Cubiertos	Anabel	Mochila	Neus (Ivy)		
	Servilletas	Anabel	Camiseta azul	Neus (Ivy)		
	Lámpara de pie	Carla	Camiseta naranja	Neus (Ivy)		

			ABUELA	
			Ropa general	Lourdes (Abuela)
			MADRE	
			Ropa general	Laura Federico (Madre)
CARRETERA + COCHE	ESCENA 12 / ESCENA 14 / ESCENA 16			
	Móvil	Carla	IVY	
	Mochila gris y roja	Anabel	Camiseta naranja	Neus (Ivy)
			Pañuelo azul	Neus (Ivy)
			Pantalones negros	Neus (Ivy)
			Mochila	Neus (Ivy)
	HABITACIÓN PADRES	ESCENA 15		
		PADRE		
		Zapatillas casa	Julio César (Padre)	
		Batín	Julio César (Padre)	
		MADRE		
		Zapatillas casa	Laura Federico (Madre)	
		Batín	Laura Federico (Madre)	

Fuente: Elaboración propia, (2018)

Por otro lado, se expone el material necesario genérico para la mayoría de días de rodaje.

Tabla 48. Material técnico.

MATERIAL TÉCNICO	
	Proveedor
Sony Alpha 7s	Temps Record
Objetivo Canon 35mm	Particular
Metabon	Particular
Objetivo 130mm	Temps Record
Trípode	Propio
Gelatinas (CTO/CTB/CTG)	UAB
Monitor	Avisual Pro
Kino Led 120cm	Avisual Pro
Kino Led 60cm	Avisual Pro
Caja de cuarzos (3)	Particular
Grabadora TASCAM	Temps Record
Micro	Temps Record
Percha	Temps Record
Difusor	Particular
Reflector	Particular
Torchas (2)	Particular
Dron Karma GoPro	Particular
Proyector	Escuela de Adultos de Santa Perpètua de Mogoda
Ordenador	Escuela de Adultos de Santa Perpètua de Mogoda
Estabilizador	Propio

Fuente: Elaboración propia, (2018).

Por lo que se refiere al material fotográfico (cámara, objetivos, etc) en un inicio se contempló la opción de alquilarlo en la empresa de Barcelona Avisual Pro. Finalmente, el estudio de grabación Temps Record prestó la cámara al equipo durante todos los días del rodaje sin ningún coste. Por otro lado, los objetivos y el metabón fueron cedidos por Aleix Font, director de fotografía y persona de confianza del equipo.

Como se puede apreciar en la tabla anterior, el único material que se tuvo que alquilar semanalmente con un coste a cambio fueron los Kinos Led (de 120cm y de 60cm con sus respectivos ceferinos), además de un monitor externo Shogun Flame 4K. Finalmente, tanto el material de sonido, como los filtros de iluminación (CTO, CTB, CTG, difusor y reflector), torchas y el set de cuarzos fueron prestados por un particular.

A parte del material genérico para cada rodaje, hubo tres elementos que solo se emplearon en casos concretos: un proyector y un ordenador, ambos cedidos por la Escuela de Adultos de Santa Perpètua de Mogoda y usado para proyectar imágenes sobre la piel de la protagonista el día 20 de abril de 2018; y un dron *Karma Gopro*, teledirigido por Carla

Bustamante y con el que se contó el día 22 de abril de 2018 para captar imágenes en Sant Andreu de Salou.

e) Presupuesto

En este apartado, se presenta el presupuesto que contempla el valor real de la realización del videoclip *Escape*. En el siguiente link aparece todo el presupuesto dividido en capítulos: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1wGyAwb6y1oZ8Yqz6Vwy67cyEGWMxH_PILx4-oPxFYvc/edit#gid=1889051834

Cabe destacar que el proyecto *Scars* se concibió desde el inicio como un trabajo universitario realizado por jóvenes, hecho que comportaba que el nivel de inversión del proyecto fuera bajo (pues no había una fuente de ingresos constante, ni tampoco tenía el apoyo de ninguna productora o entidad pública). Esta era una limitación muy determinante para el desarrollo del proyecto, pues podría implicar consecuencias negativas en el resultado final del proyecto. Es por este motivo que el equipo base se marcó ciertos objetivos económicos y con ellos ítems que garantizaran mínimos de calidad del mismo a nivel visual y sonoro. La primera premisa era tener un material técnico a la altura (camara semiprofesional, buen equipo de iluminación, grabación de la canción en un estudio de música con un equipo profesional, etc), por lo que el equipo se centró en garantizar en primer lugar la obtención de este, siempre y cuando estuviera garantizado que fuera a un mínimo coste posible. El proceso de obtención de estas premisas fue difícil a priori, se tuvo que realizar un trabajo de búsqueda de material. Finalmente simplemente se invirtió en dos Kinos Leds y un monitor, elementos que se consideraron fundamentales para poder grabar en unas circunstancias óptimas en interiores. La segunda premisa fue cubrir desplazamiento y dietas a todo el equipo, hecho que consideramos indispensable para que este estuviera en las mejores condiciones y no tuvieran que gastar dinero.

En el resto de departamentos se intentaría rebajar al máximo el presupuesto a través de la cesión de material externo y localizaciones asequibles.

El resultado de este esfuerzo ha sido satisfactorio y es un hecho a destacar de la producción del videoclip *Escape*, sobretodo la habilidad que ha tenido el equipo de conseguir todos los recursos necesarios a un coste real de 1372,93€ de un proyecto valorado en 30205,14€.

A continuación se adjuntan los dos resúmenes presupuestarios, donde se contempla la diferencia entre lo que ha costado el proyecto y el valor real del trabajo realizado durante todo el proceso de creación de *Escape* desde el principio. Hay que destacar que este presupuesto solo contempla todos los procesos de creación del primer videoclip, no de la elaboración del trabajo general de concepción del proyecto *Scars*.

Tabla 49. Resumen presupuesto real.

RESUMEN	TOTAL
CAP.01.- GUIÓN MÚSICA	72,28
CAP.02.- PERSONAL ARTÍSTICO	5,00
CAP.03.- EQUIPO TÉCNICO	5,00
CAP.04.- ESCENOGRAFÍA	143,60
CAP.05.- RODAJE, SONORIZACIÓN Y DIVERSOS PRODUCCIÓN ...	143,64
CAP.06.- MAQUINARIA, RODAJE Y TRANSPORTE	633,60
CAP.07.- VIAJES, HOTELES Y DIETAS	324,11
CAP.10.- SEGUROS	36,56
CAP.11.- GASTOS GENERALES	5,00
CAP.12.- GASTOS DE EXPLOTACIÓN Y FINANCIEROS	5,00
	1.879,39

Fuente: Elaboración propia, (2018).

Tabla 50. Resumen presupuesto venta.

	TOTALES
CAP01 GUIÓN Y MÚSICA	1.172,24
CAP02 PERSONAL ARTÍSTICO	7.806,20
CAP03 EQUIPO TÉCNICO	16.126,73
CAP04 ESCENOGRAFÍA	1.308,10
CAP05 MONTAJE VISUAL Y CREACIÓN DE LA CANCIÓN	1.340,04
CAP06 MAQUINARIA DE RODAJE	1.997,17
CAP07 VIAJES, HOTELES Y DIETAS	324,11
CAP08. SEGUROS	36,56
COSTE DE REALIZACIÓN	30.205,14
Productor ejecutivo	0,00
(3% beneficios)	0,00
Gastos generales generales (Cap.09)	0,00
Publicidad(Cap. 10.01.)	0,00
COSTE TOTAL	30.205,14

Fuente: Elaboración propia, (2018).

A continuación se analizará cada uno de los capítulos del presente presupuesto con el objetivo de poner en valor todo el trabajo realizado y llegar a entender el nivel de competitividad del proyecto así como su rentabilidad económica.

Antes, se debe tener en cuenta que para la realización de este presupuesto se ha tenido en cuenta el número de días reales que se ha hecho un trabajo computable en este proyecto. Aunque el presente se haya realizado en una extensión de 6 meses, de estos solo se cuentan el número de días que realmente se han dedicado expresamente al trabajo, teniendo en cuenta que una jornada laboral es de 8 horas de duración.

CAPÍTULO 1 : GUIÓN Y MÚSICA

Tabla 51. Presupuesto *Escape*: Capítulo 1.

CAPÍTULO 01.- Guión y Música										
Núm. Cuenta	Descripción	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	RECURSOS HUMANOS		MATERIALES		COSTE TOTAL	
					PROFESIONALES	OTROS	MATERIALES	OTROS		
01.01.	Guión									58.12
01.01.01.	Derechos de autor (Anibal Romera, Alex Barce, Carla Molina)									58.12
	Tarifa de inscripción por obra									12.12
	Emisión de certificado de inscripción									4.62
	Copias de inscripción									3.93
01.02.	Música									1.158.14
01.02.01.	Derechos de autor de la canción									12.12
	Tarifa de inscripción por obra									12.12
	Emisión de certificado de inscripción									4.62
	Copias de inscripción									3.93
01.02.02.	Compositor de la canción		30.00	3.00		1.000.00		5.00		418.00
01.02.03.	Cantante		18.36	3.28		18.36		7.12		200.00
01.02.04.	Coros		40.00	4.00		20.00		3.00		17.00
			40.00	4.00		20.00		2.00		17.00
			40.00	4.00		20.00		3.00		17.00
			40.00	4.00		20.00		2.00		17.00
TOTAL CAPÍTULO 01										1.172.24

Fuente: Elaboración propia, (2018).

El primer capítulo hace referencia a los derechos tanto del guión como de la música utilizados en el proyecto. En el caso del presente proyecto tanto el guión como la música son de creación propia, por lo que implica un registro de ambos productos por separado.

Según el portal web de la Generalitat de Catalunya, la propiedad intelectual “es una forma de protección prevista a la Ley de propiedad intelectual que lo configura como un registro de derechos relativos a las obras y otras producciones protegidas. La inscripción no es obligatoria, ni constitutiva de la adquisición de los derechos ni de la cesión,”(...) pero “se presume que los derechos existen y pertenecen al titular en la forma determinada en los asentamientos registrales” (Departament de cultura de la Generalitat de Catalunya, 2018).

Tanto para registrar el guión como la canción hace falta dirigirse a la oficina de Registro de la Propiedad más cercana con los diferentes modelos rellenados (en el caso del presente proyecto, la situada en Gran Via de les Corts Catalanes). En el portal web también aparecen los distintos modelos a rellenar en función del tipo de obra.

En ambos casos se debería rellenar el formulario A1 con la información en referencia al autor, pero en cambio el guión se debería registrar con el modelo B4, destinado a obras audiovisuales, mientras que la canción se debería registrar con el modelo B2, para obras musicales. Como se aprecia en la tabla anterior en ambos casos se debería pagar el mismo precio por su registro (36,10€).

Por otro lado, el presente Capítulo 1 del presupuesto hace referencia al valor real de la creación propia de la canción. Para llevarla a cabo hay que destacar el trabajo de un compositor, que ha trabajado durante 18 días reales en un proceso que comportado las siguientes fases:

- **COMPOSICIÓN** - 2 días
- **PRODUCCIÓN** - 12 días
- **GRABACIÓN DE VOCES** - 2 días
- **EDICIÓN** - media jornada
- **MEZCLA** - 1 días mezcla
- **MASTERIZACIÓN** - media jornada

En general, los contratos musicales en la mayoría de ocasiones son pactado con un cliente. De hecho, se han buscado los precios más habituales de un salario de compositor y no se ha obtenido resultado, por lo que se ha recurrido a analizar datos expuestos en distintas páginas web relacionadas con los contratos musicales. En el portal web Buscar instrumentos, Jaime Echagüe en el artículo *¿Cuál es el precio digno por bolo o actuación musical?* explicaba que normalmente el sueldo de un músico está en la mayoría de ocasiones pactado con el cliente, por lo que se ha aproximado un valor medio de 60€ por día trabajado (Echagüe, 2015).

Por otro lado también se ha puesto en valor el trabajo de la cantante y los coristas de la canción. En ambos casos solo se contempla su trabajo el día de grabación de las voces. Para una correcta organización, se ha establecido un día para la grabación de la voz principal y media jornada más para la realización de los coros.

Para poder conseguir el salario bruto de la cantante Sílvia Farrés, se ha recurrido al artículo de Lucía Lijtmaer en El Español, titulado *Cuánto cobra un músico en España*, que recordaba que según el convenio estatal del personal de salas de fiesta, baile y discotecas en un mínimo de 114,16€ por actuación. Este ha sido el sueldo que se asemeja más al tipo de rol que ha tenido Sílvia Farrés (Lijtmaer, 2017).

Por otro lado, para calcular el sueldo de los coristas, en el mismo caso que en la búsqueda de sueldos de compositor, no se ha encontrado una cifra base. Aún así, se ha determinado un precio en función del sueldo de referencia: el de la cantante. El salario final es de 40€/día, por lo que finalmente el valor de su trabajo ha sido de 20€.

Para calcular el salario total tanto del compositor de la canción como para la cantante y coristas, se debe aplicar a su sueldo base las retribuciones del IRPF. Hay que destacar que todo el equipo sería contratado como autónomo, pues su trabajo se realizaría por días contados, por lo cual únicamente se deberá contemplar la retribución de IRPF del 15%, el establecido según el artículo de Debitoor *Modelos de factura para profesionales de la cultura* de Javier López.

El IRPF, según el portal web de Agencia Tributaria de Catalunya, “es un tributo de carácter personal y directo que grava, según los principios de igualdad, generalidad y progresividad, la renta de las personas físicas de acuerdo con su naturaleza y sus circunstancias personales y familiares” (Agencia Tributaria de Catalunya, 2018).

Para realizarlo, se debe multiplicar el sueldo base por el 15%, dividirlo entre el número de días trabajados y dividirlo entre 100. De esta manera encontraremos el valor de la retribución final. El valor del IRPF se deberá restar al salario base, y de esta manera se obtendrá finalmente el salario neto (Agencia Tributaria del Gobierno de España, 2018).

CAPÍTULO 2: PERSONAL ARTÍSTICO

Tabla 52. Presupuesto Escape: Capítulo 2.

CAPÍTULO 02.- Personal artístico		CONCEPTO	TOTAL ANUALIDAD	FRONTERA (MENSUAL)	FRONTERA (DIARIA)	FRONTERA (HORAS)
02.01. Protagonista			942	0	4.962	81
02.01.01	Maria Lopez	942	0	4.962	41.77	4.773
02.02. Secundarios				2.490	240	2.977
02.02.01	Juan Carlos	495	2.490	24.90	36.37	331.11
02.02.02	Juli César Andra	495	2.490	24.90	36.37	377.27
02.02.03	Maria Victoria	495	2.490	24.90	36.37	371.11
02.02.04	Francisco Gomez	495	2.490	24.90	36.37	369.27
02.03. Figuración				912	34	752
02.03.01	Luis Lopez	183	912	91.20	9.31	33.76
02.03.02	Mary Roldo	183	912	91.20	9.31	33.76
02.03.03	Andrés Pérez	183	912	91.20	9.31	33.76
02.03.04	María Victoria	183	912	91.20	9.31	33.76
02.03.05	Francisco Gomez	183	912	91.20	9.31	33.76
02.03.06	Diego Lopez	183	912	91.20	9.31	33.76
02.03.07	Jose Carlos	183	912	91.20	9.31	33.76
02.03.08	Andrés Pérez	183	912	91.20	9.31	33.76
02.03.09	Mary Victoria	183	912	91.20	9.31	33.76
02.03.10	Francisco Gomez	183	912	91.20	9.31	33.76
02.03.11	Maria Victoria	183	912	91.20	9.31	33.76
02.03.12	Jose Carlos	183	912	91.20	9.31	33.76
02.03.13	Andrés Pérez	183	912	91.20	9.31	33.76
02.03.14	Andrés Pérez	183	912	91.20	9.31	33.76
02.03.15	Maria Victoria	183	912	91.20	9.31	33.76
CAPÍTULO 02				5.476.77		7.506.26
TOTAL CAPITULO 02						7.506.26

Fuente: Elaboración propia, (2018).

Para calcular el valor real del trabajo del equipo técnico se debe tener en cuenta diferentes conceptos: en primer lugar hay que averiguar cual es el sueldo base de cada uno de los perfiles laborales. En el caso del presente proyecto hay una actriz protagonista, cuatro secundarios y quince figurantes. Para saber su sueldo base, se ha recurrido a la información que aparece en el BOE (Boletín Oficial del Estado) en relación a los sueldos (por sesión, semana o mes) de producciones de bajo presupuesto, que según el documento son aquellas que tienen un coste igual o inferior a 750.000€.

Tabla 53. Tablas salariales del Convenio audiovisual estatal.

Obras de bajo presupuesto

Producciones con coste hasta 750.000 euros.

Papel	Por sesión – Euros	Por semana – Euros	Por mes – Euros
Protagonista	542,47	2.451,44	6.537,20
Secundario	443,84	1.973,81	5.508,31
Reparto	345,21	1.426,47	4.046,26
Pequeñas Partes	138,08	570,58	1.618,5

Fuente: Dirección General de Empleo (Lunes 16 de mayo de 2016). Resolución de 3 de mayo de 2016, de la Dirección General de Empleo, por la que se registra y publica el III Convenio colectivo estatal regulador de las relaciones laborales entre los productores de obras audiovisuales y los actores que prestan servicios en las mismas, Madrid, España, Ministerio de Empleo y Seguridad social. Recuperado el 13 de mayo de 2018 de http://www.uniondeactores.com/fileadmin/archivos_contenidos/pdfs_docs/Convenios_y_tarifas/2016_III_Convenio_Audiovisual_Estatal_Espana_BOE.pdf

Como en el BOE no se contempla el sueldo del figurante, se ha encontrado una tabla de tarifas salariales del 2018 con los sueldos aproximados de actores y actrices de teatro en la Comunidad de Madrid, realizada por la Unión de Actores y Actrices. En este documento sí que aparece contemplado el sueldo del figurante por día y ha sido la cifra escogida como referencia para establecer un valor final.

Tabla 54. Tarifas 2018 Teatro, Comunidad de Madrid, Unión de Actores y Actrices.

TEATRO		
TEATRO DE TEXTO Y GESTUAL		
Categoría	€/día*	€/mes**
Ensayo (todas las categorías)	42,29	42,29/día
Protagonista	161,81	3133,63
Secundario	104,55	2067,65
Reparto	78,10	1503,76
Pequeñas partes	54,62	1076,46
Figurante	43,91	850,23

TEATRO MUSICAL		
Categoría	€/día*	€/mes**
Ensayo (todas las categorías)	42,29	42,29/día
Protagonista	210,95	4611,64
Secundario	136,00	2979,57
Elenco/Reparto	101,73	2226,31
Sustituto/Cover	101,73	2226,31
Complemento diario protagonista	79,50	79,50/día
Complemento diario secundario	25,12	25,12/día
Pallavante/Swing	118,86	2602,96
Alternante protagonista	161,81	161,81/día
Alternante secundario	104,54	104,54/día
Cantante de Cabina/Both	86,74	1891,54
Pequeñas partes/Figurante con frase	71,75	1556,75
Figurante	62,10	1356,99

Fuente: Unión de Actores y Actrices (2018). Tarifas 2018 Teatro Comunidad de Madrid, Madrid, España, Unión de Actores y Actrices. Recuperado el 15 de mayo de 2018 de http://www.uniondeactores.com/images/web/adjuntos/convenios-y-tarifas/20180703_Tabla_Tarifas_Minimas_Actores_Teatro_2018.pdf

Para calcular el sueldo establecido de cada una de las categorías, se ha contemplado únicamente el realizado durante los días de rodaje. Estos han sido los siguientes:

Tabla 55. Días de rodaje de los actores/actrices.

ACTRIZ PROTAGONISTA - Ivy	9 días
ACTRIZ SECUNDARIA - Pareja Ivy	2 días
ACTRIZ SECUNDARIA - Madre Ivy	2 días
ACTRIZ SECUNDARIA - Abuela Ivy	1 día
ACTOR SECUNDARIO - Padre Ivy	1 día
FIGURANTES (15)	1 día

Fuente. Elaboración propia, (2018).

Una vez establecidos los días de trabajo real, se deberá saber el sueldo base de un día de trabajo (expresado en la tabla anterior) y multiplicarlo por el número de días trabajados.

El valor expresado se ha interpretado como el sueldo bruto, pero aún se le deberán aplicar descuentos por el impuesto IRPF. Tal como se ha comentado anteriormente, todo el equipo ha sido contratado como trabajadores autónomos, por lo que únicamente se le debe retraer un 15% de IRPF.

Una vez realizado el cálculo, explicado anteriormente, se debe restar el valor del IRPF al sueldo base y así es como se obtendrá el sueldo neto de cada uno de los trabajadores.

CAPÍTULO 3: EQUIPO TÉCNICO

Tabla 56. Presupuesto *Escape*: Capítulo 3.

CAPÍTULO 03.- Equipo técnico			COSTE JORNADA	TOTAL JORNADAS	REMUNERACIONES DÍAS (€)	RETORNO DÍAS (€)	COSTE TOTAL (€)
Núm. Cuenta	03.01. Dirección				6.728,80	14,23	6.683,07
03.01.01.	Directoría		35,16	04 días	6.091,50	14,23	6.091,50
	Directoría de guion		34,98	12 días	661,10	0,00	661,10
	Directoría casting		33,29	16 días	460,80	9,31	497,31
	Directoría arte		38,09	16 días	1.000,20	10,31	1.015,91
	03.02. Producción				1.558,11	0,00	1.543,71
03.02.01.	Productora ejecutiva		0,00	04 días	0,00	0,00	0,00
03.02.02	Ayudante de producción		37,00	27 días	1.558,11	0,00	1.543,71
	CAPÍTULO 03						10.219,49
CAPÍTULO 03			COSTE JORNADA	TOTAL JORNADAS	REMUNERACIONES DÍAS (€)	RETORNO DÍAS (€)	COSTE TOTAL (€)
Núm. Cuenta	03.03. Fotografía				3.241,04	32,61	3.204,03
03.03.01.	Directoría fotografía		100,00	22 días	2.343,00	15,90	2.300,00
03.03.02.	Operador/a de cámara		74,50	3 días	670,97	11,10	655,00
03.03.03.	Ayudante de eléctrico (fotógrafo)		36,54	4 días	367,37	0,61	394,01
	03.04. Decoración				327,00	0,45	319,50
03.04.01.	Ayudante de ambientación		36,54	3 días	327,00	0,45	319,50
	CAPÍTULO 03						6.271,30
CAPÍTULO 03			COSTE JORNADA	TOTAL JORNADAS	REMUNERACIONES DÍAS (€)	RETORNO DÍAS (€)	COSTE TOTAL (€)
Núm. Cuenta	03.05. Maquillaje				690,38	15,53	658,31
03.05.01	Maquillador/a		33,29	3 días	371,80	9,31	367,00
	Ayudante maquillador/a		36,09	3 días	179,30	0,96	181,39
	03.06. Peluquería				512,80	6,64	625,09
03.06.01.	Peluquería		37,00	3 días	474,80	0,64	494,31
	CAPÍTULO 03						719,31
	03.07. Sonido				179,70	0,00	186,01
03.09.03.	Montador/a sonido		39,00	3 días	179,70	0,00	186,01
	03.08. Montaje				584,61	14,14	600,49
03.10.01.	Montador/a imagen		34,23	7 días	559,61	14,14	600,49
	TOTAL CAPÍTULO 03						16.125,73

Fuente: Elaboración propia, (2018).

Es importante tener en cuenta la diferencia existente entre el personal que ha trabajado en la realización de *Escape* comparado con el que sería necesario. Por un lado, se estableció un equipo con el mínimo de personas, establecidas sobretodo en función del volumen de trabajo de cada uno de los departamentos. Aún así, hubo roles repetidos, pues en la mayoría de ocasiones se alteró el equipo por incompatibilidad horaria con las horas de

rodaje del videoclip. En el caso que se realizara el videoclip con las máximas garantías, el proyecto únicamente tendría a una persona por rol. Estos serían los siguientes:

Tabla 57. Recuento días de trabajo equipo técnico Scars.

DIRECTOR/A	64 días	<ul style="list-style-type: none"> - Concepción del trabajo (4 meses), 2 días a la semana - Preproducción (1 mes y medio) 3 días a las semana - Rodaje: 9 días - Postproducción (1 mes y una semana): 2 días a la semana
DIRECTOR/A GUIÓN	12 días	<ul style="list-style-type: none"> - Creación guión literario: 7 días - Reunión equipo: determinación personajes y localizaciones: 1 día - Corrección guión: 2 días - Localizar: 1 día - Casting: 1 día
DIRECTOR/A CASTING	15 días	<ul style="list-style-type: none"> - Rodaje: 9 días - Casting: 1 día - Reunión equipo: determinación personajes y localizaciones: 1 día - Convocatoria casting: 2 días - Contacto actores: 2 días
DIRECTOR/A ARTE	15 días	<ul style="list-style-type: none"> - Reunión y definición de instrucciones guionista-arte-producción - director- 1 día - Localizar - 2 días - Desglose material - 2 días - Búsqueda y compra de material - 1 día - Rodaje - 9 días
PRODUCTOR/A EJECUTIVO	64 días	<ul style="list-style-type: none"> - Concepción del trabajo (4 meses), 2 días a la semana - Preproducción (1 mes y medio) 3 días a las semana - Rodaje: 9 días - Postproducción (1 mes y una semana): 2 días a la semana
AYUDANTE PRODUCCIÓN	27 días	<ul style="list-style-type: none"> - Preproducción (1 mes y medio) 3 días a las semana - Rodaje - 9 días - Postproducción: 1 día
DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA	22 días	<ul style="list-style-type: none"> - Realización guión técnico - 7 días - Reunión equipo general - 1 día - Búsqueda referencias - 4 días - Búsqueda material necesario - 1 - Rodaje - 9 días
OPERADOR/A DE CÁMARA	9 días	<ul style="list-style-type: none"> - Rodaje - 9 días
AYUDANTE DE ELÉCTRICO (FOQUISTA)	9 días	<ul style="list-style-type: none"> - Rodaje - 9 días

AYUDANTE DE AMBIENTACIÓN	9 días	- Rodaje - 9 días
MAQUILLADOR/A	9 días	- Rodaje - 9 días
AYUDANTE MAQUILLADOR/A	3 días	- Rodaje grietas
PELUQUERO/A	9 días	- Rodaje - 9 días
MONTADOR/A SONIDO	3 días	- Montaje sonido - 3 días
MONTADOR IMAGEN	6 días	- Montaje imagen - 7 días

Fuente: Elaboración propia, (2018).

Hay que destacar que en el equipo técnico hay diferencias sustanciales de días de dedicación según el departamento. Únicamente se están contabilizando las días reales de trabajo (entendiéndose estos como jornadas de ocho horas) de la realización de *Escape* y por lo tanto, no se está contemplando el seguimiento real del proyecto a lo largo de los 6 meses. Para saber el sueldo base se ha vuelto a recurrir al BOE, concretamente al acta de la Comisión negociadora del convenio colectivo de la industria de producción audiovisual.

Tabla 58. Resolución de 10 de abril de 2017, de la Dirección General de Empleo, por la que se registran y publican las tablas salariales para el año 2017 del Convenio colectivo del sector de la industria de producción audiovisual -técnicos-

ANEXO 1.2

Técnicos en producciones cuya explotación primaria sea su explotación en salas cinematográficas- bajo presupuesto

Este table salariai será aplicable únicamente a producciones cinematográficas con un presupuesto mínimo de 750.000 euros.
El salario semanal incluye la prometa de pagos extraordinarios y la compensación económica de las vacaciones.
El salario mensual incluye la prometa de pagos extraordinarios y la compensación económica de las vacaciones.

Categorías profesionales	Salario base			
	Semanal	Semanal de horas	Semanal de horas	Días
		1,2	1,533	3,75
Equipo de Producción				
A) Producción:				
Director de Producción.....	871,34	1.132,74	1.395,70	3.260,07
Jefe de Producción.....	586,32	805,22	1.021,47	2.407,50
Ayudante de Producción.....	403,42	524,45	618,45	1.512,17
Auxiliar de Producción.....	254,39	333,71	389,99	953,55
Secretaria de Producción.....	254,39	333,71	389,99	953,55
B) Dirección:				
Primer Ayudante de Dirección.....	600,32	805,22	1.021,47	2.407,50
Supervisor de Construcción/Script.....	403,42	524,45	618,45	1.512,17
Segundo Ayudante de Dirección.....	266,55	345,48	402,59	960,05
Auxiliar de Dirección.....	254,39	333,71	389,99	953,55
Equipo de Casting:				
Director de Casting.....	448,77	678,90	800,30	1.860,39
Ayudante de Casting.....	266,55	345,48	402,59	960,05
Equipo de Cámara:				
Director de Fotografía.....	746,59	989,16	1.142,90	2.794,49
Operador Especialista de Cámara (steadycam, subtermea).....	521,87	678,43	800,02	1.956,14
Operador de Cámara.....	521,87	678,43	800,02	1.956,14
Primer Ayudante de Cámara/Focista.....	400,72	520,94	614,31	1.502,05
Auxiliar de Cámara.....	254,39	333,71	389,99	953,55
Post-Flja.....	266,55	333,27	400,02	976,07

Categorías profesionales	Salario base			
	Semanal	Semana de 45 horas	Semana de 50 horas	Mes
		1,3	1,333	3,75
Equipo de Sonido				
Jefe de Sonido	512,59	688,21	789,74	1.921,20
Ayudante de Sonido	400,72	520,94	614,31	1.502,08
Auxiliar de Sonido	254,29	320,71	369,56	953,55
Equipo de Iluminación				
Jefe de Iluminación	328,17	424,01	500,01	1.222,57
Eléctrico	290,69	369,22	400,02	978,07
Ayudante de Iluminación	254,29	320,71	369,56	953,55
Equipo de Montaje				
Jefe de Montaje	318,69	411,91	485,74	1.187,57
Montador	290,69	369,22	400,02	978,07
Ayudante de Montaje	254,29	320,71	369,56	953,55
Equipo de Decoración				
Director de Arte	699,69	897,59	1.011,25	2.472,50
Decorador	605,74	787,49	888,61	2.270,58
Regidor	400,72	520,94	614,31	1.502,08
Ayudante de Decoración	279,58	363,49	428,59	1.047,95
Equipo de Ambientación/Atrezzo				
Ambientador	443,77	576,90	680,30	1.693,39
Alfombrado	363,09	472,01	566,60	1.380,95
Ayudante de Ambientación	254,29	320,71	369,56	953,55
Carpintero/Pintor de Rodaje	290,26	346,14	408,16	999,03
Asistencia de Rodaje	224,29	290,71	349,99	859,56
Ayudante de Atrezzo	254,29	320,71	369,56	953,55
Auxiliar de Ambientación	254,29	320,71	369,56	953,55
Equipo de Construcción				
Jefe de Construcción	318,69	411,91	485,74	1.187,57
Jefe de Carpintería	294,01	369,21	439,38	1.064,58
Jefe de Pintura/Embossado	294,01	369,21	439,38	1.064,58
Jefe de Modelaje	294,01	369,21	439,38	1.064,58
Construccion de Atrezzo	290,26	346,14	408,16	999,03
Carpintero	290,26	346,14	408,16	999,03
Pintor/Embossador	290,26	346,14	408,16	999,03
Modelador	290,26	346,14	408,16	999,03
Equipo de Vestuario				
Figurante	512,59	688,21	789,74	1.921,20
Estilista	400,42	520,45	618,45	1.512,17
Ayudante de Costura/Ayudante de Figurante	290,26	346,14	408,16	999,03
Jefe de Sustreria	363,09	472,01	566,60	1.380,95
Ayudante de Sustreria	290,26	346,14	408,16	999,03
Sastre	290,26	346,14	408,16	999,03
Equipo de Maquillaje y Peluquería				
A) Maquillaje	443,77	576,90	680,30	1.693,39
Ayudante de Maquillaje	279,58	363,45	428,59	1.047,95

Fuente: Dirección General de Empleo (24 de abril de 2017). Resolución de 10 de abril de 2017, de la Dirección General de Empleo, por la que se registran y publican las tablas salariales para el año 2017 del Convenio colectivo del sector de la industria de producción audiovisual -técnicos-, Madrid, España, Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Recuperado el 13 de mayo de 2018 de <https://www.boe.es/boe/dias/2017/04/24/pdfs/BOE-A-2017-4475.pdf>

En él, aparecen los salarios base por meses, semanas, semanas de 45 horas y de 50. Para averiguar cual es es salario bruto de cada miembro del equipo, se ha cogido el salario por semana y se ha dividido entre 7 para saber cuál es el salario bruto por día. Una vez conseguido este valor se ha multiplicado por el número de días que la persona haya trabajado.

Una vez obtenido el sueldo base de cada uno de los trabajadores, se le debe restar el 15% de IRPF, que tal y como se ha especificado anteriormente, es el que aplica a toda persona que trabaja como autónomo.

Una vez realizado el cálculo del total de IRPF a retener, se debe restar al importe base para cada profesión. Así es como finalmente se obtendrá el salario neto de cada trabajador.

Nº. Cuenta			DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
04.03. Vestuario						489,10	489,10
04.03.01. Vestuario alquilado		Camisa blanca	100	piezas	12,90	12,90	
		Camisa blanca	100	piezas	9,90	9,90	
		Camisa blanca	100	piezas	12,90	12,90	
		Pantalon negro	100	piezas	13,90	13,90	
		Camisa negra	100	piezas	4,90	4,90	
		Pantalon negro	100	piezas	14,90	14,90	
		Jersey estampado	100	piezas	9,90	9,90	
		Camisa estampada	100	piezas	29,90	29,90	
		Pantalon negro	100	piezas	15,90	15,90	
		Camisa negra	100	piezas	9,90	9,90	
		Chaqueta blanca	100	piezas	25,90	25,90	
		Culotte blanco	100	piezas	5,90	5,90	
		Jersey negro	100	piezas	9,90	9,90	
		Camisa negra	100	piezas	14,90	14,90	
		Jersey color lila	100	piezas	13,90	13,90	
		Pantalon negro	100	piezas	13,90	13,90	
		Pantalon negro	100	piezas	20,90	20,90	
		Chalco blanco	100	piezas	17,90	17,90	
		Jersey blanco	100	piezas	24,90	24,90	
		Zapatos	100	piezas	37,90	37,90	
		Zapatos	100	piezas	40,90	40,90	
		Zapatos	100	piezas	50,90	50,90	
		Zapatos	100	piezas	45,90	45,90	
		Zapatos	100	piezas	28,90	28,90	
04.03.02. Complementos		Calentador	100	piezas	2,40	2,40	
04.04. Varios					14,90	14,90	
04.05.01. Material maquillaje		Materiales cosméticos	100	piezas	10,90	10,90	
TOTAL CAPÍTULO 04						1.309,10	

Fuente: Elaboración propia, (2018).

En el Capítulo 4 se presenta todo lo necesario para la escenografía del videoclip *Escape*. Se hace referencia a todo el material comentado anteriormente en los apartados 4.1.1.5 *Arte* y d) *Desglose de material*, donde se incluye también el valor real del alquiler de espacios interiores para el rodaje, material fungible, el vestuario y el maquillaje necesario.

Cabe destacar que durante el rodaje de *Escape* no se invirtió en el alquiler de espacios, aunque el valor aproximado de estos estaría entorno a los 50€/día y 45€/día. Este precio se ha establecido al comparar algunos pisos publicados en el portal web de localizaciones aptas para rodajes de *Barcelona Film Comission*.

CAPÍTULO 5: CREACIÓN MUSICAL Y VARIOS PRODUCCIÓN

Tabla 60. Presupuesto Escape: Capítulo 5.

CAPÍTULO 05.- Creación musical y varios producción			OTRO JORNADA	COSTE JORNADA	COSTE TOTAL
05.02. Montaje visual y creación musical					1.706,43
05.02.01.	Sala de montaje	Hangar	9 días	30,00	270,00
05.02.03.	Sala de doblaje	Hangar	1 día	30,00	30,00
05.02.05.	Sala de grabación de la canción, edición, mezcla y mástering	Temps Record	9 días	300,00	2.700,00
CAPÍTULO 05					1.159,43
CAPÍTULO 05.- Creación musical y varios producción			OTRO JORNADA	COSTE JORNADA	COSTE TOTAL
05.03. Varios producción				143,64	143,64
05.03.01.	Gasolina, Reparaciones, etc.	Transporte Dami Montornès (14042018)	1 día	5,88	5,88
		Transporte Dami A. (2014-2018)	1 día	4,12	4,12
		Transporte Sara Andreu Salas (22042018)	1 día	6,25	6,25
		Transporte Agudo (23042018)	1 día	6,64	6,64
		Transporte molera (24042018)	1 día	6,43	6,43
		Transporte Clara Montornès (04-052018)	1 día	6,24	6,24
05.03.02.	Material amortizado	Ordenador	9 días	0,00	0,00
		Disco duro (Nadie Mark)	9 días	50,17	50,17
		Target SD 3408 (Media Mark)	9 días	51,26	51,26
TOTAL CAPÍTULO 05					1.340,04

Fuente: Elaboración propia, (2018).

En el presente capítulo se analiza el valor real de la postproducción del videoclip como también la producción musical de la canción realizada, además de algunos gastos de producción en transporte.

En referencia al primer apartado, destinado a la preproducción, cabe destacar que el equipo ha realizado una tarea en la cual no ha tenido que invertir. Cabe destacar el valor de esta tarea, que además de contar con el salario de dos montadores (uno de audio y otro de imagen expuestos anteriormente) significa un alquiler de salas de edición y de grabación específicas. Concretamente se han escogido las que proporciona la empresa Hangar, donde se pueden encontrar alquileres de salas a precios accesibles para estudiantes.

En referencia a la creación de la canción principal del videoclip, hay que hacer especial mención a la gran colaboración del estudio de grabación musical Temps Record, quien ha cedido sus salas de grabación para poder realizar la grabación de las voces como el proceso de edición, mezcla y mástering. Este trabajo tiene el valor de 1016,40€ (presupuesto adjunto en el apartado XI) *Presupuesto Temps Record en Anexos*.

Finalmente, se destaca todo lo invertido en transporte por parte de producción. Se incluye el precio del transporte tanto de figurantes, actores y actrices como de material técnico.

CAPÍTULO 6: MAQUINARIA DE RODAJE

Tabla 61. Presupuesto *Escape*: Capítulo 6.

CAPÍTULO 06.- Maquinaria de rodaje			PROVEEDOR	TOTAL CANTIDAD	COSTE, URMIDA	COSTE TOTAL
Materiales						1.916,17
06.01. Maquinaria y elementos del rodaje						
06.01.01.	Cámara principal	Sony Alpha 7s	Avisual Pro	1	270,00	270,00
	Cámara secundaria	Kameo GoPro	Tempo	1	50,00	50,00
06.01.02.	Objetivos especiales y complementarios.	Objetivo Canon 50mm	Avisual Pro	1	70,00	70,00
		Objetivo Sony 35mm	Avisual Pro	1	70,00	70,00
		Objetivo Sony 24-105mm	Avisual Pro	1	150,00	150,00
06.01.03.	Accesorios	Metabon	Avisual Pro	1	0,00	0,00
		Estabilizador	Avisual Pro	1	210,00	210,00
		Monitor	Avisual Pro	1	60,00	60,00
06.01.04.	Material iluminación alquilado	Kinos Led 100cm	Avisual Pro	6	633,50	3.801,00
		Kinos Led 30 cm	Avisual Pro	1	70,00	70,00
		Torchas	Avisual Pro	1	0,00	0,00
		Escudo	Avisual Pro	1	0,00	0,00
		Caja cuarzos (2)	Avisual Pro	1	0,00	0,00
		Gelatinas (CTO, CTB, CTG, Difuser)	Avisual Pro	1	12,00	12,00
		Reflector	Avisual Pro	1	0,00	0,00
06.01.05.	Equipo de sonido principal	Grabador TASCAM	Avisual Pro	1	110,00	110,00
		Monitor	Avisual Pro	1	10,00	10,00
		Bateria	Avisual Pro	1	10,00	10,00
06.01.06.	Otros	Proyector	Escuela de Adultos de Santa Perpètua de Mogoda	1	0,00	0,00
		Trípode	Avisual Pro	1	0,00	0,00
TOTAL CAPÍTULO 06						1.916,17

Fuente: Elaboración propia, (2018).

En este apartado aparece detallado el material técnico que se necesitó para rodar *Escape*. El material más importante, la cámara principal y los objetivos fueron cedidos por diferentes entidades: la cámara, un objetivo y el material para grabación de sonido, el estudio de grabación musical Temps Record; y una persona de confianza del equipo, Aleix Font, prestó el metabon y otro objetivo 35mm. Por lo que respecta a material de iluminación como las gelatinas, la caja de cuarzos y las torchas, etc fue cedido también por un conocido del equipo. También la Escuela de Adultos de Santa Perpètua cedió un proyector para la grabación de una escena inicial del videoclip. Finalmente, cabe destacar el único desembolso de dinero en material, que fue en el alquiler de Kinos Led, la grabación con dron y un monitor/grabador que permitiera grabar en 4K a la empresa Avisual Pro, que costó concretamente 633,50€. En total, hay que otorgarle valor a la cantidad de material que se requirió, valorado en 1916,17€ y obtenido a un precio muy reducido en comparación al valor real del material.

CAPÍTULO 7: VIAJES, HOTELES Y DIETAS

Tabla 62. Presupuesto *Escape*: Capítulo 7.

CAPÍTULO 07.- Viajes, hoteles y dietas				PROG+G2018	TOTAL CORRIENTES	COSTE TOTAL
07.01	07.01. Localizaciones:					76,36
07.01.01.	Viaje Localización 1	Malgrat de Mar		Periplo Jr	2,000	10,00
07.01.02.	Viaje Localización 2	Sant Feliu de Guíxols		Periplo Jr	1,000	6,25
07.01.03.	Viaje 2 Localización 3	Santa Perpètua de Mogoda		Periplo Jr	1,000	6,11
	07.02. Viajes:					141,88
07.02.01.	Transporte actriz protagonista (wy)		14042018 24042018-02042018 28042018 28042018-02042018 04052018 05052018 16052018-05052018	TDA Coche grupo Renta Coche grupo TDA Periplo Coche grupo	1,000 2,000 1,000 2,000 1,000 1,000 2,000	6,00 10,00 0,00 7,44 0,00 0,00 0,00
07.02.02.	Transporte actriz secundaria (rodaje)		18042018 18042018	Periplo Periplo	1,000 1,000	6,00 6,00
07.02.03.	Transporte actriz secundaria (parajo wy)		21042018 18042018	Periplo Periplo	1,000 1,000	6,00 5,88
07.02.04.	Transporte actor secundario (padre wy)		18042018	Periplo	1,000	6,00
07.02.05.	Transporte Maquilladora (María Romero)		05042018-02042018	Coche grupo	2,000	10,00
	Transporte Maquilladora (Arantxa Guzmán)		28042018-02042018	Periplo	2,000	12,00
07.02.06.	Transporte Making Off		21042018-02042018-28042018-28042018-05052018-05052018	Coche grupo	5,000	30,88
	07.03. Hoteles y dietas					162,24
07.03.01.	Comidas en días de rodaje		06042018 06042018 24042018-02042018 28042018-28042018 06042018-05052018-05052018	TDA Elaboración Elaboración TDA Maquilladora Maquilladora Groom	1,000 1,000 2,000 2,000 1,000 1,000	21,00 24,00 12,00 20,00 24,00 18,00
	TOTAL CAPÍTULO 07					324,11

Fuente: Elaboración propia, (2018).

El Capítulo 7 engloba todos aquellos gastos relacionados con el transporte y las dietas. El primer apartado detalla el gasto en viajes de preproducción a localizar donde se grabaría definitivamente; en el segundo apartado (07.02 Viajes) se detalla cada uno de los trayectos cubiertos por el equipo. En este caso, Neus Gispert, la actriz principal del videoclip ha sido a quien se ha tenido que trasladar más para llegar hasta el lugar donde se grababa; pero también se le ha cubierto el transporte al resto de actores y actrices. En referencia al equipo técnico, María Romero y Arantxa Guzmán fueron las dos maquilladoras a las que se le abonó sus gastos en transporte, incluyendo también a David Zambudio, quien realizó el Making Off. Hay que destacar que para el resto de personal técnico no se ha abonado el transporte porque ha sido el propio equipo base del proyecto quien se ha hecho cargo de su traslado.

En referencia a las dietas, durante cada fin de semana se ha realizado una compra aproximada para poder cubrir desayunos, comidas y cenas. En el caso de todos los días de rodaje, las elaboraciones han sido en un domicilio (ya fuera Malgrat de Mar o Santa Perpètua de Mogoda).

CAPÍTULO 8: SEGUROS

Tabla 63.Presupuesto *Escape*: Capítulo 8.

			CAPÍTULO 8.- Seguros	
Núm cuenta				COSTE TOTAL
	08.01. Seguros.			35,55
08.01.02.	Seguros de material de rodaje	11/04/2018 - Kino LED 120cm, Kino LED 60cm, Monitor Shogun Flame 4K	-	5,94
		18/04/2018 - Kino LED 120cm, Kino LED 60cm	-	5,13
		18/04/2018 - Monitor Shogun Flame 4K	-	3,42
		26/04/2018 - Kit 2 Kino LED 120cm, Monitor Shogun Flame 4K	-	7,02
		02/05/2018 - Kit 2 Kino FilmGear 120cm, Monitor Shogun Flame 4K	-	14,04
		TOTAL CAPÍTULO 10		35,55

Fuente: Elaboración propia, (2018).

En relación a los seguros, el único que se ha contemplado ha sido el del material de rodaje alquilado. Este aparece anotado según la comanda y el día de reserva, pues el seguro variaba en función del precio final del alquiler. El equipo reservó en 5 ocasiones el material, en los 5 casos el mismo material o parecido pero en periodos de tiempo más largos o más cortos (de tres días máximo de durada)

CAPÍTULO 9: GASTOS GENERALES

Tabla 64.Presupuesto *Escape*: Capítulo 9.

			CAPÍTULO 9.- Gastos generales		
			COSTE JORNADA	TOTAL JORNADAS	COSTE TOTAL (mes)
Generales.			0,00		
Alquiler oficina	Casal Can Portabella	-	0,00	70 días	0,00
Material de oficina	Propio	-	0,00	70 días	0,00
	TOTAL CAPÍTULO 9				0,00

Fuente: Elaboración propia, (2018).

El alquiler de la oficina tendría coste nulo, pues el Casal Can Portabella, en el barrio de Sant Andreu ofrece salas para reservar durante largos periodos de tiempo y durante todo el proceso de creación del proyecto se podría utilizar. Esto implica que no haría falta el gasto en agua, luz ni gas, ni tampoco material de oficina, pues únicamente se usarían ordenadores propios.

CAPÍTULO 10: GASTOS DE EXPLOTACIÓN

Tabla 65. Presupuesto *Escape*: Capítulo 10.

CAPÍTULO 10.- Gastos de explotación, comercial y financieros				CONTR. JORNADA	TOTAL JORNADA	CONTR. TOTAL (€)
12.01. Publicidad				0		0
12.02.01.	Materia publicitaria		0,00	4 días	0,00	0,00
12.02.02.	Making off		0,00	3 días	0,00	0,00
TOTAL CAPÍTULO 12						0,00

Fuente: Elaboración propia, (2018).

En el caso de *Escape*, cualquier tipo de marketing para dar a conocer el videoclip se ha realizado invirtiendo el mínimo dinero, intentando a la vez no perjudicar al proyecto en sí.

4.1.2 Producción

4.1.2.1 Calendario

Después de establecer un timing aproximado para la realización de la totalidad del primer videoclip, se concretaron 4 semanas entre los meses abril y mayo de 2018 para encajar los horarios del rodaje. Para poder combinar la disponibilidad del equipo técnico y artístico, se acordó rodar los fines de semana, incluyendo algún viernes, pues en alguna localización no se podía rodar en días festivos como sábado o domingo. A continuación se adjunta el horario final de rodaje, donde se incluye información referida a las localizaciones, las escenas grabadas, la presencia de caracterización especial y los personajes implicados.

Tabla 66. Calendario rodaje *Escape*.

VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
13 de abril	14 de abril ESCENA 7 <i>SANTA PERPÈTUA DE MOGODA</i> IVY + EXTRAS	15 de abril
20 de abril ESCENA 1 <i>UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA</i> IVY + 20 EXTRAS	21 de abril ESCENA 5 ESCENA 13 <i>MALGRAT DE MAR</i> IVY + AMIGA IVY	22 de abril ESCENA 14 <i>SANT ANDREU DE SALOU</i> IVY
27 de abril	28 de abril ESCENA 3 ESCENA 9 ----- ESCENA 10	29 de abril ESCENA 2 ESCENA 4 ESCENA 11 ESCENA 0

	<i>MALGRAT DE MAR</i> IVY	<i>MALGRAT DE MAR</i> IVY
4 de mayo ESCENA 6 <i>UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA</i> IVY + 20 EXTRAS	5 de mayo ESCENA BL ESCENA B <i>MALGRAT DE MAR</i> IVY + MADRE + PADRE + AMIGA IVY	6 de mayo ESCENA 8 ESCENA 12 ESCENA S <i>MALGRAT DE MAR</i> IVY + ABUELA + MADRE

Fuente: Elaboración propia, (2018).

CARACTERIZACIÓN	
	Grietas

LOCALIZACIONES		Escenas coche
Escenas lavabo		Escenas calle
Escenas habitación		Escenas UAB
Escenas salón		Escenas fiesta

En un primer momento se contempló realizar el rodaje en solo 3 fines de semana, sin incluir el último (4,5 y 6 de mayo). El equipo de producción junto con el de Dirección visual acabó acordando que sería mucho más relajada la grabación si se aumentaban el número de días hasta el fin de semana siguiente. Así que finalmente se aprobó la idea y se incluyeron nuevas fechas en el calendario de rodaje.

El orden de rodaje se estableció, por un lado, teniendo en cuenta la disponibilidad de la actriz principal, Neus Gispert. Se trata de una persona con un horario de trabajo muy ajustado y es por este motivo se tuvo que cambiar en algunos casos los horarios de rodaje. Neus trabaja en Barcelona pero tiene una casa en Malgrat de Mar, el centro neurálgico de las grabaciones. Que tuviera casa en Malgrat facilitaba el trabajo, pues las grabaciones empezaban de madrugada y en el caso que tuviera que viajar desde Barcelona con transporte público (mayoritariamente en tren) no hubiera podido llegar ninguno de los días.

Otro factor importante a tener en cuenta para la realización del calendario de rodaje fue la disponibilidad del equipo de caracterización que iba a hacer los efectos especiales de las brechas. Estos tenían una disponibilidad ajustada a unos fines de semana concretos. Además, el desplazamiento hasta Malgrat de Mar, que era la localización donde se iba a crear el set de rodaje, era muy costoso (1:50 h con tren y 1:00h en coche desde Barcelona) por lo que se tenía que limitar el número de días que se realizaban.

Finalmente se acotaron, como se explica en el calendario anterior, durante los fines de semana 28 y 29 de abril y 6 de mayo.

Por lo que se refiere a las grabaciones de exteriores como es el caso de las carreteras en la población de Sant Andreu de Salou y la calle y carretera de Malgrat de Mar, se grabaron en un mismo fin de semana (**21 y 22 de abril**) pues se trata de localizaciones que se encuentran unas cerca de las otras y a nivel de producción había suficientes coches para trasladar el equipo y el material necesario. Además, las condiciones meteorológicas eran las favorables para grabar.

Finalmente, cabe decir que las escenas grabadas en la Facultad de Comunicación de la Universidad Autónoma se ajustaron al horario de apertura de las instalaciones y también a la disponibilidad del equipo técnico. Es por este motivo que se establecieron en dos viernes: **20 de abril y 4 de mayo**.

4.1.2.2 Organización del equipo técnico en el rodaje

En concordancia con lo explicado en el apartado *4.1.1.7 Equipo técnico*, el equipo técnico del proyecto se formó durante la preproducción del proyecto. Se establecieron los roles para cada una de las personas participantes. De hecho, tal y como se menciona en el Gantt adjuntado en el apartado *4.1.1.1 Organización del proyecto*, se realizó una reunión el día 12 de abril para detallar las tareas concretas de cada rol.

En este apartado se comentará cuál fue la implicación de cada miembro del equipo técnico en el proceso de grabación del presente videoclip.

Por lo que se refiere al equipo creador del proyecto, Alex, Anabel y Carla, llevaron a cabo las tareas que se han mencionado anteriormente *4.1.1.7 Equipo técnico* Alex llevó a cabo el rol de director del videoclip a la vez que realizaba tareas de dirección de arte. Se encargó de dirigir la acción de los actores en cada una de las escenas junto a Marta Serna, Directora de actores, encargada de controlar el *raccord* en la escena. Además eran los encargados de dar aprobación de aquello que aparecía por el monitor. Anabel Romero fue la única operadora de cámara de todo el rodaje. Además de eso, se encargó de hacer el diseño de la iluminación de cada escena con el apoyo de la *gaffer*, que en la mayoría de casos fue Montse Pena. Cabe decir que fue en un principio quien tuvo el rol principal, pero a causa de problemas de disponibilidad, en algunos momentos la sustituyó Anna Salcedo. Montse Pena asistió los días **14, 21, 22, 28 y 29 de abril**, mientras que Anna Salcedo asistió **20 de abril y 4,5 y 6 de mayo**. Reforzaron el trabajo de la iluminación en cada set de rodaje y dieron soporte en la composición del plano.

Carla Molina fue la encargada del control del timing previo al rodaje y durante el mismo, controlando las llegadas y salidas de cada miembro del equipo, incluidos los actores y actrices, Casi en cada día de rodaje fue la persona que se encargó de trasladar a los actores y actrices hasta Malgrat de Mar.

Por lo que se refiere al equipo de maquillaje y caracterización, para facilitar su trabajo y el desplazamiento, tal como se ha comentado anteriormente en el apartado *4.1.2.1 Calendario* se acordó fijar las escenas donde aparecían las brechas únicamente en dos fines de semana: **28-29 de abril y 6 de mayo**. Finalmente se acordó que Leandro y Ana asistirían

los días que aparecieran las brechas y realizarían también el maquillaje base, mientras que Angela se dedicaría al maquillaje de los actores y actrices durante el resto de días.

5 días antes de la grabación de las escenas con brechas, Leandro y Ana confirmaron no tener disponibilidad para asistir a las grabaciones, por lo que el equipo de producción tuvo que encontrar a dos personas que suplieran su trabajo. El equipo de producción se puso en contacto con la escuela de maquillaje y caracterización *Stick Arts Studio* donde el equipo docente, encabezado por Mar, facilitó el contacto de dos estudiantes con disponibilidad para los días que se requería la caracterización de las brechas. **Carla Egea** y **Arantxa Guzman** finalmente fueron las dos maquilladoras que realizaron el trabajo de caracterización. Para actualizarlas se realizó una reunión en ImaginCafé el 26 de abril y se les especificó el trabajo que deberían hacer.

Una vez pasado el fin de semana del 28-29 de abril, donde se realizaban las brechas, Carla y Arantxa confirmaron que no podían asistir a la realización de la caracterización el siguiente fin de semana. Aún así dieron soporte en la búsqueda de otra persona que pudiera ayudar al equipo interno. Así es como María Romero entró en el equipo de caracterización, que junto a Angela realizaron el maquillaje del último fin de semana de rodaje. A modo de resumen, en la siguiente tabla se especifica cómo se distribuyó el equipo de maquillaje y caracterización durante los días de rodaje:

Tabla 67. Días asistencia a rodaje equipo maquillaje *Escape*.

14 de abril	Angela Linares
20 de abril	Angela Linares
21 de abril	Angela Linares
22 de abril	Angela Linares
28 de abril	Carla Egea y Arantxa Guzmán
29 de abril	Carla Egea y Arantxa Guzmán
4 de mayo	Angela Linares
5 de mayo	Angela Linares/ María Romero
6 de mayo	María Romero

Fuente: Elaboración propia, (2018).

	Días con necesidad de caracterización
	Días con necesidad de maquillaje

Por otro lado, para la realización del Making off se contó en un inicio con Anna Salcedo, quien estuvo en el rodaje realizando la tarea de Making Off los días **14 de abril y 4 de mayo**. El resto de días, al no tener a Montse que desempeñará el rol de *Gaffer*, lo tuvo que llevar a cabo ella y por ende no podía realizar la tarea de Making Off. Es por esta razón que entró en el equipo **David Zambudio**, quien realizó el Making Off los días **21 y 22 de abril; 28 y 29 de abril y 5 y 6 de mayo**.

Tal como se ha comentado en el *4.1.1.7 b) Equipo técnico* se contó con Judith Navarro para la realizar las tareas de script. Judith realizó esta función durante los días 14-21-22 de abril. En el resto de fechas (20,28,29 de abril y 4,5,6 de mayo) Carla Molina cubrió su tarea debido a problemas de disponibilidad.

Finalmente se contó con Carla Bustamante para realizar planos con dron. Como se ha dicho anteriormente, la grabación se realizó en un exterior el día 22 de abril, concretamente en el pequeño pueblo Sant Andreu de Salou, entre algunos caminos rurales que había en las afueras. Según el artículo de Aerial insights *Normativa sobre drones en España 2018*, para poder conducir un dron, es necesario tener una licencia de piloto. Cualquier persona que quiera obtenerlo debe acreditar una actividad profesional con drones (Aerial Insights, 2018). Por lo tanto, se entiende que Carla Bustamante ejerce como profesional en la conducción de dron. Otro aspecto importante en relación a la obtención del dron es el tipo de vuelos que están permitidos. Estos límites eran importante saberlos antes de grabar para tener en cuenta si en el lugar de grabación estaba permitido. Según el mismo artículo de Aerial Insights, las condiciones son las siguientes:

- Volar a una distancia mínima de 8 km de cualquier aeropuerto o aeródromo.
- Volar fuera del espacio aéreo controlado.
- No sobrepasar los 120 metros de altura sobre el suelo, o sobre el obstáculo más alto situado dentro de una radio de 150 metros desde la aeronave.
- Volar de día y en buenas condiciones meteorológicas. Aquí hay que destacar que si la aeronave pesa menos de 2 kilogramos están permitidos los vuelos nocturnos siempre que no se superen lo 50 metros de altura.
- Los vuelos siempre será dentro del alcance visual del piloto (VLOS).
- Las aeronaves de menos de 250 gramos podrán volar en ciudad y sobre aglomeraciones de personas y edificios siempre y cuando no se superen los 20 metros de altura.
- Aunque no es obligatorio para el uso recreativo, sí es muy recomendable contar con un seguro de responsabilidad civil.

(Aerial Insights, 2018)

Por lo que se refiere a la interacción del equipo base con Carla, cabe destacar que, llegó a Malgrat de Mar el día 21 de abril por la noche y durmió con el equipo técnico para poder llegar a las 6:00 de la mañana a la población donde se realizaban las grabaciones.

4.1.2.3 Planes de rodaje

El departamento de producción, organizado por Carla Molina, fue quien se encargó de la realización de los planes de rodaje de cada día de grabación. Este documento es una tabla resumen donde se expone el timing aproximado de cada día de rodaje. Para realizarlo, se han tenido en cuenta todos los departamentos de trabajo: acting, realización, producción, ambientación, vestuario, caracterización y material técnico específico. Este modelo ha sido diseñado por el departamento de producción del equipo teniendo como referencia modelos empleados en programas de Televisió de Catalunya y modelos facilitados en el Grado de Comunicación Audiovisual de la Facultad de Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Este documento era enviado días antes del rodaje a todo el equipo técnico y a los actores y actrices, además de los diferentes mecanismos de transporte hasta el sitio de rodaje. (el conjunto de los distintos planes de rodaje quedan adjuntos en *Anexos* en el punto X) *Planes de rodaje*.

Tabla 68. Modelo plan de rodaje *Escape*

CONTACTO EQUIPO		DIRECTORA FOTO: Anabel Romero (609 37 59 48)	
DIRECCIÓN: Alex Barat (681 08 82 70)		DIRECTORA DE ACTORES: Marta Serna (606 64 63 46)	
PRODUCCIÓN: Carla Molina (656 285 574)			
DESAYUNO PREPARACIÓN EQUIPO	5:30	SCARS - SCAPE DÍA 4 SÁBADO 28 DE ABRIL DE 2018	
LLEGADA EQUIPO PREPARACIÓN ILUMINACIÓN + CAMARA (GAFFER + DIRECCIÓN FOTO + DIRECCIÓN DE ACTORES + PRODUCCIÓN)	6:30		
LLEGADA NEUS + MAQUILLAJE + PREPARACIÓN VESTUARIO	7:30	ROLES DE EQUIPO	
INICIO RODAJE	8:30	Alex Barat	Director
GRABACIÓN LAVABO (ESCENA 3)	8:30	Anabel Romero	Dirección de fotografía
CAMBIO DE SET + MAQUILLAJE GRIETAS	10:00		
GRABACIÓN HABITACIÓN(1/2) (ESCENA 9)	11:30	Carla Molina	Producción
COMIDA	13:30-14:30	Marta Serna	Dirección de actores
GRABACIÓN HABITACIÓN (2/2) (ESCENA 9)	14:45	David Zambudio	Making off
GRABACIÓN BAÑERA (ESCENA 10)	17:45	Montse Pena	<i>Gaffer</i>
FIN DE RODAJE	18:45	Carla Egea / Arantxa Guzmán	Caracterización

SECUENCIA				ESCENA	INT	LOCALIZACIÓN		FECHA	
HOR A	TIMING	NÚM PLANO	TIPO PLANO	PERSONA JES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	MATERIAL	NOTAS PRODUCCIÓN/SCRIPT
		-							
6:30	1:00	Preparación Luz Baño							
7:30	1:00	Maquillaje Neus (MAQUILLAJE BASE CONTINUIDAD + GRIETA HOMBRO)							
INICIO RODAJE - 8:30									
		1	1						

Fuente: Elaboración propia, (2018).

Como se puede apreciar en la tabla anterior, en la parte superior aparece un resumen de los timings generales del día de grabación. En ellos se especifica la hora de llegada de cada rol, además del de los actores y actrices al set. También aparece el contacto con los principales organizadores del proyecto.

En referencia a la organización del timing de rodaje, se pueden establecer unos baremos aproximados de tiempo:

- Dos horas de preparación del equipo técnico al inicio de cada día de rodaje.
- Una hora para el maquillaje de los actores y actrices y la explicación por parte de la Dirección de actores de la acción a representar.
- En el caso que se produjera un cambio de set en un mismo espacio, como sucedió en la casa de Malgrat de Mar, se contemplaba una hora para el cambio de iluminación, volcar el material y explicación de la siguiente escena al elenco de actores y actrices.
- Por lo que se refiere a los tiempos de descanso, las horas para comer, se contemplaron durante todos los días 1:45h aproximadamente. Se debe tener en cuenta que el equipo no debía parar para realizar la comida, sino que cuando se paraba ya estaba preparada para comer. Durante la mayoría de días se rodó en casa de Anabel, pero también se rodó en casa de Carla. En ambos días fueron los padres quien se ocuparon de la realización tanto de las comidas como de las cenas, hecho que facilitó muchísimo el proceso de grabación, pues el equipo solo se debía preocupar por ello.

A continuación, se llevará a cabo una descripción específica del funcionamiento de los días de rodaje de los cuales, cada plan de rodaje correspondiente se encuentra adjunto en el apartado *Anexos*, en el punto X) *Planes de rodaje*.

14 de abril de 2018

Era el primer día de rodaje donde era importante evaluar el funcionamiento del mecanismo de trabajo. Era un día en el cual se debían controlar muchas personas, pues había 9 figurantes y la actriz principal. Por lo que se refiere a su llegada al set de rodaje estuvo todo muy bien organizado: todo el mundo llegó a la hora prevista. A nivel técnico, el día anterior se dedicó a preparar el set de rodaje y a preparar la iluminación. Hubo un problema, pues se necesitaba usar un *slider* y finalmente no se encontró una pieza para usarlo. En el mismo momento del rodaje se tuvo que improvisar, cosa que supuso un retraso en el plan de rodaje previsto. Aún así, al ser el primer día el Departamento de Producción contempló tiempo de margen para cada plano en el caso que hubiera algún imprevisto. Es por esta razón que finalmente se acabó a la hora prevista en el plan de rodaje.

20 de abril de 2018

En un principio se contempló grabar dos escenas que se concentraban en una misma localización pero por problemas de horarios de la actriz principal, Neus, se decidió aplazar una de ellas para el día 4 de mayo. Es por este motivo que finalmente solo se grabó la Escena 0. En este caso, se realizó una tarea previa de localizar el lugar para poder imaginar cómo sería la grabación de los planos que se debían tener. Se llegó al set de grabación a las 10:00 de la mañana y se estuvo hasta las 19:30 de la tarde. Una vez estuvo todo preparado, el equipo de producción fue a buscar a Neus, la actriz principal, a su lugar de trabajo, Sant Joan Despí. Al volver se produjo un atasco en la carretera que comportó que se llegaría media hora tarde según el horario aproximado. Este hecho aceleró el proceso de grabación, pues Neus tenía que marchar a las 19:30. El rodaje finalmente acabó a la hora límite de Neus, las 19:30. El fin de semana también había rodaje, pero una parte del material no se debía usar, por lo que Carla se encargó de llevar el material sobrante a Avisual Pro, a la C/ Sepúlveda, 58, mientras el resto del equipo recogía todo para marchar hacia Malgrat de Mar, lugar donde se iba a rodar el fin de semana a horas muy tempranas de la mañana. Para poder garantizar el transporte en coche del equipo, David Zambudio pasó a recoger parte del equipo técnico (Anabel, Alex, Marta y Ángela) y el material y marchó hacia el pueblo de la costa. Mientras que el equipo técnico preparaba el rodaje del día siguiente en Malgrat de Mar, Carla Molina fue a buscar en coche a las dos actrices que actuarían al día siguiente, les proporcionó sitio donde dormir en su casa para que al día siguiente se pudiera salir a las 5:00 de la mañana para poder empezar a rodar a las 8:00 en las calles de Malgrat de Mar.

21 de abril de 2018

El día anterior al rodaje, tal como se venía explicando en el apartado anterior, Carla pasó a buscar a Neus por Sabadell, pues esa noche tenía un bolo; y también a Minna, a la cual pasó a buscar por la estación de tren de Santa Perpètua de Mogoda, lugar donde se iban a quedar a dormir. Al día siguiente a las 5:00 de la mañana se partió hacia Malgrat de Mar haciendo una pequeña parada para recoger a parte del equipo técnico (Marta Serna). A las 6:45 se llegó a Malgrat, por lo que dio tiempo a empezar el rodaje a la hora prevista (a las 8:00 de la mañana). Mientras, el equipo técnico hospedado en Malgrat se dedicó a localizar de nuevo el lugar donde se iba a grabar y a preparar tanto la iluminación como la posición

de cámara que se iba a usar. Una vez empezó el rodaje no hubo ningún problema adicional por lo que se pudo acabar a la hora prevista (9:45h). Hasta la grabación de la siguiente escena se tuvo todo un día: de 9:45h hasta las 20:30h de la noche. A esa hora se inició la preparación de la escena. En relación a lo que aparece en el plan de rodaje, se decidió adelantar una hora la grabación para tener un poco más de tiempo para dormir, pues el día siguiente se debía estar a las 6:00h de la mañana en Sant Andreu de Salou. Es por esta razón que se acabó de rodar una hora antes de lo previsto (22:30h). A esta hora se dejó a Neus en su casa y el equipo marchó a dormir. A las 23:30 de la noche llegó en tren Carla Bustamante (operadora de dron), por lo que Carla fue a buscarla para traerla de nuevo a casa de Anabel para dormir.

22 de abril de 2018

El día 22 de abril el equipo tuvo que levantarse muy temprano por la mañana porque se debía grabar en Sant Andreu de Salou durante el amanecer (comprendido entre las 6:50h y las 7:30h de la mañana (aproximadamente). El equipo, formado por Anabel Romero, Alex Barat, Carla Molina, Marta Serna, David Zambudio, Angela Linares, Carla Bustamante, Montse Pena y Neus Gispert se dirigieron a las 5:20h de la mañana hacia el pequeño pueblo de Girona. Se llegó a las 6:00h, tal como se había establecido. Hubo tiempo previo para probar el dron y realizar el acting varias veces antes de grabar finalmente. Primero se grabaron los planos en dron y más adelante Anabel entró con la cámara en el coche y se grabó todo el acting con dron y desde el interior del coche. El rodaje acabó dentro del horario establecido, por lo que a las 8:45h (un cuarto de horas más tarde de lo previsto) se llegó a Malgrat de Mar, se desayunó y la mayoría del equipo (Neus, David y Montse marcharon) mientras que Anabel, Carla, Alex y Marta se quedaron para volcar material y tratar temas relacionados con el rodaje de los días venideros.

28 de abril de 2018

El día 28 y 29 de abril se centraron todas aquellas escenas grabadas en la casa de Ivy (Casa en Malgrat de Mar) y que a la vez se tuviera que realizar la caracterización de los efectos especiales sobre la piel de la protagonista, Neus Gispert. Se empezó por las grietas más pequeñas, colocadas en el hombro. Es por esta razón que se empezó a rodar la escena 3 en el baño. Tal como se contempló en el plan de rodaje, se inició la grabación a las 8:30h de la mañana, por lo que a las 7:30h se convocó a Neus (la protagonista) y al equipo de maquillaje. Se dispuso de dos maquilladoras, por lo que en una hora tuvieron el maquillaje base y los efectos especiales acabados. El plan de rodaje se ajustó a la perfección al horario que se desarrollaría aquel día, por lo que a las 11:30h se inició el rodaje dentro de la habitación. Se intentaron acabar todos los planos antes de comer y finalmente se consiguió. Por lo que a las 14:00h todo el equipo pudo comer y tuvo 1:00h para ello. Una hora después se preparó el nuevo set y se aprovechó para retocar las grietas en la espalda de Neus Gispert, por lo que a las 17:45 se inició el rodaje en el baño. Finalmente a las 18:30h (un cuarto de hora antes de lo previsto) se finalizó el rodaje del día. El equipo de maquillaje y la actriz principal (que tenía una representación teatral en Badalona) pudieron marchar, mientras que el resto, formado por Anabel, Alex, Carla, Marta, David y Montse se quedaron a dormir en el lugar de grabación. A las 23:00h de la noche

Carla, Marta y David marcharon a recoger a Neus para que pudiera dormir en su casa y al día siguiente estuviera en el set de rodaje a las 8:30h (hora de convocatoria para preparar el maquillaje y el vestuario de la escena), pues no tenía transporte para llegar a Malgrat desde Badalona al día siguiente.

29 de abril de 2018

El día de grabación en esta fecha se planteó de manera que solo una maquilladora tuviera que madrugar a las 8:30h de la mañana para realizar el maquillaje base de la actriz principal, mientras que la otra podría llegar a la hora en la que se aproximaba la realización de las grietas, trabajo que sería mucho más fructífero si se realizaba entre dos personas. Así pues, se convocó a Neus a las 8:30h y finalmente a las 9:30h, tal como se había establecido en el plan de rodaje, se inició la grabación. En esta ocasión todo el rodaje se centró en un mismo set: la habitación de Ivy, hecho que simplificó la grabación.

4 de abril de 2018

La grabación de este día se aplazó en el calendario original de rodaje, contemplado el día 20 de abril. Se trata de una escena donde se requería la presencia de figuración, por lo que se recurrió a personas de confianza del equipo para realizar esta función (selección desarrollada en el apartado *4.1.1.6 Casting*). En el caso de esta escena se cambió el timing organizado en el plan de rodaje inicial. En vez de convocar a los figurantes una hora antes que a la actriz principal, se decidió convocar a todos a la misma hora que Neus. Por lo tanto, a las 10:00h llegó todo el equipo de acting, por lo que el rodaje se inició una hora más tarde de lo previsto (a las 11:00h). El horario de rodaje siguió con normalidad hasta la realización de los últimos planos, por problemas técnicos. Los cables que conectaban con el monitor externo alquilado en la empresa de Avisual Pro estaban dañados, por lo que se tuvo que grabar sin acceso al monitor externo los últimos planos. Finalmente, el rodaje acabó a las 15:30h, tres cuartos de hora más tarde de lo previsto. El equipo de Avisual Pro llegó a la Facultad de Comunicación donde estábamos grabando y nos hizo el cambio de cables. Mientras, el equipo técnico recogió todo el material, se repartió en dos coches y se dirigió hacia Malgrat de Mar, donde se iba a rodar al día siguiente.

5 de abril de 2018

El fin de semana del 5 y 6 de abril se dedicó a grabar las escenas localizadas en Malgrat de Mar donde intervenían otros actores a parte de la actriz principal Neus Gispert: el padre (Julio César Andrea), la pareja de Ivy (Minna Antón), la madre (Laura Federico) y la abuela (Lourdes Cepero). El primer día (sábado 5 de abril) se grabaron las escenas donde aparecía Minna, Laura y Julio. A primera hora se decidió grabar la escena donde interactúan Neus y Minna. En esta ocasión la hora de convocatoria se atrasó hasta las 9:00h de la mañana, pues para acabar a una hora temprana el equipo se pudo permitir empezar un poco más tarde de lo habitual en días anteriores. Hay que destacar que se incorporó una nueva maquilladora, María Romero, quien realizó todo el maquillaje base de este día y también el del domingo 6 de mayo.

El rodaje se inició a las 10:00h de la mañana y duró hasta 12:00h. En ese momento llegó Laura, que debía aparecer en un plano en la escena en la que interactuaban Neus y Minna. Una vez se grabó esta parte, llegó Julio César, quien se quedó a comer con el equipo y después se grabó la escena donde interactuaban los dos padres (Laura y Julio). El plan de rodaje incluyó más tiempo del habitual para poder ir con tiempo de margen. En esta ocasión no hizo falta ese tiempo extra y el rodaje finalizó mucho antes de lo esperado: a las 17:00h el rodaje ya se había finalizado. El elenco marchó (Neus fue a Badalona) y el equipo técnico se quedó en la casa de Malgrat de Mar a volcar el material y a tratar temas en relación al último día de rodaje. A las 23:00 de la noche Alex y Carla marcharon a buscar a Neus a Badalona para poder grabar al día siguiente con ella. Mientras, el equipo técnico restante se quedó en Malgrat de Mar descansando.

6 de abril de 2018

El último día de rodaje se madrugó bastante: a las 7:00h de la mañana se convocó a la actriz principal y también a Lourdes Cepero, quien hacía el papel de abuela. En esta ocasión se contó con la ayuda de los padres de Alex, quienes trajeron a la actriz desde Barcelona hasta Malgrat de Mar. Los primeros planos que se grabaron fueron simplemente de Neus sola. Mientras, el equipo de caracterización realizaba las grietas a Lourdes. Una vez estuvieron hechas, se pasó a grabar las escenas en común de las dos actrices. El horario real de grabación se adelantó a lo que se había pronosticado inicialmente en el plan de rodaje. Por lo que el equipo tuvo que esperar 45 minutos a que llegara Laura Federico, que había sido convocada a las 11:30h. La escena en concreto se rodó en muy poco tiempo (en 0:45 min lo que se había calculado grabar en 2:25 h), por lo que se valoró alterar el horario expuesto en el plan de rodaje y grabar la última escena antes de comer. La opción de aprobó, teniendo en cuenta la opinión de todo el equipo técnico y del elenco. Finalmente la última escena se rodó antes de comer en un tiempo muy reducido (1:00h para cambiar el set de rodaje -iluminación, attrezzo, etc- y 1:00h más para grabar la escena. Por lo que a las 14:15h se pudo acabar el rodaje y se pudo comer con mucho tiempo. Finalmente el elenco marchó después de comer y el equipo técnico acabó de recoger todo el material para que el día siguiente se devolviera tanto a Avisual Pro como a la Facultad de Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona.

4.1.3 Postproducción del videoclip

4.1.3.1 Montaje

La primera parte de la postproducción ha sido el montaje del videoclip, el cual se ha realizado con un ordenador MacBook Pro y con el software Final Cut Pro. Siguiendo el guión técnico y el script realizado en el rodaje, se han seleccionado las tomas buenas de cada plano y se ha ido montando cada una de las escenas. El proceso de montaje empezó previamente a la finalización completa del rodaje, para aprovechar tiempo y también para tener la posibilidad de ir viendo cómo estaban quedando las escenas conforme se tenían rodadas.

Como los tres creadores del proyecto tenían claro lo que sucedía en cada escena y la tipología de cada plano, sumado a una exhaustiva elaboración del guión técnico y un seguimiento de las tomas buenas en el script, el montaje se ha desarrollado sin grandes problemas inesperados.



Figura 35. Interfaz de Final Cut Pro con el proyecto del primer videoclip de *Scars*. Fuente: Elaboración propia, (2018)

En este proceso se han eliminado tres escenas que originalmente estaban previstas que formarán parte del videoclip y que, por ello, ya se habían rodado:

- El primer plano donde un jarrón cae al suelo y se rompe en pedazos. Se decidió eliminar este plano porque, al tener la condición de grabarse en cámara lenta, se debían aumentar los frames por segundo de la cámara, y la cámara que se utilizó para todo el videoclip (Sony Alpha 7s) permitía grabar a 100fp (100 fotogramas por segundo) pero solo bajando la resolución a 720p. Como la resolución mínima que el equipo deseaba para difundir el vídeo online era de 1080p, no se podía admitir que un plano (y menos si era el que abría el vídeo) estuviera en una resolución menor.
- La escena en la que Ivy vuelve del baño, coge un calendario de su habitación y marca que tiene una nueva grieta. Esta escena se eliminó básicamente para reducir el tiempo total del videoclip, ya que su significado narrativo podía ser omitible dentro de la historia completa.
- La escena de la calle en la que Ivy y su ex pareja intercambian miradas. La razón por la que se eliminó es porque aparecieron dificultades técnicas en el rodaje, ya que las baterías se agotaron más pronto de lo pensado y tuvieron que volver a cargarse. En esta pérdida de tiempo, el sol ya había alcanzado una posición en la que proyectaba una luz muy directa sobre la localización, y restaba belleza a la escena. Por ello, a causa de una inconcordancia estilística respecto al resto de escenas del videoclip, se decidió que la mejor opción era prescindir de estos planos.
- La escena que aparece como flashback y en la que Ivy apaga el despertador y sin querer tira el jarrón que tiene en su mesita. La razón de su supresión fue que no se

consiguió que el acting estuviera al nivel de lo ideado en el guión: por la disposición del despertador y el jarrón, no era posible que pareciera que la actriz golpeaba el jarrón de forma involuntaria. Como se consideró que esto podía restar calidad al videoclip, se decidió prescindir de esta escena.

Por otra parte, cabe decir que se han realizado varias versiones del montaje, en las cuales cada vez se ha ido recortando más el tiempo de cada plano para ajustarse al tiempo aproximado que se había detallado en el guión técnico.

En cuanto a la concordancia de la parte visual con la musical, se ha intentado adaptar la duración de los planos para que, en algunas ocasiones, el cambio entre un plano y otro coincidiera con un golpe musical (un bombo o caja de la batería o el comienzo de un compás de piano) o bien con una sílaba fuerte de la melodía vocal. Por ejemplo, la mayoría de los cambios de planos de la escena de la fiesta coincide con un golpe de batería o con una nota de piano, empezando por el inicio de la escena, donde se produce un match cut con la escena de la universidad y se cambia justo cuando empieza el primer compás del preestribillo y Silvia está cantando “They say that...”. Esta sincronización entre vídeo y música también es muy notoria en la parte donde Ivy se mete entre las sábanas y empieza a tener recuerdos mientras se toca las grietas.

Además, hay partes de la canción que se complementan muy bien con la situación que aparece en el vídeo. Por ejemplo, se ha hecho coincidir la escena en la que Ivy descubre las grietas de su abuela (una de las más emotivas de este primer videoclip) con el inicio de la parte instrumental que incorpora las voces de los coros y frases sueltas de Silvia, las cuales se escuchan con más reverberación y delay, creando un ambiente más “volátil” y a la vez melancólico. Otro caso es el final del puente de la canción, donde los coros cantan con más intensidad y Silvia interpreta la canción con mucha más emoción: es el momento en el que se visualiza a Ivy en el coche experimentando una mezcla de emociones mientras recuerda buenos momentos de su familia.

4.1.3.2 Etalonaje

La parte final de la postproducción audiovisual consiste en realizar el etalonaje, el cual comprende la corrección de color y de iluminación con fin estético y, en este caso, para intensificar el significado de la escena, puesto que el videoclip tiene un determinado color (el azul) como predominante a lo largo de toda la pieza.

Este proceso todavía está pendiente por hacer. Lo realizará Montse Pena, quien ha estudiado el grado de iluminación en la EMAV (Escuela de Medios Audiovisuales), donde ha aprendido a utilizar el software con el que se corregirá el color de este videoclip: DaVinci Resolve, el cual, tal y como defiende Karim Hmeidan en *Davinci Resolve Lite, una de las mejores herramientas audiovisuales*, es uno de los mejores softwares para realizar un etalonaje digital, con un gran número de posibilidades para configurar (Hmeidan, 2014).



Figura 36. Interfaz de Davinci Resolve. Fuente: Humanes, (2017)

El etalonaje está previsto hacerse a mitades de junio, y junto a Montse Pena estará Anabel Romero para hacer la supervisión de las correcciones. El objetivo es acabar de dar un toque azulado que cohesione las escenas del videoclip que denotan una visión de represión e incomodidad de la protagonista, y potenciar la calidez de escenas como la de Ivy con su abuela y la conducción en el amanecer. Además, se quiere corregir al máximo el color en las escenas donde no se ha podido recrear la iluminación deseada en el rodaje, por ejemplo la escena de la universidad.

4.1.4 Canción de *Escape*

El proyecto *Scars* comprende tres videoclips y cada uno tiene su propia canción original. Por ello, de igual forma que se ha realizado la producción del primer vídeo, también se ha hecho de la primera canción. Seguidamente, se explicará el proceso que se ha seguido para este primer tema de *Scars*.

4.1.4.1 Proceso de creación del tema

La letra de la canción y la melodía se fueron desarrollando simultáneamente. Cabe decir que ambas cosas han sufrido cambios desde la primera idea. Lo primero en crearse fue un estribillo, con una melodía parecida a la definitiva pero con una letra diferente. La primera nota de voz grabada fue el 6 de noviembre de 2018:

And I don't, I don't, don't wanna remember
and I don't, I don't, don't wanna be patient...

Cada idea que surgía se grababa en una nota de voz en el móvil para poder recuperarla cuando se deseara.

Días después, se estableció la melodía y la letra casi completas de lo que sería la canción por aquel entonces: se titularía *Don't Wanna Remember* y la letra era la siguiente:

DON'T WANNA REMEMBER

I know I did nothing right
I'm leaving you behind
For now I gotta hide
the feelings and my pride

I'm sorry I know this is not good behaviour
I promise I'll miss your taste and your flavour
I don't wanna wait for better times to come
I thought and I cried, I decided to go (incorrecto)

And I don't, I don't, don't wanna remember
and I don't, I don't, don't wanna be patient
'cause I want, I want, I want to forget you
and I don't, I don't, don't wanna remember

I love you, you may know,
but I lost my self-love
I wonder where's my soul
Guess it was always gone

I know that I'm mean, that I could think of you
that I'm selfish, that I'm only being a fool
I promise I've tried to say goodbye
to the ghosts that are feeding my cries
but I couldn't

Tell me that I should have waited a lil' longer
that I should have grounded my fears into powder (incorrecto)

Las partes en negrita indican que estas partes se han mantenido para la versión definitiva de la canción, que se expondrá más adelante. Esta primera letra se relacionaba con una trama que se descartó, en la cual una persona borraba sus recuerdos voluntariamente para olvidar a quien amaba. Al cambiar la historia a la que ahora es *Scars*, se desechó esta letra y se empezó a componer una acorde con la nueva historia. De aquí nació *Escape*.

La melodía se cambió ligeramente para darle más dinamismo, puesto que en las estrofas, originalmente, la separación entre versos era más larga (con unos segundos instrumentales en medio de cada uno) y en el estribillo, tras probar diferentes opciones, se encontró una melodía parecida pero más harmónica y atrayente.

A la vez, se pensaban nuevas ideas para confeccionar las estrofas de la nueva canción. Seguidamente se muestran diferentes estrofas desordenadas con ideas, encontradas en una nota del móvil a fecha de 12 de enero de 2018:

always preferred to be alone
searching for my stolen soul
I look around I see the walls
guess I'm not strong enough

I need to escape
get rid of my blame
go far away
nobody here to stay

tired of singing blues
take my blues away
ain't nobody to miss
nobody to care

blue neighbourhood
blue days and blue people
sadness as an everyday mood
being known as the misunderstood

I'm tired of singing blues
I feel misunderstood
in this blue neighbourhood
ain't nobody to miss
ain't nobody to care
why stay

gonna let the wheel decide
and for once switch off my mind
don't care how much I drive
the past is left behind
the sun is on my side

they say you know when a place is deserved to be called home
i still didn't find it yet

A partir de estos esbozos y nuevas ideas, el 20 de febrero de 2018 ya existía toda la canción excepto el puente ("bridge"). De mientras, se empezó a trabajar en la producción del tema y a definir el sonido que tendría.

La letra definitiva de Escape es la siguiente:

ESCAPE

VERSE 1.1

I'm tired of singing blues
in this grey neighbourhood
I feel misunderstood
in here

VERSE 1.2

It's hard to leave the maze
through early-morning haze
but I won't hesitate
ain't nobody to miss
ain't nobody to care
why stay?

PRE-CHORUS 1

They say that you know when a place feels like home
but I never felt loved, I've been always alone
I don't wanna wait, I'm taking the wheel
I struggled, I cried
I decided to leave

CHORUS

Cause I need, I need
I need to escape
And for once, for once
get rid of the blame
Gonna drive, just drive
and go far away
Gonna try, it's time
to make a change

VERSE 2

Just me myself and I
and all the fears aside
the whole thing starts today
for me

PRE-CHORUS 2

They say that you should learn to not be afraid
I just hope to be loved and stop being ashamed
I promise I've tried
to say goodbye
to the ghosts that are feeding my cries
but I couldn't

CHORU

INSTRUMENTAL PART

BRIDGE

Tell me that I should have waited a lil' longer
But all of my pieces inside they are broken
I promise I've tried
to say goodbye
to the ghosts that are feeding my cries
but I couldn't

CHORUS

Tal y como puede apreciarse al leer la letra, la canción se compone de dos primeras estrofas, un preestribillo, un primer estribillo, una segunda estrofa, un segundo preestribillo, un segundo estribillo, una parte instrumental (con voces sin forma de estrofa), un puente y un estribillo final. Esta es una estructura muy típica en la mayoría de canciones, sobretodo en las que pertenecen al género pop: por citar algunos ejemplos, *Mi Buenos Aires* (2018) de Amaia Montero, *Fall In Line* (2018) de Christina Aguilera feat. Demi Lovato y *Focus* (2016) de Ariana Grande siguen estructuras parecidas a las de *Escape*.

Como se acordó al definir el proyecto, la letra de las canciones debía relacionarse con el contenido de la trama visual, de forma que evoque la intención general de cada una de los videoclips que conforman el proyecto. Se decidió así para que las canciones también puedan funcionar independientemente a la vez que junto a la parte visual. Es por esto que se descartó que la letra se centrara en la protagonista y los hechos específicos que le van ocurriendo, pero sí narrar sentimientos o emociones que el personaje sufre y que muchas personas que pasan por una situación similar pueden sentirse identificadas.

En este primer videoclip, que corresponde al principio de la historia, se muestra a la protagonista incómoda y descontenta en su vida diaria actual, por lo que decide huir en coche, sin rumbo, para alejarse del ambiente tóxico que la rodea. Consecuentemente, la letra de *Escape* trata sobre el sentimiento de no pertenecer al lugar donde se ha crecido toda la vida, la necesidad de escapar de esa atmósfera opresora y la intención de vencer los miedos e inseguridades para aceptarse a uno mismo.

4.1.4.2 Preproducción del tema

a) *Escape* como tema synth pop

Se ha considerado la elección del género musical como parte de la preproducción porque dependiendo de ello, se contacta con ciertos músicos para que interpreten instrumentos o se adquiere software para una instrumentación sintética.

Como se ha explicado en el apartado 3.4 *Definición del género musical*, se ha decidido que el tema pertenezca al género pop, porque es el estilo musical más consumido y porque además es el estilo preferido de los integrantes del grupo. El deseo de llegar a la máxima audiencia posible también ha hecho que se decidiera escribir la letra en inglés, por ser el

idioma internacional en el mundo actualmente, y así tener la posibilidad de lograr una recepción más internacional.

Dentro del género pop, *Escape* podría encajar en el estilo synth pop, el cual utiliza principalmente instrumentos electrónicos como los sintetizadores para construir el tema. Dado que el equipo no dispone por el momento de muchos contactos en el mundo de la música y que tampoco dispone de un gran presupuesto para la realización del proyecto, se ha escogido hacer un tema synth pop para eliminar la búsqueda (y posiblemente pago) de músicos, con lo cual se reduce una parte de grabación, y con ella un gasto económico. Como referencias musicales, como se han especificado en el mismo apartado 3.4, se han seleccionado las canciones *Wild* (2015) y *Heaven* (2015) de Troye Sivan, *Coffee* (2015) de Miguel, *Flame* (2017) de Tinashe y *dRuNk* (2016) de Zayn, por su tipología midtempo, que las hace estar entre una canción bailable y una balada, además de las bases de batería sintéticas y potentes.

b) Intérprete y ensayo de la parte vocal de *Escape*

Como se ha especificado en el apartado 3.5 *Selección de artistas*, la cantante escogida para que sea la voz de *Escape* ha sido Silvia Farrés, cantante de 22 años proveniente de Igualada y voz del grupo musical catalán JoKB. Su experiencia en el panorama musical y sus seguidores en Instagram (más de 2400 en su cuenta personal y más de 4500 en la cuenta del grupo, a fecha de 19 de mayo de 2018) fueron factores que resultaron atractivos y beneficiosos para el proyecto, además de la amistad y cercanía que los integrantes del grupo mantienen con ella.

Alex Barat se ha reunido con Silvia Farrés en tres ocasiones, con el objetivo de que Silvia memorizara y practicara la parte vocal de *Escape*.

En la primera reunión, llevada a cabo el 8 de marzo, se presentó a Silvia la canción y se le enseñó la maqueta con la melodía a piano. Estrofa por estrofa, se le enseñó como la letra se iba recitando según la melodía, y Silvia acabó la jornada cantándola entera. Se grabó un trozo mediante una nota de voz de teléfono móvil, dado que no se disponía de un micrófono para grabarlo.

En la segunda reunión, el 4 de abril, se volvió a practicar la canción y se grabó la voz con un micro semiprofesional, concretamente el Auna Mic 900-B, con el fin de que Alex tuviera una voz de referencia para seguir creando la instrumentación del tema. Además, se valoró incorporar segundas voces a la canción.

El 16 de mayo se hizo la última reunión, previa a la grabación de voz en el estudio. Alex y Silvia hicieron pruebas sobre cómo incorporar segundas voces a ciertas partes de la canción para que la parte vocal sonara más completa. Además, Silvia propuso doblar la voz principal para que sonara con más cuerpo. Ambas cosas se grabaron con el micro descrito anteriormente para tener una demo más realista respecto a cómo quedaría la canción al final de todo el proceso de producción, y sobre ella seguir produciendo la instrumentación del tema.

c) Coros vocales del tema

A partir de la segunda reunión con Silvia, se decidió incorporar más voces (tanto masculinas como femeninas) que cantaran a modo de coro en ciertas partes de la canción, a parte de las voces dobladas y las segundas voces de Silvia.

El departamento de producción se encargó de buscar personas interesadas en hacerlo, y encontró a 5 vocales:

- Paula Ruiz Pérez
- Marc Solé Puigdomènech
- José Revaliente Revuelta
- Marina Ruiz Miró
- Carla Molina Noriega

Los cinco colaboradores oscilan entre los 21 y 23 años de edad y han sido estudiantes de música desde los 5 años de edad, concretamente en la Escola de Música i Dansa de Santa Perpètua de Mogoda. Cada uno está especializado en un instrumento en concreto, y además desde los 8 años han cantado en el Cor Jove de la Escola de Música i Dansa de Santa Perpètua de Mogoda.

d) Estudio de grabación Temps Record

Si bien la producción puede hacerse de forma autónoma, el equipo de *Scars* ha decidido ponerse en contacto con un estudio de grabación para grabar la parte vocal de la canción y realizar los procesos de postproducción musical: la mezcla y el mastering, ambos detallados en el apartado *2.1.4 Fases de la producción musical*. Estos procesos son más complejos y, tal y como defienden Samuel Escudero Robla en el curso Professional Music Producer impartido en la escuela Sonopro de Barcelona y Josep Roig Boada como técnico de sonido del estudio Temps Record de Terrassa, la calidad de un micrófono para grabar las voces y los dispositivos analógicos para ejecutar sobretodo el proceso de masterización es fundamental para que una canción tenga la mejor calidad de sonido (Escudero, 2017; Roig, 2018).

Así pues, se ha pedido un presupuesto a Temps Record que cubra la grabación de la voz, la mezcla y la masterización de la primera canción, el cual se puede ver detallado en el apartado de *4.1.1.7e) Presupuesto*. Aún así, como el encargado de la parte musical del proyecto, Alex Barat, está realizando las prácticas de universidad en Temps Record, y estaría involucrado de forma igualitaria con Josep Roig, se ha acordado que se hará un precio especial por el trabajo, todavía por determinar.

La producción de la canción se ha ido haciendo conforme se realizaban también otras partes del trabajo. Esto ha provocado que durante el periodo de rodaje del videoclip, la parte musical quedará interrumpida, por falta de tiempo. Una vez reanudado el proceso de producción musical, a mitades de mayo, se habló con Josep Roig Boada para establecer un día de grabación de voces en el estudio, y se acordó en hacerlo el 18 de mayo de 2018.

Una vez la producción del tema esté finalizada, se establecerá una fecha para hacer los procesos de mezcla y masterización, de momento pensada para mitades de junio.

4.1.4.3 Producción del tema

Seguidamente, se detallará el proceso de producción del tema, lo cual comprende la creación de la instrumentación y la grabación de la parte vocal en el estudio Temps Record.

a) Proceso de instrumentación del tema

El software de producción musical utilizado ha sido el programa **Ableton Live 9**, un tipo de software denominado DAW²², es decir, que permite grabar y editar audio, además de crear sonidos a partir de instrumentos integrados y plugins²³ externos como sintetizadores o samples²⁴.

Para crear la instrumentación de Escape, dado que no se han utilizado instrumentos reales grabados, se ha recurrido al uso de dos programas (que actúan como plugins en Ableton): **Nexus**, de la compañía reFX (sintetizador con sonidos creados previamente, con posibilidad de modificarlos) y **Massive**, de la compañía Native Instruments (sintetizador como Nexus pero más completo y con la opción de crear sonidos desde cero).

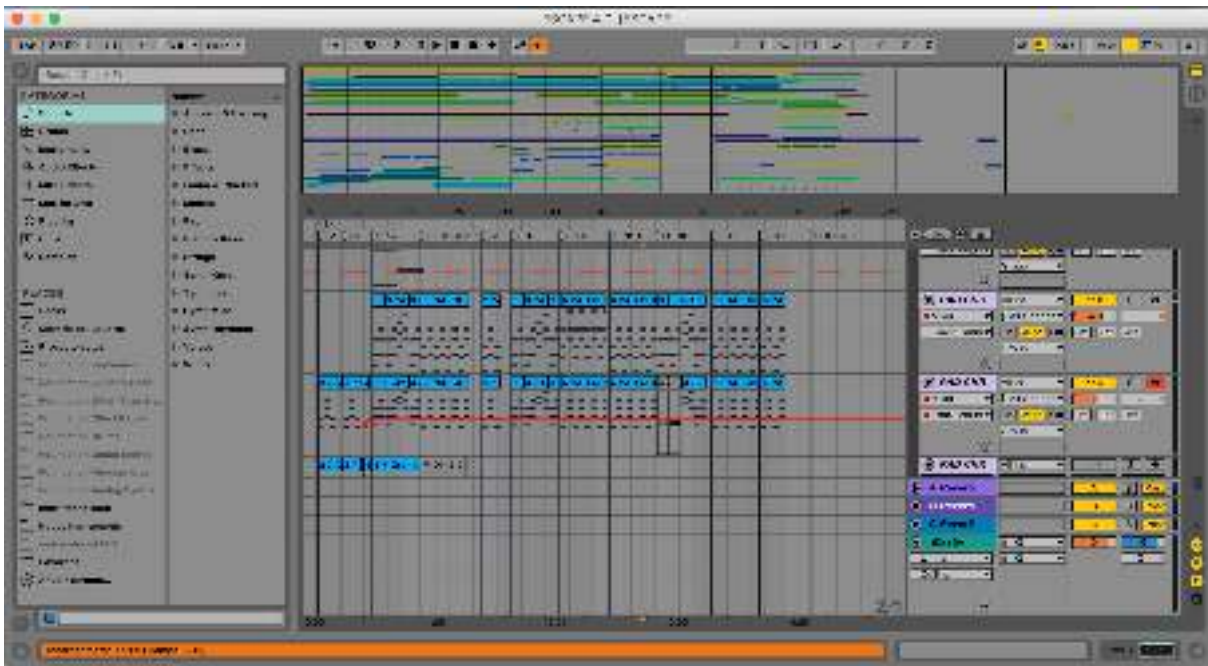


Figura 37. Interfaz de Ableton Live con el proyecto de la canción de *Escape*. Fuente: Elaboración propia, (2018)

²² Digital Audio Workstation; en español, estación de trabajo de audio digital.

²³ Tal y como Julián Pérez Porto y María Merino lo definen en el portal web definicion.de, “un plugin es aquella aplicación que, en un programa informático, añade una funcionalidad adicional o una nueva característica al software. En nuestro idioma, por lo tanto, puede nombrarse al plugin como un complemento.” (Pérez Porto, Merino; 2013)

²⁴ Samuel Escudero Robla, en el curso Professional Music Producer que imparte en Sonopro, define el sample como un sonido grabado que se usa para una nueva grabación o bien para crear un instrumento. (Escudero, 2017). Se puede, pues, grabar varias notas de un piano y, modificándolas para obtener toda la escala musical, crear un plugin digital de piano.



Figura 38. Interfaz de Nexus. Fuente: Elaboración propia, (2018)



Figura 39. Interfaz de Massive. Fuente: Elaboración propia, (2018)

En el inicio de la producción, se creó una base rítmica de batería muy sencilla y sobre ella se incorporó la melodía vocal a piano, para tener una guía sobre la línea progresiva del tema. Como los conocimientos musicales en cuanto a solfeo y partituras aún no están adquiridos, se utilizó el recurso de grabar en una nota de voz la melodía vocal e incorporarla al programa para que Ableton Live la transformara en notas MIDI²⁵. Posteriormente se añadió como instrumento el Grand Piano de Ableton, que simula un piano real. El programa no tiene una efectividad completa en esto, con lo cual después se necesitó mover alguna de las notas para que encajaran con la melodía ideada. A partir de aquí, se inició el proceso de instrumentación del tema.

Se fijó un tempo de 80bpm (pulsos por minuto), lo cual significa que la canción es un mediotiempo, entre balada y canción bailable.

Seguidamente, se hablará de la construcción de cada parte de la canción, seguida de una imagen del programa donde se reflejan las pistas con los instrumentos y la melodía insertada.

En cuanto a la **batería**, lo esencial para la canción era que tuviera un bombo y una caja, ambos con un sonido sintético y bastante duro. Estos sonidos se han escogido a partir de los samples integrados en Ableton Live, y concretamente son el "Kick 909" para el bombo y el "Snare Nois" para la caja. La caja está situada en la pista "Snare", y el bombo está distribuido en tres pistas del programa, dependiendo el patrón rítmico que sigue: para las partes más relajadas ("Kick 1"), para las partes más intensas ("Kick 2") y para el final ("Final Kick"), este último siendo un bombo con más reverberación para finalizar la canción.

Posteriormente, para evitar que la base rítmica se convirtiera en monótona a lo largo de la canción, se decidió comenzar el tema con una base más ligera sustituyendo la caja por otro sonido, que se consiguió a partir de la combinación de tres samples: el "snap-close-08" de la librería gratuita "Hand Make Sounds" del portal 99Sounds, el "Perc Submarine Ponc" y el "Rim Clean Thin Res", ambos de la librería integrada de Ableton Live. Estos sonidos se encuentran en las pistas "Snap", "Submarine" y "Rim", respectivamente.

Para dar más complejidad a la base, se añadió un sonido previo a la primera caja de cada compás, formado por dos samples (también de la librería de Ableton): el "0001 9-Audio" y "FX Motor Windup". Se encuentran en las pistas denominadas "Pre-Snare", porque suenan antes de la caja.

Por último, se decidió añadir un patrón rítmico de platillos (hi-hats) para el segundo y tercer estribillo. Son las pistas "Hi-hat Closed".

²⁵ MIDI son las siglas de Musical Instrument Digital Interface. Sergi Jordà explica que "es en realidad un protocolo digital de comunicaciones, surgido del entendimiento entre fabricantes de equipos musicales electrónicos, que permitió que estos instrumentos se comunicaran entre ellos y que, por extensión, se comunicaran con los ordenadores" (Jordà, 1997). Aplicando esto a la producción de Scars, el MIDI permite que con un teclado controlado o bien con el del ordenador, se pueda dirigir un plugin que emula un instrumento y crear sonido como si se estuviera tocando un instrumento real.

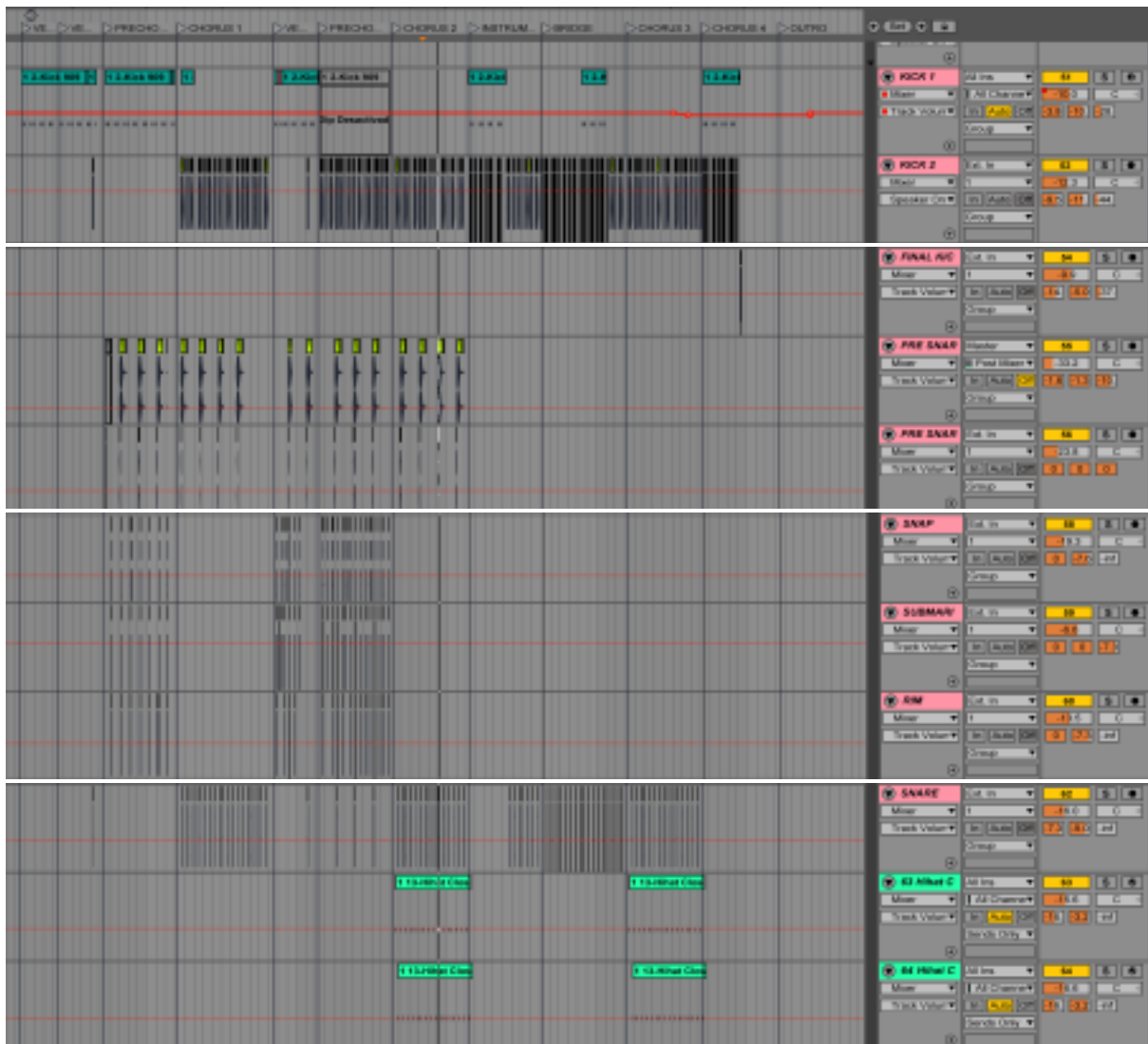


Figura 40. Pistas que forman la batería de *Escape*. Fuente: Elaboración propia, (2018)

El siguiente elemento que se añadió a la canción fue el **piano** como elemento destacado, el cual acompaña la melodía vocal tocando alguna de sus notas, o bien con otra melodía que encaja con la armonía. Se buscaron diferentes instrumentos de piano disponibles en Ableton, Nexus y Massive y se seleccionó el “Piano Nebula” de Nexus, puesto que tenía incorporado un filtro de sonido y un efecto de reverberación que le daba un toque épico y melancólico, muy acorde con la canción. Las melodías de piano se han distribuido en varias pistas porque cada una de ellas tiene unos ajustes distintos, por tema de volumen, reverberación añadida o delay²⁶. En la última de las pistas del piano, se añadieron unos acordes para intensificar el sonido en el segundo y tercer estribillo. Estos acordes están formados por la nota seleccionada y sus respectivas tercera y quinta notas.

²⁶ Efecto de sonido que multiplica y retrasa la señal. Para una mejor comprensión, se puede comparar con el fenómeno que sucede en una montaña cuando se grita una palabra y se escucha repetidamente hasta que se desvanece.

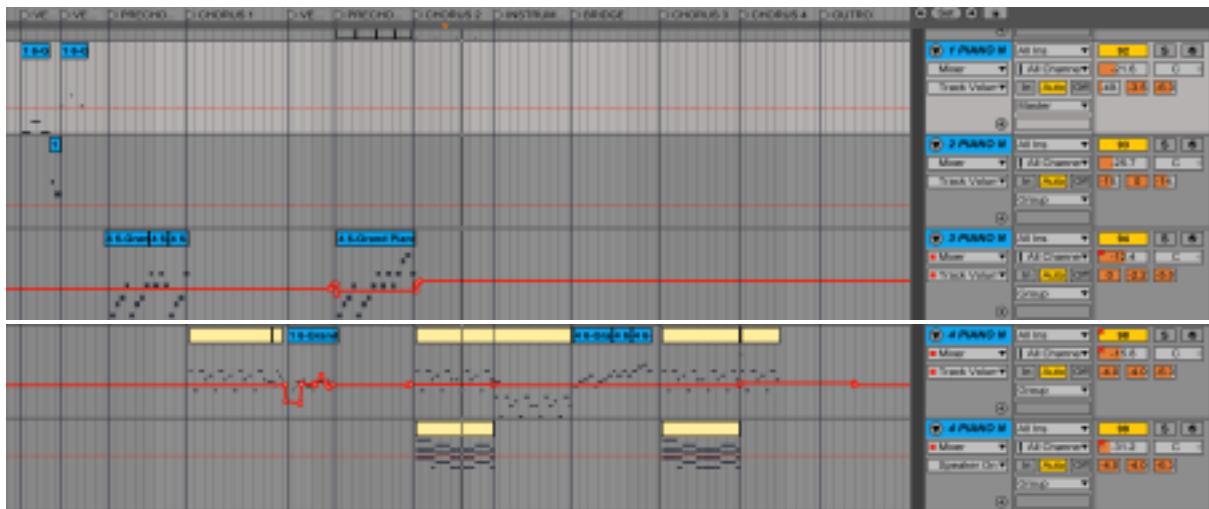


Figura 41. Pistas que forman la melodía a piano de *Escape*. Fuente: Elaboración propia, (2018)

El piano se ha considerado esencial para la canción, pero no era suficiente para mantener la instrumentación del todo el tema. Para intensificar ciertas partes y reducir la monotonía de la canción, se probaron diferentes sonidos y al final se seleccionó el instrumento “StrongChoir Ensemble” de Nexus, que emula un **grupo de cuerda** (mayoritariamente violines) y que ofrece al tema un toque más completo en los estribillos, parte del segundo estribillo, el puente instrumental y el puente vocal. Se puede visualizar en la pista “String Chords”. Finalmente, para rellenar más el sonido, se añadió el instrumento “Hollywood Brass”, también de Nexus, que emula **instrumentos de viento** como trombones y tubas. En la siguiente imagen se puede ver en la pista “Brass”.



Figura 42. Pistas de cuerda y de viento de *Escape*. Fuente: Elaboración propia, (2018)

Una vez configurados estos instrumentos, el tema carecía de un **fondo sonoro** que la sustentara. Siguiendo los consejos de Josep Roig Boada al escuchar el tema, unos instrumentos de frecuencias graves actúan como el tronco donde se aguenta la canción. Por ello, se seleccionaron diferentes instrumentos y se bajó una octava la melodía para que todo sonase más grave, y en cuanto al volumen y la reverberación, se configuró para que sonara de fondo y rellenase el sonido total. Estos instrumentos han sido “Muted Guitars”, “Muted Pad” y “Ambient Pad 3”, de Nexus, y “Modular Church Organ”, incluido en el programa Ableton Live. En la siguiente imagen, se puede visualizar en las dos pistas “Pad Chr”, “Ambient Pad” y “BK Organ”, respectivamente.

Además, se incorporó un instrumento de sonido mezclado entre un piano y un bajo para que actuara como **bajo** de la canción en ciertas partes del tema. Es la pista “Bass Piano”.

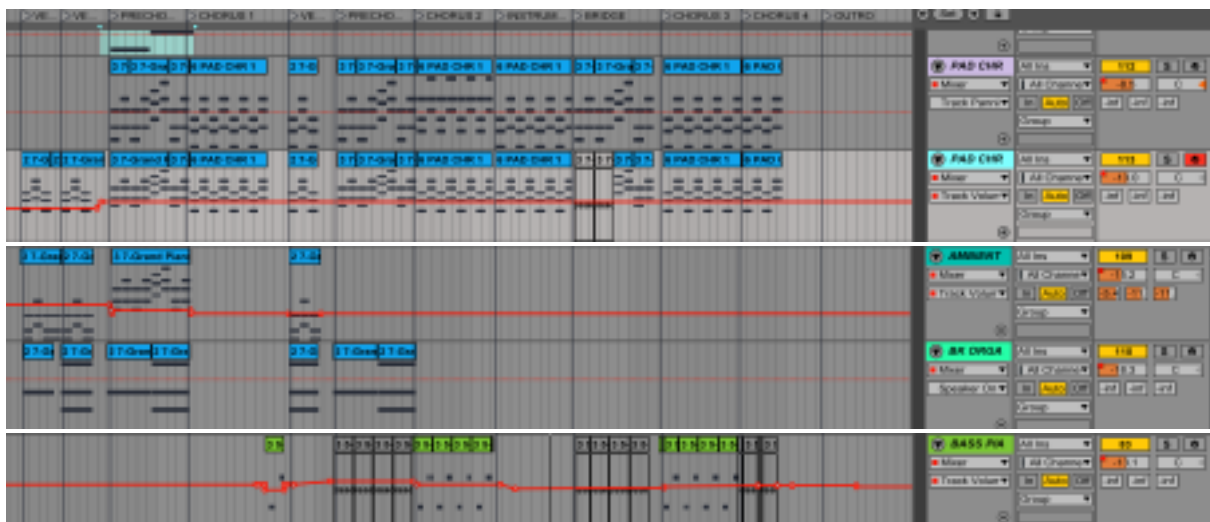


Figura 43. Pistas de sintetizadores que rellenan el sonido, y pista de bajo de *Escape*. Fuente: Elaboración propia, (2018)

Por último, para introducir algunas partes del tema, se ha creado un efecto de audio a modo de “fade in”. Esto se ha hecho de la siguiente forma: habiendo seleccionado el trozo que requiere un “fade in”, se ha grabado el audio de la primera nota de dicho fragmento incrementándole previamente la reverberación; después, se ha manipulado el audio (que incluye la nota y la reverberación) y se ha revertido para que comience con una subida de volumen de la reverberación y al final, la nota, que se ha ajustado con la nota del fragmento y, de esta forma, se crea un efecto de “fade in” previo al comienzo del compás musical. Seguidamente se muestra un ejemplo utilizado en el comienzo del primer estribillo:

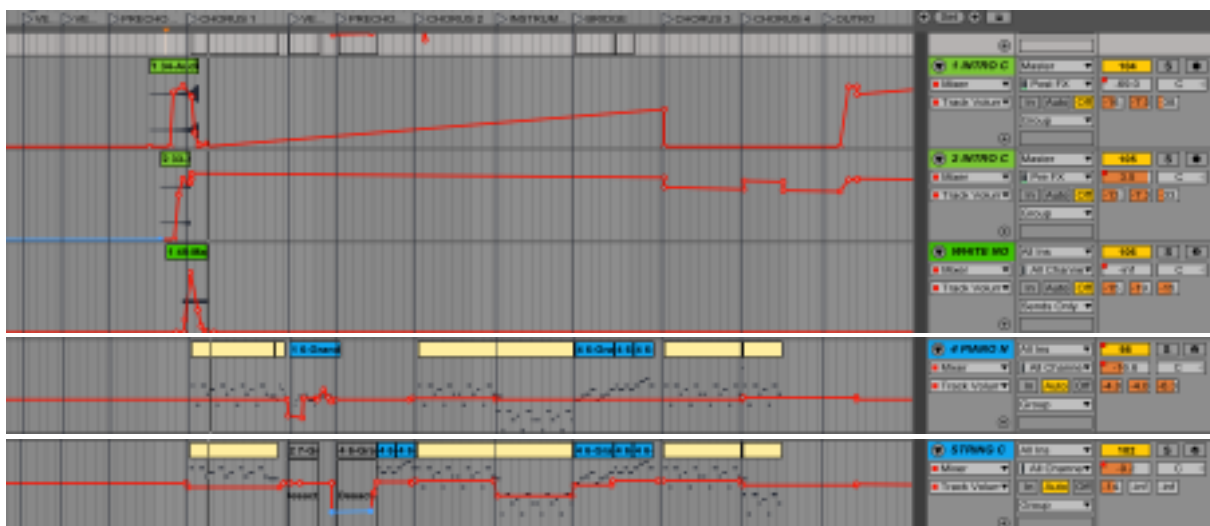


Figura 44. Pistas que contienen la introducción al primer estribillo de *Escape*, junto a las pistas de piano y viento. Fuente: Elaboración propia, (2018)

Las pistas “1 Intro Chorus” y “2 Intro Chorus” contienen el audio invertido de la primera nota del piano y del grupo de cuerda, respectivamente. De esta forma, el oyente percibe que va a venir una nueva parte de la canción e inconscientemente se prepara para ello. Para incrementar este efecto, se decidió añadir un efecto de sonido llamado “White Noise”, creado con el sintetizador Massive.

Cabe mencionar que todas las pistas van dirigidas a tres canales de retorno, que son pistas auxiliares recomendadas para insertar los efectos de **reverberación**. Se han creado tres canales siguiendo la recomendación de Samuel Escudero Robla en el curso Professional Music Producer de la escuela de sonido Sonopro. Los tres canales tienen incorporados una reverberación, pero cada una de ellas recrea diferentes espacios, básicamente a partir del tiempo de retraso y el tiempo de decaimiento del efecto: si una reverberación tiene un largo tiempo de retraso y un largo tiempo de decaimiento, se estará representando un espacio mucho más grande, como una nave industrial o una catedral. El juego de diferentes reverberaciones a distintos niveles crea profundidad a la canción, además de un efecto estético. Así pues, los canales de retorno A, B y C representan una reverberación pequeña, mediana y grande, respectivamente. Una vez configurados los parámetros, cada pista se ha nivelado con estos canales de retorno para lograr el efecto deseado. Seguidamente se puede ver una imagen con los niveles de reverberación de algunas de las pistas.



Figura 45. Vista en vertical de las pistas, donde puede verse de forma visual la configuración de la reverberación en cada una de ellas, a través de canales de retorno. Fuente: Elaboración propia, (2018)

b) Grabación de la parte vocal del tema

La grabación de la parte vocal del tema se realizó el día 18 de mayo de 2018, entre las 16:00 y 23:30 horas, en el estudio de grabación y discográfica Temps Record de Terrassa, con Josep Roig Boada como técnico de sonido y bajo la supervisión de Alex Barat, que empleó el rol de productor artístico. Para ejecutar la grabación se ha empleado el micrófono Telefunken U-47, el cual es de los mejores del mercado y cuesta 10.590 euros en la tienda oficial del fabricante, Thomann, a fecha de 28 de mayo de 2018. En cuanto al software, se ha utilizado Pro Tools, un DAW especializado en mezcla y masterización, y software principal utilizado en Temps Record.



Figura 46. Micrófono Telefunken U-47. Fuente: Thomann (2018), Telefunken U-47. Thomann. Recuperado el 27 de mayo de 2018 de https://www.thomann.de/es/telefunken_u_47.htm

Se grabaron varias tomas de la voz principal de Silvia Farrés, con algunas correcciones de Alex Barat sobre la interpretación y la ejecución vocal del tema. La grabación se hizo por partes para focalizar la atención en fragmentos pequeños y hacer varias tomas hasta que saliera tal y como se deseaba. Así pues, se distribuyó la grabación en las siguientes partes: primeras estrofas, primer preestribillo, estribillo, segunda estrofa, segundo preestribillo, puente y estribillo final.



Figura 47. Alex Barat y Josep Roig Boada en el estudio Temps Record. Fuente: Elaboración propia, (2018)



Figura 48. Silvia Farrés en la sala de grabación de Temps Record. Fuente: Elaboración propia, (2018)

Conforme se hacía cada parte, se grababa también una segunda voz con la misma melodía vocal, para que en la producción suenen al unísono y suena como una sola voz pero con más cuerpo. Esta técnica se empleó en los preestribillos y los estribillos.

Seguidamente, se grabaron segundas voces interpretadas por la misma Silvia Farrés para otorgar un mayor juego vocal a la canción. Estas voces consistieron en una segunda voz más aguda y una segunda voz más grave, ambas también dobladas, como la voz principal. La segunda voz aguda está presente en los preestribillos y en el puente, mientras que la segunda voz grave está presente en parte de los estribillos y en el puente.

El mismo día también asistieron los coros vocales, formados por Paula Ruiz, Marc Solé, José Revaliente, Marina Ruiz y Carla Molina. Previamente a la grabación se había montado una melodía vocal para los coros, la cual está presente durante la mayoría de la canción. El coro estuvo ensayando la melodía mientras Silvia Farrés grababa su parte vocal. Por cuestiones de tiempo, se interrumpió la grabación de Silvia para grabar al coro vocal, puesto que la parte de Silvia requería mucho más tiempo y ella tenía una disponibilidad de horario completa para quedarse hasta las 23:30 de la noche en el estudio.

La grabación del coro se fragmentó en diferentes grupos para reducir posibles fallos irreparables de afinación: de esta forma, se grabó primero las voces de José Revaliente y Marina Ruiz, que tenían una voz más grave, después los de Carla Molina y Paula Ruiz, que tenían un registro más agudo, y por último la voz de Marc Solé, que tenía un registro medio. Esto ha permitido controlar mucho más la afinación de cada uno de ellos, y que las desafinaciones vocales se hayan podido corregir de forma más sutil; si se hubiesen grabado las cinco personas a la vez y una de ellas hubiese desafinado en algún momento, la corrección digital hubiese sido mucho más compleja y más notoria para los oídos del oyente.



Figura 49. Carla Molina, Paula Ruiz y Marc Solé, preparados para cantar los coros. Fuente: Elaboración propia, (2018)

Una vez finalizada la grabación de los coros, se prosiguió con las partes restantes de Silvia.

Como conclusión, la grabación de la parte vocal del tema fue un proceso muy disfrutable y sin grandes complicaciones, ya que tanto Silvia como las personas que participaron en el coro tenían una buena formación musical y habían ensayado la melodía que tenían que interpretar, con lo cual la jornada se desarrolló con bastante fluidez y productividad.

4.1.4.4 Postproducción del tema

La postproducción de la canción, como bien se ha explicado en el apartado 2.1.4 *Fases de la producción musical*, comprende la edición, la mezcla y la masterización. Es un proceso que aún queda por hacer y se prevé que estará finalizado a mitades de junio de 2018.

La edición la ha llevado a cabo Josep Roig Boada en el estudio de grabación. La toma correcta de cada parte de la canción se fue seleccionando en el mismo proceso de grabación de voces, con lo cual la edición ha consistido básicamente en arreglar desajustes de afinación con el programa Pro Tools y el plugin Melodyne, el cual permite visualizar de forma gráfica las notas que la cantante y los coros han cantado. Es posible corregir alguna desafinación cambiando la frecuencia del sonido, cosa que, consecuentemente, cambia la nota en la escala musical.



Figura 50. Interfaz de Pro Tools con Melodyne abierto. Fuente: Libertini, C. [MusicMarketingTV] *Melodyne - How To Insert Melodyne Into Pro Tools Session*. Recuperado el 27 de mayo de 2018 de <https://www.youtube.com/watch?v=GQEkmV7CrzE>

En cuanto a la mezcla y la masterización, son procesos que, tal y como se ha mencionado antes, están todavía pendientes de realizarse. Se ha hablado con Josep Roig Boada, quien será el técnico de mezcla y masterización de la canción, para hacerlo a mitades de junio, con la presencia de Alex Barat para supervisar el trabajo.

La mezcla se hará con el programa Pro Tools y con el pack de plugins de mezcla Waves Central 2018, el cual incorpora un gran número de ecualizadores, compresores, limitadores y demás elementos que ayudan a mejorar el sonido, ajustar el rango dinámico y cohesionar cada pista con el resto del tema.



Figura 51. Interfaz de Pro Tools con un plugin de Waves Central 2018 abierto. Fuente: Russ [Production Expert] (2014). *Pro Tools Tutorial: Use Waves Kramer Master Tape On A Parallel Mix Buss*. Recuperado el 27 de mayo de 2018 de <https://www.youtube.com/watch?v=Mt5PeZS47W8>

Por último, la masterización se hará seguidamente al proceso de mezcla, también en Temps Record, y se utilizará la maquinaria analógica que Josep Roig Boada posee en el estudio. Como bien se ha detallado en el apartado 4.1.4.2 *Estudio de grabación Temps Record*, para este último proceso el sistema analógico ofrece un sonido más cálido y de mejor calidad que un pack de plugins digital, con lo cual es algo positivo que se tenga la oportunidad de hacer una masterización analógica.

El equipo que se utilizará para este proceso es el siguiente:

- **EMI TG12345 Curve Vender.** Tal y como se explica en el manual oficial de la máquina, es un ecualizador²⁷ basado en el dispositivo de mezcla EMI TG12345, utilizado para grabar discos de The Beatles y Pink Floyd. Ofrece un sonido único. (Chandler Limited, 2018)

²⁷ Moisés Ramírez explica que un ecualizador es una “herramienta de audio que [...] te ayuda a modificar la amplitud en el espectro de las frecuencias en una señal de audio, ya sea incrementando o disminuyendo la amplitud de dicha frecuencia o un conjunto de estas” (Ramírez, 2017).



Figura 52. Imagen del EMI TG12345 Curve Bender. Fuente: Chandler Limited, (2017). Chandler Limited Curve Bender. Recuperado el 28 de mayo de 2018 de <http://chandlerlimited.com/curve-bender/>

- **Chiswick Reach Stereo Valve Compressor.** Según la página oficial del fabricante, es un compresor²⁸ de válvulas construidas al milímetro, que ofrece un sonido suave y transparente, a parte que añade calidez a cualquier pista. (Chiswick Reach, 2018)



Figura 53. Imagen del Chiswick Reach Stereo Valve Compressor. Fuente: Gear by Miloco, (2018). Chiswick Reach Compressor. Recuperado el 27 de mayo de <https://www.milocogear.com/product/chiswick-reach-compressor/>

- **Neve 33609J/D.** Tal y como explican en la página oficial del creador, es un compresor de audio con una calidad que lo ha hecho convertirse en un estándar desde hace ya tres décadas, con todo tipo de opciones para limitar el volumen de una señal, el arranque (“attack”) de la misma, la ganancia, el límite de compresión, etc. (Neve, 2018)



Figura 54. Imagen del Neve33609J/D. Fuente: AMS Neve Ltd (2018). 33609 Stereo Compressor: One of the World's Finest Audio Compressors, Bar None. Recuperado el 23 de mayo de 2018 de <https://ams-neve.com/33609-2/>

²⁸ Tal y como Samuel Escudero Robla lo explica en el curso Professional Music Producer de la escuela Sonopro, un compresor es un dispositivo empleado para regular el rango dinámico; de esta forma, se nivelan los desajustes de volumen que puede tener una pista, rebajando los picos más bajos (sin cortarlos) y, en consecuencia, realzando las partes más bajas de volumen. (Escudero, 2018)

- **Neve 8816.** Según la web oficial de la empresa, es un dispositivo sumador, esto es, suma el sonido de varias pistas (un máximo de 16) con la tecnología de la empresa Neve, que siempre ha sido considerada de las mejores por el sonido cohesivo que ofrece. (Neve, 2018)



Figura 55. Imagen del Neve 8816. Fuente: AMS Neve Ltd (2018). 8816 Summing Mixer: The Sound of Neve Mixing is Within Reach. Recuperado el 23 de mayo de 2018 de <https://ams-neve.com/8816-2/>

- **Prism Sound MLA-2.** Es un compresor y limitador²⁹ que, según el portal web del fabricante, tiene como punto positivo una extensa configuración de todos los parámetros, logrando una muy buena precisión. (Prism Sound, 2017)



Figura 56. Imagen del Prism Sound MLA-2. Fuente: Prism Sound (2018). Maselec MLA-2 precision 2-channel compressor limiter. Recuperado el 23 de mayo de 2018 de http://www.prismsound.com/music_recording/products_subs/mla2/mla2_home.php

4.2 Propuesta para la segunda y tercera parte del proyecto (*Highway y Pride*)

4.2.1 Ideación

El segundo video está centrado en la huida, ideado como un *road trip* con el punto de introducción de dos personajes nuevos en la historia que tienen la misma enfermedad.

²⁹ Tipo de compresor que, en vez de rebajar los picos más altos, los corta para que la señal no pase del límite configurado.

El tercero y último está ideado para dar paso a la empoderación de Ivy y de cómo, en un entorno real, deben afrontar estas situaciones. El final se plantea con un seguido de *Match cuts* que den paso a la visibilización de personas (no actores y seguramente, pertenecientes al Casal Lambda) que han pasado por una situación similar a la de Ivy o por cualquier tipo de discriminación debido a su condición sexual.

4.2.2.1 Sinopsis

A continuación se proporcionará una primera fase de las sinopsis de los dos próximos vídeos. Es importante resaltar que se trata de una primera fase de ideación y que se produce partiendo de los puntos de giro argumentales decisivos explicados anteriormente en apartado 3.2.1 *Selección de la estructura narrativa*.

Highway

Ivy va conduciendo por la carretera sin rumbo fijo hasta que para en una gasolinera a repostar. Ahí se topará con Alex (19) y Mel (22) dos jóvenes que salen de robar de la gasolinera y a los que Ivy ayudará a escapar al darse cuenta que tienen las mismas marcas que ella en los brazos y en la nuca.

A partir de ese momento los tres personajes formarán un vínculo emocional el cual les lleva a conducir sin rumbo y vivir esos días como si no tuvieran ningún tipo de responsabilidad: bailando, bebiendo y riendo mientras se cuentan confidencias.

Lejos de sus respectivos ambientes represivos parece que sus marcas desaparecen: nada más lejos de la verdad.

Un buen día Ivy, mientras Ivy se cambia descubre algo que la deja helada: le ha aparecido una nueva marca mucho peor que las anteriores.

Pride

Al descubrir que realment Ivy, Mel y Alex están empeorando, deciden que la solución es volver a sus respectivas casas y afrontar la situación.

Ivy pasará por las mismas situaciones sociales y rutinarias que al principio de la historia (amigos, familia, universidad) sin esconder su condición sexual y afrontado que no puede hacer entrar en razón a todo el mundo pero si puede convertirse en un referente para aquellos que tienen miedo en expresar su condición sexual.

Finalmente, se ven múltiples rostros de gente real (no actores) del colectivo LGTBI+.

4.2.1.2 Personajes y caracterización

En la segunda parte de la historia, tienen especial relevancia los dos personajes jóvenes que pasarán a formar parte del *road trip* de *Highway*. El objetivo es conformar sus personalidades en base a hechos y vivencias reales de personas del colectivo LGTBI+. Para ello, asistimos a una de las actividades del Casal Lambda (concretamente la reunión del 7 de abril del 2018) dirigida en crear un debate e intercambio de experiencias entre jóvenes del colectivo y padres y madres con hijos LGTBI+ que han necesitado de un grupo de apoyo que les brinde información y comprensión para abordar la temática en su rutina familiar.

De aquella reunión, los miembros del proyecto extrajeron las siguientes ideas:

- Aunque pueda dar coraje la acción de “salir del armario” para los familiares acaba siendo necesaria.
- Una vez se plantea a la familia, el camino solo acaba de empezar. No se trata de que familia solo lo “acepte” sino que sientan ilusión por el proyecto de su hijo/a, con sus parejas que se involucren, no que dejen el tema como un tabú.
- El mundo está estructurado por y para los heterosexuales, incluso el lenguaje y es imprescindible desaprender lo que nos han enseñado para estructurar unas nuevas ideas.
- La historia concreta de un padre con dos hijos que dio el paso de homófobo al enterarse de la condición sexual de su hijo, a estar completamente integrado en el ambiente.
- El impacto en los padres tiene relación con las expectativas de futuro que se han creado para sus hijos (hijos).
- Les guía la frase “ Gracias a que mi hijo es hmosexual, no me he muerto gilipollas”.
- Una joven declaró que ella era bisexual, pero debido al machismo y a los rolos de poder siempre exponía que simplemente era lesbiana , ya que con las chicas se siente mucho más cómoda que el rol que se establece en las parejas heteronormativas.

Tabla 69. Ficha de descripción de personaje: Mel.

	Nombre	Edad	Sexo
	Mel. - Aliada	21	Mujer
Características psicológicas	Chica joven bisexual, con mucha personalidad propia. Carácter marcado y una actitud irónica y humorística frente a su situación. Mantiene un vínculo o familiar o especial con Alex que hace que se protejan el uno al otro. Es quien mediante unas pocas líneas de diálogo abre los ojos a Ivy sobre cómo afrontar la situación y sentirse agusto con una misma.		
Características físicas	Carece de importancia pero sus rasgos y actitud deben transmitir personalidad y carácter marcado.		

Fuente. Elaboración propia, (2018).

Tabla 70. Ficha de descripción de personaje: Alex.

	Nombre	Edad	Sexo
	Alex - Aliado	19	Hombre
Características psicológicas	Dinámico , divertido y simpático. Más tímido o callado que Mel pero desprende juventud.		
Características físicas	Carece de importancia.		

Fuente. Elaboración propia, (2018).

4.2.2 Ideación visual

4.2.2.1 Estilo fotográfico

El segundo videoclip va dirigido a potenciar emociones de la juventud: diversión, despreocupación, alegría: el espectador debe adentrarse tanto en esas sensaciones que a él también le debe dar la impresión que los problemas de Ivy se han esfumado.

Por ello, se ha ideado un estilo naturalista que potencie mucho más el sentimiento hedonista de la juventud: cámara en mano alzada y un mayor uso del objetivo 50 mm para reproducir un tono mucho más intimista.


Algunas de las influencias que se han escogido para este segundo videoclip hasta el momento son las siguientes:

Tabla 71. Ficha de referencias visuales: *Pretty Girls*.

Videoclip
<i>Pretty Girls</i> , Kaleo (2014)
Referencia visual


Fuente. Elaboración propia, (2018).

Tabla 72. Ficha de referencias visuales: *Ginger y Rosa*.

Película
<i>Ginger y Rosa</i> , Sally Potter (2012)
Referencia visual


Fuente. Elaboración propia, (2018).

Otro aspecto a tener en cuenta es a cómo transmitir la sensación de calidez o el color anaranjado en el segundo videoclip teniendo en cuenta que todo el vídeo se producirá (siguiendo la línea narrativa del *road trip*) en exteriores. Se deberá tener muy en cuenta las horas y las condiciones climáticas de grabación y por ello se ha ideado (de manera muy precaria aún) alguna escena nocturna con bengalas de colores o falsear de alguna manera una fogata (teniendo en cuenta que la normativa sobre la creación de hogueras en zonas naturales nos limitaría).

El tercero combina escenas de exteriores con otras bastantes parecidas en cuanto a localizaciones al primer videoclip, por lo cual lo que sí debe mantenerse presente será las decisiones que impondrán, esta vez, el color rojo como predominante.

4.2.2.2 Decisiones estilísticas

Como se ha comentado anteriormente, deben potenciarse los colores determinados de cada vídeo (el segundo naranja, el tercero rojo), pero no solo con el uso de la iluminación, sino con ciertas decisiones que mantengan de base un diálogo retroalimentado con el departamento de arte (tener en cuenta el vestuario de los personajes y las localizaciones).

En relación a las localizaciones y teniendo en cuenta las referencias que se han mostrado en el apartado anterior 4.2.2.1 *Estilo fotográfico*, la estética de los espacios debe ser atemporal y naturalista. Lugares abiertos que descontextualicen totalmente al espectador de los espacios cerrados y rancios de la primera historia.

Se ha determinado la presencia de una playa, un bosque y una gasolinera.

4.2.5 Canciones

Por el momento, se ha definido una idea general sobre lo que se deben tratar la segunda canción, titulada *Highway*, y la tercera, titulada *Pride*, nombre que han dado título también a los videoclips respectivos.

En cuanto a la segunda canción, relacionado con la idea de la historia explicada en el apartado 4.2.1 *Ideación*, como la protagonista se encuentra por la carretera a otras dos personas que están pasando lo mismo, se plantea la propuesta de que la letra del tema musical trate sobre la liberación de estar una persona sola consigo misma y no tener una presión externa de nadie. Un fragmento de la letra pensada es la siguiente:

In the middle of the highway,
there's no love, there's no hate,
I need some time to build my pride
and kill the demons left inside.
It's a jump without a life vest...

El estilo musical seguiría siendo pop, pero se añadiría una importante presencia de guitarras eléctricas, para dar un toque más energético. Igualmente, el tempo de la canción sería superior al de *Escape* (que era de 80bpm). Influencias escogidas para la elaboración de esta canción son *Stupid Little Things* (2014) y *Redlight* (2017) de Anastacia, y *Passenger* (2013) de Britney Spears.

Respecto a la tercera canción, también relacionada con la narrativa explicada en el apartado 4.2.1 *Ideación* sobre la tercera parte, dado que la protagonista y sus nuevos acompañantes deciden volver a sus sitios de procedencia y afrontar sus inseguridades y miedos, se ha decidido que la letra trate sobre la autoaceptación de uno mismo y el orgullo que tiene una persona de ser como es. Un fragmento de la letra pensada es la siguiente:

They say that tears always win
In the past that was true to me...

'Cause I got my pride
nobody else can bring me down
if I don't let them.
There's no closet in my room
I don't hide under a hood
So you can spread hate
that I won't break...

Como puede apreciarse, hay ciertas palabras o expresiones como “They say” y “pride” que se van repitiendo en más de una canción de forma voluntaria, con la intención de establecer una conexión entre las canciones y mostrar la evolución de la situación emocional narrada a lo largo de ellas.

Siguiendo el estilo de las otras canciones, *Pride* también contaría con un estilo pop, pero esta vez sería un mediotiempo con un sonido más orgánico, con influencias R&B y soul. Algunas canciones de referencia para crear la canción son *Doesn't Mean Anything* (2009) de Alicia Keys o *You Don't Do It For Me Anymore* (2017) de Demi Lovato.

4.2.6 Presupuesto aproximado

Después de haber realizado el primer videoclip, podemos aproximar que los dos siguientes tendrán un precio parecido, aunque se augura que serán aún más baratos. Por un lado, porque la mayoría de escenas van a grabarse en exteriores, y por lo tanto, no se necesitará el alquiler de material de iluminación que durante la grabación del videoclip *Escape* fue una de las mayores inversiones. Y por otro lado, el equipo a nivel personal invertirá en material técnico para así no tener que alquilarlo, hecho que significará que el coste total de los siguientes videoclips se reduzca.

5. Producto montado: canción y videoclip de *Escape*

En el siguiente enlace, se puede visualizar el primer videoclip de *Scars*, titulado *Escape*, con la canción incorporada en el montaje:

<https://youtu.be/iYLGm4iqFnA>

6. Conclusiones

El presente proyecto se concluye habiendo logrado los objetivos que se planteaban en la introducción. Seguidamente se detallan:

- **Desarrollar una narrativa a través de tres canciones y tres videoclips.**
Se ha conseguido plantear una historia dividida en tres partes, habiendo desarrollado más profundamente la primera parte, que es la que se iba a rodar, y teniendo unas influencias y propuestas claras para las restantes.
- **Crear un producto de factura profesional.**
Se considera que el primer videoclip de *Escape* tiene una calidad a la altura de los videoclips de productoras de Barcelona como las expuestas en el apartado 2.1.3 *Productoras audiovisuales especializadas en videoclips*, dado que se ha conseguido utilizar un buen material técnico (la cámara Sony Alpha 7s, la iluminación a base de Kinos LED, la grabación de voces en Temps Record y con un micrófono Telefunken, etc.) Además, el planteamiento visual y sonoro del proyecto se ha cuidado al detalle para conseguir unos planos y un sonido profesional.
- **Establecer contacto con algunas productoras de Barcelona y asociaciones LGTBI+.**
El equipo ha podido entrevistar a dos productoras (La Chula Productions y Manuel Mira Producciones) y dos asociaciones (GAG y Casal Lambda). Todas las reuniones han sido fructíferas y en ellas se han recibido buenos comentarios acerca del proyecto. Casal Lambda, por ejemplo, ha invitado al equipo a asistir a las actividades que organizan semanalmente.
- **Desarrollar la preproducción, producción y postproducción del primer videoclip *Escape*.**
Scars cuenta con el primer videoclip y la primera canción hechos realidad, ya que una parte muy importante del proyecto ha sido llevar a cabo todo lo que se iba trabajando en escrito en este Trabajo de Final de Grado. Así pues, se elaboró una eficiente preproducción que conllevó a que la producción tanto del videoclip como de la canción se desarrollara sin grandes problemas. En cuanto a la postproducción, está todo pactado para que se realice a mitades de junio con respectivas personas seleccionadas y dispuestas a colaborar en ello.

En este trabajo se ha construido una base teórica que demuestra la problemática vigente en el entorno social actual sobre el colectivo LGTBI+, reforzando así el interés y la necesidad de crear un proyecto que normalice y de visibilidad a esta comunidad. Mediante el contacto de los miembros del equipo con organizaciones del colectivo (GAG y Casal Lambda) y la participación en sus reuniones y actividades se ha adquirido conocimiento de microhomofobias de las cuales no se tenía conciencia, presentes en el día a día en el lenguaje cotidiano de las personas, y la comprensión total de que el contexto actual de la sociedad está estructurado en base a unos referentes culturales en los medios audiovisuales que no representan la globalidad de la sociedad y su diversidad.

En base a ello y a los conocimientos teóricos de la primera parte del trabajo, se pudo desplegar una base de motivaciones y de estructuración del guión para que el formato tuviera una vertiente social.

Tal y como se ha desarrollado durante el presente trabajo, el proyecto en sí consta de la construcción de una historia completa fragmentada en tres videos musicales. En cada uno de ellos gran parte de la carga narrativa recae sobre las canciones, por ello las producciones de cada una de ellas también es propia y personal.

A parte del trabajo de Fin de Grado escrito, se ha producido la primera parte de la historia, lo que engloba el rodaje del primer videoclip y producción completa de la primera canción (además de establecer la línea argumental del proyecto en completo para los otros dos videoclips) para que de esta manera, el equipo tuviera una primera parte con la que poder iniciar campañas económicas (Verkami), empezar un diálogo con productoras y emprender la creación de una futura distribución del proyecto una vez estuviera totalmente finalizado.

De hecho, los procesos que han sido necesarios para la producción de *Escape* han brindado al equipo la posibilidad de una primera toma de contacto con productoras musicales (Temps Record), productoras audiovisuales que se han mostrado interesadas en el proyecto (La Chula Productions, JPro y Manuel Mira Producciones) además de múltiples contactos con profesionales sin los cuales no hubiera sido posible el desarrollo del videoclip que se han comprometido a seguir formando parte del proyecto.

Como conclusión, el equipo creador dispone por tanto de la primera parte del proyecto finalizada con la mayoría de los estándares de calidad cubiertos para que, a partir de este punto, se tenga la posibilidad de poner en marcha la parte de distribución y difusión por las redes.

7. Listado de referencias

- Aerial Insights (2018). *Normativa sobre drones en España [2018]*. Recuperado el 27 de mayo de 2018 de <http://www.aerial-insights.co/blog/normativa-drones-espana/>
- Agencia Tributaria de Catalunya (2018). *Impuesto sobre la renta de las personas físicas*. Recuperado el 20 de mayo de 2018 de <https://atc.gencat.cat/es/tributs/irpf/>
- Aguado, G. (2008). *Branded content más allá del product placement en la televisión digital: advertainment y licensing*. Artículo de científico, Universidad Carlos III de Madrid. Madrid, España. Disponible: http://www.cesfelipesecondo.com/revista/articulos2008/Art%C3%ADculo%20Guadalupe%20Aguado_corregido.pdf
- Aguilar, A.M. (2017). El 'streaming' reanima la industria musical [Versión electrónica], 20 minutos, mayo 2017, 20-21.
AIMC (2018). *Resumen general de resultados EGM: abril 2017 a marzo 2018*. Recuperado el 9 de mayo de 2018 de <https://www.aimc.es/egm/datos-egm-resumen-general/>
- Aldahri, E.; Abuhussein, A. y Shiva, S. (26-27 de octubre de 2015). Leveraging crowdsourcing in cloud application development. Artículo científico, The University Memphis. Memphis, USA. Disponible: <https://pdfs.semanticscholar.org/1768/93017b96d14f936f7fca3c807efc5ce13af6.pdf>
- Alfageme, A. (30 de Junio de 2015). *Un país que cambia*, El País. Recuperado el 28 de Octubre de 2017 de https://politica.elpais.com/politica/2015/06/23/actualidad/1435075099_139603.html
- AMS Neve Ltd (2018). *33609 Stereo Compressor: One of the World's Finest Audio Compressors, Bar None*. Recuperado el 23 de mayo de 2018 de <https://ams-neve.com/33609-2/>
- AMS Neve Ltd (2018). *8816 Summing Mixer: The Sound of Neve Mixing is Within Reach*. Recuperado el 23 de mayo de 2018 de <https://ams-neve.com/8816-2/>
- Arcos, E. (24 de mayo de 2018). *El principio del fin de Vevo*. Hipertextual. Recuperado el 27 de mayo de 2018 de <https://hipertextual.com/2018/05/vevo-cierra-web-apps>
- Beall, G. (17 de Agosto de 2017). *Las ocho principales diferencias entre los 'millennials' y la 'generación Z'*, Huffington post. Recuperado el 2 de Diciembre de 2017 de https://www.huffingtonpost.es/george-beall/las-ocho-principales-diferencias-entre-lo-millennials-y-la-g_a_23023259/
- Carroll, A. (Junio de 2016). *Leyes sobre orientación sexual en el mundo-Protección*, ILGA. Recuperado el 27 de Octubre de 2018, de https://ilga.org/downloads/03_ILGA_WorldMap_SPANISH_Overview_May2016.pdf

Carroll, A. (Junio de 2016). *Leyes sobre orientación sexual en el mundo-Reconocimiento*, LGA. Recuperado el 24 de Octubre de 2017, de https://ilga.org/downloads/04_ILGA_WorldMap_SPANISH_Crime_May2016.pdf

Carroll, A. (Junio de 2016). *Leyes sobre orientación sexual en el mundo-Criminalización*, LGA.

Recuperado el 22 de Octubre de 2017, de https://ilga.org/downloads/06_ILGA_WorldMap_SPANISH_Recognition_May2016.pdf

f

Cifuentes, N. (4 de enero de 2018). *El triunfo del 'streaming': así consumen música los millennial*. Voz Populi. Recuperado el 12 de mayo de 2018 de https://www.vozpopuli.com/altavoz/play/streaming-consumen-musica-millennial-jovenes-youtube-spotify-soundcloud-plataformas_0_1096391123.html

Colmena Interactive (24 de mayo de 2018). *¿Cuánto debería durar un vídeo en redes sociales?* Colmena Interactive. Recuperado el 11 de mayo de 2018 de <http://blog.colmenainteractive.com/cuanto-deberia-durar-un-video-en-redes-sociales/>

Crespo, J.L [QuantumFracture].(25 de Diciembre de 2017), *El Algoritmo de YouTube YA NO EXISTE | Redes Neuronales*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2017 de <https://www.youtube.com/watch?v=JBZx03342eM>

Chandler Limited (2018). *Curve Bender Manual*. Recuperado el 26 de mayo de 2018 de <http://chandlerlimited.com/wp-content/uploads/2012/12/curve-bender-manual.pdf>

Chiswick Reach (2018). *Stereo Valve Compressor*. Recuperado el 26 de mayo de 2018 de <http://www.chiswickreach.com/stereo-valve-compressor/>

Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya (2018). *Registre de la Propietat Intel·lectual*. Recuperado el 11 de mayo de 2018 de http://cultura.gencat.cat/ca/departament/estructura_i_adreces/organismes/rpi/

Díaz, C. y Breva, E. (2017). *El patrocinio en la era del branded content*. Pensar la Publicidad, nº 11,(pp. 101-120). Recuperado el día 24 de Mayo de 2018 de <https://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/viewFile/56396/51034>

Echagüe, J. (2015). *¿Cuál es el precio digno por bolo o actuación musical?* Recuperado el 12 de mayo de 2018 de https://www.elespanol.com/cultura/musica/20170224/196230811_0.html

Esteban, P. (27 de Enero de 2017). *Aleta LGTBI por los 239 ataques homófobos en Madrid y la juventud de los agresores*, El Confidencial, .Recuperado el 25 de Octubre de 2017, de https://www.elconfidencial.com/espana/madrid/2017-01-21/agresiones-homofobas-madrid-240-ataques-2016-arcopoli_1319006/

- FELGT y COGAM. (2013). *Estudio 2013 sobre discriminación por orientación sexual y/o identidad*. Recuperado el 28 de Octubre del 2017 de <http://www.felgtb.org/rs/2447/d112d6ad-54ec-438b-9358-4483f9e98868/bd2/filename/estudio-2013-sobre-discriminacion-por-orientacion-sexual-y-o-identidad-de-genero-en-espana.pdf>
- Gabarró, O. (3 de septiembre de 2017). *JoKB: “Cada any busquem un objectiu per abocar-hi totes les nostres forces i així hem anat millorant”*. Veu Anoia. Recuperado el 17 de mayo de 2018 de <http://veuanoia.cat/jokb-cada-any-busquem-objectiu-abocar-totes-nostres-forces-aixi-millorant/>
- Hmeidan, K. (15 de enero de 2014). *Davinci Resolve Lite, una de las mejores herramientas audiovisuales*. Recuperado el 17 de mayo de 2018 de <https://www.soydemac.com/davinci-resolve-lite-una-de-las-mejores-herramientas-audiovisuales/>
- Huffington Post (11 de febrero de 2014). *Canon de belleza ideal: cómo cambia la idea de ‘cuerpo perfecto’ en un siglo*. Huffington Post. Recuperado el 4 de mayo de 2018 de https://www.huffingtonpost.es/2014/02/11/canon-de-belleza-asi-cambia_n_4766627.html
- Illescas, J.E. (2014). *Industrias culturales y juventud en el sistema-mundo. El videoclip mainstream como mercancía y como reproductor de ideología*. Tesis de doctorado, Universidad de Alicante. Alicante, España. Disponible: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=55414>
- JoKB (2016), *JoKB és Festa Camaleònica*. Engresca’t. Recuperado el 17 de mayo de 2018 de <https://engrescat.org/band/jokb?lang=es>
- Jordà, S. (1997) *Introducción al MIDI*. Recuperado el 28 de mayo de 2018 de <http://www.ccapitalia.net/reso/articulos/audiodigital/07/introduccionmidi.htm>
- Justo, D. (28 de febrero de 2017). *El uso de ‘smartphones’ en España se duplica en los últimos cinco años*. Cadena Ser. Recuperado el 10 de mayo de 2018 de http://cadenaser.com/ser/2017/02/28/ciencia/1488281552_888684.html
- La Vanguardia (23 de septiembre de 2014). *El consumo de televisión de los jóvenes se desmorona en dos años*. La Vanguardia. Recuperado el 10 de mayo de 2018 de <http://www.lavanguardia.com/television/audiencias/20140923/54416244551/consumo-television-jovenes.html>
- Lijtmaer, L. (26 de febrero de 2017). *¿Cuánto cobra un músico en España?* Recuperado el 12 de mayo de 2018 de https://www.elespanol.com/cultura/musica/20170224/196230811_0.html
- Linares, R. y Fernández, E. (2014), *Alternativas para la Financiación de Obras*

Audiovisuales, Diapositivas de la Jornada ECIJA, Universidad del Rey Juan Carlos, Madrid. Disponible:

<https://es.slideshare.net/rafalinares/produccion-audiovisual-cine-tema3>

Little, D. (3 de Noviembre de 2016), *Entrevistamos a Javier Portugués, A&R de Sony Music (Parte 1): "Hacemos muchas más cosas aparte de cazar nuevos talentos"*

(Entrevista

con Javier Portugués). Revista Digital de Industria Musical. Recuperado el 7 de Abril del 2018 de

<https://industriamusical.es/entrevistamos-a-javier-portugues-ar-de-sony-music-hacemos-muchas-mas-cosas-aparte-de-cazar-nuevos-talentos/>

Lucas, B. (30 de Agosto de 2015). *LGTB: logros y retos en el siglo XXI*, El Orden Mundial.

Recuperado el 6 de Noviembre de 2017 de

<https://elordenmundial.com/2015/08/30/lgtb-logros-y-retos-en-el-siglo-xxi/>

Martinelli, L. (2017), *Producción musical en estudios no profesionales*, GUIA REC publicación del Programa Recalculando, Dirección Nacional de Industrias Culturales del Ministerio de la Cultura de la Nación Ministerio de Cultura Argentina. Recuperado el día 2 de Abril de 2018 de

https://www.cultura.gob.ar/media/uploads/09-produccion-musical-en-estudios-no-profesionales_guia-rec.pdf

Martos, V. (20 de noviembre de 2014). *Los nuevos roles activos de los consumidores*.

Recuperado el 16 de mayo de 2018 de

<https://relevanttraffic.com/blog/nuevos-roles-activos-consumidores/>

Medina J.A. (11 de Agosto del 2011), *Fases en una producción musical*, Hispasonic.

Recuperado el día 24 de Mayo de 2018 de

<https://www.hispasonic.com/blogs/fases-produccion-musical/37068>

Mulvey, L. (1999) Visual Pleasure and Narrative Cinema. En Mulvey L. *Film Theory and Criticism : Introductory Readings* (pp. 833-44). Eds. Leo Braudy and Marshall Cohen. Nueva York: Oxford UP.

Observatorio Madrileño contra la homofobia, transfobia y bifobia. (2017). *Informe de Incidentes de Odio*. Madrid. Recuperado el 6 de Octubre de 2018 de

<https://diario.madrid.es/wp-content/uploads/2018/04/VFinal-2017-Informe-sobre-Incidentes-de-Odio-por-LGTBfobia-en-la-Comunidad-de-Madrid-1.pdf>

Olivier (5 de septiembre de 2016). *Matchfunding: crowdfunding bajo el principio de corresponsabilidad*. Goteo. Recuperado el 25 de mayo de 2018 de







<http://fundacion.goteo.org/blog/6858>








- Onieva, Á. (28 de Junio de 2014). *Datos y cifras sobre la aceptación y derechos LGTB en el mundo*, Diaro del viajero, Recuperado el 8 de Octubre de 2018 de <https://www.diariodelviajero.com/cajon-de-sastre/datos-y-cifras-sobre-la-aceptacion-y-derechos-lgtb-en-el-mundo>
- Pérez Porto, J. y Merino, M. (2013) *Definición de plugin*. Recuperado el 23 de mayo de 2018 de <https://definicion.de/plugin/>
- Pérez Rufí, J. P., Gómez Pérez, F. J. y Navarrete Cardero, J. L. (2014). *El videoclip narrative en los tiempos de YouTube*. Sphera'Publica,'2, (14), 36M60. Recuperado el día 6 de Diciembre de 2017 de <http://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/228/204>
- Pérez, J.P, Gómez J., Navarrete, J.L., *El product placement en el videoclip: análisis de contenido del emplazamiento de marca en los vídeos musicales preferidos por los usuarios de YouTube*, Universidad de Málaga, Universidad de Sevilla, Universidad de Granada, nº 18, (pp. 83-104). Disponible: http://dspace.ceu.es/bitstream/10637/6242/1/Art%204_Doxa%2018.pdf
- Planagumà, G. (2015). *JoKB: "Fem un estil que canvia i s'adapta, com un camaleó"*. La Tornada. Recuperado el 17 de mayo de 2018 de <http://revista.latornada.cat/ca/la-descoberta-05/jokb>
- Prism Sound (2018). *Maselec MLA-2 precision 2-channel compressor limiter*. Recuperado el 23 de mayo de 2018 de http://www.prismsound.com/music_recording/products_subs/mla2/mla2_home.php
- Ramírez, M. (25 de julio de 2017). *¿Qué es un ecualizador y qué diferentes tipos existen?* Recuperado el 26 de mayo de 2018 de https://thump.vice.com/es_co/article/qvp57x/ecualizador-ecualizacion-produccion-musical
- Rivera, N. (2018). *Vevo vs. Youtube*. Monitor Latino. Recuperado el 15 de mayo de 2018 de <http://monitorlatino.com/vevo-vs-youtube-se-dedica-uno/>
- RTVE.es. (07 de Diciembre de 2017). *El matrimonio homosexual es ya legal en 25 países*, RTVE, Recuperado el 29 de Octubre de 2017 de <http://www.rtve.es/noticias/20171207/solo-once-paises-del-mundo-esta-legalizado-matrimonio-homosexual/667560.shtml>
- Sedeño, A.M. (2007), *Narración y Descripción en el Videoclip Musical*, Razón y Palabra, nº56. Recuperado el día 6 de Mayo de 2018 de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n56/asedeno.html>





- Selva, D. (2012), *Nuevos fenómenos en el entorno online: La difusión del videoclip a través de Internet*, Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación), (pp 1/11). Recuperado el día 10 de Marzo del 2018 de <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2012020211040001&idioma=es>
- Selva, D. R. (22 de Noviembre de 2012). *La visualización de la música en el videoclip*, Universidad de Cádiz, Cádiz, nº21 , (pp.101-115). Disponible: <http://www.redalyc.org/html/168/16823120006/>
- Smith, K. (30 de junio de 2016). *26 estadísticas fascinantes de YouTube para 2016*. Brandwatch. Recuperado el 10 de mayo de 2018 de <https://www.brandwatch.com/es/blog/36-estadisticas-youtube-2016/>
- Spenceley, J. (2017). *50+ Video Marketing Stats that Prove You're Doing it Right*. Vidyard. Recupero el 11 de mayo de 2018 de <https://www.vidyard.com/blog/50-video-marketing-stats-prove-youre-doing-it-right/>
- Vera, J. (17 de Junio de 2017). *Los 50 homosexuales españoles más poderosos de 2017: del activista Fransico Polo a la "influencer" Dulceia*, El Español. Recuperado el 28 de Octubre de 2017 de https://www.elespanol.com/reportajes/20170616/224228496_0.html
- Viñuela, E. (14 de Abril de 2013). *El videoclip del siglo XXI: el consumo musical de la televisión a internet*, Univ. de Oviedo. Dpto. de Hª del Arte y Musicología. Recuperado el 8 de Noviembre de 2017 de <http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/musiker/20/20167185.pdf>
- Yanke, R. (30 de Marzo de 2016). *Descubres si eres Generación X, Yo Z*, El Mundo. Recuperado el 5 de Noviembre de 2017, de <http://www.elmundo.es/sociedad/2016/03/30/56fbf471e2704e5e548b4616.htm>

ANEXOS

I) FICHA ACTORES CASTING

NOMBRE	PAPEL	CONTACTO	FOTOGRAFÍA	+ INFO	VALORACIÓN
SIMONA	MADRE	simonaquartucci@gmail.com		www.simonaquartucci.com	
PAULA ROY	IVY / AMIGA IVY	contact.paularoy@gmail.com		Tiene 20 años, Barcelona Cursando el tercer y último año de un grado en arte dramático en inglés en el Institute Of The Arts Barcelona.	
JULIO CÉSAR	PADRE	andreajulioceasar@gmail.com		Demo Reel: https://youtu.be/eHv9Yld6R_Q Web: http://juliomartnez.wix.com/julioceasarandrea?fb_ref=Default	
MAIKA	AMIGA DE IVY	Facebook	SIN FOTO	Ha hecho otro videoclip	
FRANCISCO MANUEL ROLDAN	PADRE	ponfiel@gmail.com		https://www.youtube.com/watch?v=nG9x7iwAA54 Previsualitz a el fitxer adjunt CURRICULUM VITAE ARTISTICO6.pdf 122 KB	
MARIA MANRUBIA	IVY / AMIGA IVY	mariabaten4@gmail.com		Previsualitz el fitxer adjunt 7152ED3F-4BCA-4454-A89E-3DCAB77D67B0.jpeg 7152ED3F-4BCA-4454-A89E-3DCAB77D67B0.jpeg 92 KB	
LAURA FEDERICO	MADRE	federicolaura@hotmail.com		https://vimeo.com/131114159?ref=fb-share&1	

MARINA CASARRAMONA	CHICA JOVEN	marinacasarramona@gmail.com		Estudia a la Nancy Tuñon actualment.	
LUCIANA	CHICA JOVEN / IVY	lucianacapanoactriz@gmail.com		https://vimeo.com/220226012	
DOLORS DOMENECH	MADRE	duloss2000@yahoo.es			
PAULA LIU	CHICA JOVEN	paula.liu.queerra@gmail.com		Tengo un tatuaje de un zorro en la pierna espero que eso no sea problema	
Luz Lozano Gonzalez	CHICA JOVEN	luz_loz_gon@hotmail.com		Soy bastante extrovertida, ¡además puedo adaptarme a cualquier situación! Disponibilidad al 100%	
Judith F.	CHICA JOVEN	judithfdezfdzmoon@gmail.com			
ALVARO	PADRE	alvarodtd@yahoo.es		https://youtu.be/LhRRXAWVATw https://mail.google.com/mail/u/1/#inbox/162216ba2192a9b3?projector=1&messagePartId=0.1	

ANDREA MOLINA	CHICA JOVEN	TELÉFON		Mi nombre es Andrea, tengo 19 años y estoy estudiando 2º de Interpretación en Eolia. Estaría interesada en participar en el rodaje del videoclip que rodareis. Anteriormente ya he rodado dos dos videoclips aunque uno todavía está en postproducción (este es uno de los enlaces https://youtu.be/wor1ygFwsc0 " Apaga la luna" de Raquel Brandía).	
MINNA ANTÓN DE VEZ	CHICA JOVEN	myla12mina@gmail.com		Enlace material en inglés: https://vimeo.com/208404765 Enlace material en castellano/catalán: https://vimeo.com/258337597	
ROCIO	CHICA JOVEN	rinconmorillarcio@gmail.com		https://mail.google.com/mail/u/1/#inbox/162484a821c2208a?projector=1&messagePartId=0.4	
NEUS GISPERT	IVY / CHICA JOVEN	neusgispertgc@gmail.com			

Plantilla realizada por el Departamento de Producción y empleada durante el día de casting para que el equipo tuviera un soporte para poder expresar la opinión sobre cada uno de los aspirantes.

II. PRUEBAS CASTING (23 de marzo)

IVY /AMIGA DE IVY

PRUEBA 1

“**A recordar a la actriz en primer lugar:** Interpretará a una chica homosexual que ...(espacio para descripción oficial, historia de la chica, sentimientos generales...+ surrealismo de las grietas.

Recitar las siguientes frases en inglés:

Instead of talking to myself, I whisper.

I'm afraid to break (down) if I

speak loud, because broken pieces never

fit (again) the way they used to. But it's all

useless: everybody breaks (down) somehow.

PRUEBA 2

Te encuentras en el baño de casa delante de un espejo. Te recoges un moño despeinado sin prestar mucha atención. Levantas la mirada fijamente a tu espejo. En ese momento recuerdas las grietas que dañan tu cuerpo, concretamente la del hombro. Tocas el hombro que está cubierto por el jersey i notes la molestia de tener grietas en el hombro.

PRUEBA 3

Te encuentras supuestamente en ropa interior y las grietas que cubren tu piel a la luz. Debes mostrar dos cosas: 1. estas grietas te escuecen verdaderamente, son heridas. 2. pero no son solamente heridas físicas, son las secuelas de un dolor emocional porque existen estímulos externos que parecen no aceptar tu forma de ser, que estás recién descubriendo. Finalmente en un arrebato decides huir y coges la mochila del armario a prisas. Boom de rabia.

PRUEBA 4

Debes realizar una Improvisación cariñosa bailando (se le pondrá a alguien para que lo realice.

PADRE/MADRE CONJUNTA

Previamente, se debe avisar a los dos actores que van a participar en un casting conjunto.

PRUEBA 1

Haréis una improvisación cariñosa para romper el hielo i introducirles en una esfera conjunta.

Situación: Habéis discutido muy fuerte en relación a un tema trascendental de la vida de pareja. Tenéis que reconducir el tema de tal manera que acabéis de forma cariñosa bailando.

PRUEBA 2

Introducción de música.

Situación: Estáis en casa. Madre, enciende el reproductor de música (introducción de música) y convences a PADRE para que baile contigo de forma improvisada.

MADRE (INDIVIDUAL)

PRUEBA 1: Juego de reacciones

Madre está en desacuerdo. Escucha música en la habitación de su hija i ve que está con otra chica bailando muy cercanas. Reacciona, pero sin interactuar, con ella.

Improvisación con tu hija. Estáis en el comedor i passa un rato. La acción principal es leerle un cuento a tu hija. Debéis improvisar con un juego de miradas y acciones cariñosas, sin límites.

III). CERTIFICADO CARLA BUSTAMANTE, Piloto Avanzado de Dron,/RPA



IV. CESIÓN DE DERECHOS DEL ELENCO DE ACTORES Y FIGURANTES

LAURA FEDERICO con DNI 8541 AB3422096 de conformidad con lo establecido en la Ley Organica del 5 de mayo de 1982, da su consentimiento irrevocable a SCARS PROYECT (empresa, productora, productor ejecutivo) para reproducir su voz y su imagen resultado de las grabaciones realizadas para el videoclip titulado *Scars, Part 1. Escape*.

Por lo tanto:

1. Cede sus derechos de imagen de las grabaciones para la explotación de la película y materiales audiovisuales derivadas por cualquier medio conocido o por conocer, por todo el mundo y por el máximo periodo legal que las leyes establecen.

CLAUSULAS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

2. Reproducción (entendiéndola como la fijación de la actuación en cualquier soporte o medio que permita, por cualquier sistema o procedimiento, comunicarla y obtener copias de la totalidad o de partes o fragmentos).
3. Distribución (entendiéndola como la distribución a un público original o copias de la actuación en cualquier soporte, formato, sistema o procedimiento mediante su venta, alquiler, préstamo o cualquier otra forma de transferencia temporal o definitiva).
4. Comunicación pública (entendiéndolo como cualquier acto, soporte o formato y por cualquier sistema o procedimiento que permita que una pluralidad de personas pueda tener acceso a la actuación sin previa distribución de ejemplares).
5. Explotaciones secundarias, es decir, la utilización de extractos, resúmenes, fragmentos o fotografías de la actuación fijada para su explotación de forma aislada o mediante la incorporación en otras obras, producciones, publicaciones, emisiones, grabaciones, o bases de datos, gráficos, sonoras o audiovisuales o de cualquier otra naturaleza.
6. Scars tendrá la libertad en la concepción y ejecución del material publicitario de la obra audiovisual. Scars podrá utilizar para finalidades de información, promoción o comercialización de la obra audiovisual y de su proceso de realización, extractos o fragmentos de la actuación fijada, incluyendo las fotografías obtenidas durante el rodaje o pruebas de preparación de este y/o las fotos fijas y/o segundas tomas y/o tomas rechazadas en las cuales aparezca el actor/actriz, así como fotografías para finalidades informativas, de promoción o publicitarias y de comercialización de la obra audiovisual, de su proceso de realización y en general para la difusión de las actividades de Scars.

La firma de este contrato comporta la autorización a Scars para que los datos de los que le hemos informado sean tratados a los efectos establecidos en los párrafos anteriores:

A BARCELONA, el 14 de Mayo de 2018. Firma:


LAURA FEDERICO

MINNA IVONNE ARJÓN DE VEZ con DNI 48.183.636 Q, de conformidad con lo establecido en la Ley Orgánica del 5 de mayo de 1962, da su consentimiento irrevocable a SCARS (empresa, productora, productor ejecutivo) para reproducir su voz y su imagen resultado de las grabaciones realizadas para el videoclip titulado *Scars, Part 1. Escape*.

Por lo tanto:

Cede sus derechos de imagen de las grabaciones para la explotación de la película y materiales audiovisuales derivadas por cualquier medio conocido o por conocer, por todo el mundo y por el máximo periodo legal que las leyes establecen.

CLAUSULAS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Reproducción (entendiéndola como la fijación de la actuación en cualquier soporte o medio que permita, por cualquier sistema o procedimiento, comunicarla y obtener copias de la totalidad o de partes o fragmentos).

Distribución (entendiéndola como la distribución a un público original o copias de la actuación en cualquier soporte, formato, sistema o procedimiento mediante su venta, alquiler, préstamo o cualquier otra forma de transferencia temporal o definitiva).

Comunicación pública (entendiéndolo como cualquier acto, soporte o formato y por cualquier sistema o procedimiento que permita que una pluralidad de personas pueda tener acceso a la actuación sin previa distribución de ejemplares).

Explotaciones secundarias, es decir, la utilización de extractos, resúmenes, fragmentos o fotografías de la actuación fijada para su explotación de forma aislada o mediante la incorporación en otras obras, producciones, publicaciones, emisiones, grabaciones, o bases de datos, gráficos, sonoras o audiovisuales o de cualquier otra naturaleza.

Scars tendrá la libertad en la concepción y ejecución del material publicitario de la obra audiovisual. Scars podrá utilizar para finalidades de información, promoción o comercialización de la obra audiovisual y de su proceso de realización, extractos o fragmentos de la actuación fijada, incluyendo las fotografías obtenidas durante el rodaje o pruebas de preparación de este y/o las fotos fijas y/o segundas tomas y/o tomas rechazadas en las cuales aparezca el actor/actriz, así como fotografías para finalidades informativas, de promoción o publicitarias y de comercialización de la obra audiovisual, de su proceso de realización y en general para la difusión de las actividades de Scars.

La firma de este contrato comporta la autorización a Scars para que los datos de los que le hemos informado sean tratados a los efectos establecidos en los párrafos anteriores.

A 11 de MAYO de 2018, el 11 de 05 de 2018

Firma:



Julio César Andrea..... con DNI. 39529198H, de conformidad con lo establecido en la Ley Organica del 5 de mayo de 1982, da su consentimiento irrevocable a..... (empresa, productora, productor ejecutivo) para reproducir su voz y su imagen resultado de las grabaciones realizadas para el videoclip titulado Scars, Part 1. Escape.

Por lo tanto:

1. Cede sus derechos de imagen de las grabaciones para la explotación de la película y materiales audiovisuales derivadas por cualquier medio conocido o por conocer, por todo el mundo y por el máximo periodo legal que las leyes establecen.

CLAUSULAS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

2. Reproducción (entendiéndola como la fijación de la actuación en cualquier soporte o medio que permita, por cualquier sistema o procedimiento, comunicarla y obtener copias de la totalidad o de partes o fragmentos).
3. Distribución (entendiéndola como la distribución a un público original o copias de la actuación en cualquier soporte, formato, sistema o procedimiento mediante su venta, alquiler, préstamo o cualquier otra forma de transferencia temporal o definitiva).
4. Comunicación pública (entendiéndolo como cualquier acto, soporte o formato y por cualquier sistema o procedimiento que permita que una pluralidad de personas pueda tener acceso a la actuación sin previa distribución de ejemplares).
5. Explotaciones secundarias, es decir, la utilización de extractos, resúmenes, fragmentos o fotografías de la actuación fijada para su explotación de forma aislada o mediante la incorporación en otras obras, producciones, publicaciones, emisiones, grabaciones, o bases de datos, gráficos, sonoras o audiovisuales o de cualquier otra naturaleza.
6. Scars tendrá la libertad en la concepción y ejecución del material publicitario de la obra audiovisual. Scars podrá utilizar para finalidades de información, promoción o comercialización de la obra audiovisual y de su proceso de realización, extractos o fragmentos de la actuación fijada, incluyendo las fotografías obtenidas durante el rodaje o pruebas de preparación de este y/o las fotos fijas y/o segundas tomas y/o tomas rechazadas en las cuales aparezca el actor/actriz, así como fotografías para finalidades informativas, de promoción o publicitarias y de comercialización de la obra audiovisual, de su proceso de realización y en general para la difusión de las actividades de Scars.

La firma de este contrato comporta la autorización a Scars para que los datos de los que le hemos informado sean tratados a los efectos establecidos en los párrafos anteriores.

A Barcelona, el 5.....do. Mayo de 2018

Firma



AUTORIZACIÓN Y CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN

LOURDES CEPERO HERRAS con DNI 36454641-D, de conformidad con lo establecido en la Ley Orgánica del 6 de mayo de 1982, da su consentimiento irrevocable a SCARS (empresa, productora, productor ejecutivo) para reproducir su voz y su imagen resultado de las grabaciones realizadas para el videoclip titulado Scars, Part 1, Escape.

Por lo tanto:

Cede sus derechos de imagen de las grabaciones para la explotación de la película y materiales audiovisuales derivadas por cualquier medio conocido o por conocer, por todo el mundo y por el máximo período legal que las leyes establecen.

CLAUSULAS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Reproducción (entendiéndola como la fijación de la actuación en cualquier soporte o medio que permita, por cualquier sistema o procedimiento, comunicarla y obtener copias de la totalidad o de partes o fragmentos).

Distribución (entendiéndola como la distribución a un público original o copias de la actuación en cualquier soporte, formato, sistema o procedimiento mediante su venta, alquiler, préstamo o cualquier otra forma de transferencia temporal o definitiva).

Comunicación pública (entendiéndola como cualquier acto, soporte o formato y por cualquier sistema o procedimiento que permita que una pluralidad de personas pueda tener acceso a la actuación sin previa distribución de ejemplares).

Explotaciones secundarias, es decir, la utilización de extractos, resúmenes, fragmentos o fotografías de la actuación fijada para su explotación de forma aislada o mediante la incorporación en otras obras, producciones, publicaciones, emisiones, grabaciones, o bases de datos, gráficos, sonores o audiovisuales o de cualquier otra naturaleza.

Scars tendrá la libertad en la concepción y ejecución del material publicitario de la obra audiovisual. Scars podrá utilizar para finalidades de información, promoción o comercialización de la obra audiovisual y de su proceso de realización, extractos o fragmentos de la actuación fijada, incluyendo las fotografías obtenidas durante el rodaje o pruebas de preparación de este y/o las fotos fijas y/o segundas tomas y/o tomas rechazadas en las cuales aparezca el actor/actriz, así como fotografías para finalidades informativas, de promoción o publicitarias y de comercialización de la obra audiovisual, de su proceso de realización y en general para la difusión de las actividades de Scars.

La firma de este contrato comporta la autorización a Scars para que los datos de los que le hemos informado sean tratados a los efectos establecidos en los párrafos anteriores.

A Barcelona el 6 de mayo de 2018

LOURDES CEPERO HERRAS

AUTORITZACIÓ I CESSIÓ DE DRETS D'IMATGE

En/Na Yeray Toledano Castilla amb DNI 5.334.069.6 Q, de conformitat amb l'establert a la Llei Orgànica del 5 de maig de 1982, dona el seu consentiment irrevocable a Carla Molina (empresa, productora o nom productor executiu) per reproduir la seva veu i imatge resultat de les gravacions realitzades per al curtmetratge titulat/da Scars.

Per tant:

1. Cedeix els seus drets d'imatge de les gravacions per l'explotació de la pel·lícula i materials audiovisuals derivats per qualsevol mitjà conegut o per conèixer, per tot el món i per al màxim període legal que les Lleis estableixen.

CLÀUSULES DE PROPIETAT INTEL·LECTUAL

2. Reproducció (entenen la fixació de l'actuació en qualsevol suport o mitjà que permeti, per qualsevol sistema o procediment, comunicar-la i obtenir-ne còpies de la totalitat o de parts o fragments).
3. Distribució (entenen la posada a distribució del públic de l'original o còpies de l'actuació en qualsevol suport, format, sistema o procediment mitjançant la seva venda, lloguer, préstec o qualsevol altra forma de transferència temporal o definitiva de la possessió o propietat).
4. Comunicació pública (entenen tot acte que en qualsevol suport o format i per qualsevol sistema o procediment permeti que una pluralitat de persones pugui tenir accés a l'actuació sense prèvia distribució d'exemplars de l'actuació fixada a cada una).
Especialment, tenen la consideració d'actes de comunicació pública, sense que aquesta relació sigui exhaustiva o exclouent:
 - La projecció, exhibició o transmissió en llocs accessibles al públic, exigint o no el pagament d'un preu d'entrada.
5. Explotacions secundàries, és a dir la utilització d'extractes, resums, fragments o fotografies de l'actuació fixada per a la seva explotació de forma aïllada o mitjançant la incorporació en altres obres, produccions, publicacions, emissions, gravacions o bases de dades, gràfiques, sonores o audiovisuals o de qualsevol altra naturalesa.
6. Scars tindrà la més àmplia llibertat en la concepció i execució del material publicitari de l'obra audiovisual. Scars podrà utilitzar per finalitats d'informació promoció o comercialització de l'obra audiovisual o del seu procés de realització, extractes o fragments de l'actuació fixada, incloent-hi les fotografies obtingudes durant el rodatge o proves de preparació d'aquest i/o les fotos fixes i/o les segones preses i/o les preses rebutjades en les quals aparegui l'actor/actriu, així com fotografies per a finalitats d'informació, promoció o publicitat i comercialització de l'obra audiovisual, del seu procés de realització i en general per a la difusió de les activitats d'Scars.

La firma d'aquest contracte, comporta l'autorització a Scars perquè les dades de què l'hem informat siguin tractades als efectes establerts als paràgrafs anteriors.

A Bellaterra el 4 de maig de 2018

Signatura:



AUTORITZACIÓ I CESSIÓ DRETS D'IMATGE

En Silvia Samartí, major d'edat, amb
DNI 43.518754-V, actuant en nom i representació de Ainhoa Pascual
amb DNI 49.952270-L, de conformitat amb el establert a
la Llei Orgànica del 5 de maig de 1982, dona el seu consentiment irrevocable a
(empresa productora o nom productor executiu)
amb domicili a _____, per reproduir la seva veu i imatge resultat de
les gravacions realitzades per al curtmetratge titulat/da Scars.

Per tant:

1. Cedeix els seus drets d'imatge de les gravacions per l'explotació de la pel·lícula i materials audiovisuals derivats per qualsevol mitjà conegut o per conèixer, per tot el món i per al màxim període legal que les Lleis estableixen.

CLÀUSULES DE PROPIETAT INTEL·LECTUAL

2. Reproducció (entenen la fixació de l'actuació en qualsevol suport o mitjà que permeti, per qualsevol sistema o procediment, comunicar-la i obtenir-ne còpies de la totalitat o de parts o fragments).
3. Distribució (entenen la posada a distribució del públic de l'original o còpies de l'actuació en qualsevol suport, format, sistema o procediment mitjançant la seva venda, lloguer, préstec o qualsevol altra forma de transferència temporal o definitiva de la possessió o propietat).
4. Comunicació pública (entenen tot acte que en qualsevol suport o format i per qualsevol sistema o procediment permeti que una pluralitat de persones pugui tenir accés a l'actuació sense prèvia distribució d'exemplars de l'actuació fixada a cada una).
Especialment, tenen la consideració d'actes de comunicació pública, sense que aquesta relació sigui exhaustiva o excloent:
 - La projecció, exhibició o transmissió en llocs accessibles al públic, exigint o no el pagament d'un preu d'entrada.
5. Explotacions secundàries, és a dir la utilització d'extractes, resums, fragments o fotografies de l'actuació fixada per a la seva explotació de forma aïllada o mitjançant la incorporació en altres obres, produccions, publicacions, emissions, gravacions o bases de dades, gràfiques, sonores o audiovisuals o de qualsevol altra naturalesa.
6. Scars tindrà la més àmplia llibertat en la concepció i execució del material publicitari de l'obra audiovisual. Scars podrà utilitzar per finalitats d'informació promoció o comercialització de l'obra audiovisual o del seu procés de realització, extractes o fragments de l'actuació fixada, incloent-hi les fotografies obtingudes durant el rodatge o proves de preparació d'aquest i/o les fotos fixes i/o les segones preses i/o les preses rebutjades en les quals aparegui l'actor/actriu, així com fotografies per a finalitats d'informació, promoció o publicitat i comercialització de l'obra audiovisual, del seu procés de realització i en general per a la difusió de les activitats d'Scars.

La firma d'aquest contracte, comporta l'autorització a Scars perquè les dades de què l'hem informet siguin tractades als efectes establerts als paràgrafs anteriors.

A Sabada el 14 de ABRIL de 20 18

Signatura:



AUTORITZACIÓ I CESSIÓ DRETS D'IMATGE

En JANDRA CAMPOJ PARERA, major d'edat, amb
DNI 43575913 G, actuant en nom i representació de
....., amb DNI, de conformitat amb el establert a
la Llei Orgànica del 5 de maig de 1982, dona el seu consentiment irrevocable a
SCARS (empresa productora o nom productor executiu)
amb domicili a, per reproduir la seva veu i imatge resultat de
les gravacions realitzades per al curtmetratge titulat/da SCARS.

Per tant:

1. Cedeix els seus drets d'imatge de les gravacions per l'explotació de la pel·lícula i materials audiovisuals derivats per qualsevol mitjà conegut o per conèixer, per tot el món i per al màxim període legal que les Lleis estableixen.

CLÀUSULES DE PROPIETAT INTEL·LECTUAL

2. Reproducció (entenen la fixació de l'actuació en qualsevol suport o mitjà que permeti, per qualsevol sistema o procediment, comunicar-la i obtenir-ne còpies de la totalitat o de parts o fragments).
3. Distribució (entenen la posada a distribució del públic de l'original o còpies de l'actuació en qualsevol suport, format, sistema o procediment mitjançant la seva venda, lloguer, préstec o qualsevol altra forma de transferència temporal o definitiva de la possessió o propietat).
4. Comunicació pública (entenen tot acte que en qualsevol suport o format i per qualsevol sistema o procediment permeti que una pluralitat de persones pugui tenir accés a l'actuació sense prèvia distribució d'exemplars de l'actuació fixada a cada una).
Especialment, tenen la consideració d'actes de comunicació pública, sense que aquesta relació sigui exhaustiva o excloent:
- La projecció, exhibició o transmissió en llocs accessibles al públic, exigint o no el pagament d'un preu d'entrada.
5. Explotacions secundàries, és a dir la utilització d'extractes, resums, fragments o fotografies de l'actuació fixada per a la seva explotació de forma aïllada o mitjançant la incorporació en altres obres, produccions, publicacions, emissions, gravacions o bases de dades, gràfiques, sonores o audiovisuals o de qualsevol altra naturalesa.
6. Scars tindrà la més àmplia llibertat en la concepció i execució del material publicitari de l'obra audiovisual. Scars podrà utilitzar per finalitats d'informació promoció o comercialització de l'obra audiovisual o del seu procés de realització, extractes o fragments de l'actuació fixada; incloent-hi les fotografies obtingudes durant el rodatge o proves de preparació d'aquest i/o les fotos fixes i/o les segones preses i/o les preses rebutjades en les quals aparegui l'actor/actriu, així com fotografies per a finalitats d'informació, promoció o publicitat i comercialització de l'obra audiovisual, del seu procés de realització i en general per a la difusió de les activitats d'Scars.

La firma d'aquest contracte, comporta l'autorització a Scars perquè les dades de què l'hem informat siguin tractades als efectes establerts als paràgrafs anteriors.

A Barcelona el 14 de Abril de 2018

Signatura:



AUTORITZACIÓ I CESSIÓ DRETS D'IMATGE

En Oriol Hontado i Neas, major d'edat, amb
DNI 49.94.7459 a, actuant en nom i representació de Scars,
Scars, amb DNI Scars, de conformitat amb el establert a
la Llei Orgànica del 5 de maig de 1982, dona el seu consentiment irrevocable a
Scars (empresa productora o nom productor executiu)
amb domicili a Scars, per reproduir la seva veu i imatge resultat de
les gravacions realitzades per al curtmetratge titulat/da Scars.

Per tant:

1. Cedeix els seus drets d'imatge de les gravacions per l'explotació de la pel·lícula i materials audiovisuals derivats per qualsevol mitjà conegut o per conèixer, per tot el món i per al màxim període legal que les Lleis estableixen.

CLÀUSULES DE PROPIETAT INTEL·LECTUAL

2. Reproducció (entenen la fixació de l'actuació en qualsevol suport o mitjà que permeti, per qualsevol sistema o procediment, comunicar-la i obtenir-ne còpies de la totalitat o de parts o fragments).
3. Distribució (entenen la posada a distribució del públic de l'original o còpies de l'actuació en qualsevol suport, format, sistema o procediment mitjançant la seva venda, lloguer, préstec o qualsevol altra forma de transferència temporal o definitiva de la possessió o propietat).
4. Comunicació pública (entenen tot acte que en qualsevol suport o format i per qualsevol sistema o procediment permeti que una pluralitat de persones pugui tenir accés a l'actuació sense prèvia distribució d'exemplars de l'actuació fixada a cada una).
Especialment, tenen la consideració d'actes de comunicació pública, sense que aquesta relació sigui exhaustiva o excloent:
- La projecció, exhibició o transmissió en llocs accessibles al públic, exigint o no el pagament d'un preu d'entrada.
5. Explotacions secundàries, és a dir la utilització d'extractes, resums, fragments o fotografies de l'actuació fixada per a la seva explotació de forma aïllada o mitjançant la incorporació en altres obres, produccions, publicacions, emissions, gravacions o bases de dades, gràfiques, sonores o audiovisuals o de qualsevol altra naturalesa.
6. Scars tindrà la més àmplia llibertat en la concepció i execució del material publicitari de l'obra audiovisual. Scars podrà utilitzar per finalitats d'informació promoció o comercialització de l'obra audiovisual o del seu procés de realització, extractes o fragments de l'actuació fixada, incloent-hi les fotografies obtingudes durant el rodatge o proves de preparació d'aquest i/o les fotos fixes i/o les segones preses i/o les preses rebuïjades en les quals aparegui l'actor/actriu, així com fotografies per a finalitats d'informació, promoció o publicitat i comercialització de l'obra audiovisual, del seu procés de realització i en general per a la difusió de les activitats d'Scars.

La firma d'aquest contracte, comporta l'autorització a Scars perquè les dades de què l'hem informat siguin tractades als efectes establerts als paràgrafs anteriors.

A Barcelona el 14 de abril de 2018

Signatura:



AUTORITZACIÓ I CESSIÓ DRETS D'IMATGE

En Neus Gispart Campoy....., major d'edat, amb
DNI 45834135M....., actuant en nom i representació de,
....., amb DNI, de conformitat amb el establert a
la Llei Orgànica del 5 de maig de 1982, dona el seu consentiment irrevocable a
..... (empresa productora o nom productor executiu)
amb domicili a, per reproduir la seva veu i imatge resultat de
les gravacions realitzades per al curtmetratge titulat/da SCARS.....

Per tant:

1. Cedeix els seus drets d'imatge de les gravacions per l'explotació de la pel·lícula i materials audiovisuals derivats per qualsevol mitjà conegut o per conèixer, per tot el món i per al màxim període legal que les Lleis estableixen.

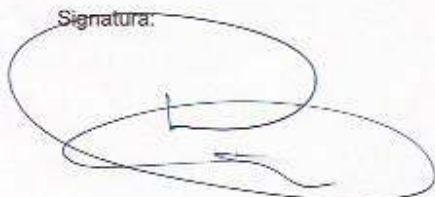
CLÀUSULES DE PROPIETAT INTEL·LECTUAL

2. Reproducció (entenen la fixació de l'actuació en qualsevol suport o mitjà que permeti, per qualsevol sistema o procediment, comunicar-la i obtenir-ne còpies de la totalitat o de parts o fragments).
3. Distribució (entenen la posada a distribució del públic de l'original o còpies de l'actuació en qualsevol suport, format, sistema o procediment mitjançant la seva venda, lloguer, préstec o qualsevol altra forma de transferència temporal o definitiva de la possessió o propietat).
4. Comunicació pública (entenen tot acte que en qualsevol suport o format i per qualsevol sistema o procediment permeti que una pluralitat de persones pugui tenir accés a l'actuació sense prèvia distribució d'exemplars de l'actuació fixada a cada una).
Especialment, tenen la consideració d'actes de comunicació pública, sense que aquesta relació sigui exhaustiva o exclouent:
- La projecció, exhibició o transmissió en llocs accessibles al públic, exigint o no el pagament d'un preu d'entrada.
5. Explotacions secundàries, és a dir la utilització d'extractes, resums, fragments o fotografies de l'actuació fixada per a la seva explotació de forma aïllada o mitjançant la incorporació en altres obres, produccions, publicacions, emissions, gravacions o bases de dades, gràfiques, sonores o audiovisuals o de qualsevol altra naturalesa.
6. Scars tindrà la més àmplia llibertat en la concepció i execució del material publicitari de l'obra audiovisual. Scars podrà utilitzar per finalitats d'informació promoció o comercialització de l'obra audiovisual o del seu procés de realització, extractes o fragments de l'actuació fixada, incloent-hi les fotografies obtingudes durant el rodatge o proves de preparació d'aquest i/o les fotos fixes i/o les segones preses i/o les preses rebutjades en les quals aparegui l'actor/actriu, així com fotografies per a finalitats d'informació, promoció o publicitat i comercialització de l'obra audiovisual, del seu procés de realització i en general per a la difusió de les activitats d'Scars.

La firma d'aquest contracte, comporta l'autorització a Scars perquè les dades de què l'hem informat siguin tractades als efectes establerts als paràgrafs anteriors.

A 14 abril..... el de de 20 18

Signatura:



AUTORITZACIÓ I CESSIÓ DRETS D'IMATGE

En MARY RUIJO SANCHEZ, major d'edat, amb
DNI 20572651, actuant en nom i representació de,
amb DNI, de conformitat amb el establert a
la Llei Orgànica del 5 de maig de 1982, dona el seu consentiment irrevocable a
..... (empresa productora o nom productor executiu)
amb domicili a, per reproduir la seva veu i imatge resultat de
les gravacions realitzades per al curtmetratge titulat/da SCARS

Per tant:

1. Cedeix els seus drets d'imatge de les gravacions per l'explotació de la pel·lícula i materials audiovisuals derivats per qualsevol mitjà conegut o per conèixer, per tot el món i per al màxim període legal que les Lleis estableixen.

CLÀUSULES DE PROPIETAT INTEL·LECTUAL

2. Reproducció (entenen la fixació de l'actuació en qualsevol suport o mitjà que permeti, per qualsevol sistema o procediment, comunicar-la i obtenir-ne còpies de la totalitat o de parts o fragments).
3. Distribució (entenen la posada a distribució del públic de l'original o còpies de l'actuació en qualsevol suport, format, sistema o procediment mitjançant la seva venda, lloguer, préstec o qualsevol altra forma de transferència temporal o definitiva de la possessió o propietat).
4. Comunicació pública (entenen tot acte que en qualsevol suport o format i per qualsevol sistema o procediment permeti que una pluralitat de persones pugui tenir accés a l'actuació sense prèvia distribució d'exemplars de l'actuació fixada a cada una).
Especialment, tenen la consideració d'actes de comunicació pública, sense que aquesta relació sigui exhaustiva o excloent:
- La projecció, exhibició o transmissió en llocs accessibles al públic, exigint o no el pagament d'un preu d'entrada.
5. Explotacions secundàries, és a dir la utilització d'extractes, resums, fragments o fotografies de l'actuació fixada per a la seva explotació de forma aïllada o mitjançant la incorporació en altres obres, produccions, publicacions, emissions, gravacions o bases de dades, gràfiques, sonores o audiovisuals o de qualsevol altra naturalesa.
6. Scars tindrà la més àmplia llibertat en la concepció i execució del material publicitari de l'obra audiovisual. Scars podrà utilitzar per finalitats d'informació promoció o comercialització de l'obra audiovisual o del seu procés de realització, extractes o fragments de l'actuació fixada, incloent-hi les fotografies obtingudes durant el rodatge o proves de preparació d'aquest i/o les fotos fixes i/o les segones preses i/o les preses rebutjades en les quals aparegui l'actor/actriu, així com fotografies per a finalitats d'informació, promoció o publicitat i comercialització de l'obra audiovisual, del seu procés de realització i en general per a la difusió de les activitats d' Scars.

La firma d'aquest contracte, comporta l'autorització a Scars perquè les dades de què l'hem informat siguin tractades als efectes establerts als paràgrafs anteriors.

A Sabado el 14 de ABRIL de 2018

Signatura:



AUTORITZACIÓ I CESSIÓ DE DRETS D'IMATGE

En/Na Marta Nebat Corpas amb DNI 39437090W de conformitat amb l'establert a la Llei Orgànica del 5 de maig de 1982, dona el seu consentiment irrevocable a Carla Molina (empresa, productora o nom productor executiu) per reproduir la seva veu i imatge resultat de les gravacions realitzades per al curtmetratge titulat/da Scars

Per tant:

1. Cedeix els seus drets d'imatge de les gravacions per l'explotació de la pel·lícula i materials audiovisuals derivats per qualsevol mitjà conegut o per conèixer, per tot el món i per al màxim període legal que les Lleis estableixen.

CLÀUSULES DE PROPIETAT INTEL·LECTUAL

2. Reproducció (entenent la fixació de l'actuació en qualsevol suport o mitjà que permeti, per qualsevol sistema o procediment, comunicar-la i obtenir-ne còpies de la totalitat o de parts o fragments).
3. Distribució (entenent la posada a distribució del públic de l'original o còpies de l'actuació en qualsevol suport, format, sistema o procediment mitjançant la seva venda, lloguer, préstec o qualsevol altra forma de transferència temporal o definitiva de la possessió o propietat).
4. Comunicació pública (entenent tot acte que en qualsevol suport o format i per qualsevol sistema o procediment permeti que una pluralitat de persones pugui tenir accés a l'actuació sense prèvia distribució d'exemplars de l'actuació fixada a cada una).
Especialment, tenen la consideració d'actes de comunicació pública, sense que aquesta relació sigui exhaustiva o excloent:
- La projecció, exhibició o transmissió en llocs accessibles al públic, exigint o no el pagament d'un preu d'entrada.
5. Explotacions secundàries, és a dir la utilització d'extractes, resums, fragments o fotografies de l'actuació fixada per a la seva explotació de forma aïllada o mitjançant la incorporació en altres obres, produccions, publicacions, emissions, gravacions o bases de dades, gràfiques, sonores o audiovisuals o de qualsevol altra naturalesa.
6. Scars tindrà la més àmplia llibertat en la concepció i execució del material publicitari de l'obra audiovisual. Scars podrà utilitzar per finalitats d'informació promoció o comercialització de l'obra audiovisual o del seu procés de realització, extractes o fragments de l'actuació fixada, incloent-hi les fotografies obtingudes durant el rodatge o proves de preparació d'aquest i/o les fotos fixes i/o les segones preses i/o les preses rebutjades en les quals aparegui l'actor/actriu, així com fotografies per a finalitats d'informació, promoció o publicitat i comercialització de l'obra audiovisual, del seu procés de realització i en general per a la difusió de les activitats d'Scars.

La firma d'aquest contracte, comporta l'autorització a Scars perquè les dades de què l'hem informat siguin tractades als efectes establerts als paràgrafs anteriors.

A Bellaterra el 04 de maig de 20

Signatura:



AUTORITZACIÓ I CESSIÓ DRETS D'IMATGE

En LUZ LOZANO GONZALEZ....., major d'edat, amb
DNI 463833594....., actuant en nom i representació de,
....., amb DNI, de conformitat amb el establert a
la Llei Orgànica del 5 de maig de 1982, dona el seu consentiment irrevocable a
..... (empresa productora o nom productor executiu)
amb domicili a, per reproduir la seva veu i imatge resultat de
les gravacions realitzades per al curtmetratge titulat/da..... Scars.....

Per tant:

1. Cedeix els seus drets d'imatge de les gravacions per l'explotació de la pel·lícula i materials audiovisuals derivats per qualsevol mitjà conegut o per conèixer, per tot el món i per al màxim període legal que les Lleis estableixen.

CLÀUSULES DE PROPIETAT INTEL·LECTUAL

2. Reproducció (entenent la fixació de l'actuació en qualsevol suport o mitjà que permeti, per qualsevol sistema o procediment, comunicar-la i obtenir-ne còpies de la totalitat o de parts o fragments).
3. Distribució (entenent la posada a distribució del públic de l'original o còpies de l'actuació en qualsevol suport, format, sistema o procediment mitjançant la seva venda, lloguer, préstec o qualsevol altra forma de transferència temporal o definitiva de la possessió o propietat).
4. Comunicació pública (entenent tot acte que en qualsevol suport o format i per qualsevol sistema o procediment permeti que una pluralitat de persones pugui tenir accés a l'actuació sense prèvia distribució d'exemplars de l'actuació fixada a cada una).
Especialment, tenen la consideració d'actes de comunicació pública, sense que aquesta relació sigui exhaustiva o excloent:
· La projecció, exhibició o transmissió en llocs accessibles al públic, exigint o no el pagament d'un preu d'entrada.
5. Explotacions secundàries, és a dir la utilització d'extractes, resums, fragments o fotografies de l'actuació fixada per a la seva explotació de forma aïllada o mitjançant la incorporació en altres obres, produccions, publicacions, emissions, gravacions o bases de dades, gràfiques, sonores o audiovisuals o de qualsevol altra naturalesa.
6. Scars tindrà la més àmplia llibertat en la concepció i execució del material publicitari de l'obra audiovisual. Scars podrà utilitzar per finalitats d'informació promoció o comercialització de l'obra audiovisual o del seu procés de realització, extractes o fragments de l'actuació fixada, incloent-hi les fotografies obtingudes durant el rodatge o proves de preparació d'aquest i/o les fotos fixes i/o les segones preses i/o les preses rebutjades en les quals aparegui l'actor/actriu, així com fotografies per a finalitats d'informació, promoció o publicitat i comercialització de l'obra audiovisual, del seu procés de realització i en general per a la difusió de les activitats d'Scars.

La firma d'aquest contracte, comporta l'autorització a Scars perquè les dades de què l'hem informat siguin tractades als efectes establerts als paràgrafs anteriors.

A 14 SABADO..... el 14 de ABRIL de 2018

Signatura:



AUTORITZACIÓ I CESSIÓ DE DRETS D'IMATGE

En/Na LORENA MORENO MORENO amb DNI 47978766 F, de conformitat amb l'establert a la Llei Orgànica del 5 de maig de 1982, dona el seu consentiment irrevocable a (empresa, productora o nom productor executiu) per reproduir la seva veu i imatge resultat de les gravacions realitzades per al curtmetratge titulat/ da SCARS.....

Per tant:

1. Cedeix els seus drets d'imatge de les gravacions per l'explotació de la pel·lícula i materials audiovisuals derivats per qualsevol mitjà conegut o per conèixer, per tot el món i per al màxim període legal que les Lleis estableixen.

CLÀUSULES DE PROPIETAT INTEL·LECTUAL

2. Reproducció (entenen la fixació de l'actuació en qualsevol suport o mitjà que permeti, per qualsevol sistema o procediment, comunicar-la i obtenir-ne còpies de la totalitat o de parts o fragments).
3. Distribució (entenen la posada a distribució del públic de l'original o còpies de l'actuació en qualsevol suport, format, sistema o procediment mitjançant la seva venda, lloguer, préstec o qualsevol altra forma de transferència temporal o definitiva de la possessió o propietat).
4. Comunicació pública (entenen tot acte que en qualsevol suport o format i per qualsevol sistema o procediment permeti que una pluralitat de persones pugui tenir accés a l'actuació sense prèvia distribució d'exemplars de l'actuació fixada a cada una).
Especialment, tenen la consideració d'actes de comunicació pública, sense que aquesta relació sigui exhaustiva o excloent:
 - La projecció, exhibició o transmissió en llocs accessibles al públic, exigint o no el pagament d'un preu d'entrada.
5. Explotacions secundàries, és a dir la utilització d'extractes, resums, fragments o fotografies de l'actuació fixada per a la seva explotació de forma aïllada o mitjançant la incorporació en altres obres, produccions, publicacions, emissions, gravacions o bases de dades, gràfiques, sonores o audiovisuals o de qualsevol altra naturalesa.
6. Scars tindrà la més àmplia llibertat en la concepció i execució del material publicitari de l'obra audiovisual. Scars podrà utilitzar per finalitats d'informació promoció o comercialització de l'obra audiovisual o del seu procés de realització, extractes o fragments de l'actuació fixada, incloent-hi les fotografies obtingudes durant el rodatge o proves de preparació d'aquest i/o les fotos fixes i/o les segones preses i/o les preses rebutjades en les quals aparegui l'actor/actriu, així com fotografies per a finalitats d'informació, promoció o publicitat i comercialització de l'obra audiovisual, del seu procés de realització i en general per a la difusió de les activitats d' Scars.

La firma d'aquest contracte, comporta l'autorització a Scars perquè les dades de què l'hem informat siguin tractades als efectes establerts als paràgrafs anteriors.

A. Bellaterra el 4 de May de 2018

Signatura:



AUTORITZACIÓ I CESSIÓ DE DRETS D'IMATGE

En/Na Jana Builla Gil amb DNI 39494522M, de conformitat amb l'establert a la Llei Orgànica del 5 de maig de 1982, dona el seu consentiment irrevocable a Genba Molinas (empresa, productora o nom productor executiu) per reproduir la seva veu i imatge resultat de les gravacions realitzades per al curtmetratge titulat/da SCARS.

Per tant:

1. Cedeix els seus drets d'imatge de les gravacions per l'explotació de la pel·lícula i materials audiovisuals derivats per qualsevol mitjà conegut o per conèixer, per tot el món i per al màxim període legal que les Lleis estableixen.

CLÀUSULES DE PROPIETAT INTEL·LECTUAL

2. Reproducció (entenen la fixació de l'actuació en qualsevol suport o mitjà que permeti, per qualsevol sistema o procediment, comunicar-la i obtenir-ne còpies de la totalitat o de parts o fragments).
3. Distribució (entenen la posada a distribució del públic de l'original o còpies de l'actuació en qualsevol suport, format, sistema o procediment mitjançant la seva venda, lloguer, préstec o qualsevol altra forma de transferència temporal o definitiva de la possessió o propietat).
4. Comunicació pública (entenen tot acte que en qualsevol suport o format i per qualsevol sistema o procediment permeti que una pluralitat de persones pugui tenir accés a l'actuació sense prèvia distribució d'exemplars de l'actuació fixada a cada una). Especialment, tenen la consideració d'actes de comunicació pública, sense que aquesta relació sigui exhaustiva o exclouent:
 - La projecció, exhibició o transmissió en llocs accessibles al públic, exigint o no el pagament d'un preu d'entrada.
5. Explotacions secundàries, és a dir la utilització d'extractes, resums, fragments o fotografies de l'actuació fixada per a la seva explotació de forma aïllada o mitjançant la incorporació en altres obres, produccions, publicacions, emissions, gravacions o bases de dades, gràfiques, sonores o audiovisuals o de qualsevol altra naturalesa.
6. Scars tindrà la més àmplia llibertat en la concepció i execució del material publicitari de l'obra audiovisual. Scars podrà utilitzar per finalitats d'informació promoció o comercialització de l'obra audiovisual o del seu procés de realització, extractes o fragments de l'actuació fixada, incloent-hi les fotografies obtingudes durant el rodatge o proves de preparació d'aquest i/o les fotos fixes i/o les segones preses i/o les preses rebutjades en les quals aparegui l'actor/actriu, així com fotografies per a finalitats d'informació, promoció o publicitat i comercialització de l'obra audiovisual, del seu procés de realització i en general per a la difusió de les activitats d'Scars.

La firma d'aquest contracte, comporta l'autorització a Scars perquè les dades de què l'hem informat siguin tractades als efectes establerts als paràgrafs anteriors.

A Bellaterra, el 4 de 25 de 2018.

Signatura: Jana

AUTORITZACIÓ I CESSIÓ DRETS D'IMATGE

En Irina Pedrerol Sierra, major d'edat, amb
DNI 79273925D, actuant en nom i representació de SCARS
amb DNI, de conformitat amb el establert a
la Llei Orgànica del 5 de maig de 1982, dona el seu consentiment irrevocable a
SCARS (empresa productora o nom productor executiu)
amb domicili a, per reproduir la seva veu i imatge resultat de
les gravacions realitzades per al curtmetratge titulat/da SCARS

Per tant:

1. Cedeix els seus drets d'imatge de les gravacions per l'explotació de la pel·lícula i materials audiovisuals derivats per qualsevol mitjà conegut o per conèixer, per tot el món i per al màxim període legal que les Lleis estableixen.

CLÀUSULES DE PROPIETAT INTEL·LECTUAL

2. Reproducció (entenen la fixació de l'actuació en qualsevol suport o mitjà que permeti, per qualsevol sistema o procediment, comunicar-la i obtenir-ne còpies de la totalitat o de parts o fragments).
3. Distribució (entenen la posada a distribució del públic de l'original o còpies de l'actuació en qualsevol suport, format, sistema o procediment mitjançant la seva venda, lloguer, préstec o qualsevol altra forma de transferència temporal o definitiva de la possessió o propietat).
4. Comunicació pública (entenen tot acte que en qualsevol suport o format i per qualsevol sistema o procediment permeti que una pluralitat de persones pugui tenir accés a l'actuació sense prèvia distribució d'exemplars de l'actuació fixada a cada una).
Especialment, tenen la consideració d'actes de comunicació pública, sense que aquesta relació sigui exhaustiva o excloent:
- La projecció, exhibició o transmissió en llocs accessibles al públic, exigint o no el pagament d'un preu d'entrada.
5. Explotacions secundàries, és a dir la utilització d'extractes, resums, fragments o fotografies de l'actuació fixada per a la seva explotació de forma aïllada o mitjançant la incorporació en altres obres, produccions, publicacions, emissions, gravacions o bases de dades, gràfiques, sonores o audiovisuals o de qualsevol altra naturalesa.
6. Scars tindrà la més àmplia llibertat en la concepció i execució del material publicitari de l'obra audiovisual. Scars podrà utilitzar per finalitats d'informació promoció o comercialització de l'obra audiovisual o del seu procés de realització, extractes o fragments de l'actuació fixada, incloent-hi les fotografies obtingudes durant el rodatge o proves de preparació d'aquest i/o les fotos fixes i/o les segones preses i/o les preses rebutjades en les quals aparegui l'actor/actriu, així com fotografies per a finalitats d'informació, promoció o publicitat i comercialització de l'obra audiovisual, del seu procés de realització i en general per a la difusió de les activitats d'Scars.

La firma d'aquest contracte, comporta l'autorització a Scars perquè les dades de què l'hem informat siguin tractades als efectes establerts als paràgrafs anteriors.

A Barcelona el 14 de abril de 2018

Signatura:



AUTORITZACIÓ I CESSIÓ DE DRETS D'IMATGE

En/Na ABACECI JIMÉNEZ CADECCA..... amb DNI 97177487-X, de conformitat amb l'establert a la Llei Orgànica del 5 de maig de 1982, dona el seu consentiment irrevocable a CARLA LLOPINA..... (empresa, productora o nom productor executiu) per reproduir la seva veu i imatge resultat de les gravacions realitzades per al curtmetratge titulat/da SCARS.....

Per tant:

1. Cedeix els seus drets d'imatge de les gravacions per l'explotació de la pel·lícula i materials audiovisuals derivats per qualsevol mitjà conegut o per conèixer, per tot el món i per al màxim període legal que les Lleis estableixen.

CLÀUSULES DE PROPIETAT INTEL·LECTUAL

2. Reproducció (entenen la fixació de l'actuació en qualsevol suport o mitjà que permeti, per qualsevol sistema o procediment, comunicar-la i obtenir-ne còpies de la totalitat o de parts o fragments).
3. Distribució (entenen la posada a distribució del públic de l'original o còpies de l'actuació en qualsevol suport, format, sistema o procediment mitjançant la seva venda, lloguer, préstec o qualsevol altra forma de transferència temporal o definitiva de la possessió o propietat).
4. Comunicació pública (entenen tot acte que en qualsevol suport o format i per qualsevol sistema o procediment permeti que una pluralitat de persones pugui tenir accés a l'actuació sense prèvia distribució d'exemplars de l'actuació fixada a cada una).
Especialment, tenen la consideració d'actes de comunicació pública, sense que aquesta relació sigui exhaustiva o excloent:
 - La projecció, exhibició o transmissió en llocs accessibles al públic, exigint o no el pagament d'un preu d'entrada.
5. Explotacions secundàries, és a dir la utilització d'extractes, resums, fragments o fotografies de l'actuació fixada per a la seva explotació de forma allada o mitjançant la incorporació en altres obres, produccions, publicacions, emissions, gravacions o bases de dades, gràfiques, sonores o audiovisuals o de qualsevol altra naturalesa.
6. Scars tindrà la més àmplia llibertat en la concepció i execució del material publicitari de l'obra audiovisual. Scars podrà utilitzar per finalitats d'informació promoció o comercialització de l'obra audiovisual o del seu procés de realització, extractes o fragments de l'actuació fixada, incloent-hi les fotografies obtingudes durant el rodatge o proves de preparació d'aquest i/o les fotos fixes i/o les segones preses i/o les preses rebutjades en les quals aparegui l'actor/actriu, així com fotografies per a finalitats d'informació, promoció o publicitat i comercialització de l'obra audiovisual, del seu procés de realització i en general per a la difusió de les activitats d'Scars.

La firma d'aquest contracte, comporta l'autorització a Scars perquè les dades de què l'hem informat siguin tractades als efectes establerts als paràgrafs anteriors.

A BELLATERRA..... el 4 de MAIG de 20 18

Signatura:

AUTORITZACIÓ I CESSIÓ DRETS D'IMATGE

En Ange Oriol Surroca....., major d'edat, amb
DNI 469662384....., actuant en nom i representació de,
~~amb DNI~~ de conformitat amb el establert a
la Llei Orgànica del 5 de maig de 1982, dona el seu consentiment irrevocable a
Scars..... (empresa productora o nom productor executiu)
amb domicili a, per reproduir la seva veu i imatge resultat de
les gravacions realitzades per al curtmetratge titulat/da..... Scars.....

Per tant:

1. Cedeix els seus drets d'imatge de les gravacions per l'explotació de la pel·lícula i materials audiovisuals derivats per qualsevol mitjà conegut o per conèixer, per tot el món i per al màxim període legal que les Lleis estableixen.

CLÀUSULES DE PROPIETAT INTEL·LECTUAL

2. Reproducció (entenen la fixació de l'actuació en qualsevol suport o mitjà que permeti, per qualsevol sistema o procediment, comunicar-la i obtenir-ne còpies de la totalitat o de parts o fragments).
3. Distribució (entenen la posada a distribució del públic de l'original o còpies de l'actuació en qualsevol suport, format, sistema o procediment mitjançant la seva venda, lloguer, préstec o qualsevol altra forma de transferència temporal o definitiva de la possessió o propietat).
4. Comunicació pública (entenen tot acte que en qualsevol suport o format i per qualsevol sistema o procediment permeti que una pluralitat de persones pugui tenir accés a l'actuació sense prèvia distribució d'exemplars de l'actuació fixada a cada una).
Especialment, tenen la consideració d'actes de comunicació pública, sense que aquesta relació sigui exhaustiva o exloent:
 - La projecció, exhibició o transmissió en llocs accessibles al públic, exigint o no el pagament d'un preu d'entrada.
5. Explotacions secundàries, és a dir la utilització d'extractes, resums, fragments o fotografies de l'actuació fixada per a la seva explotació de forma aïllada o mitjançant la incorporació en altres obres, produccions, publicacions, emissions, gravacions o bases de dades, gràfiques, sonores o audiovisuals o de qualsevol altra naturalesa.
6. Scars tindrà la més àmplia llibertat en la concepció i execució del material publicitari de l'obra audiovisual. Scars podrà utilitzar per finalitats d'informació promoció o comercialització de l'obra audiovisual o del seu procés de realització, extractes o fragments de l'actuació fixada, incloent-hi les fotografies obtingudes durant el rodatge o proves de preparació d'aquest i/o les fotos fixes i/o les segones preses i/o les preses rebutjades en les quals aparegui l'actor/actriu, així com fotografies per a finalitats d'informació, promoció o publicitat i comercialització de l'obra audiovisual, del seu procés de realització i en general per a la difusió de les activitats d'Scars.

La firma d'aquest contracte, comporta l'autorització a Scars perquè les dades de què l'hem informat siguin tractades als efectes establerts als paràgrafs anteriors.

A Barcelona..... el 14 de abril de 2018

Signatura:



AUTORITZACIÓ I CESSIÓ DRETS D'IMATGE

En Andrea Plazas Rodriguez, major d'edat, amb
DNI 7.725.170.31, actuant en nom i representació de
..... amb-DNI de conformitat amb el establert a
la Llei Orgànica del 5 de maig de 1982, dona el seu consentiment irrevocable a
..... (empresa productora o nom productor executiu)
amb domicili a, per reproduir la seva veu i imatge resultat de
les gravacions realitzades per al curtmetratge titulat/da SCARS

Per tant:

1. Cedeix els seus drets d'imatge de les gravacions per l'explotació de la pel·lícula i materials audiovisuals derivats per qualsevol mitjà conegut o per conèixer, per tot el món i per al màxim període legal que les Lleis estableixen.

CLÀUSULES DE PROPIETAT INTEL·LECTUAL

2. Reproducció (entenen la fixació de l'actuació en qualsevol suport o mitjà que permeti, per qualsevol sistema o procediment, comunicar-la i obtenir-ne còpies de la totalitat o de parts o fragments).
3. Distribució (entenen la posada a distribució del públic de l'original o còpies de l'actuació en qualsevol suport, format, sistema o procediment mitjançant la seva venda, lloguer, préstec o qualsevol altra forma de transferència temporal o definitiva de la possessió o propietat).
4. Comunicació pública (entenen tot acte que en qualsevol suport o format i per qualsevol sistema o procediment permeti que una pluralitat de persones pugui tenir accés a l'actuació sense prèvia distribució d'exemplars de l'actuació fixada a cada una).
Especialment, tenen la consideració d'actes de comunicació pública, sense que aquesta relació sigui exhaustiva o excloent:
- La projecció, exhibició o transmissió en llocs accessibles al públic, exigint o no el pagament d'un preu d'entrada.
5. Explotacions secundàries, és a dir la utilització d'extractes, resums, fragments o fotografies de l'actuació fixada per a la seva explotació de forma aïllada o mitjançant la incorporació en altres obres, produccions, publicacions, emissions, gravacions o bases de dades, gràfiques, sonores o audiovisuals o de qualsevol altra naturalesa.
6. Scars tindrà la més àmplia llibertat en la concepció i execució del material publicitari de l'obra audiovisual. Scars podrà utilitzar per finalitats d'informació promoció o comercialització de l'obra audiovisual o del seu procés de realització, extractes o fragments de l'actuació fixada, incloent-hi les fotografies obtingudes durant el rodatge o proves de preparació d'aquest i/o les fotos fixes i/o les segones preses i/o les preses rebutjades en les quals aparegui l'actor/actriu, així com fotografies per a finalitats d'informació, promoció o publicitat i comercialització de l'obra audiovisual, del seu procés de realització i en general per a la difusió de les activitats d' Scars.

La firma d'aquest contracte, comporta l'autorització a Scars perquè les dades de què l'hem informat siguin tractades als efectes establerts als paràgrafs anteriors.

A Sabado el 19 de Maig de 2018

Signatura:

Andrea

AUTORITZACIÓ I CESSIÓ DE DRETS D'IMATGE

En/Na Aida Jiménez Tallegrosa..... amb DNI 41971054T..... de conformitat amb l'establert a la Llei Orgànica del 5 de maig de 1982, dona el seu consentiment irrevocable a Carla Molina..... (empresa, productora o nom productor executiu) per reproduir la seva veu i imatge resultat de les gravacions realitzades per al curtmetratge titulat/da Scars.....

Per tant:

1. Cedeix els seus drets d'imatge de les gravacions per l'explotació de la pel·lícula i materials audiovisuals derivats per qualsevol mitjà conegut o per conèixer, per tot el món i per al màxim període legal que les Lleis estableixen.

CLÀUSULES DE PROPIETAT INTEL·LECTUAL

2. Reproducció (entenent la fixació de l'actuació en qualsevol suport o mitjà que permeti, per qualsevol sistema o procediment, comunicar-la i obtenir-ne còpies de la totalitat o de parts o fragments).
3. Distribució (entenent la posada a distribució del públic de l'original o còpies de l'actuació en qualsevol suport, format, sistema o procediment mitjançant la seva venda, lloguer, préstec o qualsevol altra forma de transferència temporal o definitiva de la possessió o propietat).
4. Comunicació pública (entenent tot acte que en qualsevol suport o format i per qualsevol sistema o procediment permeti que una pluralitat de persones pugui tenir accés a l'actuació sense prèvia distribució d'exemplars de l'actuació fixada a cada una).
Especialment, tenen la consideració d'actes de comunicació pública, sense que aquesta relació sigui exhaustiva o excloent:
 - La projecció, exhibició o transmissió en llocs accessibles al públic, exigint o no el pagament d'un preu d'entrada.
5. Explotacions secundàries, és a dir la utilització d'extractes, resums, fragments o fotografies de l'actuació fixada per a la seva explotació de forma aïllada o mitjançant la incorporació en altres obres, produccions, publicacions, emissions, gravacions o bases de dades, gràfiques, sonores o audiovisuals o de qualsevol altra naturalesa.
6. Scars tindrà la més àmplia llibertat en la concepció i execució del material publicitari de l'obra audiovisual. Scars podrà utilitzar per finalitats d'informació promoció o comercialització de l'obra audiovisual o del seu procés de realització, extractes o fragments de l'actuació fixada, incloent-hi les fotografies obtingudes durant el rodatge o proves de preparació d'aquest i/o les fotos fixes i/o les segones preses i/o les preses rebutjades en les quals aparegui l'actor/actriu, així com fotografies per a finalitats d'informació, promoció o publicitat i comercialització de l'obra audiovisual, del seu procés de realització i en general per a la difusió de les activitats d'Scars.

La firma d'aquest contracte, comporta l'autorització a Scars perquè les dades de què l'hem informat siguin tractades als efectes establerts als paràgrafs anteriors.

A Bellaterra..... el 4 de MAIG de 2018

Signatura:



V) TRAMAS DESCARTADAS

- Existe un servicio donde las personas que sufren o tienen una vida pésima pueden cobrar por mostrar sus vidas en directo o venderla como experiencia. Una persona se extralimita con el servicio y decide interceder en una de las vidas para ayudar aunque no está permitido.
- El armario como elemento metafórico construido por las personas que viven alrededor de la protagonista.
- Chica que siempre va X bar. Le pasó algo pero no lo recuerda porque vendió la experiencia, pero antes de ello se dejó a ella misma pistas en ese mismo espacio. Cada día la chica se sienta en una mesa diferente y nota sensaciones relacionadas con lo que le pasó en el pasado en cada una de las mesas.
- Dos chicas se gustan. Julita y Maraya. La Julita le dice que no puede estar con ella porque quiere olvidar que le gustan las chicas para estar tranquila de una vez por todas. Vende el recuerdo de su relación con Maraya. Aún así, Maraya está tan enamorada que le compra el recuerdo sin que Julita lo sepa. En ese momento Maraya es espectadora de todas las presiones y agresiones que ha tenido que sufrir Julita. Lo que hace es intentar solucionar su vida a partir de dejarle pistas para que afronte la situación.
- Un hombre se despierta cada día con un nuevo tatuaje cada día sin saber por qué: son los indicadores de cada uno de los daños que ha ocasionado a personas sin saberlo por sus gestos homófobos o machistas. Le llenan el cuerpo entero hasta que empieza a enfrentarlos.
- Bucle temporal metafórico : Chica que quiere ser chico. La versión femenina de la protagonista encierra a la versión masculina. Cuando se da cuenta que quiere ser chico, se reconcilian los dos y la chica desaparece.
- Expresar la presión social de la homofobia como una enfermedad que “rompe” literalmente a la persona. Que le agrieta la piel.

VI) LOCALIZACIONES DESCARTADAS

Localización	
Propuesta A para casa Ivy	
Fotografías	
	
Características	
Luz	Limitada
Color	Inadecuado (muchos tonos naranjas en las paredes)
Espacio	Limitado
Narrativa	El lavabo no disponía del espacio necesario para las escenas ideadas y las habitaciones tenían un espacio muy limitado para la grabación.

Localización	
Propuesta B para casa Ivy	
Fotografías	
	
Características	
Luz	Válida
Color	Válido
Espacio	Limitado
Narrativa	Encajaba la decoración antigua y recia pero el espacio era demasiado limitado y los lavabos muy pequeños.

VII) GUIÓN LITERARIO DEFINITIVO

"SCARS Part 1: ESCAPE" - Guión literario

Escena 0. Créditos

Un jarrón de color azul cae impactando sobre un suelo de mármol blanco, rompiéndose a pedazos a cámara lenta.

1. Grabar a 60 fp (Cámara lenta)

Escena 1. Espacio metafórico

OFF

instead of talking to myself, I whisper. I'm afraid I'll break

down if I speak aloud, because broken pieces never fit the way

they used to. But it's all useless: everybody breaks down

(pausa)

IVY (chica, 20 años) está acurrucada en sí misma semidesnuda en el centro de un suelo blanquecino alumbrado por una luz azulada. Sobre Ivy se proyecta la creación animada de unas ramificaciones o brechas iluminadas en contraste con su cuerpo más oscuro.

Escena 2. INT. HABITACIÓN - DÍA. (7a.m)

OFF

(pausa)

somehow.

*Anotaciones guión técnico: composición coincidente con el plano anterior.
Medir con exactitud con metro.*

IVY está acurrucada en sí misma en el centro de su cama (*en la misma posición de la escena anterior*) con su cuerpo cubierto por unas sábanas blancas y azules. Por la ventana entra la luz difusa de la mañana. Se escuchan unos sonidos de grietas que coinciden con los movimientos de IVY de contraerse tres veces entre las sábanas. Suena el despertador.

Anotaciones guión técnico: cambio de plano después de un segundo de dejar sonar el despertador.

IVY está con los ojos abiertos acurrucada debajo de las sábanas. IVY se destapa medio cuerpo y todavía tumbada alarga su mano derecha hacia la mesilla de noche situada al lado izquierdo de la cama. La mano de IVY alcanza un reloj azul situado encima de la mesilla de noche al lado de un jarrón azul roto que contiene una hortensia azul y lo apaga. IVY se incorpora quedándose sentada al borde de la cama con expresión de derrotismo. IVY está vestida con un jersey y unos pantalones de pijama blancos y azules que le tapan el cuerpo. IVY respira profundamente, realiza una mueca de dolor y se mira el hombro derecho con rabia. IVY se levanta, sale de la habitación y se dirige al baño.

Escena 3. INT. BAÑO- DÍA.

IVY se dirige a la pica del baño que tiene un espejo justo encima en el que se mira fijamente. IVY se recoge rápidamente el pelo en un moño despeinado con una coleta de pelo roja y se lava la cara con las dos manos. IVY mira su reflejo en el espejo y suspira mientras coloca su mano sobre el trozo de jersey que le tapa el hombro derecho. IVY cuenta con la boca hasta tres y tira de él.

Escena 4. INT. HABITACIÓN - DÍA.

IVY entra rápidamente en su habitación arrodillándose ante su mesita de noche de madera blanca. IVY abre un cajón y saca un calendario en inglés ya escrito con marcas de color rojo en forma de rayo en los días anteriores.

IVY saca también un bolígrafo rojo con el que apunta en el día actual otra marca más. IVY levanta la cara hacia la cámara / (alternativa) IVY se incorpora hasta quedarse de pie y se mira el hombro (el cambio es que el match cut en esta caso sería

desde la espalda y el plano siguiente frontal en la misma postura).

Anotaciones guion técnico:

- 1. Cambio de plano mediante Match cut (PP de cara de IVY/PMC desde atrás). Medir con el metro.*
- 2. Debe rodarse un plano cenital de cómo se vislumbran las marcas al remangarse las manos para limpiarse la cara (rodarse por si acaso).*
- 3. Debe rodarse el plano en el que se ve como tras bajarse el jersey que le tapa el hombro, tiene una nueva marca en su hombro derecho.*

Escena 5. EXT. CALLE - DÍA.

Anotaciones guion técnico: cambio de plano mediante Match cut (PP de cara de IVY/ PMC). Medir con el metro.

IVY está caminando por la calle. IVY va peinada, con el pelo suelto, una chaqueta azul tejana y un pañuelo azul claro que le tapa el cuello. IVY lleva unos auriculares que bajan por delante de su pelo hasta el bolsillo de la chaqueta donde tiene el móvil. IVY está escuchando música hasta que fija su mirada hacia su izquierda mirando absorta a un punto fijo y para de caminar. Hace un pequeño movimiento con su hombro derecho indicando que le incomoda. Por su derecha una persona pasa caminando hacia el mismo sentido y la golpea sin querer.

Anotaciones guion técnico:

- 1. El cambio de plano también se hace por medio del match cut y por tanto las posiciones de los personajes y el golpe en cámara debe tenerse en cuenta para el siguiente plano. Medir con metro.*
- 2. Por tanto, debe grabarse completamente también a la otra chica.*

Escena 6. INT. PASILLO UAB - DÍA.

IVY termina de girarse por el golpe de una persona que la golpea caminando en sentido contrario. IVY está en la tercera planta del pasillo de su universidad. 20 personas vestidas con camisetas o jerseys azules pasan alrededor de IVY en sentido contrario sin prestarle atención. IVY se predispone a avanzar y al dar el primer paso toda la gente que la rodea lleva tapados los ojos con una cinta azul. IVY cierra los ojos y dirige su mano a la clavícula con un gesto de dolor. IVY mantiene su mirada perdida y fijada hacia adelante. La mano

estirada de CHICA 1 aparece por el lado derecho de IVY delante de su rostro para que reaccione.

Anotaciones gui3n t3cnico:

- 2. Cambio de plano mediante Match cut (PMC de IVY. Se ven los brazos de la amiga por la parte izquierda del plano)*
- 3. Grabar a 60 fp (Camara lenta)*

Escena 7. EXT. CASA FIESTA - TARDE (22.00p.m/23.00p.m)

Cuando la mano de CHICA 1 pasa ante el rostro de IVY, IVY reacciona ante la mano de CHICA 1, cambia su semejan te serio y se ríe. IVY est1 sentada en el centro de un sof1 con un vaso de pl1stico en la mano que contiene cerveza. A la derecha de IVY se encuentra CHICA 1 con las piernas cogidas encima del sof1 en forma de sirena. CHICO 1 est1 incorporado al lado de CHICA 1 sentado en el margen del sof1 hablando con EXTRA. CHICO 2 est1 sentado a la izquierda de IVY con los brazos recostados en el sof1 bebiendo una cerveza. CHICA 2 est1 sentada en el suelo apoyada en las piernas de CHICO 2 haciendo fotografías con su m3vil. IVY deja su vaso sobre la mesa pequeña que se encuentra delante de ella. En la mesa hay 6 latas de cerveza abiertos, 4 vasos llenos de maneras desiguales de bebida, un cenicero lleno de colillas, una bolsa de patatas Lays abiertas y restos de pizza. Cuando IVY deja el vaso sobre la mesa, se recuesta sobre el sof1 y de golpe, todas las personas que la rodean desaparecen. IVY ahora se encuentra sola en el sof1. Al segundo, toda la gente que la rodeaba reaparece en sus mismas posiciones. IVY se queda concentrada hacia un punto fijo de su izquierda, baja la mirada y hace un ligero movimiento de incomodidad con su espalda.

Anotaciones gui3n t3cnico:

- 1. Grabar la parte en la que en la direcci3n que est1 mirando IVY se encuentra una pareja homosexual de chicas bes1ndose en la fiesta.*

Escena 8. INT. SAL3N CASA - TARDE- ANOCHECIENDO

IVY entra en su casa cerrando la puerta. Toda la entrada principal est1 a oscuras. IVY avanza y entra en el comedor. En el rinc3n derecho del sof1 se encuentra ABUELA (83) mirando el televisor. Cuando IVY entra en el comedor, ABUELA e IVY se sonríen. IVY avanza unos pasos hacia la mesa alargada donde

hay un plato de ensalada de pasta envuelto con papel film con cubiertos a la izquierda y un vaso de cristal vacío. IVY avanza hacia el plato y observa la cocina donde está MADRE (46) absorta fregando los platos. IVY intenta articular con los labios "I'm home" mientras se acaricia el hombro derecho. MADRE no se gira a mirar a IVY. IVY se dirige rápidamente a su habitación.

Escena 9 INT. HABITACIÓN - TARDE- ANOCHECIENDO

IVY entra rápidamente en la habitación, enciende la luz, cierra la puerta de un portazo y se deshace de la chaqueta, jersey y pantalón hasta llegar a la cama. IVY se sube a la cama y se tapa con las sábanas quedándose sentada acurrucada en sí misma sin ropa. IVY empieza a recorrer las marcas de su piel con las yemas de sus dedos y empieza a recordar todos los sucesos del día.

Escena 3 INT. LAVABO - DÍA.

IVY se baja del todo el pijama de la mañana dejando a la vista la grieta de su hombro derecho.

Escena 9 INT. HABITACIÓN - TARDE- ANOCHECIENDO

IVY sigue tocándose las marcas del cuerpo cada vez con más violencia.

Anotaciones guión técnico (para maquillaje) :

- 1. Tiene grietas sobretodo en la espalda. Debe ser visible la "nueva brecha" del hombro derecho y pequeñas ramificaciones de las mismas por los brazos. Alguna por la pierna (donde tiene menos) y por la clavícula.*

Escena 10 INT. LAVABO - TARDE- ANOCHECIENDO

IVY se está bañando en la bañera con agua azulada exponiendo todas las grietas de su espalda.

Escena 9 INT. HABITACIÓN - TARDE- ANOCHECIENDO

IVY sigue tocándose las marcas del cuerpo cada vez con más violencia.

Escena 11 INT. HABITACIÓN - DIA

IVY alarga su mano hacia el despertador viendo por primera vez una marca en el brazo derecho y tirando sin querer el jarrón azul de su mesilla.

Escena 9X -

Recopilación en flashbacks rápidos de IVY tocándose partes del cuerpo dolorida.

Escena 9 INT. HABITACIÓN - TARDE- ANOCHECIENDO

IVY salta de la cama. IVY saca una gran mochila gris y roja de debajo de su cama y la coloca violentamente encima de las sábanas. IVY abre rápidamente su armario y empieza a llenar la mochila compulsivamente de ropa. IVY se pone rápidamente una camiseta naranja. Lo último que coge IVY es el libro de Haruki Murakami *Hard boiled wonderland and the end of the world* de la estantería. IVY se sienta a esperar en el borde de la cama.

Escena 12. INT. SALÓN CASA - NOCHE

IVY entra en su comedor, que ahora está a oscuras excepto por una clara luz de luna azul que la alumbraba. Su plato de la cena sigue tapado con plástico en el mismo sitio de la mesa. IVY busca la llave del coche cuando de golpe a sus espaldas se abre la luz cálida de la lámpara del salón. ABUELA sigue sentada en el sofá con las llaves del coche en la mano. IVY la mira fijamente y se acerca a ella. ABUELA e IVY se miran. ABUELA alarga su mano derecha para entregarle las llaves. IVY las coge lentamente y de golpe, ABUELA gira el brazo y le enseña a IVY las mismas grietas que ella pero en la muñeca de su brazo derecho. ABUELA sonrío a IVY y le da las llaves. IVY le devuelve la sonrisa a ABUELA y sale de la casa.

Escena 13. INT. COCHE- NOCHE

IVY está conduciendo por la carretera con la ventanilla bajada mientras el aire le despeina la melena. IVY cierra los ojos y traga saliva.

Escena S. INT. SALÓN CASA - NOCHE

IVY está en el salón de su casa, estirada con su cabeza en el regazo de MADRE. MADRE le acaricia el pelo a IVY y le lee *Hard boiled wonderland and the end of the world*.

Escena 13 INT. COCHE- NOCHE

IVY está conduciendo por la carretera con la ventanilla bajada mientras el aire le despeina la melena. IVY sonríe ligeramente.

Escena B. HABITACIÓN PADRES - NOCHE

IVY se asoma a la puerta de la habitación de sus padres. Todo el pasillo está a oscuras y una línea de luz proveniente de la habitación le ilumina una franja del rostro. Los padres de IVY están bailando sonriendo pegados el uno al otro.

Escena 14. INT. COCHE- Amanecer

IVY está conduciendo por la carretera de un paisaje campestre mientras sale el sol. El móvil de IVY empieza a sonar. "Mum" aparece en la pantalla. IVY da un volantazo hacia la derecha y para el coche hacia un lado de la carretera. IVY coge el móvil, sale del coche rápidamente y lo tira de manera violenta hacia el paisaje. IVY dirige su mano hacia su hombro y le viene un recuerdo negativo.

Anotaciones guion técnico:


- 1. Plano completamente cenital del coche por la carretera, con dron.*


Escena BL. INT. HABITACIÓN- Tarde


Rostro de MADRE al otro lado de la puerta de la habitación de IVY sorprendida. Cara de IVY también sorprendida.


VIII) GUIÓN TÉCNICO

SECUENCIA 00-01-02 (Créditos + Inicio)

IMAGEN									AUDIO	
SECUENCIA	ESCENA	Nº PLANO	TIEMPO Y TIEMPO ACUMULADO	(¿QUÉ SE VERÁ?) ACCIÓN	TIPO PLANO (ENCUADRE)	PUNTO DE VISTA (ÁNGULO CÁMARA)	MOV. CÁMARA	TRANSICIÓN (RACCORD)	DIÁLOGOS	SONIDO DIRECTO / EFECTOS / BSO
00	0	1	2" / 2"	Jarrón azul cayendo y rompiéndose contra el suelo.	PD	Cenital	Fija	Corte	-	-
										
00	0	2	3" / 5"	Jarrón azul rompiéndose contra el suelo.	PD	Ligerament e contrapicado	Fija	Corte	-	F/E FX Cerámica rompiéndose

										ambiente directo
01	1	3	13'' / 18''	IBY acurrucada en sí misma en el centro de un suelo blanquecino con grietas negras.	PG	Cenital	Fija	Por corte	OFF Instead of talking to myself, I whisper. I'm afraid I'll break down if I speak aloud, because broken pieces never fit the way they used to. But it's all useless:	Sonido ambiente directo

									everybody breaks down (pausa)	
01	2	4	3'' / 21''	IBY acurrucada en sí misma en el centro de su cama se contraerse tres veces debajo las sábanas.	PG	Cenital	Fija	Por corte	OFF (pausa) somehow.	Sonido ambiente directo+ PP FX grietas+ PP FX reloj
01	2	5	2'' / 23''	IBY está con los ojos abiertos acurrucada debajo de las sábanas.	PMC	Normal	Fija	Por corte	-	Sonido ambiente directo+ PP FX reloj
										
01	2	6	3'' / 26''	El brazo de IBY alcanza el	PD	Normal	Fija	Por corte	-	Sonido directo

				reloj situado encima de la mesilla de noche al lado de un jarrón roto y lo apaga.						ambiente
01	2	7	7" / 33"	IBY se incorpora. Respira hondo, realiza una mueca de dolor y se mira el hombro derecho con rabia.	<p>PMC</p> 	Ligerament e picado	Seguimiento de la cabeza incorporándose de la protagonista girando la cámara	Por corte	-	Sonido directo ambiente

01	2	8	4" / 37"	Parte izquierda de la cara de IBY y hombro derecho se levanta y sale de la habitación.	PP	Ligerament e picado	Fija	Por corte	-	Canción
01	3	9	3" /39 "	IVY, ante el espejo del lavabo se mira fijamente y se hace un moño rápido con la goma de su muñeca.	PM	Normal-Lateral	Fija	Por corte	-	Canción
01	3	10	4" / 43"	Cara de IBY mirándose fijamente. Respira profundamente y se destapa el hombro.	PMC	Normal	Panorámica lateral/ Fija	Por corte	-	Canción
01	4	11	4" / 47"	IVY abre la	PS	Normal	Seguimiento	Por corte	-	Canción

				puerta de su mesilla de noche saca un calendario y escribe una marca roja en el día actual.						
01	4	12	3'' / 50''	IVY se levanta y mira hacia su hombro derecho.	PMC	Espalda	Fijo	Por corte	-	Canción

SECUENCIA 02 (Calle)

IMAGEN									AUDIO	
SECUENCIA	ESCENA	Nº PLANO	TIEMPO Y TIEMPO ACUMULADO	(¿QUÉ SE VERÁ?) ACCIÓN	TIPO PLANO (ENCUADRE)	PUNTO DE VISTA (ÁNGULO CÁMARA)	MOV. CÁMARA	TRANSICIÓN (RACCORD)	DIÁLOGOS	SONIDO DIRECTO / EFECTOS / BSO
02	5	13	12'' / 1.06'	<p><i>Match cut</i> Cara de IVY que indica cambió de escenario.(desde delante) IVY camina en cámara lenta por la calle escuchando música. Mira hacia su izquierda y de golpe se para porque le incomoda el hombro. A su lado pasa una chica que la golpea.</p>	PMC	Normal	Fija	Corte	-	Canción
02	5	14	3'' / 1.09'	<p>AMIGA IVY Está cruzando la calle.</p>	PG	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
03	5	15	2'' / 1.11'	<p>Mirada de AMIGA IVY</p>	PP	Normal	Fija	Por corte	-	Canción

SECUENCIA 03 (Pasillo UAB)

IMAGEN									AUDIO	
SECUENCIA	ESCENA	Nº PLANO	TIEMPO Y TIEMPO ACUMULADO	(¿QUÉ SE VERÁ?) ACCIÓN	TIPO PLANO (ENCUADRE)	PUNTO DE VISTA (ÁNGULO CÁMARA)	MOV. CÁMARA	TRANSICIÓN (RACCORD)	DIÁLOGOS	SONIDO DIRECTO / EFECTOS / BSO
03	6	16	4" / 1.15'	<i>Match cut</i> respecto al plano 15. IVY está en medio del pasillo de su universidad con gente que le pasa alrededor a contracorriente. IVY sigue avanzando.	PMC	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
03	6	17	2" / 1.17'	Caras de la gente pasando a contra corriente sin mirar a IVY.	PP	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
03	6	18	1" / 1.18"	Caras de la gente pasando a contra corriente sin mirar a IVY.	PP	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
03	6	19	2" / 1.20"	IVY pasando a contracorriente entre la gente	PP	Lateral	Fija	Por corte	-	Canción

03	6	20	3" / 1.23'	Paso de IVY (cambio en mitad del plano a cámara lenta)	PP	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
03	6	21	2" / 1.25'	IVY de cara con todo el mundo pasando a su alrededor (aquí ja tienen los ojos tapados y es cámara lenta)	PG	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
03	6	22	2" / 1.27'	Caras de la gente pasando a contra corriente sin mirar a IVY.	PP	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
03	6	23	2" / 1.29'	Caras de la gente pasando a contra corriente sin mirar a IVY.	PP	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
03	6	24	2" / 1.31'	Caras de la gente pasando a contra corriente sin mirar a IVY.	PP	Normal	Fija	Por Corte	-	Canción
03	6	25	5" / 1.36"	IVY caminando cuando para porque siente un dolor y aparece la mano de su amiga ante su rostro para que reaccione. (Mitad del plano vuelve la velocidad normal).	PMC	Normal	Fija	Por Corte	-	Canción

SECUENCIA 04 (Fiesta)

IMAGEN									AUDIO	
SECUENCIA	ESCENA	Nº PLANO	TIEMPO Y TIEMPO ACUMULADO	(¿QUÉ SE VERÁ?) ACCIÓN	TIPO PLANO (ENCUADRE)	PUNTO DE VISTA (ÁNGULO CÁMARA)	MOV. CÁMARA	TRANSICIÓN (RACCORD)	DIÁLOGOS	SONIDO DIRECTO / EFECTOS / BSO
04	7	26	7" / 1.60"	<p><i>Match cut</i> respecto al plano 28. Cuando la mano de CHICA 1 pasa ante el rostro de IVY, IVY reacciona ante la mano de CHICA 1, cambia su semblante serio y se ríe. IVY está sentada en el centro de un sofá rodeada de amigos en una fiesta. IVY deja el vaso encima de la mesa y se recosta en el sofá.</p>	PMC-PG	Normal	Zoom out	Por corte	-	Canción

04	7	27	2" / 1.63'	Mano derecha de IVY dejando el vaso encima de la mesa (inicio cámara lenta).	PD	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
04	7	28	2" / 1.66'	IVY sola en medio de toda la composición.	PG	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
04	7	29	3" / 1.69"	IVY girando la cabeza hacia su izquierda fijando su cara en un punto de la habitación. De nuevo IVY está rodeada de su amigos en la fiesta pero ensimismada mirando a la derecha. Le molesta la espalda.	PMC	Ligeramente contrapicado y ligeramente lateral	Fija	Por corte	-	Canción
04	7	30	3" /1.72 "	Pareja homosexual tonteando y besándose.	PMC	Normal	Fija	Por corte	-	Canción

SECUENCIA 05. Escena 8 (Casa)

IMAGEN									AUDIO	
SECUENCIA	ESCENA	Nº PLANO	TIEMPO Y TIEMPO ACUMULADO	(¿QUÉ SE VERÁ?) ACCIÓN	TIPO PLANO (ENCUADRE)	PUNTO DE VISTA (ÁNGULO CÁMARA)	MOV. CÁMARA	TRANSICIÓN (RACCORD)	DIÁLOGOS	SONIDO DIRECTO / EFECTOS / BSO
05	8	31	2" / 1.8'	Mano de IVY cerrando la puerta de su casa.	PD	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
05	8	32	4" / 1.86'	IVY de espaldas entrando de su comedor donde se encuentra ABUELA sentada en el sofá que la sonríe.	PMC	Espaldas	Fija	Por corte	-	Canción
05	8	33	4" / 1.93'	IVY sonríe a su abuela y mira hacia delante (hacia la mesa donde está el plato)	PMC	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
05	8	34	2" / 1.96'	Plato de la cena cubierto con papel film, dos	PD	Normal	Fija	Por corte	-	Canción

				cubiertos y un vaso.						
05	8	35	2" / 2'	IVY avanza hacia el plato. MADRE está en la cocina limpiando los platos.	PM	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
05	8	36	6" / 2.6'	IVY dice "I'm home". Su madre, desde dentro de la cocina la ignora totalmente. IVY se va corriendo a su habitación.	PMC (de la madre, que se vean los labios serios) PG (de IVY que está en el fondo del plano)	Normal	Fija	Por corte	-	Canción

SECUENCIA 05. Escena 9 (Casa)

IMAGEN									AUDIO	
SECUENCIA	ESCENA	Nº PLANO	TIEMPO Y TIEMPO ACUMULADO	(¿QUÉ SE VERÁ?) ACCIÓN	TIPO PLANO (ENCUADRE)	PUNTO DE VISTA (ÁNGULO CÁMARA)	MOV. CÁMARA	TRANSICIÓN (RACCORD)	DIÁLOGOS	SONIDO DIRECTO / EFECTOS / BSO
05	9	37	4" / 2.16'	IVY entra corriendo a la habitación, enciende la luz, se desnuda y entra en la cama.	PMC	Normal	Seguimiento	Por corte	-	Canción
05	9	38	3" / 2.21'	Espalda de IVY dentro de las sábanas.	PG	Espaldas	Zoom in	Por corte	-	Canción
05	9	39	2" / 2.25'	Cara de IVY al borde de llorar .IVY empieza a tocarse las marcas de los brazos.	PP	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
05	3	10	3" / 2.3'	Cara de IBY mirándose fijamente. Respira	PMC	Normal	Fija	Por corte	-	Canción

				profundamente y se destapa el hombro.						
05	9	40	2" / 2.33'	Dedo de IVY acariciándose el hombro derecho.	PD	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
05	10	41	3" / 2.38'	IVY en la bañera con agua azulada y con todas las grietas de su espalda al descubierto.	PS	Cenital	Final	Por corte	-	Canción
05	9	42	2" / 2.41'	Dedo de IVY acariciándose la parte lateral de la espalda.	PD	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
05	11	43	3" / 2.48'	Brazo de IVY otro día apagando el despertador. Por primera vez ve la primera brecha y tira el jarrón.		Normal	Fija	Por corte	-	Canción
05	9X	-	1"/2.49'	Recopilación a cámara rápida de los momentos en	-	-	-	Por corte	-	Canción


				los que durante el día IVY ha ido haciendo gestos de dolor.						
05	9	44	2" / 2.51'	IVY levanta la cabeza hacia la cámara y salta de la cama.	PP	Normal	Fija	Por Corte	-	Canción
05	9	45	3" / 2.56'	Brazos de IVY arrastran de debajo de la cama una mochila y la coloca encima de la cama. IVY se pone una camiseta.	PMC	Ligeramente picado	Seguimiento (movimientos cámaras bruscos)	Por Corte	-	Canción
05	9	46	2" / 2.6'	IVY empieza a llenar la mochila.	PMC	Ligeramente picado	Seguimiento (movimientos cámaras bruscos)	Por Corte	-	Canción
05	9	47	3" / 2.65'	IVY empieza a llenar la mochila.	PMC	Ligeramente picado	Seguimiento (movimientos cámaras bruscos)	Por Corte	-	Canción
05	9	48	4" / 2.71'	IVY se sienta en el borde de la cama a contraluz a esperar	PG	Lateral	Normal	Por Corte	-	Canción

SECUENCIA 06.Escena 12 (Carretera)

IMAGEN									AUDIO	
SECUENCIA	ESCENA	Nº PLANO	TIEMPO Y TIEMPO ACUMULADO	(¿QUÉ SE VERÁ?) ACCIÓN	TIPO PLANO (ENCUADRE)	PUNTO DE VISTA (ÁNGULO CÁMARA)	MOV. CÁMARA	TRANSICIÓN (RACCORD)	DIÁLOGOS	SONIDO DIRECTO / EFECTOS / BSO
06	13	56	3" / 3.21'	IVY conduciendo.	PMC	Lateral	Fija	Por corte	-	Canción
06	S	4S	3" / 3.26'	MADRE y IVY leyendo un libro estiradas en el sofá y jugando.	PMC	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
06	13	57	2" / 3.3'	IVY conduciendo.	PMC	Lateral	Fija	Por corte	-	Canción
06	B	3B	3" / 3.35'	Padres riendo	PP	Normal	Seguimiento	Por corte	-	Canción
06	13	58	6" / 3.45'	IVY conduciendo mira el móvil.	PMC-PD	Normal	Seguimiento	Por corte	-	Canción
06	13	59	4" / 3.51'	(DRON) IVY conduciendo y retirándose a un	PG	Cenital	Fija	Por corte	-	Canción



				lado de la carretera.						
06	13	60	4" / 3.58'	IVY aparca el coche y sale de el con el móvil en la mano.	PG	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
06	13	61	4" / 3.65'	El móvil está sonando. IVY angustiada lo tira y de seguida le duele el estómago.	PD-PMC	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
06	BL	9BL	1" / 3.66'	IVY ve a Madre a través de la puerta.	PP	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
07	BL	8BL	1" / 3.68'	Madre mirando a través de la puerta.	pp	Normal	Fija	Por corte	-	Canción

SECUENCIA 06. Escena B (Baile)

IMAGEN									AUDIO	
SECUENCIA A	ESCENA A	Nº PLANO	TIEMPO Y TIEMPO ACUMULADO	(¿QUÉ SE VERÁ?) ACCIÓN	TIPO PLANO (ENCUADRE)	PUNTO DE VISTA (ÁNGULO O CÁMARA)	MOV. CÁMARA	TRANSICIÓN (RACCORD)	DIÁLOGOS	SONIDO DIRECTO / EFECTOS / BSO
06	B	1B	2" / 2"	Cara de IVY mirando a través de la puerta. 	PP	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
06	B	2B	3" / 5"	Padres de IVY bailando y riendo.	PMC	Normal	Fija	Por corte	-	Canción
06	B	3B	13" / 18"	Padres riendo	PP –PMC (de los dos)	Normal	Seguimiento	Por corte	-	Canción

SECUENCIA 06. Escena BL (Casa)

IMAGEN										AUDIO	
SECUENCIA	ESCE NA	Nº PLAN O	TIEMPO Y TIEMPO ACUMULA DO	(¿QUÉ SE VERÁ?) ACCIÓN	TIPO PLANO (ENCUAD RE)	PUNTO DE VISTA (ÁNGULO CÁMARA)	MOV. CÁMARA	TRANSICI ÓN (RACCOR D)	DIÁLOG OS	SONID O DIREC TO / EFECT OS / BSO	
06	BL	1BL	2" / 2"	<p>IVY y AMIGA mirándose tumbadas en</p>  <p>la cama escuchando música con los móviles.</p>	PM	Ligeramente picado.	Fija/ girando	Por corte	-	Canción	

06	BL	2BL	3" / 5"	(Contraluz) YVY y AMIGA sentadas una en frente de la otra tocándose la cara y riendo hasta que se hacen cosquillas	PG	Lateral	Fija/Zoom in	Por corte	-	Canción
06	BL	3BL	13" / 18"	IVY riendo y AMIGA riendo mientras se hacen cosquillas.	PMC-PP	Normal	Seguimiento	Por corte	-	Canción
06	BL	4BL	2"/20"	. (como el 2BL) AMIGA se levanta de la cama i le estira el brazo para bailar.	PG	Lateral	Fija	Por corte	-	Canción
06	BL	5BL	2"/22"	IVY se levanta da una vuelta y se cogen para bailar.	PMC	Espaldas AMIGA cara IVY-lateral	Seguimiento	Por corte	-	Canción
06	BL	6BL	4"/26"	IVY y AMIGA bailando 	PMC					
06	BL	7BL	4"/30"	IVY y amiga cogen una actitud más cercana. 	PMC	Lateral	Fija	Por corte	-	Canción

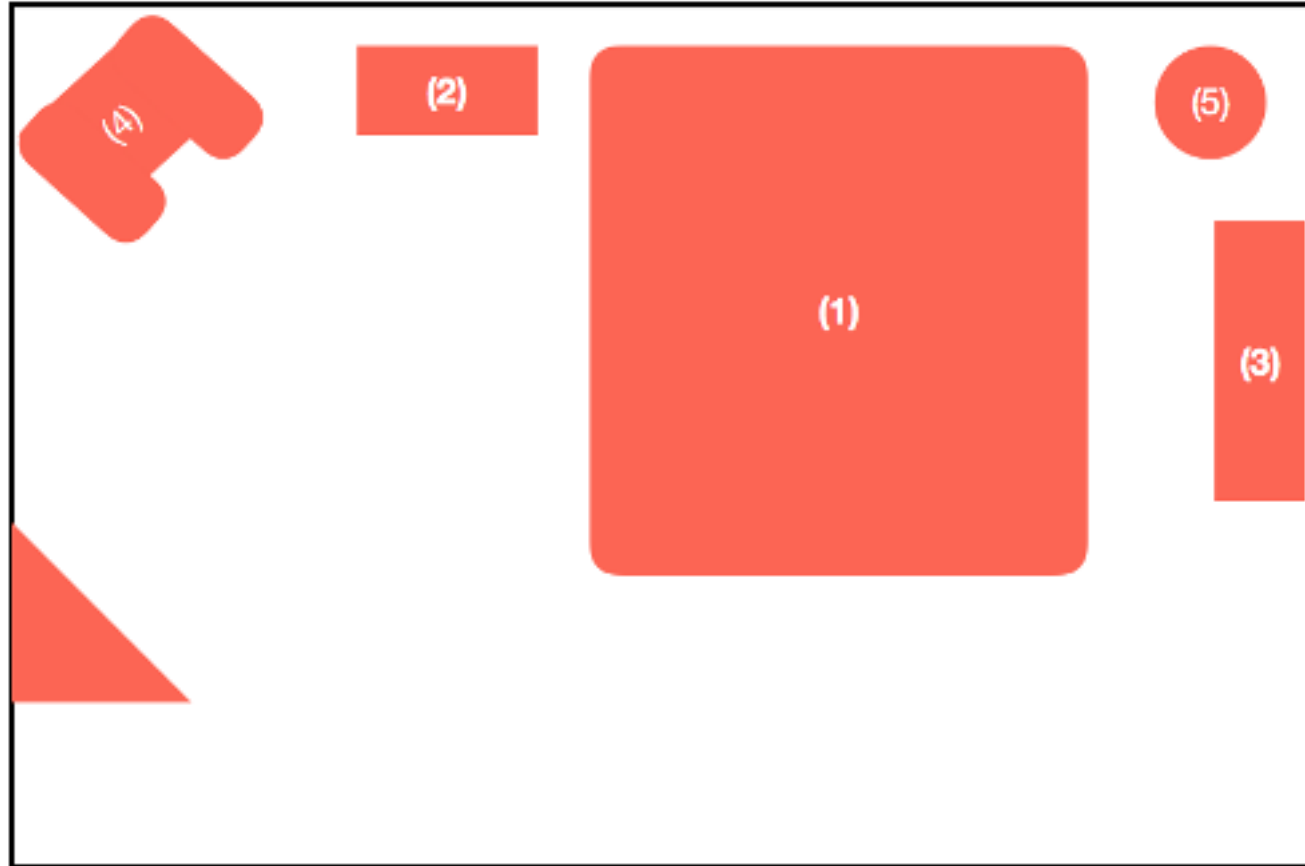
06	BL	8BL	2"/32	Madre mirando a través de la puerta a IVY.	PP	Normal	Fija	Por corte	-	Canci ón
06	BL	9BL	2"/34"	IVY ve a Madre a través de la puerta.	PP	Normal	Fija	Por corte	-	Canci ón
06	BL	10B L	3"/37"	IVY se aparta de AMIGA	PMC	Normal	Fija	Por corte	-	Canci ón

IX) ESCALETA GENERAL

ESC- 0	INT	DIA	HABITACIÓN	DIA	HORA	
PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	ILUMINACIÓN	NOTAS PRODUCCIÓN	NOTAS REALIZACIÓN
-----	-----	-----	3 Jarrones azules (1) Flor azul (Hortensia de hoja grande) (2)		-Trapo -Martillo (para romper el jarrón) - Maquina de humo - Previo jerro trencat i muntat	-Grabar cámara lenta (60f/s) y pasarlo a 25f/s -La decoración de la habitación debe mantenerse como la de Ivy
ESC- 1	METAFÓRICO (SALA UAB)			DIA	HORA	
<i>Número de planos que conforman la escena</i>						
PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	ILUMINACIÓN	NOTAS PRODUCCIÓN	NOTAS REALIZACIÓN
OFF IVY					Soporte para grabar con cámara en altura Cuadrar distancia techo habitación Anabel	Grabar previamente OFF IVY

ESC- 2	INT	DIA	HABITACIÓN	DIA	HORA	
Número de planos que conforman la escena						
PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	ILUMINACIÓN	NOTAS PRODUCCIÓN	NOTAS REALIZACIÓN
IVY	<ul style="list-style-type: none"> Pijama: Jersey y pantalones de pijama blanco y azul claro 	-no-	<p>HABITACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> Cama (altura media)(1) <ul style="list-style-type: none"> - Edredón Blanco - Manta azul - Cojines grandes - Fundas cojines Mesita de noche (2) <ul style="list-style-type: none"> - Despertador azul - Jarrón azul - Flor azul <p>(Hortensia hoja grande)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Libro <i>Hard-Boiled Wonderland And The End Of The World</i> Cómoda (3) <ul style="list-style-type: none"> - Espejo - Luces blancas/azules <ul style="list-style-type: none"> - Fotos de Ivy con amigas/familiares - Libros carcasa azules <ul style="list-style-type: none"> - Vela blanca Butaca (4) Lámpara de pie (5) 	<ul style="list-style-type: none"> Fluorescente Reflector Difusor Gelatinas 	<ul style="list-style-type: none"> Pedir fotos de amigas y familiares Actriz protagonista Pedir material iluminación previamente a esta escena Pedir imprimir fotografía de la carretera Pedir grabadora sonido UAB 	<ul style="list-style-type: none"> Previsualizar sonido grietas y tener el sonido previamente Grabar sonido despertador (MICRO DESCLOGADOS) Sonido ambiente

DIBUJO DE PLANTA AMBIENTACIÓN HABITACIÓN



ESC- 3	EXT/INT	DIA	BAÑO	DIA	HORA	
<i>Número de planos que conforman la escena</i>						
PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	ILUMINACIÓN	NOTAS PRODUCCIÓN	NOTAS REALIZACIÓN
IVY	<ul style="list-style-type: none"> Goma de pelo roja Pijama: Jersey y pantalones de pijama blanco y azul claro 	<ul style="list-style-type: none"> Moño despeinado 	BAÑO <ul style="list-style-type: none"> Pica de aseo <ul style="list-style-type: none"> - Jabón (en gel) azul - Tarros para el jabón - Jarrón azul - Planta plástico - Espejo pequeño - Utensilios (cremas, cepillo de dientes, lentillas, etc) (FOTO) Espejo encima de la pica Bañera <ul style="list-style-type: none"> - Sin cortina - Sin báscula - Sales de baño azules (FOTO) 	<ul style="list-style-type: none"> Fluorescente Reflector Difusor Gelatinas 		

ESC- 4	EXT/INT	DIA	HABITACIÓN	DIA	HORA	
<i>Plans guió tècnic</i>						
PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	ILUMINACIÓN	NOTAS PRODUCCIÓN	NOTAS REALIZACIÓN
IVY	<ul style="list-style-type: none"> Pijama: Jersey y pantalones de pijama blanco y azul claro 	<ul style="list-style-type: none"> Moño despeinado 	<p>HABITACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> Cama (altura media) <ul style="list-style-type: none"> Edredón Blanco Manta azul Cojines grandes Fundas cojines Mesita de noche <ul style="list-style-type: none"> Despertador azul Jarrón azul Flor azul (Hortensia hoja grande) Libro <i>Hard-Boiled Wonderland And The End Of The World</i> Cómoda <ul style="list-style-type: none"> Espejo Luces blancas/azules Fotos de Ivy con amigas/famiiars Libros carcasa azules Vela blanca Butaca Lámpara de pie <p>ACCESORIOS ESCENA Colocados dentro de cajón</p> <ul style="list-style-type: none"> Calendario Rotulador rojo 		<ul style="list-style-type: none"> Metro para medir distancia plano 	<ul style="list-style-type: none"> Previamente grabar como se han rellenado los otros días Medir distancia cámara-Ivy

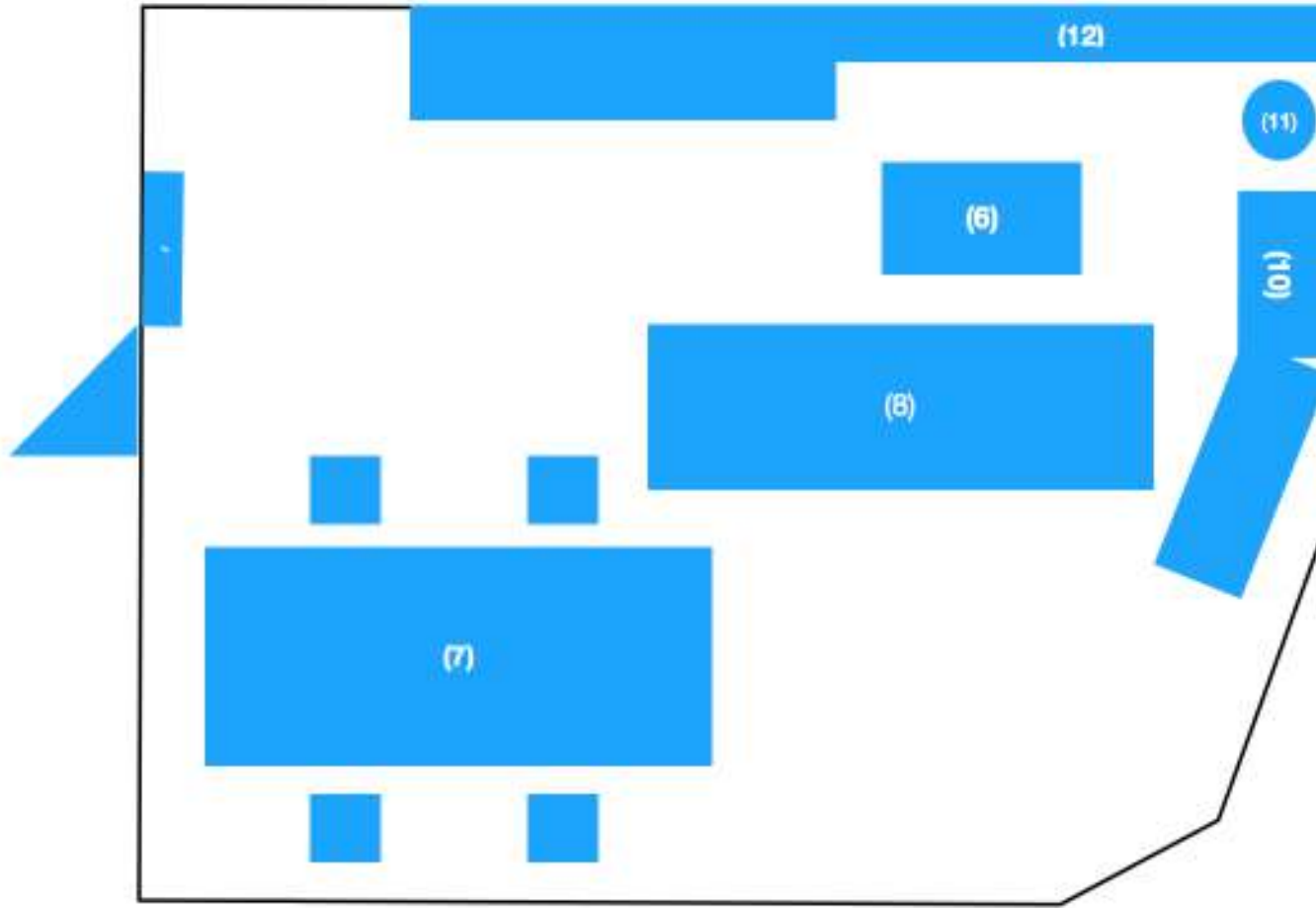
ESC- 5	EXT	DIA	CALLE	DIA	HORA	
<i>Número de planos que conforman la escena</i>						
PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	ILUMINACIÓN	NOTAS PRODUCCIÓN	NOTAS REALIZACIÓN
IVY +EXTRA AMIGA IVY	<ul style="list-style-type: none"> • Chaqueta tejana azul • Pañuelo azul • Pantalones negros • Mochila 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelo suelto peinado y planchado 	<ul style="list-style-type: none"> • Auriculares • Movil 	<ul style="list-style-type: none"> • Iluminación natural • Reflector • LED 	Medidor	<ul style="list-style-type: none"> • En el movil poner canción que va a tararear • Raccord imagen

ESC- 6	INT	DIA	UAB	DIA	HORA	
<i>Número de planos que conforman la escena</i>						
PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	ILUMINACIÓN	NOTAS PRODUCCIÓN	NOTAS REALIZACIÓN
IVY EXTRAS (20 pers)	<ul style="list-style-type: none"> • Chaqueta tejana azul • Pañuelo azul • Pantalones negros • Mochila 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelo suelto peinado y planchado 	<ul style="list-style-type: none"> • EXTRAS: Materia estudiantes color azul (carpeta, mochila, chaqueta, etc) • Cintas azules 	<ul style="list-style-type: none"> • Fluorescente • Reflector • Difusor • Gelatinas 		PC diversos

ESC- 7	EXT	TARDA	SALÓN DE CASA - FIESTA	DIA	HORA	
Número de planos que conforman la escena						
PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	ILUMINACIÓN	NOTAS PRODUCCIÓN	NOTAS REALIZACIÓN
IVY chica extra chico extra chica 2 extra chico 2 extra chica novia chica2 novia +3 amigos cartas	<ul style="list-style-type: none"> • Chaqueta tejana azul • Pañuelo azul • Pantalones negros • Mochila EXTRAS <ul style="list-style-type: none"> • Sudaderas, • Tejanos • Bambas (alguna prenda azul) 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelo suelto peinado 	<ul style="list-style-type: none"> • Comida <ul style="list-style-type: none"> - Pizzas (trozos en plato) - Bolsas de patatas (abierta) - Bebidas (coca-cola, Fanta) • Vasos de plástico de cubata • Botellas de alcohol • Cenicero con colillas • Sofá • Tela Sofá blanca • Mesa baja • Luces de neón • Humo (?) 	<ul style="list-style-type: none"> • Luces neón 	Esterilla ioga / Patines Máquina humo	

ESC- 8	INT	OCASO	SALÓN CASA	DIA	HORA	
Número de planos que conforman la escena						
PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	ILUMINACIÓN	NOTAS PRODUCCIÓN	NOTAS REALIZACIÓN
IVY ABUELA MADRE	<p>IVY</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chaqueta tejana azul • Camiseta blanca/azul • Pañuelo azul • Pantalones negros • Mochila <p>ABUELA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Blusa • Pantalón largo • Colores que no contrasten (piernas tapadas pues las tendrá bendadas) <p>MADRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jersey color liso • Pantalón tejano • Colores que no contrasten 	<p>IVY</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pelo suelto peinado <p>ABUELA</p> <p>MADRE</p>	<p>SALÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Paredes beige o marrones • Mesa baja (6) - Centro de bolas • Mesa alta con cuatro sillas (7) <ul style="list-style-type: none"> • Plato de comida envuelto en papel del albal • Cubiertos • Servilleta • Sofá (8) • Cuadro de foto de Anabel substituido por cuadro azul (9) • Ventanal con cortina • Armario detrás sofá (10) <ul style="list-style-type: none"> - Vinilos - DVD - Filas cajones discos - Estatua heterosexual - Quitar figuras de hadas y fotos padres Anabel - Fotos familia IVY - Libros estanteríaS • Lámpara de pie (11) • Televisión (12) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fluorescente • Reflector • Difusor • Gelatinas 	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar fotos IVY familia 	<ul style="list-style-type: none"> • Poner fluorescente vertical

DIBUJO DE PLANTA AMBIENTACIÓN HABITACIÓN



ESC- 10	INT	OCASO	HABITACIÓN	DIA	HORA	
Número de planos que conforman la escena						
PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	ILUMINACIÓN	NOTAS PRODUCCIÓN	NOTAS REALIZACIÓN
IVY	<ul style="list-style-type: none"> • Chaqueta tejana azul • Pañuelo azul • Camiseta naranja • Pantalones negros • Mochila 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelo suelto peinado • Grietas IVY 	<p>HABITACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cama (altura media) <ul style="list-style-type: none"> - Edredón Blanco - Manta azul - Cojines grandes - Fundas cojines • Mesita de noche <ul style="list-style-type: none"> - Despertador azul - Jarrón azul - Flor azul (Hortensia hoja grande) - Libro <i>Hard-Boiled Wonderland And The End Of The World</i> • Cómoda <ul style="list-style-type: none"> - Espejo - Luces blancas/azules - Fotos de Ivy con amigas/familiares - Libros carcasa azules - Vela blanca • Butaca • Lámpara de pie <p>---</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mochila grande • Ropa • Libro Murakami 	<ul style="list-style-type: none"> • Fluorescente • Reflector • Difusor • Gelatinas 		

ESC- 11	INT	NOCHE	SALÓN CASA	DIA	HORA	
Número de planos que conforman la escena						
PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	ILUMINACIÓN	NOTAS PRODUCCIÓN	NOTAS REALIZACIÓN
IVY ABUELA	<p>IVY</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chaqueta tejana azul • Pañuelo azul • Camiseta naranja • Pantalones negros • Mochila <p>ABUELA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Blusa • Pantalón largo • Colores que no contrasten <p>(piernas tapadas pues las tendrá bendadas)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - grieta IVY - grieta abuela 	<p>SALÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Paredes beige o marrones • Mesa baja de madera oscura <ul style="list-style-type: none"> - Centro de bolas • Mesa alta con cuatro sillas • Sofá • Cuadro de foto de Anabel substituido por cuadro azul • Ventanal con cortina • Armario detrás sofá <ul style="list-style-type: none"> - Vinilos - DVD - Filas cajones discos - Estatua heterosexual - Quitar figuras de hadas y fotos padres Anabel - Fotos familia IVY - Libros estanterías • Plato de comida envuelto en papel del albal • Cubiertos • Servilleta • Lámpara de pie <p>----</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llaves de coche • Llaverito acorde • Cesto llaves 	<ul style="list-style-type: none"> • Fluorescente • Reflector • Difusor • Gelatinas 		

ESC- 12	INT	NOCHE	COCHE	DIA	HORA	
<i>Número de planos que conforman la escena</i>						
PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	ILUMINACIÓN	NOTAS PRODUCCIÓN	NOTAS REALIZACIÓN
IVY	<ul style="list-style-type: none"> • Chaqueta tejana azul • Camiseta naranja • Pantalones negros • Mochila 					

ESC- 13	INT	NOCHE	SALÓN CASA	DIA	HORA	
<i>Número de planos que conforman la escena</i>						
PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	ILUMINACIÓN	NOTAS PRODUCCIÓN	NOTAS REALIZACIÓN
IVY MADRE	IVY y MADRE <ul style="list-style-type: none"> • Ropa verano 		SALÓN <ul style="list-style-type: none"> • Paredes beige o marrones • Mesa baja de madera oscura <ul style="list-style-type: none"> - Centro de bolas • Mesa alta con cuatro sillas • Sofá • Cuadro de foto de Anabel substituido por cuadro azul • Ventanal con cortina • Armario detrás sofá <ul style="list-style-type: none"> - Vinilos - DVD 	<ul style="list-style-type: none"> • Fluorescente • Reflector • Difusor • Gelatinas 		

			<ul style="list-style-type: none"> - Filas cajones discos - Estatua heterosexual - Quitar figuras de hadas y fotos padres Anabel - Fotos familia IVY - Libros estanterías • Lámpara de pie • Libro <i>Hard-Boiled Wonderland And The End Of The World</i> 			
--	--	--	--	--	--	--

ESC- 14	INT	NOCHE	COCHE	DIA	HORA	
<i>Número de planos que conforman la escena</i>						
PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	ILUMINACIÓN	NOTAS PRODUCCIÓN	NOTAS REALIZACIÓN
IVY	<ul style="list-style-type: none"> • Chaqueta tejana azul • Camiseta naranja • Pantalones negros • Mochila 					

ESC- 15	INT	NOCHE	HABITACIÓN PADRES	DIA	HORA	
<i>Número de planos que conforman la escena</i>						
PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	ILUMINACIÓN	NOTAS PRODUCCIÓN	NOTAS REALIZACIÓN
PADRE MADRE IVY	PADRE <ul style="list-style-type: none"> • Zapatillas casa • Batín MADRE <ul style="list-style-type: none"> • Zapatillas casa • Batín 					

ESC- 16	INT	ALBA	COCHE	DIA	HORA	
<i>Número de planos que conforman la escena</i>						
PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	ILUMINACIÓN	NOTAS PRODUCCIÓN	NOTAS REALIZACIÓN
IVY			<ul style="list-style-type: none"> • Móvil 		<ul style="list-style-type: none"> • Escribir número de teléfono de "MUM" 	

ESC- 17	INT	OCASO	HABITACIÓN	DIA	HORA	
Número de planos que conforman la escena						
PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	ILUMINACIÓN	NOTAS PRODUCCIÓN	NOTAS REALIZACIÓN
IVY AMIGA IVY MADRE	IVY, AMIGA IVY, MADRE • Vestuario verano		<p>HABITACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cama (altura media) <ul style="list-style-type: none"> - Edredón Blanco - Manta azul - Cojines grandes - Fundas cojines • Mesita de noche <ul style="list-style-type: none"> - despertador azul - Jarrón azul - Flor azul (Hortensia hoja grande) - Libro <i>Hard-Boiled Wonderland And The End Of The World</i> • Cómoda <ul style="list-style-type: none"> - Espejo - Luces blancas/azules - Fotos de Ivy con amigas/familiares - Libros carcasa azules - Vela blanca • Butaca • Lámpara de pie 			

X) PLANES DE RODAJE

CONTACTO EQUIPO DIRECCIÓN: Alex Barat (681 08 82 70) PRODUCCIÓN: Carla Molina (656 285 574)		DIRECTORA FOTO: Anabel Romero (609 37 59 48) DIRECTORA DE ACTORES: Marta Serna (606 64 63 46)
Llegada equipo preparación Iluminación (GAFFER + DIRECCIÓN FOTO)	08:00h	DÍA 1 SÁBADO 14 DE ABRIL DE 2018
Llegada equipo técnico (Script, Dirección Actores, maquillaje, Making Off) + PROTAGONISTA (Neus Gispert) + EXTRAS	09:00h	
Inicio Rodaje	10:00h	
ROLES EQUIPO RODAJE		
Alex Barat - Director Anabel Romero - Dirección de Fotografía Carla Molina - Producción Marta Serna - Dirección de Actores Montse Pena - Gaffer Judith Navarro - Script Anna Salcedo - Dirección Making Off Angela - Maquillaje		Neus Gispert - Ivy Luz - CHICA 1 Irina Pedrerol - CHICA 2 Mary - EXTRA 1 Andrea - EXTRA 2 Oriol Hurtado - EXTRA 3 Ainhoa Parrillas - EXTRA 4

SEC. 04				ESC- 7	INT	TARDA	SALÓN DE CASA - FIESTA	DIA 14/04/2018	
HORA	TIMING	NÚM PLANO	TIPO PLANO	PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	ILUMINACIÓN	NOTAS PRODUCCIÓN/ SCRIPT
		-		IVY Neus Gispert EXTRAS Irina Pedrerol Luz Mary Andrea Ainhoa Parrillas	IVY Chaqueta tejana azul Pañuelo azul Pantalones negros Mochila EXTRAS Sudaderas Tejanos Bambas Camiseta azul clara	Pelo suelto peinado Maquillaje base	Comida en la mesa Pizzas (trozos en plato) Bolsas de patatas (abierto) Bebidas (coca-cola, Fanta) Cervezas Vasos plástico de cubata Botellas de alcohol Cenicero con colillas Sofá Tela Sofá blanca Mesa baja	Luces neón 2 Fluorescentes	Esterilla ioga / Patines
9:00	(1:00)	Maquillaje Neus + CHICA 1 + CHICA 2 + Maquillaje base EXTRAS Explicación escena EXTRAS (Dirección Actores) Preparación Set Equipo Iluminación (Gaffer + Dirección Foto) Preparación material SCRIPT (Director +Script)							
10:00	(1:30h)	29	PMC de IVY (ligeramente picado)	TODOS	---	--	--	--	--
11:30	(1:30h)	26	PMC-PG (Zoom out)	TODOS	---	---	---	---	SCRIPT: Hacer foto imagen para que sea igual al plano anterior
13:00	(0:30h)	28	PG de IVY (sola igual que el 26)	IVY (Neus Gispert)	---	---	---	---	SCRIPT: Hacer foto imagen para que sea igual al plano anterior

13:30	(0:30min)	27	PD Mano derecha con vaso	TODOS	---	---	---	---	
14:00	(01:30h)	14:00 - 15:30 PARADA COMIDA							
16:00	(0:45min)	30	PMC pareja homosexual	CHICA 1 (Luz) i CHICA 2 (Irina)	---	---	---	---	
		16:45 Fin de Rodaje							

CONTACTO EQUIPO**DIRECCIÓN:** Alex Barat (681 08 82 70)**PRODUCCIÓN:** Carla Molina (656 285 574)**DIRECTORA FOTO:** Anabel Romero (609 37 59 48)**DIRECTORA DE ACTORES:** Marta Serna (606 64 63 46)**RECOGIDA MATERIAL (PRODUCCIÓN + AYUDANTE)****10:00****RECOGIDA MATERIAL UAB**
(DIRECCIÓN DE FOTO + PRODUCCIÓN)**12:00****LLEGADA EQUIPO PREPARACIÓN ILUMINACIÓN +
CAMARA**
(GAFFER + DIRECCIÓN FOTO + DIRECCIÓN DE ACTORES
+ PRODUCCIÓN)**13:00h****LLEGADA NEUS + MAQUILLAJE + PREPARACIÓN
VESTUARIO****15:30h****INICIO RODAJE****16:00****GRAVACIÓN VOZ (DIRECCIÓN ACTORES + DIRECTOR +
PRODUCCIÓN + NEUS)****17:30****DÍA 2**
VIERNES 20 DE ABRIL DE 2018**ROLES EQUIPO RODAJE****Alex Barat** - Director**Anabel Romero** - Dirección de Fotografía**Carla Molina** - Producción**Marta Serna** - Dirección de Actores**Anna Salcedo** - Gaffer**Angela Linares** - Maquillaje

SEC. 01				ESC- 1	INT	METAFÓRICO		17 de ABRIL de 2018	
HORA	TIMING	NÚM PLANO	TIPO PLANO	PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	MATERIAL	NOTAS PRODUCCIÓN/ SCRIPT
		-		IVY Neus Gispert	IVY -Culotte blanco -Sin sujetador	-Pelo suelto peinado -Maquillaje base natural	-Proyector -Ordenador -Video a - reproducir -Invento Nando -Tela blanca -Cartulina negra	-Fluorescentes KINOS LED -Camara -Gelatinas -Monitor -Cintas adhesivas -Tijeras -Escalera	-Gravación VOZ OFF IVY
12:00	(2:00)	Preparación técnica de la escena							
15:30	(0:30)	Llegada Neus + maquillaje + explicación escena							
16:00	(1:15)	3	PG/Cenital IVY acurrucada en sí misma en el centro de un suelo blanquecino con grietas negras.	IVY	Culotte blanco Sin sujetador	--	--	--	--
17:15 FIN DE RODAJE									
17:30	(0:30)	GRAVACIÓN VOZ OFF IVY							

CONTACTO EQUIPO**DIRECCIÓN:** Alex Barat (681 08 82 70)**PRODUCCIÓN:** Carla Molina (656 285 574)**DIRECTORA FOTO:** Anabel Romero (609 37 59 48)**DIRECTORA DE ACTORES:** Marta Serna (606 64 63 46)**LLEGADA EQUIPO PREPARACIÓN ILUMINACIÓN + CAMARA**

(GAFFER + DIRECCIÓN FOTO + DIRECCIÓN DE ACTORES + PRODUCCIÓN)

06:00h**LLEGADA NEUS + MINNA + MAQUILLAJE + PREPARACIÓN VESTUARIO****07:00h****INICIO RODAJE****8:00****DÍA 3**

SÁBADO 21 DE ABRIL DE 2018

ROLES EQUIPO RODAJE**Alex Barat** - Director**Anabel Romero** - Dirección de Fotografía**Carla Molina** - Producción**Marta Serna** - Dirección de Actores /Gaffer**Angela Linares** - Maquillaje**David Zambudio** - Making off

				ESC- 5	INT	CALLE	17 de ABRIL de 2018		
HORA	TIMING	NÚM PLANO	TIPO PLANO	PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	MATERIAL	NOTAS PRODUCCIÓN/ SCRIPT
		-		IVY Neus Gispert AMIGA IVY Minna	IVY Vestuario de continuidad MINNA --	IVY y MINNA: Maquillaje base	-Móvil -auriculares	-Leds -Difusor -Reflector -Camara -Gelatinas -Monitor -Cinta adhesiva -Tijeras	

6:00	(2:00)	Preparación técnica de la escena							
7:00	(1:00)	Llegada Neus + maquillaje + explicación escena							
8:15	(0:45)	13	PMC Normal: Match cut Cara de IVY que indica cambio de escenario.(desde delante) IVY camina en cámara lenta por la calle escuchando música. Mira hacia su izquierda y de golpe se para porque le incomoda el hombro. A su lado pasa una chica que la golpea.	IVY (Neus Gispert)	--	--	-Móvil -auriculares	--	--
8:45	(0:30)	14	PG: AMIGA IVY Está cruzando la calle.	AMIGA IVY (Minna)					
9:15	(0:15)	15	PP: Mirada de AMIGA IVY	AMIGA IVY (Minna)					
9:30	(0:15)		PP: Mirada de NEUS	IVY					
9:45 FIN DE RODAJE + DESAYUNO									
SEC. 6				ESC- 13	INT	COCHE		17 de ABRIL de 2018	
HORA	TIMING	NÚM PLANO	TIPO PLANO	PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	MATERIAL	NOTAS PRODUCCIÓN/ SCRIPT

--	--	-	--	IVY Neus Gispert	IVY Vestuario de continuidad + camiseta naranja + mochila	IVY Maquillaje base (continuidad Fiesta)	-- Movil(con nombre "Mum")	-Leds -Difusor -Reflector -Camara -Gelatinas -Monitor	--
21:30	(0:30)	PRACTICA COCHE + maquillaje + explicación escena							
22:30	(0:30)	56/57	PMC: Ivy conduciendo	IVY (Neus Gispert)	-		- Movil(con nombre "Mum")		
23:00	(0:30)	58	PD/PM: IVY conduciendo 3mira el móvil.	IVY (Neus Gispert)					
23:30 FIN RODAJE									

CONTACTO EQUIPO DIRECCIÓN: Alex Barat (681 08 82 70) DIRECTORA FOTO: Anabel Romero (609 37 59 48) PRODUCCIÓN: Carla Molina (656 285 574) DIRECTORA DE ACTORES: Marta Serna (606 64 63 46)		
SALIDA EQUIPO ENTERO EN COCHE SANT ANDREU SALOU	5:20h	<p style="text-align: center;">DÍA 4 SÁBADO 22 DE ABRIL DE 2018</p>
LLEGADA SANT ANDREU SALOU (maquillaje NEUS + preparación equipo técnico)	06:00h	
INICIO RODAJE	6:30	
ROLES EQUIPO RODAJE Alex Barat - Director Anabel Romero - Dirección de Fotografía Angela Linares - Maquillaje Carla Molina - Producción David Zambudio - Making Off Marta Serna - Dirección de Actores /Gaffer Carla Bustamante - Dron		

SEC. 06				ESC- 13	INT	COCHE		17 de ABRIL de 2018	
HORA	TIMING	NÚM PLANO	TIPO PLANO	PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	MATERIAL	NOTAS PRODUCCIÓN/ SCRIPT
		-		IVY Neus Gispert AMIGA IVY Minna	IVY Vestuario de continuidad + camiseta naranja + mochila	IVY Maquillaje base (continuidad Fiesta)	-- Movil(con nombre "Mum")	-Leds -Difusor -Reflector -Camara -Gelatinas -Monitor	--
5:20	(0:36)	TRANSPORTE MALGRAT DE MAR - SANT ANDREU SALOU (EQUIPO ENTERO)							
6:00		Llegada Sant Andreu Salou							
6:30	(0:30)	56/57	PMC: Ivy conduciendo	IVY (Neus Gispert)	-		- Movil(con nombre "Mum")		
		58	PD/PM: IVY conduciendo mira el móvil.	IVY (Neus Gispert)					
6:55		Salida del sol (https://www.citipedia.info/city/sunriseandsunset/Spain_Prov%C3%ADncia+de+Girona_Sant+Andreu+Salou_id_3110872_lang_es)							
7:00	(0:15)	59	Plano DRON/PG: IVY conduciendo y retirándose a un lado de la carretera.	IVY (Neus Gispert)	--	--	-Móvil	--	--

7:15	(0:15)	60	PG: IVY aparca el coche y sale de el con el móvil en la mano.	IVY					
7:30	(0:15)	61	PD/PMC: El móvil está sonando. IVY angustiada lo tira y de seguida le duele el estómago.	IVY					
7:45 FIN DE RODAJE + DESAYUNO MALGRAT 8:30									

CONTACTO EQUIPO			
DIRECCIÓN: Alex Barat (681 08 82 70)		DIRECTORA FOTO: Anabel Romero (609 37 59 48)	
PRODUCCIÓN: Carla Molina (656 285 574)		DIRECTORA DE ACTORES: Marta Serna (606 64 63 46)	
DESAYUNO PREPARACIÓN EQUIPO	5:30	SCARS - SCAPE DÍA 4 SÁBADO 28 DE ABRIL DE 2018	
LLEGADA EQUIPO PREPARACIÓN ILUMINACIÓN + CAMARA (GAFFER + DIRECCIÓN FOTO + DIRECCIÓN DE ACTORES + PRODUCCIÓN)	6:30		
LLEGADA NEUS + MAQUILLAJE + PREPARACIÓN VESTUARIO	7:30	ROLES DE EQUIPO	
INICIO RODAJE	8:30	Alex Barat	Director
GRABACIÓN LAVABO (ESCENA 3)	8:30	Anabel Romero	Dirección de fotografía
CAMBIO DE SET + MAQUILLAJE GRIETAS	10:00		
GRABACIÓN HABITACIÓN(1/2) (ESCENA 9)	11:30	Carla Molina	Producción
COMIDA	13:30-14:30	Marta Serna	Dirección de actores
GRABACIÓN HABITACIÓN (2/2) (ESCENA 9)	14:45	David Zambudio	Making off
GRABACIÓN BAÑERA (ESCENA 10)	17:45	Montse Pena	Gaffer
FIN DE RODAJE	18:45	Carla Egea / Arantxa Guzmán	Caracterización

SEC. 01				ESC- 3	INT	LAVABO	28 de ABRIL de 2018		
HORA	TIMING	NÚM PLANO	TIPO PLANO	PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	MATERIAL	NOTAS PRODUCCIÓN/ SCRIPT
		-		IVY Neus Gispert	IVY Pijama			- Fluorescentes KINOS LED -Camara -Gelatinas -Monitor -Cintas adhesivas -Tijeras -Escalera	
6:30	1:00	Preparación Luz Baño							
7:30	1:00	Maquillaje Neus (MAQUILLAJE BASE CONTINUIDAD + GRIETA HOMBRO)							
INICIO RODAJE - 8:30									
8:30	0:30	9	PM: IVY, ante el espejo del lavabo se mira fijamente y se hace un moño rápido con la goma de su muñeca.	IVY	Pijama	MAQUILLAJE BASE (Continuidad despertarse)			
9:00	0:30	10	PMC: Cara de IVY mirándose fijamente. Respira profundamente y	IVY	Pijama	GRIETAS + MAQUILLAJE BASE (Continuidad despertarse)			

			se destapa el hombro.						
9:30	0:30	10.1	PMC: Cara de IBY mirándose fijamente. Respira profundamente y se destapa el hombro.	IVY	Pijama	GRIETAS + MAQUILLAJE BASE (Continuidad despertarse)			
CAMBIO DE SET (1:30)									
SEC. 05				ESC- 9	INT/ ANOCHECIENDO	HABITACIÓN	28 de ABRIL de 2018		
HORA	TIMING	NÚM PLANO	TIPO PLANO	PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	MATERIAL	NOTAS PRODUCCIÓN/ SCRIPT
				IVY Neus Gispert			Cama (altura media) Edredón Blanco Manta azul Cojines grandes Fundas cojines Mesita de noche Despertador azul Jarrón azul Flor azul (Hortensia hojagrande) Libro <i>Hard-Boiled Wonderland And The End Of The World</i> Cómoda		

							Espejo Luces blancas/azules Fotos de Ivy con amigas Libros carcasa azules Vela blanca Butaca Lámpara de pie		
10:00	(1:30)	Maquillaje GRIETAS ESPALDA + preparación Luz HABITACIÓN (previamente pensada) + DESAYUNO							
GRABACIÓN HABITACIÓN									
11:30	(0:45)	38	PG: Espalda de IVY dentro de las sábanas.	IVY		GRIETAS Maquillaje básico			
12:15	(0:30)	37	PMC: IVY entra corriendo a la habitación, enciende la luz, se desnuda y entra en la cama.	IVY	Ropa de continuidad -Chaqueta tejana - Camseta azul -Pantalones negros -botas	GRIETAS Maquillaje básico			
12:45	(0:15)	39	PP: Cara de IVY al borde de llorar .IVY empieza a tocarse las marcas de los brazos.	IVY		GRIETAS Maquillaje básico			
13:00	(0:15)	40	PD: Dedo de IVY acariciándose el hombro derecho.	IVY		GRIETAS Maquillaje básico			

13:15	(0:15)	42	PD: Dedo de IVY acariciándose la parte lateral de la espalda.	IVY		GRIETAS Maquillaje básico			
13:30	(0:15)	44	PP: IVY levanta la cabeza hacia la cámara y salta de la cama.	IVY		Maquillaje básico			
COMIDA (13:30-14:30)									
14:45	(0:30)	45	PMC: Brazos de IVY arrastran de debajo de la cama una mochila y la coloca encima de la cama. IVY se pone una camiseta.	IVY	Camiseta naranja Mochila	Maquillaje básico	Mochila Camiseta naranja		
15:15	(0:30)	46	PMC: IVY empieza a llenar la mochila.	IVY	Ropa varia Mochila	Maquillaje básico			
15:45	(0:30)	47	PMC: IVY empieza a llena la mochila.	IVY	Mochila y ropa	Maquillaje básico			
16:15	(0:30)	48	PG: IVY se sienta en el borde la cama a contra luz a esperar	IVY		Maquillaje básico			

CAMBIO DE SET (1:00)

SEC. 05				ESC- 10	INT	LAVABO	28 de ABRIL de 2018		
----------------	--	--	--	----------------	------------	---------------	----------------------------	--	--

HORA	TIMING	NÚM PLANO	TIPO PLANO	PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	MATERIAL	NOTAS PRODUCCIÓN/ SCRIPT
------	--------	-----------	------------	------------	-----------	-----------------	--------------	----------	--------------------------

				IVY			Jabón azul en bañera		
--	--	--	--	------------	--	--	----------------------	--	--

16:45	(1:00)	PREPARACIÓN ILUMINACIÓN + RETOQUE MAQUILLAJE NEUS (GRIETAS + MAQUILLAJE BASE) + DESCANS EQUIP (MENYS EQUIP IL·LUMINACIÓ I FOTOGRAFIA)							
--------------	--------	---	--	--	--	--	--	--	--

INICIO GRABACIÓN BAÑERA

17:45	(1:00)	41	PS: IVY en la bañera con agua azulada y con todas las grietas de su espalda al descubierto.	IVY		GRIETAS	Jabón azul en bañera		
--------------	--------	-----------	--	------------	--	----------------	----------------------	--	--

FIN DE RODAJE: 18:45

CONTACTO EQUIPO			
DIRECCIÓN: Alex Barat (681 08 82 70)		DIRECTORA FOTO: Anabel Romero (609 37 59 48)	
PRODUCCIÓN: Carla Molina (656 285 574)		DIRECTORA DE ACTORES: Marta Serna (606 64 63 46)	
DESAYUNO PREPARACIÓN EQUIPO (MALGRAT DE MAR)	6:00	<p align="center">SCARS - SCAPE (Primer videoclip)</p> <p align="center">DÍA 6 DOMINGO 29 DE ABRIL DE 2018</p>	
PREPARACIÓN MATERIAL TÉCNICO (DIRECCIÓN DE FOTO+GAFFER+ DIRECCIÓN + DIRECCION ACTORES)	7:00		
LLEGADA NEUS + MAQUILLAJE + PREPARACIÓN VESTUARIO (MAQUILLAJE + NEUS)	8:30		
INICIO RODAJE	9:30		
GRABACIÓN HABITACIÓN (ESCENA 2)	9:30	ROLES DE EQUIPO	
REALIZACIÓN DE GRIETAS	11:30	Alex Barat	Director
GRABACIÓN HABITACIÓN (ESCENA 11)	12:00	Anabel Romero	Dirección de fotografía
GRABACIÓN HABITACIÓN (ESCENA 2)	12:45	Carla Molina	Producción
GRABACIÓN HABITACIÓN (ESCENA 4)	13:30	Marta Serna	Dirección de actores
FIN DE RODAJE + COMIDA	14:30	David Zambudio	Making off
		Montse Pena	Gaffer
		Carla Egea / Arantxa Gurzmán	Caracterización

SEC.1				ESC- 2	INT	HABITACIÓN	29 de ABRIL de 2018			
HORA	TIMING	NÚM PLANO	TIPO PLANO	PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	MATERIAL	NOTAS PRODUCCIÓN/ SCRIPT	
		-		IVY Neus Gispert		-Pelo suelto peinado -Maquillaje base natural		- Fluorescentes KINOS LED -Camara -Gelatinas -Monitor -Cintas adhesivas -Tijeras -Escalera		
7:00	(1:30)	Preparación Luz Habitación								
8:30	(1:00)	Llegada NEUS + Maquillaje basico								
GRABACIÓN HABITACIÓN										
9:30	(1:30)	4	PG: IBY acurrucada en sí misma en el centro de su cama se contrae tres veces debajo de las sábanas.			-Maquillaje base natural				
11:00	(0:30)	5	PMC: IBY está con los ojos abiertos			-Maquillaje base natural				

			acurrucada debajo de las sábanas.							
SEC. 05				ESC- 11	INT	HABITACIÓN	28 de ABRIL de 2018			
HORA	TIMING	NÚM PLANO	TIPO PLANO	PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	MATERIAL	NOTAS PRODUCCIÓN/ SCRIPT	
11:30	0:30	Realización grietas								
12:00	(0:45)	43	Brazo de IVY otro día apagando el despertador. Por primera vez ve la primera brecha y tira el jarrón.	IVY Neus Gispert	Pijama	GRIETAS Maquillaje base natural	Despertador Jarrón (no roto) lo tira			
SEC.1				ESC- 3	INT	HABITACIÓN	17 de ABRIL de 2018			
HORA	TIMING	NÚM PLANO	TIPO PLANO	PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	MATERIAL	NOTAS PRODUCCIÓN/ SCRIPT	
		-		IVY Neus Gispert		-Maquillaje base natural				
12:45	(0:15)	6	PD: El brazo de IBY alcanza el reloj situado		Pijama		Despertador Jarrón roto y reconstruido			

			encima de la mesilla de noche al lado de un jarrón roto y lo apaga							
13:00	(0:15)	7	PMC: IBY se incorpora. Respira hondo, realiza una mueca de dolor y se mira el hombro derecho con rabia.		Pijama	GRIETAS				
13:15	(0:15)	8	PP: Parte izquierda de la cara de IBY y hombro derecho se levanta y sale de la habitación.		Pijama					
SEC.1				ESC- 4	INT	HABITACIÓN	17 de ABRIL de 2018			
HORA	TIMING	NÚM PLANO	TIPO PLANO	PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	MATERIAL	NOTAS PRODUCCIÓN/ SCRIPT	
		-		IVY Neus Gispert	IVY					
13:30	(0:45)	11	PS: IVY abre la puerta de su mesilla de noche saca un calendario y escribe una marca roja en el		Pijama		Colocados dentro de cajón <ul style="list-style-type: none"> • Calendario • Rotulador rojo 			

			día actual.							
14:15	(0:15)	12	PMC: IVY se levanta y mira hacia su hombro derecho.		Pijama					
14:30 FIN DE RODAJE + COMIDA										

CONTACTO EQUIPO			
DIRECCIÓN: Alex Barat (681 08 82 70)		DIRECTORA FOTO: Anabel Romero (609 37 59 48)	
PRODUCCIÓN: Carla Molina (656 285 574)		DIRECTORA DE ACTORES: Marta Serna (606 64 63 46)	
LLEGADA EQUIPO PREPARACIÓN ILUMINACIÓN + CAMARA (GAFFER + DIRECCIÓN FOTO + DIRECCIÓN DE ACTORES + PRODUCCIÓN)	8:00	SCARS - SCAPE DÍA 6 VIERNES 4 DE ABRIL DE 2018	
LLEGADA EXTRAS +EXPLICACIÓN ESCENA	9:00	ROLES DE EQUIPO	
INICIO RODAJE	10:00	Alex Barat	Director
LLEGADA NEUS + MAQUILLAJE	10:00	Anabel Romero	Dirección de fotografía
GRABACIÓN SEC.03 ESC.6 EXTRAS		Carla Molina	Producción
		Marta Serna	Dirección de actores

		Anna Salcedo	Gaffer
GRABACIÓN SEC.03 ESC.6 EXTRAS + NEUS (IVY)		11:00	Angela Linares Caracterización
FIN DE RODAJE		15:30	

SEC. 03				ESC- 6	INT	UAB	4 de MAYO de 2018		
HORA	TIMING	NÚM PLANO	TIPO PLANO	PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	MATERIAL	NOTAS PRODUCCIÓN/ SCRIPT
		-		IVY Neus Gispert EXTRAS Raquel Carbó Aïda Jimenez Yeray Toledano Anna Salcedo Marta Serna Guillem Delàs Lorena Moreno Jara Burillo Marta Nebod	IVY vestuario de continuidad Chaqueta Camiseta azul Botas negras EXTRES Ropa oscura Mochila	IVY Maquillaje de continuidad	Bandas azules	-Fluorescentes KINOS LED -Camara -Gelatinas -Monitor -Cintas adhesivas -Tijeras -Escalera	
8:00	(1:00)	Preparación equipo técnico							
10:00	(1:00)	Llegada Extras + Desayuno + Explicación escena EXTRAS							

INICIO RODAJE 11:00

11:00	(1:15)	16	PMC: Match cut respecto al plano 15. IVY está en medio del pasillo de su universidad con gente que le pasa alrededor a contracorriente. IVY sigue avanzando.	IVY Neus Gispert EXTRAS					
12:15	(0:30)	16.1	Mateix pla més lluny						
12:45	(0:30)	17	PP: Caras de la gente pasando a contra corriente sin mirar a IVY.	IVY Neus Gispert EXTRAS				En el mateix pla ha de pasar gent per davant de la cámara i una persona (Marta Serna) amb la jaqueta negra passa just davant de l'objectiu de la cámara tapant la pantalla. En aquest moment l'Alex diu Stop i l'Anna Salcedo i l Carla Molina s'encarreguen de posar les cintes blaves als ulls dels extres.	
13:15	(0:15)	18	PP: Caras de la gente pasando a contra corriente sin mirar a IVY.	EXTRAS					
13:30	(0:30)	19	PP: IVY pasando a contracorriente entre la gente.	IVY Neus Gispert EXTRAS					

14:00	(0:45)	20	PP: Paso de IVY (cambio en mitad del plano a cámara lenta)	IVY Neus Gispert EXTRAS				pla 20 (match cut amb la festa) on necssitem que la Neus pari de caminar i aparegui la mà de la carla tal qual el dia de la festa (agafar frame). (Grabar cola de este plano antes por si no funciona el match cut)	
FINAL RODATGE 14:45 + PICA PICA									

CONTACTO EQUIPO**DIRECCIÓN:** Alex Barat (681 08 82 70)**PRODUCCIÓN:** Carla Molina (656 285 574)**DIRECTORA FOTO:** Anabel Romero (609 37 59 48)**DIRECTORA DE ACTORES:** Marta Serna (606 64 63 46)

		SCARS - SCAPE	
		DÍA 7	
		SÁBADO 5 DE DE 2018	
		ROLES DE EQUIPO	
LLEGADA EQUIPO PREPARACIÓN ILUMINACIÓN + CAMARA (GAFFER + DIRECCIÓN FOTO + DIRECCIÓN DE ACTORES + PRODUCCIÓN)	8:00		
LLEGADA NEUS+MINNA + EXPLICACIÓN ESCENA+ MAQUILLAJE AMBAS	9:00		
INICIO RODAJE	10:00	Alex Barat	Director
ESCENA BL	10:00	Anabel Romero	Dirección de fotografía
CAMBIO ILUMINACIÓN + LLEGADA LAURA FEDERICO	12:00	Carla Molina	Producción
COMIDA + (LLEGADA JULIO CESAR)	14:15-15:45	Marta Serna	Dirección de actores
PREPARACIÓN SET + MAQUILLAJE ACTRICES + ACTOR	15:45		
ESCENA B	16:45	Montse Pena	Gaffer
FIN DE RODAJE	18:15		Caracterización
		David Zambudio	Making Off

SEC. 03				ESC- BL	INT	HABITACIÓN		4 de MAYO de 2018	
HORA	TIMING	NÚM PLANO	TIPO PLANO	PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	MATERIAL	NOTAS PRODUCCIÓN/ SCRIPT
		-		IVY Neus Gispert AMIGA IVY Minna	IVY vestuario de continuidad Chaqueta Camiseta azul Botas negras	IVY Maquillaje de continuidad AMIGA IVY Maquillaje continuidad	Continuidad habitación	-Fluorescentes KINOS LED -Camara -Gelatinas -Monitor -Cintas adhesivas -Tijeras -Escalera	
8:00	(1:00)	Preparación Equipo técnico Habitación							
9:00	(1:00)	Llegada NEUS + MINNA + MAQUILLAJE + EXPLICACIÓN ESCENA							
INICIO RODAJE: 10:00									
10:00	(0:45)	1BL	PM: IVY y AMIGA mirándose tumbadas en la cama escuchando música con los móviles.	IVY Neus Gispert AMIGA IVY Minna					
10:45	(0:30)	3BL	PMC-PP: IVY riendo y AMIGA riendo mientras se hacen cosquillas.	VIY Neus Gispert AMIGA IVY					

				Minna					
11:15	(0:30)	5BL	PMC: IVY se levanta da una vuelta y se cogen para bailar..	IVY Neus Gispert AMIGA IVY Minna					
11:30	(0:15)	6BL	PMC: IVY y AMIGA bailando	IVY Neus Gispert AMIGA IVY Minna					
11:45	(0:15)	7BL	PMC: IVY y AMIGA cogen una actitud más cercana.	IVY Neus Gispert AMIGA IVY Minna					
CAMBIO ILUMINACIÓN (0:45)									
12:45	(0:30)	2BL	PG: (Contraluz) IVY y AMIGA sentadas una en frente de la otra tocándose la cara y riendo hasta que se hacen cosquillas	IVY Neus Gispert AMIGA IVY Minna					
13:15	(0:15)	4BL	PG: (como el 2BL) AMIGA se levanta de la cama y le estira el brazo para bailar.	IVY Neus Gispert AMIGA IVY Minna					
13:30	(0:30)	8BL	PP: Madre mirando a través de la puerta a IVY.	MADRE Laura Federico					

13:45	(0:15)	9BL	PP: IVY ve a madre a través de la puerta.	IVY Neus Gispert AMIGA IVY Minna					
14:00	(0:15)	10BL	PMC: IVY se aparta de AMIGA.	IVY Neus Gispert AMIGA IVY Minna					
COMIDA (14:15-15:45)									
SEC. 06				ESC- B	INT	HABITACIÓN PADRES	5 de MAYO de 2018		
HORA	TIMING	NÚM PLANO	TIPO PLANO	PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	MATERIAL	NOTAS PRODUCCIÓN/ SCRIPT
		-		IVY Neus Gispert	IVY	IVY Maquillaje de continuidad		-Fluorescentes KINOS LED -Camara -Gelatinas -Monitor -Cintas adhesivas -Tijeras -Escalera	
PREPARACIÓN SET + MAQUILLAJE JULIO(1:00)									
16:45	(0:30)	1B	PP: Cara de IVY mirando a través de la puerta.	IVY Neus Gispert					
17:15	(1:00)	2B/3B	PMC: Padres de IVY bailando y riendo.	PADRE Julio Cesar					

			/Padres riendo	Andrea MADRE Laura Federico					
FIN DE RODAJE (18:15)									

CONTACTO EQUIPO			
DIRECCIÓN: Alex Barat (681 08 82 70)		DIRECTORA FOTO: Anabel Romero (609 37 59 48)	
PRODUCCIÓN: Carla Molina (656 285 574)		DIRECTORA DE ACTORES: Marta Serna (606 64 63 46)	
LLEGADA EQUIPO PREPARACIÓN ILUMINACIÓN + CAMARA (GAFFER + DIRECCIÓN FOTO + DIRECCIÓN DE ACTORES + PRODUCCIÓN)	6:00	SCARS - SCAPE DÍA 8 DOMINGO 6 DE MAYO 2018	
LLEGADA NEUS+ABUELA + EXPLICACIÓN ESCENA+ MAQUILLAJE AMBAS	7:00	ROLES DE EQUIPO	
INICIO RODAJE	8:00	Alex Barat	Director
ESCENA 12	8:00-11:30	Anabel Romero	Dirección de fotografía
		Carla Molina	Producción
CAMBIO ILUMINACIÓN + LLEGADA LAURA FEDERICO	11:30	Marta Serna	Dirección de actores
ESCENA 8	12:30	David Zambudio	Making Off

COMIDA + MARCHA LOURDES	15:00	Montse Pena	Gaffer
CAMBIO ILUMINACIÓN	16:30		Caracterización
ESCENA S	17:30		
FIN DE RODAJE	19:45		

SEC. 06				ESC- 12	INT	SALÓN	4 de MAYO de 2018		
HORA	TIMING	NÚM PLANO	TIPO PLANO	PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	MATERIAL	NOTAS PRODUCCIÓN/ SCRIPT
		-		IVY Neus Gispert ABUELA Lourdes Cepero	IVY vestuario de continuidad Chaqueta Camiseta azul Botas negras	IVY Maquillaje de continuidad ABUELA Maquillaje continuidad	Continuidad habitación	-Fluorescentes KINOS LED -Camara -Gelatinas -Monitor -Cintas adhesivas -Tijeras -Escalera	
6:00	1:00	Preparación Equipo técnico Habitación							
7:00	1:00	Llegada NEUS + LOURDES + MAQUILLAJE Y BRECHAS+ EXPLICACIÓN ESCENA							
INICIO RODAJE:									

Green header bar									
8:00	1:00	48	PMC: IVY entra corriendo en el comedor a oscuras. Busca las llaves del coche en el colgador de detrás de la puerta cuando una luz se enciende ras de sí.	IVY Neus Gispert					
9:00	0:30	50	PG: IVY se acerca a ABUELA lentamente	ABUELA Lourdes Cepero					
9:30	0:30	49	PMC: ABUELA de IVY sentada en el extremo del sofá con la luz de la lámpara encendida y las llaves del coche en la mano	IVY Neus Gispert ABUELA Lourdes Cepero					
9:45	0:15	51	PD: ABUELA coge la mano de IVY y le pone las llaves en la mano.	IVY Neus Gispert ABUELA Lourdes Cepero					
10:00	0:15	52	PP: IVY mira a ABUELA emocionada y asombrada.	IVY Neus Gispert ABUELA Lourdes Cepero					

10:15	0:30	53	PD: ABUELA gira su brazo mostrando una brecha en la muñeca derecha	IVY Neus Gispert ABUELA Lourdes Cepero	BRECHAS				
10:45	0:15	54	PP: ABUELA sonrie a IVY	IVY Neus Gispert ABUELA Lourdes Cepero					
11:00	0:30	55	PG: IVY, con las llaves en la mano se gira hacia la salida del comedor.	IVY Neus Gispert					

CAMBIO DE ILUMINACIÓN - 11:30 (1:00)

SEC. 05				ESC- 8	INT	SALÓN	4 de MAYO de 2018		
HORA	TIMING	NÚM PLANO	TIPO PLANO	PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	MATERIAL	NOTAS PRODUCCIÓN/ SCRIPT
		-		IVY Neus Gispert ABUELA Lourdes Cepero MADRE Laura Federico	IVY vestuario de continuidad Chaqueta Camiseta azul Botas negras	IVY Maquillaje de continuidad		-Fluorescentes KINOS LED -Camara -Gelatinas -Monitor -Cintas adhesivas -Tijeras -Escalera	
12:30	0:15	31	PD: Mano de IVY cerrando la puerta de su casa,.	IVY Neus Gispert					

12:45	0:45	32	PMC: IVY de espaldas entrando de su comedor donde se encuentra ABUELA sentada en el sofá que la sonríe.	IVY Neus Gispert ABUELA Lourdes Cepero					
13:30	0:30	33	PMC: IVY sonríe a su abuela y mira hacia delante(hacia la mesa donde está el plato).	IVY Neus Gispert ABUELA Lourdes Cepero					
14:00	0:15	35	PM: IVY avanza hacia el plato. MADRE está en la cocina limpiando los platos.	IVY Neus Gispert MADRE Laura Federico					
14:15	0:30	36	PMC (de la madre que se vean los platos) / PG (de IVY que esta en el fondo del plano): IVY dice: I'm home. Su madre desde dentro de la cocina la ignoratotalmente. IVY se va corriendo a su habitación.	IVY Neus Gispert MADRE Laura Federico					
14:45	0:10	34	PD: Plato de la cena cubierto con papel film, dos cubiertos y un vaso.	---					
COMIDA 15:00-16:30									

CAMBIO DE ILUMINACIÓN + RETOQUE MAQUILLAJE (1:00)

SEC. 06				ESC- S	INT			6 de MAYO de 2018	
HORA	TIMING	NÚM PLANO	TIPO PLANO	PERSONAJES	VESTUARIO	CARACTERIZACIÓN	AMBIENTACIÓN	MATERIAL	NOTAS PRODUCCIÓN/ SCRIPT
		-		IVY Neus Gispert MADRE Laura Federico	IVY vestuario de continuidad Chaqueta Camiseta azul Botas negras	IVY Maquillaje de continuidad		-Fluorescentes KINOS LED -Camara -Gelatinas -Monitor -Cintas adhesivas -Tijeras -Escalera	
17:30	0:30	1S	IVY estirada en el sofá apoyando la cabeza en la falda de su madre que lee un libro.	IVY Neus Gispert MADRE Laura Federico					
18:00	0:15	2S	MADRE sigue leyendo sonriendo y empieza acariciar a IVY.	IVY Neus Gispert MADRE Laura Federico					
18:15	0:10	3S	IVY empieza reírse.	IVY Neus Gispert MADRE Laura Federico					
18:30	0:45	4S	MADRE aparta el libro y empieza a	IVY Neus Gispert					

			reír mirando a IVY. IVY le hace cosquillas a MADRE y ambas empiezas una guerra de cosquillas.	MADRE Laura Federico					
FINAL DE RODAJE 19:45									

Presupuesto ESCAPE

Título:

ESCAPE

Formato:

Videoclip

Director/a:

Alex Barat, Carla Molina, Anabel Romero

RESUMEN

	TOTALES
CAP.01 GUIÓN Y MÚSICA -	1.172,24
CAP.02 PERSONAL ARTÍSTICO -	7.906,20
CAP.03 EQUIPO TÉCNICO -	16.126,73
CAP.04 ESCENOGRAFÍA -	1.303,10
CAP.05 MONTAJE VISUAL Y CREACIÓN DE LA CANCIÓN -	1.340,04
CAP.06 MAQUINARIA DE RODAJE -	1.997,17
CAP.07 VIAJES, HOTELES Y DIETAS -	324,11
CAP.08. SEGUROS -	#REF!
COSTE DE REALIZACIÓN	#REF!
Productor ejecutivo (3% beneficios) -	0,00
Gastos generales (Cap.09) -	0,00
Publicidad (Cap. 10.01.) -	0,00
COSTE TOTAL -	#REF!

**CAPÍTULO 03.-
Equipo técnico**

Núm. Cuenta		COSTE JORNADA	TOTAL JORNADAS	EMUNERACIONE		RETENCIONES (**)		COSTE TOTAL (mes)
				BRUTAS (*)	IRPF	IRPF		
	03.01. Dirección			8.728,88		14,28		8.668,69
03.01.01.	Director/a	95,18	64 días	6.091,52		14,28		6.071,20
	Directo/ra de guión	54,68	12 días	656,16		8,20		644,49
	Director/a casting	63,39	15 días	950,85		9,51		937,31
	Director/a arte	68,69	15 días	1.030,35		10,30		1.015,69
	03.02. Producción			1.556,01		0,00		1.543,71
03.02.01.	Productor/a ejecutivo/a	0,00	64 días	0,00		0,00		0,00
03.02.02	Ayudante de producción	57,63	27 días	1.556,01		8,64		1.543,71
	CAPÍTULO 03							10.212,40

Núm. Cuenta		COSTE JORNADA	TOTAL JORNADAS	EMUNERACIONE		RETENCIONES (**)		COSTE TOTAL (mes)
				BRUTAS (*)	IRPF	IRPF		
	03.03. Fotografía.			3.341,04		32,61		3.294,63
03.03.01.	Director/a fotografía	106,50	22 días	2.343,00		15,98		2.320,26
03.03.02.	Operador/a de cámara	74,55	9 días	670,97		11,18		655,06
03.03.03.	Ayudante de eléctrico (foquista)	36,34	9 días	327,07		5,45		319,31
	03.04. Decoración			327,06		5,45		319,30
03.04.01.	Ayudante de ambientación	36,34	9 días	327,06		5,45		319,30
	CAPÍTULO 03							6.071,20

Núm. Cuenta		COSTE JORNADA	TOTAL JORNADAS	EMUNERACIONE		RETENCIONES (**)		COSTE TOTAL (mes)
				BRUTAS (*)	IRPF	IRPF		
	03.05 Maquillaje			690,38		15,50		668,31
03.05.01	Maquillador/a	63,39	9 días	570,56		9,51		557,02
	Ayudante maquillador/a	39,94	3 días	119,82		5,99		111,29
	03.06. Peluquería			518,68		8,64		825,69
03.06.01.	Peluquero/a	57,63	9 días	518,68		8,64		506,38
	CAPÍTULO 03							319,31
	03.07. Sonido			179,70		8,99		166,91
03.09.03.	Montador/a sonido	59,90	3 días	179,70		8,99		166,91
03.08. Montaje		94,23		659,61		14,14		639,49
03.10.01.	Montador/a imagen	94,23	7 días	659,61		14,14		639,49
	TOTAL CAPÍTULO 03							16.126,73

CAPÍTULO 04.- Escenografía

Núm. Cuenta		PROVEEDOR	TOTAL JORNADA	COSTE	COSTE TOTAL (€IVA)
04.01. Decorados y escenarios				0,00	345,00
				0,00	0,00
04.01.01. Alquiler de interiores naturales					
	Casa (con habitación, sal-)	Particular	6 días	506,00	300,00
	Casa, (con habitación)	Particular	1 día	456,00	45,00
	Pasillos, Facultad de Com-	Universidad Autónoma de Barcelona	2,00	0,00	0,00
				474,00	474,00
04.02.02. Atrezzo alquilado					
	Goma de pelo	Amazon	1 día	1,89	1,89
	Reloj despertador azul	Amazon	2 días	11,99	11,99
	Edredón	Privata	2 días	19,99	19,99
	Manta azul	Amazon	2 días	16,00	16,00
	Colchones grandes	Particular	2 días	8,34	8,34
	Libros varios	Vipin	8 días	8,00	8,00
	Yata blanca	Amazon	2 días	2,95	2,95
	Robaláador rojo	Abacus	1 día	2,95	2,95
	Mochila grande	Decathlon	1 día	9,99	9,99
	Auriculares	Media Markt	2 días	11,99	11,99
	Móvil	Media Markt	1 día	99,00	99,00
	Tela acríl	Map	1 día	16,00	16,00
	Cenicero	Amazon	1 día	0,99	0,99
	Luces varias habitación	Amazon	2 día	9,99	9,99
	Piñolo	Amazon	1 día	10,41	10,41
	Papel Albal	Amazon	1 día	1,95	1,95
	Tanedor	Amazon	1 día	1,49	1,49
	Lámpara	Particular	1 día	0,00	0,00
	Mochila	Amazon	3 días	14,99	14,99
04.02.03. Atrezzo adquirido					
	Jarrón azul	Grack	2 días	5,84	5,84
	Jarrón azul	Open House	2 días	2,15	2,15
	Quadro	Open House	2 días	17,95	17,95
	Jabón Lavabo	Bazar oriental	1 día	0,92	0,92
	Tarro para jabón	Bazar oriental	1 día	1,50	1,50
	Vasos de plástico largos	Bazar oriental	1 día	0,75	0,75
	Baraja de póker	Bazar oriental	1 día	1,00	1,00
	Jabón manos Lavabo	Clart	1 día	1,49	1,49
	Piñolo plástico	Bazar oriental	1 día	0,75	0,75
	Planta plástico	Bazar oriental	1 día	2,50	2,50
	Libro	Amazon	1 día	9,34	9,34
	Luces LED	Amazon	1 día	20,98	20,98
	Tela blanca	River & Cahala	1 día	9,15	9,15
	Calendario	Copisteria Moyano	1 día	3,90	3,90
	Fotos IVY	Foto Llorens	2 días	2,00	2,00
	Sales de baño	Lush	1 día	13,10	13,10
	Cintas azules	Teixels Vinas	1 día	5,70	5,70
	Variado comida	Carrefour	2 días	24,05	24,05
04.02.04. Jardineria					
	Hortensia hoja grande	Rosetta	3 días	10,00	10,00
04.02.05. Vehiculos en escena					
	Sesl blanca	Particular	1 día	73,99	73,99
04.02.06. Comidas en escena					
	Ensalada	Particular	1 día	1,00	1,00
	Trozo de pan	Particular	1 día	1,50	1,50
04.02.07. Material fungible					
	Fotocopias	Copisteria UAB	9 días	2,00	2,00
	Fotocopias	Foto Llorens	2 días	4,00	4,00
	Cintas (pintor, canocero)	Mar Home	9 días	9,99	9,99
	Cintas adhesivo	Bazar oriental	9 días	1,30	1,30
	Cintas de pintor	Bazar oriental	9 días	1,30	1,30
	Pinzas madera	Bazar oriental	9 días	1,40	1,40
	Tijeras	Particular	9 días	0,00	0,00
	Robalador negro	UWoolly	8 días	0,00	0,00
CAPITULO 04					474,08

Núm. Cuenta		PROVEEDOR	TOTAL JORNADA	COSTE JORNADA	COSTE TOTAL (€IVA)
04.03. Vestuario					469,19
04.03.01. Vestuario alquilado					
	Pijama Ivy	HM	2 días	14,99	14,99
	Camiseta azul Ivy	HM	9 días	9,99	9,99
	Camiseta naranja Ivy	HM	3 días	12,99	12,99
	Pantalones negros Ivy	HM	9 días	13,99	13,99
	Camiseta negra Ivy	HM	1 día	4,99	4,99
	Pantalones legños Ivy	Particular	1 día	14,99	14,99
	Jersey estampado Pareja	Particular	1 día	9,99	9,99
	Camisa estampada Ivy	HM	1 día	20,99	20,99
	Pantalones negros Pareja	HM	1 día	13,99	13,99
	Camiseta rayas Ivy	HM	1 día	9,99	9,99
	Chaqueta legña Ivy	HM	9 días	25,99	25,99
	Cholito blanco Ivy	HM	1 día	5,99	5,99
	Jersey padre	HM	1 día	9,99	9,99
	Camisa madre	HM	1 día	14,95	14,95
	Jersey color liso madre	HM	1 día	13,05	13,05
	Pantalones negros madre	HM	1 día	13,95	13,95
	Pantalones legños padre	HM	1 día	29,99	29,99
	Cholito abuela	Particular	1 día	17,99	17,99
	Jersey abuela	Particular	1 día	24,99	24,99
04.03.02. Zapateria					
	Zapatos Ivy	Particular	9 días	37,99	37,99
	Zapatos Pareja Ivy	Particular	1 día	40,00	40,00
	Zapatos padre	Particular	1 día	50,00	50,00
	Zapatos madre	Particular	1 día	40,00	40,00
	Zapatos abuela	Particular	1 día	25,00	25,00
04.03.03. Complementos					
	Collar madre	Particular	1 día	3,49	3,49
04.04. Varios			0,00		14,83
04.05.01. Material maquillaje					
	Material vario maquillaje	Stock Art Studio		14,83	14,83
TOTAL CAPITULO 04					1.303,10

CAPÍTULO 06.- Maquinaria de rodaje

Núm. cuenta

06.01. Maquinaria y elementos del rodaje

06.01.01.	Cámara principal	Sony Alpha 7s
	Cámara secundaria	Karma GoPro
06.01.02.	Objetivos especiales y complementarios	Objetivo Canon 35mm
		Objetivo Sony 50mm
		Objetivo Sony 24-105mm
06.01.03.	Accesorios	Metabon
		Estabilizador
		Monitor
06.01.04.	Material iluminación alquilado	Kino Led 120 cm
		Kino Led 60 cm
		Torcha
		Torcha
		Caja cuarzos (3)
		Gelatinas (CTO, CTB, CTG, Difusor)
		Reflector
06.01.05.	Equipo de sonido principal	Grabadora TASCAM
		Micrófono
		Percha
06.01.06.	Otros	Proyector
		Tripode

TOTAL CAPÍTULO 06

PROVEEDOR	TOTAL JORNADAS	COSTE JORNADA	COSTE TOTAL
			1.997,17
Avisual Pro	9 días	30,00	270,00
Particular	1 día	50,00	50,00
Avisual Pro	9 días	21,00	189,00
Avisual Pro	9 días	12,00	108,00
Avisual Pro	9 días	15,00	135,00
Avisual Pro	9 días	10,20	91,80
Avisual Pro	9 días	24,00	216,00
Avisual Pro	9 días	18,33	165,00
Avisual Pro	6 días	56,75	340,50
Avisual Pro	5 días	15,60	78,00
Avisual Pro	9 días	6,00	54,00
Avisual Pro	9 días	6,00	54,00
Avisual Pro	9 días	12,00	108,00
Amazon	9 días	-	12,99
Amazon	9 días	-	8,88
Avisual Pro	1 día	10,00	10,00
Avisual Pro	1 día	15,00	15,00
Avisual Pro	1 día	10,00	10,00
Escola d'Adults de Santa Perpètua de Mogoda	1 día	0,00	0,00
Avisual Pro	9 días	9,00	81,00
			1.997,17

CAPÍTULO 07.- Viajes, hoteles y dietas

			PROVEEDOR	TOTAL JORNADAS	COSTE TOTAL
Núm. cuenta	07.01. Localizaciones.				18,32
07.01.01.	Viaje Localización 1	Malgrat de Mar	- Particular	2 días	13,10
07.01.02.	Viaje Localización 2	Sant Andreu de Salou	- Particular	1 día	5,22
07.01.03.	Viaje 3 Localización 3	Santa Perpètua de Mogoda	- Particular	1 día	0,00
	07.02. Viajes.				141,50
07.02.01.	Transporte Actriz protagonista (Ivy)	14/04/2018	- TMB	1 día	6,00
		21/04/2018-22/04/2018	- Coche propio	2 días	13,10
		28/04/2018	- Renfe	1 día	5,00
		28/04/2018-29/04/2018	- Coche propio	2 días	7,44
		04/05/2018	- FCG	1 día	3,50
		05/05/2018	- Renfe	1 día	5,00
		05/05/2018-06/05/2018	- Coche propio	2 días	9,49
07.02.02.	Transporte actriz secundaria (madre)	05/05/2018	- Renfe	1 día	10,00
		06/05/2018	- Renfe	1 día	10,00
07.02.03.	Transporte actriz secundaria (pareja Ivy)	21/04/2018	- Renfe	1 día	5,00
		05/05/2018	- Renfe	1 día	2,55
07.02.04.	Transporte actor secundario (padre Ivy)	05/05/2018	- Renfe	1 día	10,00
07.02.05.	Transporte Maquilladora (María Romero)	05/05/2018-06/05/2018	- Coche propio	2 días	12,57
	Transporte Maquilladora (Arantxa Guzmán)	28/04/2018-29/04/2018	- Renfe	2 días	3,50
07.02.06.	Transporte Making Off	21/04/2018-22/04/2018-28/04/2018-29/04/2018-05/05/2018-06/05/2018	- Coche propio	6 días	38,35
	07.03 Hoteles y dietas				164,29
07.02.01.	Comidas en días de rodaje	Día 1 (14/04/2018)	- Dia	1 día	27,55
			- Carrefour		24,05
		Día 2 (20/04/2018)	- Mercadona	1 día	3,50
		Día 3-4 (21/04/2018-22/04/2018)	- LIDL	2 días	25,96
		Día 5-6 (28/04/2018-29/04/2018)	- Mercadona	2 días	39,43
		Día 7-8-9 (4/05/2018-5/05/2018-6/05/2018)	- Mercadona	3 días	34,00
			- Crown		9,80
TOTAL CAPÍTULO 07					324,11

CAPÍTULO 8.- Seguros

Núm cuenta			COSTE TOTAL
	08.01. Seguros.		35,55
08..01.02.	Seguros de material de rodaje		
		11/04/2018 - Kino LED 120cm, Kino LED 60cm, Monitor Shogun Flame 4K	5,94
		18/04/2018 - Kino LED 120cm, Kino LED 60cm	5,13
		18/04/2018 - Monitor Shogun Flame 4K	3,42
		26/04/2018 - Kit 2 Kino LED 120cm, Monitor Shogun Flame 4K	7,02
		02/05/2018 - Kit 2 Kino FilmGear 120cm, Monitor Shogun Flame 4K	14,04
		TOTAL CAPÍTULO 10	35,55

CAPÍTULO 9.- Gastos generales

Núm compte

11.01. Generales.

11.01.01. Alquiler oficina
 11.01.08. Material de oficina

Casal Can Portabella -
 Propio -

TOTAL CAPÍTULO 9

COSTE JORNADA	TOTAL JORNADAS	COSTE TOTAL (mes)
0,00		
0,00	70 días	0,00
0,00	70 días	0,00
		0,00

CAPÍTULO 10.- Gastos de explotación, comercial y financieros

Núm cuenta

12.01. Publicidad.

12.02.01. Material publicitario

12.02.02. Making off

(*) Laboratori, còpies, difusió.

TOTAL CAPÍTULO 12

COSTE JORNADA	TOTAL JORNADAS	COSTE TOTAL (mes)
0		0
0,00	9 días	0,00
0,00	9 días	0,00
		0,00