

TFG

ESTRATEGIAS DE FINANCIACIÓN DE UNA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y SU FASE DE PREPRODUCCIÓN.

Presentado por Julio Portillo Vega

Tutor: Fernando Javier Canet Centellas

Facultat de Belles Arts de Sant Carles

Grado en Bellas Artes

Curso 2018-2019



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

RESUMEN

El objeto de este trabajo fin de grado se centra principalmente en la investigación de las vías posibles, tanto públicas como privadas, para financiar una producción audiovisual. En concreto la producción objeto de financiación es un cortometraje de ficción, cuya producción se pretende que sea de carácter profesional de ahí la relevancia de la búsqueda de formas de financiación. A su vez, este estudio nos condicionará la fase de preproducción de este producto audiovisual, formando también parte de este trabajo académico.

PALABRAS CLAVE

Realización, Producción audiovisual, cortometraje de ficción, financiación, preproducción.

SUMMARY

The objective of this work focuses mainly on the investigation of possible ways, both public and private, to finance an audiovisual production. In particular, the production of financing is a fiction short film, whose production refers to the importance of finding financing ways. In turn, this study will condition the preproduction phase of this audiovisual product, also forming part of this academic work.

KEY WORDS

Filmmaking, audiovisual production, fiction shortfilm, financing, preproduction.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a mi hermana (actual estudiante de producción) por su ayuda y por toda información que me ha proporcionado referente a la producción audiovisual.

Por supuesto, también quisiera agradecer a mis padres por todo su apoyo estos últimos meses, pues sin ellos nada de esto hubiera sido posible.

Y por último quiero agradecer a mi tutor Fernando Canet, que me ha ayudado a orientar este trabajo de principio a fin. Gracias.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
1. OBJETIVOS	5
2. METODOLOGÍA	5
3. PLAN DE FINANCIACIÓN DE UNA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	6
4.1. FINANCIACIÓN PÚBLICA	6
4.1.1. Ayuda estatal	6
4.1.2. La ayuda autonómica	7
4.1.3. Con respecto a los formularios	7
4.2. FINANCIACIÓN PRIVADA.....	8
4.3. EL CROWDFUNDING	8
4.4. ESTUDIOS DE CASO	10
4.5. PLAN DE FINANCIACIÓN DEL PROYECTO	10
5. PREPRODUCCIÓN DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	11
5.1. “UNA FLOR MARCHITA” SINOPSIS.....	11
5.2. ORIGEN DE LA IDEA Y REFERENTES ARGUMENTALES.....	12
5.3. EL GUION LITERARIO.....	13
5.4. LOS PERSONAJES.....	13
5.5. LOCALIZACIONES.....	14
5.6. DESARROLLO VISUAL	14
5.6.1. Desglose de acciones	15
5.6.2. Guion técnico	15
5.6.3. El Storyboard	16
5.7. PLAN DE RODAJE	16
5.8. PRESUPUESTO.....	17
5.9. PLAN DE DIFUSIÓN Y PREVISIÓN DEL IMPACTO	19
6. CONCLUSIONES	20
7. BIBLIOGRAFÍA	22
8. ANEXOS	25

1. INTRODUCCIÓN

Este trabajo ha surgido como una consecuencia de la intención de realizar un proyecto audiovisual de manera profesional, pues la obtención de los medios técnicos y económicos que se requieren ha resultado ser un gran obstáculo. Lo más sencillo hubiera sido esquivar este obstáculo y hacer una producción amateur con los pocos recursos que de los que se disponen, sin embargo, se ha tomado la decisión de buscar un enfoque más práctico para este trabajo en el que se tratará de afrontar este campo laberíntico y burocrático, entenderlo y clarificarlo para conseguir la financiación necesaria con el fin de obtener un resultado satisfactorio y a la altura del panorama profesional.

En un principio este trabajo iba a estar basado en el proceso y realización de un cortometraje, siendo el cortometraje en sí el resultado final a presentar. Sin embargo, tener una buena idea no es suficiente para que esta sea realizada correctamente. Reflexión que impulsó la realización de este trabajo en un primer lugar. Cabe destacar que a lo largo de este trabajo subyace la intención de mostrar el salto del ámbito académico al ámbito profesional, y para ello se requiere de una financiación como base, siendo el plan de financiación y los contenidos creativos que este requiere, el objeto de este proyecto. Con el objetivo cambiado hacia la búsqueda de su financiación puede parecer que esto se desvía hacia otros campos menos relacionados con el arte de lo que se esperaría para un trabajo de final de grado en Bellas Artes, sin embargo, cabe mencionar que la parte creativa de la preproducción permanece intacta pues se requiere de ella para solicitar esta financiación. No hay que olvidar que todos y cada uno de los apartados de este proyecto están orientados a sacar adelante una obra artística completa, un cortometraje titulado “Una flor marchita”.

Mi experiencia personal en lo audiovisual hasta el momento se basa en la realización de 3 cortometrajes producidos de manera amateur y con un gasto mínimo. La calidad de estas producciones es la esperada teniendo en cuenta la falta de recursos y la poca experiencia en el sector. Para el siguiente cortometraje se ha querido subir el listón y se busca un acercamiento significativo a la industria audiovisual. Este trabajo será de gran ayuda para entender la verdadera magnitud de lo que significa realizar una producción profesional y sus dificultades que esta implica desde sus inicios. A su vez se espera que sea de utilidad para arrojar algo de luz a cualquier persona que quiera lanzarse con una producción audiovisual al mundo profesional y no sepa por dónde empezar.

¿Pero cómo lograr la financiación necesaria para llevar a cabo el proceso de realización de una forma profesional? Esta pregunta fue la que desencadenó este trabajo que se divide en dos partes fundamentales: La primera se basa en la búsqueda e investigación desde cero en lo referente a métodos de financiación para una producción audiovisual en España, en esta parte se contemplarán todas las opciones posibles de financiación y se constituirá un plan de financiación viable para esta obra. La segunda parte trata el trabajo de preproducción del cortometraje, preproducción que se desarrolla en respuesta a los requerimientos que se han recogido en la primera parte para la financiación del proyecto. Desde la escritura del guion hasta su presupuesto.

1. OBJETIVOS

Objetivo general 1. Estudio e investigación de las diferentes de formas para financiar un cortometraje de ficción.

Objetivo específico 1.1. Búsqueda de formas de subvención pública: Organismos públicos que puedan financiar un producto audiovisual (Cortometraje de ficción).

Objetivo específico 1.2. Búsqueda de formas de financiación privada: mecenazgos, televisiones, publicidad etc.

Objetivo específico 1.3. Encontrar formas alternativas de financiación online: Crowdfunding ¿Qué es y en qué consiste?

Objetivo específico 1.4. Una vez estudiada toda esta información trazar un plan de financiación concreto para el cortometraje que se quiere realizar.

Objetivo general 2. Realización los requerimientos obligatorios u opcionales necesarios para la obtención de estas ayudas.

Objetivo específico 2.1. Proceso de preproducción del cortometraje, desde la creación del guion literario hasta su presupuesto y presentación.

Objetivo específico 2.2. Desarrollo y análisis de la parte visual y conceptual de la historia.

Objetivos en el ámbito académico:

-Aprender sobre el mundo cinematográfico en España y su funcionamiento. Ganar conocimientos sobre la Preproducción audiovisual ampliando las aptitudes como productor, director y guionista.

-Mostrar el conocimiento adquirido en el ámbito artístico y audiovisual en estos últimos años en Bellas artes. Encaminar mi transición del ámbito educativo al profesional. También se busca la validez de este trabajo como futura carta de recomendación para el sector audiovisual.

2. METODOLOGÍA

La metodología de la primera parte del trabajo, formas de financiación, se ha desarrollado en su mayor parte mediante la investigación online, buscando y estudiando los diferentes métodos de financiación. Para las ayudas públicas se ha procedido a buscar en las páginas web de las diferentes instituciones (Cuyo territorio está vinculado de alguna forma con la creación del cortometraje a realizar) ayudas a la realización de proyectos audiovisuales. A su vez se han investigado casos similares que hayan tenido éxito anteriormente y que hayan hecho públicas sus estrategias de financiación.

Para la segunda parte, proceso creativo, se realizó una investigación bibliográfica y videográfica que ayudase a establecer un acercamiento a la metodología aplicada en este tipo de producciones. Para esta parte también se buscaron ejemplos de obras concretas que han sido utilizadas como referentes.

3. PLAN DE FINANCIACIÓN DE UNA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.

4.1. FINANCIACIÓN PÚBLICA

Según se ha podido ver en diferentes estudios de caso, optar a subvenciones públicas para la realización de proyectos audiovisuales es algo bastante común en España. Para buscar estas ayudas se ha realizado una búsqueda online para dar con las páginas oficiales de las instituciones que puedan ofrecer este tipo de subvenciones públicas en la realización de cortometrajes. Estas pueden ser del Ministerio de Educación y Cultura, Comunidades autónomas, diputaciones, ayuntamientos etc. De entre todas se seleccionaron dos principales instituciones públicas compatibles entre sí:

4.1.1. *Ayuda estatal*

Del ministerio de Cultura y Deporte. Gestionada por el ICAA (Instituto de Cinematografía y Artes Audiovisuales). Se ha procedido a una lectura de su convocatoria. El lenguaje burocrático de estas instituciones puede resultar algo tedioso para el estudiante medio. Por eso se debe leer detenidamente apartado por apartado para no incumplir ningún requerimiento. Haciendo un breve resumen, la información más destacada de dicha resolución es la siguiente:

-La cuantía máxima de la ayuda será de 30.500 euros por proyecto, sin que dicho importe pueda superar el 75% del coste que en su día sea reconocido del cortometraje por el ICAA.

-Se debe emplear el lenguaje en V.O. Y debe tener alguna de las lenguas oficiales españolas.

-El Rodaje y postproducción debe realizarse en territorio español.

-Se solicita un guion, una sinopsis y una memoria de la película.

-Se solicita un presupuesto y un plan de financiación razonado y documentado.

-Una ficha técnico-artística del proyecto.

-Se deben proporcionar los datos y declaraciones oficiales de las distintas partes participativas del proyecto.

-Los criterios de selección son por puntos. Lo que más se puntúa es lo siguiente:

- La calidad y el valor artístico del guion (55p)
- La viabilidad de proyecto (20p)
- Un buen plan de financiación (12p)
- Presupuesto y su adecuación al proyecto. (8p)

En su sitio web se proporcionan todos los formularios oficiales a rellenar con respecto al proyecto que se va a realizar. Dichos formularios solo se podrían completar tras una preproducción trabajada, pues se aseguran de que se de

toda la información clave que haría falta para empezar la producción del cortometraje.

4.1.2. *La ayuda autonómica*

Cada comunidad autónoma tiene sus diferentes requisitos. En este caso inicialmente se buscaron las ayudas públicas existentes dentro de la Comunidad Valenciana (ya que el cortometraje se pretende grabar en territorio valenciano) y resultó tener ciertos requerimientos básicos que no se iban a poder cumplir como el hecho de ser valenciano o estar empadronado en la Comunidad Valenciana. Al no ser este el caso se procedió a buscar la convocatoria en la comunidad de Extremadura (donde se está empadronado). Por eso mismo se recurrió a la ayuda autonómica de Extremadura, que resultó ser menos exigente que la valenciana, como por ejemplo no se tiene por qué grabar enteramente en territorio extremeño si existe alguna escena grabada dentro de Extremadura. Y el resto de los requerimientos son en su mayoría los mismos que se solicitan en la ayuda nacional del ICAA incluso menos.

4.1.3. *Con respecto a los formularios*

Según se ha podido comprobar, tanto la ayuda autonómica de Extremadura como la estatal, tienen sus propios formularios a rellenar, ambas solicitan información relativa a la preproducción del proyecto (guion, plan de financiación, plan de rodaje, sinopsis etc.) y ambas requieren una financiación privada previa por parte de alguna empresa.

En lo referente a las convocatorias, el lenguaje burocrático de estas instituciones puede resultar algo confuso. Por eso se ha leído detenidamente apartado por apartado para no incumplir ningún requerimiento.

Para hacer un corto de manera legal y oficial, lo primero de todo es que el cortometraje sea llevado a cabo bajo la representación de una productora registrada como empresa, de lo contrario no se podrá redactar ningún contrato. Al ser algo que depende de factores externos este paso queda al margen de este trabajo, pues se pretende resolver más adelante.

Reclamar estas ayudas no es sencillo, pues exigen el cumplimiento de ciertas condiciones que limitan la libertad del proyecto en algunos aspectos (el tiempo de rodaje, la paridad de género en el equipo, las localizaciones, etc.) y trabas burocráticas que exigen garantías legales que confirmen la veracidad del proyecto (contratos internos con el ámbito privado, documentación personal e información del cortometraje como tal).

Los formularios se han rellenado de manera parcial y provisional. Pues a pesar de haber realizado el trabajo de preproducción hay cierta información que aún no puede ser concretada debido a que hay partes que dependen de factores externos que se planificarán en fechas más cercanas a la realización y por lo tanto los formularios no serán enviados. A parte de la representación de una empresa privada (para la que se han utilizado un nombre falso de manera provisional), Se piden los nombres y DNI de los participantes, casillas que se han dejado vacías al no haber comenzado el proceso de búsqueda y contratación de los profesionales. Se ha utilizado la información de algunos servicios de producción sin haberla contratado.

4.2. FINANCIACIÓN PRIVADA

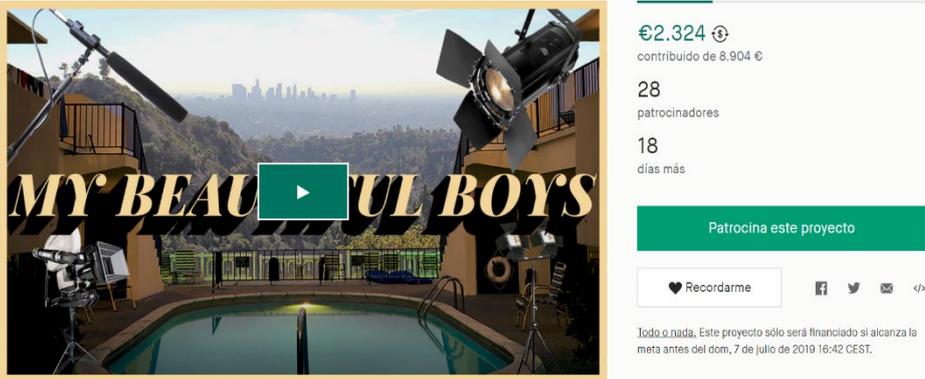
Existen múltiples métodos y estrategias diferentes a las que optar para conseguir financiación privada. Las principales vías de financiación privada son:

Aportaciones de empresas como pueden ser las televisiones u otras productoras audiovisuales. Se conoce que existen algunas empresas productoras que pueden ofrecer financiación privada para la realización de cortometrajes. Sin embargo, puede tratarse de obras por encargo menos personales o de proyectos afines a unos intereses concretos que anularían o limitarían la libertad creativa de la obra original en busca de beneficios económicos o publicitarios.

Si su fin es meramente artístico, en la mayoría de los casos se trata de una inversión que no se recupera, y esto es algo que las empresas conocen por lo que hay pocas posibilidades de que se encuentre su apoyo económico incondicional. Al ser esta opción tan irregular e impredecible, un plan de financiación privada completa queda descartada del proyecto.

Sin embargo, la ayuda parcial por parte de alguna empresa es algo necesaria para solicitar las ayudas públicas según las convocatorias leídas anteriormente, por lo que se comenzará una búsqueda para encontrar apoyo económico privado posterior a este trabajo.

4.3. EL CROWDFUNDING



€2.324 ⁺
contribuido de 8.904 €

28
patrocinadores

18
días más

Patrocina este proyecto

Recordarme

Todo o nada. Este proyecto sólo será financiado si alcanza la meta antes del dom, 7 de julio de 2019 16:42 CEST.

Nuestros favoritos Cortos Brooklyn, NY

1. Captura de pantalla de la campaña de crowdfunding del cortometraje *Beautiful boys* en kicstarter. (2019)

Si no se es capaz de encontrar un patrocinador, siempre estará ahí la alternativa de la autofinanciación basada en los recursos que seamos capaces de generar entre nuestro círculo de familiares, amigos y colaboradores ofreciéndoles una participación en el proyecto. Para que el proyecto cooperativo salga adelante es necesario que estén claras las condiciones para participar en él y la función de cada uno de los participantes.

Este tipo de financiación ya se ha llevado a cabo con anterioridad, pues el apoyo de familiares y amigos es el principal apoyo económico cuando se trata de producciones amateur que fueron realizadas gracias a una serie de favores gratuitos o con una inversión mínima como compensación por ellos. Sin

embargo, no sería posible sacar adelante este trabajo únicamente mediante la autofinanciación, pues pasa a ser una inversión económica más seria.

Si se construye un buen círculo de posibles inversores y se tiene presencia en las redes sociales la mejor opción es el micromecenazgo o crowdfunding que consiste en la recaudación de fondos basándose en la cooperación colectiva. Para ello, se utiliza Internet ya que es la herramienta con la que es más fácil llegar a más gente. La unión masiva de inversores disminuye el riesgo de pérdidas ya que permite aportar cantidades reducidas. Así los proyectos se financian mediante la emisión de valores y participaciones, así, la capacidad de convencer a los posibles inversores acerca de la viabilidad del proyecto depende de los promotores de este. Hay que tener en cuenta es que toda campaña tiene una fecha límite pues se pide establecer un límite de tiempo para la recaudación. Si la cantidad no se consigue en este tiempo, el dinero será devuelto a sus inversores y la campaña habrá sido en vano.

Por lo que se ha podido comprobar en algunos estudios de caso, los requerimientos de este tipo de financiación con respecto al proyecto son totalmente libres ya que son los inversores a los que se tiene que convencer. Si la idea es mala o está mal expuesta la campaña no sirve para nada. Únicamente hay que registrarse y comenzar a diseñar la página. Sin embargo, hay una serie de cosas para tener en cuenta que influyen en que una campaña tenga éxito:

Dado que gran parte del éxito de esta forma de financiación consiste en la publicidad que se da al proyecto, las plataformas de financiación colectiva más importantes en la actualidad tienen su lugar en Internet, tanto por su alcance multitudinario como por su bajo costo. Kickstarter, Verkami e Indiegogo son las plataformas de microfinanciación más conocidas. En estas páginas hay una gran cantidad de proyectos y el éxito de una campaña consiste en destacar sobre las demás. Una vez se ha realizado un estudio de mercado se continúa con una estrategia de marketing acorde a este estudio.

Hay que llamar la atención de los inversores desde su primer vistazo, un cartel, un video promocional, una buena sinopsis, información sobre la idea, el equipo, las localizaciones, el reparto. Según se ha observado en páginas como Kickstarter las campañas de para cortometrajes que más salen a delante son las que más información dan de una manera visual y entretenida. Es importante transmitir la ilusión en el proyecto y voluntad de realizarlo. Debe transmitir un mensaje emotivo con convicción, claridad y profesionalidad.

Al mismo tiempo siempre es favorable incentivar al inversor con algún detalle simbólico que transmita un trato de favor por su inversión y la mayoría de las campañas que se han estudiado ofrecen una lista de detalles con el proyecto según el donativo que se esté dispuesto a pagar. Desde un poster firmado, hasta una invitación al estreno con el equipo de la película.

Cuanto más patrocinadores se consigan mayor será la difusión por lo que esto ayudará a que ya no sean solo los promotores los que tengan que difundir el proyecto a través de los medios, sino que las voces de todos van a ayudar obtener una mayor repercusión. Los patrocinadores que invierten te aportan su dinero de un modo altruista con la esperanza en que tenga un buen resultado, y a cambio se les ha de proporcionar la satisfacción de haber participado en algo que merece la pena.

4.4. ESTUDIOS DE CASO



2. Cartel del cortometraje *la Victoria de Úrsula*, de Nacho Ruipérez y Julio Martí.

La campaña de crowdfunding del Largometraje “censurada” de Mario Garza es un ejemplo de una buena presentación, provee toda la información que pueda interesar a un inversor transmitiendo emotividad e ilusión, y su estrategia de difusión ha funcionado pues hasta la fecha han recaudado más de 70.000\$. Hay que tener en cuenta la experiencia y profesionalización en el mundo del cine del equipo y reparto, pues esto incrementa la confianza del inversor en un buen resultado.

Otro ejemplo de campaña en que sigue en activo hasta la fecha es el cortometraje mexicano “Jauría” de estudiantes del Tecnológico de Monterrey, que estaría dirigido por Gerardo Huerta. Este es un ejemplo más moderado ya que el presupuesto es menor, pero cuenta con mucho apoyo, y su video de presentación es muy atractivo, se hace ameno y apelan a lo emocional.

La estrategia de la productora Katraska, para financiar su cortometraje “Los comensales” Dirigido por Diana M. Acosta, que además de utilizar las subvenciones habituales del ICAA, las fundaciones y empresas buscaron la solidaridad de sus amigos y contactos en las redes sociales a través de la página web Kickstarter donde se podían ver detalles del proyecto y ver algunas imágenes rodadas previamente a modo de tráiler para tener una idea del look que quieren para esta historia y por supuesto para demostrar al posible patrocinador que son capaces de hacer algo interesante. Especializada en apoyar económicamente iniciativas personales. Se proponen como objetivo conseguir una cantidad concreta en un tiempo determinado y, si llegada la fecha no lo consiguen, pierden todas las donaciones. En este caso lograron recaudar 5000 dólares en un tiempo límite de 45 días.

“La Victoria de Úrsula”, dirigido por los valencianos Julio Martí y Nacho Ruipérez antiguos estudiantes de la UPV, crearon la campaña “Apadrina un frame” para financiar la postproducción de su cortometraje. Esta recaudación era algo de valor simbólico y todas las personas que hacían su aportación, se convertían en propietarias de un fotograma del cortometraje, y terminaron participando económicamente en los beneficios económicos que generase la obra.

4.5. PLAN DE FINANCIACIÓN DEL PROYECTO

Habiendo estudiado las posibles variables, se ha procedido a concretar una propuesta de plan de financiación para el cortometraje que se pretende realizar:

En relación con todo lo expuesto en la primera parte de este trabajo, el plan de financiación más viable es la combinación de dos ayudas públicas (combinación posible siempre y cuando la ayuda pública total no supere el 70% del presupuesto). Por lo que a la ayuda estatal del ICAA se le sumará la ayuda autonómica de la comunidad de Extremadura, (en las que se piden más o menos los mismos requisitos) A cada una de estas ayudas se les solicitará el 35% del presupuesto total, juntando entre ambas un 70% de la financiación del cortometraje.

A estas ayudas se les une el lanzamiento de una campaña de crowdfunding en la que se llevará a cabo una recaudación de fondos del 30% del presupuesto

total. Para la campaña se realizará una ficha de presentación completa y atractiva en la plataforma Kickstarter, se contará con la ayuda de familiares y amigos, y la difusión en redes de manera programada. Cualquier mención o reseña es publicidad gratuita que servirá para atraer posibles inversores y la atención de futuros espectadores.

5. PREPRODUCCIÓN DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Los requerimientos generales para solicitar estas ayudas son en su mayoría parte de la preproducción, que es donde se define que es lo que se quiere hacer y qué es lo que se necesita para poder realizarlo. En este caso nos centraremos en las partes de la preproducción necesarias para conseguir la financiación que se ha propuesto, es decir, lo requerido para las ayudas públicas y lo que se ha planificado de manera opcional para promocionar el proyecto en la campaña de crowdfunding. Todos los objetos de preproducción se encuentran en los anexos.

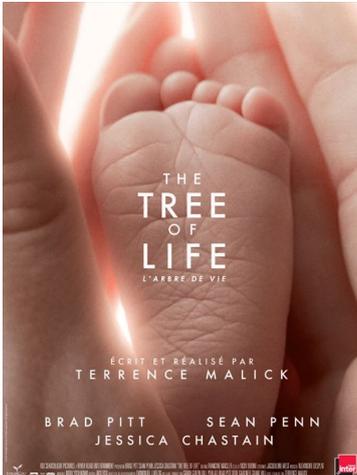
5.1. “UNA FLOR MARCHITA” SINOPSIS

Tanto para la subvención pública como para el crowdfunding hace falta una sinopsis que explique en un resumen de que va la historia. Esta va dirigida tanto para el posible inversor como para el futuro espectador, por eso es una pieza clave en la promoción del producto. No solo tiene que resumir la historia, también tiene que generar interés para leer el guion (en el caso del inversor) o para ver el metraje (en el caso del espectador). Para ello, la sinopsis de “Una flor marchita” se guarda información referente al desenlace, con la intención de ser enigmática acorde con el espíritu de la propia historia.

-Sinopsis: Marc, un escéptico profesor de instituto, es llamado por Diego, su amigo de la infancia, para reencontrarse años después en los campos donde solían jugar de niños. Diego guía a Marc por aquel árido terreno tratando de hacerle recordar el lugar donde enterró un supuesto tesoro para su amigo, sin embargo, este lo ha olvidado todo. La única prueba que tienen de este tesoro es un viejo mapa que el propio Marc dibujó siendo un niño. Esta experiencia se convertirá en una última prueba de fe, llena de contradicciones que los llevará al recuerdo de algo que no quiere ser recordado.

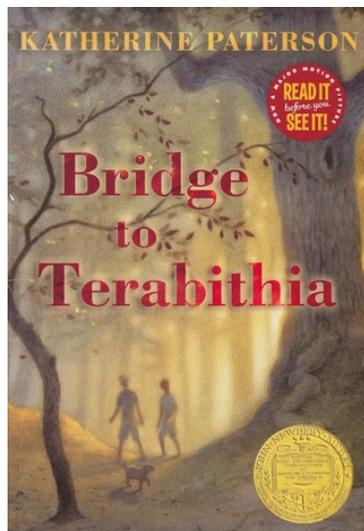
Para este apartado se ha utilizado como referente el libro “Salva al gato” de Blake Snyder, En el que explica algunas de sus estrategias para presentar las ideas argumentales de sus guiones de una manera atractiva para los ojos de un posible inversor, estrategias que se aplican posteriormente a la escritura del propio guion. Entre ellas, explica la importancia de tener una buena premisa, y una sinopsis atractiva antes incluso de haber escrito el guion.

5.2. ORIGEN DE LA IDEA Y REFERENTES ARGUMENTALES



3. Cartel de *el árbol de la vida* de Terrence Malick (2011).

4. Portada del cortometraje *backstory* de Joshchka Laukeninks (2016).



5. Portada de *Un puente hacia Terabithia* de Catherine Paterson (1997).

El origen de la idea argumental se basa en una experiencia personal y partiendo de ella se propusieron una serie de condiciones a cumplir y sobre las que trabajar. El argumento busca emocionar al espectador a pesar de la corta duración, despertar tristeza, curiosidad y nostalgia y proponer espacio para la reflexión sin dejar de entretener. En su construcción han sido de gran ayuda las obras de distintos autores que comparten una línea emocional y/o una temática similar a la que se pretende alcanzar en el cortometraje.

-Referentes cinematográficos: “El árbol de la vida” de Terrence Malick, esta película con su magnífica expresión visual y poética trata el tema de la infancia y de su trascendencia en la edad adulta.

“Boyhood” de Richard Linklater también tiene su influencia en el argumento de la historia ya que es el ejemplo perfecto para mostrar la idea del paso del tiempo en el cine (un concepto sobre el que “Una flor marchita” trabaja).

El cortometraje de Joshchka Laukeninks “BACKSTORY” en el que se nos resume la vida de una persona anónima con la peculiaridad de no mostrar su rostro, lo que logra que el espectador se sienta identificado con el protagonista rápidamente. Este impactante cortometraje consigue emocionar y hacer reflexionar al público en menos de 7 minutos, es un buen ejemplo a seguir.

-Referentes literarios: También existen referentes literarios en los que el proceso creativo se ha estado apoyando. La novela “Un puente hacia Terabithia” de Katherine Paterson (también adaptada al cine) se puede encontrar otra idea clave, la imaginación y el espíritu aventurero que se tiene en la niñez y sus constantes choques con la realidad. En esta novela se manifiesta muy bien la búsqueda de un final emotivo, triste, pero con un buen sabor de boca, Algo que se trata de buscar en “una flor marchita”. El famoso cuento infantil “El árbol generoso” de Shel Silverstein surte el mismo efecto emocional.

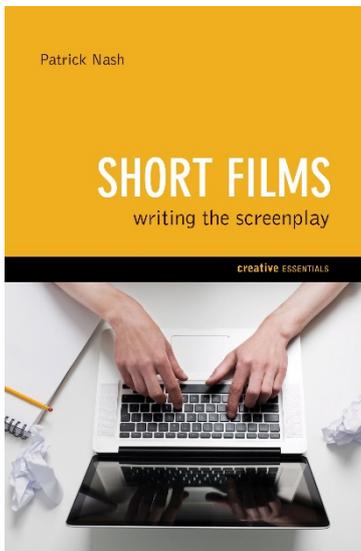
5.3. EL GUIÓN LITERARIO

El guion de “Una flor marchita” (que se puede encontrar en el anexo) ha tenido 5 borradores, finalmente cuenta con 10 páginas que se traducen en aproximadamente 10 minutos de duración en metraje.

En cuanto al estilo de escritura, según se ha podido comprobar por estudios de caso, algunos abogan por un estilo parco como puede ser el caso del guion de “La Caja 507” película de 2002 dirigida por Enrique Uribizu que tiene un estilo sencillo y meramente descriptivo, sin embargo, hay otros que además de esto persiguen transmitir emociones, como puede ser el guion de “Los lunes al sol” de Fernando León de Aranoa, en el que se permite un lenguaje que puede rozar lo poético, repleto de adjetivos y acotaciones para el reparto. Para escribir el guion de “una flor marchita” se ha optado más por lo primero, un estilo meramente descriptivo que facilita el rodaje. Su escritura ha contado con la influencia de libros sobre guion que han ayudado a estructurar la idea. También se pidieron opiniones concretas que ayudaron a identificar y corregir errores argumentales o de fluidez en el diálogo. El resultado de todo esto terminara con el guion original de “Una flor marchita” ya pulido y en limpio para sacar a la luz. (ANEXO)



6. Cartel de *Los lunes al sol* de Fernando León de Aranoa (2002)



7. Portada del libro *Short Films: writing the screenplay* de Patrick Nash (2012).

Referentes literarios: Para la escritura del guion se han tenido en cuenta bases estructurales y argumentales sugeridas por Robert McKee en su libro “El Guion: sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones” que es considerado como uno de los libros con mayor reconocimiento mundial entre guionistas noveles para la escritura de guiones, en él, define básicamente todo aquello que hace que un guion destaque por encima de los demás. Como la construcción de personajes.

El libro “Short films: writing the screenplay” de Patrick Nash enseña las claves para escribir guiones para cortometrajes, sirviendo de guía a lo largo de todo el proceso de creación, desde el inicio de la idea hasta el borrador final. A su vez proporciona entrevistas a directores ganadores de premios y unos cuantos guiones ganadores que sirven como ejemplos concretos a seguir.

“Cómo consigue Len Blum que Hollywood pase sus páginas” Artículo escrito en marzo de 2006 por Alex Vachon. En el que explica una serie de estrategias aplicadas a los guiones de Len Blum (guionista de comedia) para que el ojo del lector continúe leyendo. Se han recogido algunos de sus consejos sobre estrategias que modifican la manera de escribir para tratar de amenizar la lectura y enganchar al lector. Todo ello incentivando el interés por la obra, lo que sirve de gran ayuda cuando se trata de captar inversores.

5.4. LOS PERSONAJES

El desarrollo de los personajes protagoniza una parte bastante esencial en la obra. El guion nos habla de una evolución, de la niñez a la adultez para posteriormente volver de la adultez a la niñez. Para entender esto se ha planteado la vida resumida de cada personaje, junto con una descripción física y de carácter. Se cuenta únicamente con dos personajes protagonistas, y no solo eso, se trata de los únicos personajes que aparecen. Por eso mismo, tienen que

estar claros desde el minuto uno, su personalidad, su historia personal y su evolución dentro y fuera del guion. Toda la información que no va a ser mostrada en el metraje será utilizada por los actores para su interpretación. (ANEXO).

5.5. LOCALIZACIONES



8.Izquierda: Fotografía del Parque natural de Chera-Sot de Chera (Valencia)

En el guion existen únicamente dos localizaciones, la más importante es la primera en la que se desarrolla el 90% del cortometraje. Para la localización se buscaba un terreno árido y rocoso, pero con algo de vegetación propia de terrenos secos. Tras una larga búsqueda online utilizando Google Maps donde se pueden ver fotografías tomadas de cada terreno, se fueron apuntando los diferentes terrenos que se encuentran cerca de la ciudad de Valencia. Utilizar Google Maps como herramienta facilitó enormemente la búsqueda, pues supone el ahorro de muchos viajes improductivos a la hora de elegir localización e ir descartando todas aquellas que no cumplan con las expectativas del guion.

Finalmente se terminó eligiendo el Parque Natural Chera-Sot de Chera. Un paisaje mediterráneo situado cerca de Requena que cumple todos los requisitos escenográficos que el guion exige. Es un lugar rocoso con zonas de gran altura y muy estético a nivel escenográfico.

La segunda localización es en un cementerio que únicamente es necesario para la escena final, esta localización aún no se ha concretado, pero por el momento se tiene en cuenta el hecho de que debe ser un cementerio de Extremadura, ya que se pretende optar a la subvención de la comunidad autónoma en la que se estipula que una parte del metraje tiene que ser grabado en territorio extremeño.

5.6. DESARROLLO VISUAL

Desarrollar este apartado ha servido para hacerse una idea más completa del como quedara el metraje completo. La realización de este apartado contribuye a uno de los requisitos que es la presentación de un plan de rodaje, pues para ello hace falta el guion técnico previamente desarrollado, cada toma de cada escena es importante para el orden cronológico que se le dará al proceso de

rodaje. Para planificar el elemento visual de “Una flor marchita” se han llevado a cabo los siguientes pasos:

5.6.1. Desglose de acciones

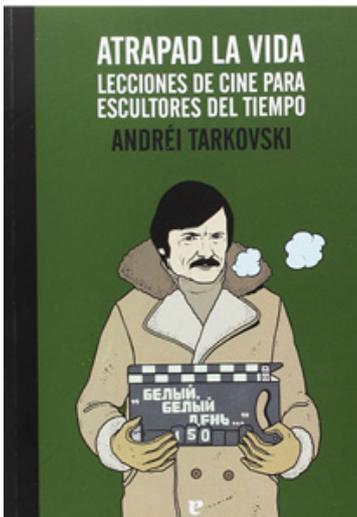
Como primer paso, Trabajando sobre el guion se han desglosado y enumerado todos los elementos y acciones visuales que llevan a cabo los personajes dentro de la historia, todo lo que hacen y dicen y todo lo que se describe se plasma de manera cronológica en una lista (incluidas las líneas de dialogo) de este modo se recoge todo lo que debe ser grabado, eliminando todo aquello secundario que no influye en lo visual.

5.6.2. Guion técnico

Para “Una flor marchita” la selección de planos va evolucionando conforme va avanzando la historia, al principio la mayoría de los planos son generales, planos fijos desde lejos y algún plano continuo que no deja de dar importancia al paisaje árido y desértico que transitan los personajes. El ritmo al principio es sobrio y silencioso, el sonido ambiente es fundamental para crear esa atmosfera, pobre y triste. Según van avanzando los personajes se les empieza a dar más importancia visual, por lo que comienzan a darse mayor cantidad de planos cortos, planos detalle, incluso algún plano en primera persona, pero manteniendo el equilibrio, y la estabilidad del inicio.

Llegados al tercer acto como clímax de la historia, tiene una fotografía de planos en movimiento, planos detalle y velocidad, los planos dejan de ser tan perfectos y estáticos, la duda y el enfrentamiento de los personajes se verán reflejados en la fotografía. El final de la historia se vuelve a estabilizar, pero ahora desde un punto de vista más personal de Marc, dando a entender que ha recuperado la paz interior y el equilibrio. En resumen, la fotografía de “Una flor marchita” es va acorde con el ritmo y los giros que toma la historia, que va del orden al caos para finalizar de nuevo con el orden, evitando los cambios bruscos, la intención es utilizar esta progresión de una manera sutil y gradual, manteniendo siempre el denominador común que es la esencia fotográfica elegida para el cortometraje en general.

“Lecciones de cine para escultores del tiempo” de Andréi Tarkovski es un libro más personal que técnico, sin embargo, ha proporcionado gran ayuda orientativa a la visión general del cortometraje, sobre todo para la primera parte del guion (más sobria). Pues si se toman como ejemplos las atmosferas que el director ruso logra crear para sus películas, es sin duda un referente a seguir (ese realismo sin ficción añadida). Este libro se dirige a aquellos que quieren saber cómo se hace, desde dentro y sobre el terreno, una película entendida como una obra de arte desde su punto de vista. Y lo utilizo como ejemplo de lo visual por que explica las teorías en las que el director se basa para construir estas atmósferas.



9.Portada de *Atrapad la Vida: lecciones de cine para escultores del tiempo* por Andrei Tarkovski.

5.6.3. El Storyboard



10. Arriba: Dos viñetas del storyboard de *Una flor marchita*. (2019)

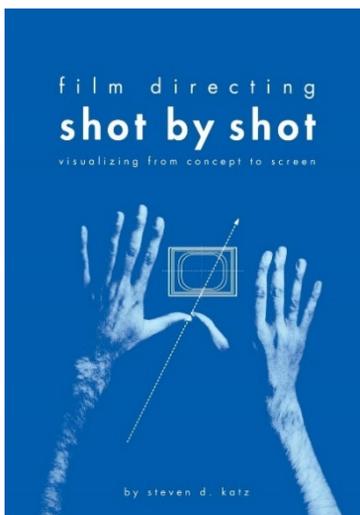
11. Arriba Izq: Una viñeta del storyboard de *Blade Runner*



El Storyboard es orientativo, el dibujo tiene la suficiente precisión para alcanzar una visión más clara del proyecto, utilizando lápiz y rotulador negro se consigue una técnica sobre todo expresiva y que a su vez da indicaciones sobre la iluminación, utilizando como ejemplo el Storyboard de *Blade runner* por Sherman Labby. Además, que el dibujo también tiene sus límites, los planos no son idénticos y el resultado seguramente tendrá sus diferencias con el material captado por la cámara durante el rodaje, pero lo que más interesaba de este Storyboard es la aproximación a lo visual de una manera más cercana y fácil de entender. Y en ese aspecto el resultado es satisfactorio.

Cabe mencionar el valor artístico de esta pieza como guion ilustrado, por ello será fotocopiado y regalado como incentivo junto con el guion, para aquellos inversores que se decidan a participar en la campaña de crowdfunding.

Como referente bibliográfico para la creación de este Storyboard se ha cogido gran influencia del libro "Shot by shot" de Steven D. Katz que muestra y explica los diferentes estilos visuales y técnicas, ocupando gran parte la representación gráfica de planos de cine en storyboards y para ello expone una gran recopilación de fragmentos de storyboards profesionales que utiliza como ejemplos de planos a lo largo del libro.



12. Portada del libro *Shot by shot* de Steven D. Katz (1991).

5.7. PLAN DE RODAJE

Una vez hecho el guion técnico se ha realizado un plan de rodaje aproximado, agrupando y clasificando las escenas según las características de cada uno teniendo como principal prioridad la economía tanto del tiempo por las horas de luz natural como del gasto económico que supone (que en un rodaje viene a ser lo mismo).

Este plan de rodaje no sería definitivo y se ha simplificado, dado que todavía quedan una gran cantidad de elementos determinantes que se conocerán una vez el proyecto salga adelante. Pero nos da una importante aproximación sobre los días que harán falta para grabar el metraje completo y se podría llevar a cabo un cálculo aproximado del presupuesto.

El plan de rodaje debe ser desarrollado con un margen de error, teniendo en cuenta que surgirán imprevistos, tales como las condiciones climatológicas o de iluminación ya que el cortometraje se grabará enteramente en exteriores aprovechando la luz natural. Por el momento se ha establecido un mínimo y un máximo de días de rodaje, que se comprenderá entre 7 y 10 días. Este resultado se ha basado en el número de escenas, su complicidad técnica y artística y en el uso de la luz natural según la hora del día (procurando evitar los cambios de luz en él metraje). Este guion tiene tres escenas por la mañana, dos por la tarde y una por la noche, escenas que se han dividido y distribuido entre estos 7 días acorde con los parámetros previamente mencionados y que se apoyan en la media de entre 3 y 4 minutos de metraje por día de rodaje.

5.8. PRESUPUESTO

Para calcular el presupuesto de manera legal se han encontrado dos maneras posibles de financiar un cortometraje, por lo que se han calculado dos presupuestos a modo de ejemplo cuya diferencia se ha basado en una estrategia diferente en el pago de los salarios:

No ha sido fácil encontrar información al respecto o ejemplos de cortometrajes presupuestados de manera oficial, y esto se debe a que la mayoría de los cortometrajes buscan el gasto mínimo, y para ello según los estudios de caso la mayoría de las veces se terminan buscando favores y rebajas fuera de los contratos oficiales.

Cumpliendo con lo legal, el primer presupuesto realizado es el que más se ajusta a los costes reales de una producción, pero al mismo tiempo el más costoso, El presupuesto calculado es de 9.800 euros brutos aproximadamente. El cálculo es una aproximación, la mayor parte del presupuesto se establece conformado los sueldos que junto con las dietas y el alojamiento suman alrededor de 5000 euros. El cálculo se ha realizado de la manera más fiel posible a lo que supondría la contratación de profesionales con una remuneración mínima utilizando como referente la tabla salarial de técnicos audiovisuales del 2017 dispuesto por el Ministerio de Empleo y a la tabla de tarifas mínimas de actores en lo audiovisual de 2019 Dispuesta por la Unión de Actores y Actrices. Y es este cálculo de presupuesto el que se ha utilizado para rellenar formularios. Con la intención de reducir costes se ha previsto que varios cargos sean desempeñados por una misma persona, por lo que el personal debe estar cualificado para trabajar en más de un ámbito. De acuerdo con esto se prevé que el ayudante de producción también desempeñe el trabajo de script, que el director artístico se ocupe del decorado, el vestuario y el maquillaje, que el director de fotografía sea el operador de cámara y que el director se ocupe del montaje y de la postproducción de video de igual modo que el sonidista debería

estar capacitado para llevar cabo la postproducción de audio necesaria. Este presupuesto se ha realizado en los formularios del ministerio de cultura.

Sin embargo, en un cortometraje muy raramente se paga ese dinero a sus empleados. Pues existe otra manera legal para pagar menos basada en la Capitalización del salario. Consiste en pagar algo "simbólico" a los empleados, una cantidad menor a la estipulada como sueldo mínimo. No se deja de pagar la seguridad social, pero el resto de lo que se debería cobrar queda en un acuerdo contractual en el que cada empleado invierte ese porcentaje restante de su sueldo en la realización del cortometraje. Parte que todos cobrarían cuando la obra final genere beneficios (en el caso de que los genere). Es un camino legal en el que todos ganan/pierden. A alguien que tiene que cobrar 1000, se le puede retener parte del sueldo y pagarle 500 o lo que se crea conveniente. Por lo que se necesitaría redactar modelos de contrato en los cuales se estipulase que el personal recibiría un porcentaje del futuro beneficio. Con estos contratos el gasto se puede reducir en gran medida y gracias a esto el cortometraje se puede permitir la contratación de más personal técnico. Este segundo presupuesto se ha calculado en los formularios del ayuntamiento de Extremadura y suma 7.900 euros aproximadamente (Incluyendo la contratación de más técnicos) por lo que la rebaja en el precio es considerable. Finalmente se escogerá este como el presupuesto final.

En lo referente al equipo y material a utilizar el presupuesto es inamovible, las comisiones de cine proporcionan casi toda la información necesaria al respecto, en este caso se ha consultado a Valencia Film Office. Tienen directorios de empresas de alquiler de material y de contratación de servicios de rodaje y postproducción. Según se ha podido comprobar el alquiler diario de una cámara de cine de calidad junto con sus accesorios constituye un alto gasto con respecto al presupuesto total del cortometraje, y esta es la parte del presupuesto donde resulta más difícil abaratar costes. Es por ello que gran parte del presupuesto va destinado a un buen equipo. La elección de la cámara responde a una cámara digital de alta calidad como la Red One. Dado que aún no hay fechas de rodaje no se han podido consultar con exactitud los presupuestos, sin embargo, se ha sacado una media de lo que supondría el alquiler de material y es que hay empresas que ofertan kits de rodaje algo más asequibles. Para calcular el presupuesto del alquiler del material la empresa de Barcelona Aclam Rental oferta diferentes paquetes con todo tipo de precios, el presupuesto de este cortometraje se ha calculado utilizando el kit de una Red Scarlet-W por alrededor de 400 euros al día al que se suman ofertas de días extra y un precio más barato los fines de semana. El equipo de sonido principal puede alquilarse por 50 euros al día al igual que una unidad de iluminación ascendería a 180 euros. Teniendo en cuenta todo esto y redondeando precios, el material de rodaje suma los 3000 euros aproximadamente por una semana de rodaje.

5.9. PLAN DE DIFUSIÓN Y PREVISIÓN DEL IMPACTO

Paso necesario para el Crowdfunding, es necesario dar a los inversores la información necesaria con respecto al proyecto, no solo de lo que trata y como se llevara a cabo sino una previsión del impacto del mismo, es decir, información acerca del futuro del cortometraje una vez sea realizado. Y las ideas al respecto son claras.

Antes de nada, se enumeraría un listado con los festivales nacionales e internacionales que permiten a la presentación de la obra en otros certámenes, se utilizarían las plataformas creadas para la distribución de cortometrajes en festivales, tales como Filmfreeway o Festhome, para poder ser presentado a tantos concursos como sea posible y así aumentar la posibilidad de recibir premios. Luego se le añadirá un tiempo de espera que puede variar según los concursos a los que se haya presentado.

Según algunos blogs de opinión es una circunstancia habitual que el proyecto llegue a la fase de distribución sin que nadie sepa nada de él y no despierte el más mínimo interés. Por ello, es importante comenzar con la promoción y la difusión del proyecto incluso antes de que éste dé el primer paso. La irrupción de las redes sociales que han facilitado la capacidad para conectar entre creadores y espectadores finales. Se tratará mantener una relación con algunos medios de comunicación y líderes de opinión dentro del sector (periodistas, bloggers, youtubers o personalidades de cierta relevancia en redes).

Pasada esta fase se procedería a distribuir el cortometraje en los principales servidores de la red, empezando por YouTube y Vimeo. Una vez hecho público se buscaría su mayor nivel de virilidad posible en redes. Se intentaría conseguir el apoyo mediático de gente influyente, tanto personalidades del cine como influencers basándonos en sus niveles de audiencia". Los medios de prensa escrita y televisivos quedarían excluidos del plan de difusión por el elevado coste de los espacios publicitarios. Se considerarán los medios locales siempre y cuando se tratase de una publicidad gratuita o de bajo coste.

6. CONCLUSIONES

Este trabajo no ha sido sencillo, ni era lo que hubiese querido hacer unos meses atrás, sin embargo, es algo que se tendría que hacer tarde o temprano. Pues para que exista esa producción deseada se necesita del paso previo y de ahí el origen de esta memoria y su importancia.

Hablando desde un punto de vista más personal, como autor de este TFG he utilizado este trabajo para sobrepasar numerosos obstáculos que como artista tiendo a evitar centrándome únicamente en la parte creativa, como puede ser el mundo burocrático o el hecho de responsabilizarse de un dinero basado en inversiones ajenas. En este trabajo espero haber clarificado el mundo de la financiación para todos aquellos que estén en la misma situación que yo y quieran realizar un cortometraje profesional desde cero. De lo que si estoy seguro es de que me servirá de gran ayuda para la realización de proyectos personales en el futuro.

Hablando de cuestiones más concretas, la conclusión que he sacado sobre el sistema de financiación pública es algo negativa con respecto al funcionamiento del sistema. Apoyo que el estado subvencione proyectos audiovisuales, sin embargo, estas ayudas no salen gratis, pues siempre va a haber un interés detrás. Sin duda la investigación en este tema ha sido de las partes más complicadas de este trabajo, la información solicitada es tanta que termina siendo confusa, sobre todo para los jóvenes que en un principio no conocen este campo (entre los que me incluyo), la cantidad de formularios a rellenar resulta abrumadora. Entiendo que todas las condiciones y trabas burocráticas que te ponen son para asegurarse que tienes un proyecto sólido, pero tantas restricciones pueden amedrentar al emprendedor medio y desembocar en buenas historias que terminan cogiendo polvo en un archivador (algo que interpreto como una tragedia).

Por ello creo que este sistema de aplicación debería ser actualizado. Le falta más inmediatez, y gran parte de la información requerida resulta innecesaria, cuestiones que se resolverían dejando de lado muchas de estas trabas y dando mayor importancia al valor creativo, por encima de todo lo demás. Porque al final, lo que les interesa (o les debería de interesar) es financiar un cine de calidad con potencial para generar beneficios dentro del territorio.

De la financiación privada he sacado una serie de conclusiones más positivas por lo general, el crowdfunding y el uso de las redes me parece la forma más directa y útil para financiar un cortometraje. Hoy en día el verdadero negocio está en Internet, todo se hace más rápido y por menos dinero, el hecho de poder organizar una campaña de recaudación de fondos desde tu ordenador me parece un gran avance para todo aquel que desee emprender un proyecto y necesite apoyo económico. Además, la corta duración propia de los cortometrajes facilita su distribución en redes. Otro punto a favor es que se ahorra tiempo y dinero y te da plena autonomía sobre tu propio proyecto, Internet no te pone "límites", y en un crowdfunding se tiene plena libertad

creativa, todo depende de tu idea y cómo esta es promocionada, pues al final será el usuario el que decida si tu idea merece ser financiada. Cabe mencionar que el hecho de hacerlo es relativamente fácil, pero al haber mucha competencia, desarrollar una oferta atractiva que tenga éxito viral es lo que realmente cuenta, y esto no es nada fácil.

A nivel académico, la preproducción de “Una flor marchita” requiere la utilización de numerosos recursos, tanto prácticos como teóricos. Por ello, se trata de un trabajo individual que ha necesitado la asimilación, por una misma persona, de los diferentes roles que se reparten en una producción entre un grupo de personas. Está claro que para un futuro se organizará a un equipo para la preproducción y se repartirán las diferentes tareas, pues queda demostrado que se requiere una gran cantidad de trabajo y tiempo cuando el trabajo es realizado por un solo individuo (como es mi caso). Es éste un aspecto destacable, pues he comprobado que no resulta sencillo desempeñar la figura del guionista o del director, a la vez que la del productor, un proyecto cinematográfico debe ser desempeñado mediante el trabajo del equipo, porque intentar abarcarlo todo acaba siendo un gasto de esfuerzo y tiempo que se puede economizar de otras formas más prácticas. Sin embargo, nunca está de más conocer a fondo cada apartado (que es para lo que ha servido este trabajo).

No obstante, como anteriormente se ha mencionado, la memoria responde a un trabajo que combina la teoría y la práctica, la faceta creativa y la financiación del producto. Puedo decir que la elaboración de este Trabajo Final de Carrera ha resultado una experiencia muy enriquecedora a nivel personal. No sólo he puesto en práctica mi aprendizaje como creador audiovisual, sino que también me ha aportado una visión mucho más amplia acerca del funcionamiento del mundo audiovisual en este país. Se han solventado gran cantidad de dudas al mismo tiempo que se aprovechará el trabajo realizado para la futura financiación y por consecuente, realización, de un cortometraje.

A su vez ha simbolizado una mirada atrás en el tiempo, una ejemplificación de lo aprendido en todos estos años a través de la etapa universitaria y una demostración de que he obtenido el conocimiento necesario para dar el salto a lo profesional. Sin duda, la universidad me ha enriquecido como persona y me ha proporcionado las herramientas y técnicas necesarias para enfrentarme a retos creativos de todo tipo y como ayuda para aclararme las ideas sobre mi futuro. En definitiva, el ciclo de aprendizaje, que se cierra a con el presente trabajo, tiene por objetivo alcanzar un futuro como artista y profesional en el mundo audiovisual.

7. BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

KATZ, S., 1991. *Film Directing Shot by Shot: Visualizing from Concept to Screen*. Los Ángeles: Michael Wiese Productions.

LEÓN DE ARANOA, F. y I. DEL MORAL. 2002. *Los lunes al sol: Guion cinematográfico*. Madrid: Colección espiral.

MCKEE. R., 2009. *El Guion: sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. Barcelona: Alba Editorial

NASH, P., 2012. *Short films. Writing the screenplay*. Harpenden: Kamera Books.

ORIA DE RUEDA SALGUERO. A., 2010. *Para crear un cortometraje: Saber pensar, poder rodar*. Editorial UOC, S.L.

PARDO, A. 2003. *El oficio de producir películas: El estilo Puttnam*. Barcelona: Editorial Ariel.

PATERSON. K., (1997) 2011. *Un puente hacia Terabithia*. Barcelona: Noguer Juvenil.

SILVERSTEIN. S., (1964) 1996. *El árbol generoso*. New Jersey: Lectorum Pubn INC.

SNYDER. B., 2005. *Save the Cat!: The Last Book on Screenwriting You'll Ever Need*. Los Ángeles: Michael Wiese Productions.

TARKOVSKI. A., 2016. *Atrapad la vida: Lecciones de cine para escultores del tiempo*. Madrid: Errata Naturae.

ARTICULOS

EUROPA PRESS. 2015. *Russian Red protagoniza el cortometraje El Beso, financiado por crowdfunding*. [consulta: 2019-02-03]. Disponible en: <https://www.europapress.es/cultura/musica-00129/noticia-russian-red-protagoniza-cortometraje-beso-financiado-crowdfunding-20151027162023.html>

GARRIDO. J., 2013. *La cara oculta de las subvenciones para cortometrajes*. [consulta: 2019-01-28]. Disponible en: <https://www.audiovisual451.com/la-cara-oculta-de-las-subvenciones-para-cortometrajes/>

PANORAMA AUDIOVISUAL. 2010. *Los comensales: un nuevo modo de financiar un corto mediante redes,sociales*. [consulta: 2019-02-01]. Disponible en: <https://www.panoramaaudiovisual.com/2010/07/11/los-comensales-un-nuevo-modo-de-financiar-un-corto-mediante-redes-sociales/>

ROSS, L. 2010. *¿forma parte del cortometraje 'la victoria de úrsula' de nacho ruipérez y julio martí!*. [consulta: 2019-02-03]. Disponible en: <https://lakatarsisdeltcinespanyol.wordpress.com/2010/11/16/forma-parte-del-cortometraje-la-victoria-de-ursula-de-nacho-ruiperez-y-julio-marti/>

UNIVERSO CROWDFUNDING. Sin fecha. *Que es el crowdfunding*. [consulta: 2019-01-08]. Disponible en: <https://www.universocrowdfunding.com/que-es-el-crowdfunding/>

VACHON. A., 2006. *Cómo consigue Len Blum que Hollywood pase sus páginas*. [consulta: 2019-02-01]. Recuperado de: <http://www.abcguionistas.com/climax/index.php>

VIDEOS

Backstory [Cortometraje]. Dirigido por Joschka LAUKENINKS. Alemania: Marmalade. 2016.

Boyhood [Película]. Dirigida por Richard LINKLATER. USA: IFC Films. 2014

El árbol de la vida [Película]. Dirigida por Terrence MALICK, USA: Fox Searchlight, 2011.

INFORMES

MINISTERIO DE EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL. «BOE» Nº97, de 24 de abril de 2017. *Tabla salarial de técnicos audiovisuales, 2017*. [consulta: 2019-02-09] Referencia: BOE-A-2017-4475. Disponible en: [https://www.boe.es/eli/es/res/2017/04/10/\(4\)](https://www.boe.es/eli/es/res/2017/04/10/(4))

UNIÓN DE ACTORES Y ACTRICES. 2019. *Tabla de tarifas y figuración, 2019*. [consulta: 2019-02-10]. Disponible en: <http://www.guiadeactores.com/convenios/>

SITIOS WEB

ACLAM RENTAL STUDIOS, [Empresa de alquiler de equipos audiovisuales]. <https://www.aclamcamerastudiosrental.com/ca/>

FESTHOME, [Plataforma de búsqueda y participación en concursos para cortometrajes].

<https://festhome.com>

FILMFREEWAY, [Plataforma de búsqueda y participación en concursos para cortometrajes].

<https://filmfreeway.com/festivals>

GOOGLE, Google Imágenes [todas las imágenes, excepto las del storyboard de *Una flor marchita* pertenecen a Google Images].

<https://www.google.es/imghp?hl=es>

INDIEGOGO, [Plataforma de microfinanciación].

<https://www.indiegogo.com>

KICKSTARTER, [Plataforma de microfinanciación].

<https://www.kickstarter.com/?ref=nav>

TRABAJOS FINAL DE GRADO

GINER MORENO, L. y A. IBÁÑEZ PASTOR. *Beyond: preproducción y teaser de un cortometraje de animación* [Trabajo Final de Grado]. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, 2017.

MERINO NAVARRO, H. *Preproducción de un cortometraje de ficción: La Azotea* [Trabajo Final de Grado]. Gandia: Universidad Politécnica de Valencia, 2010.

MONFORT CARRASCO, N. *'Júlia' pre-producción de un cortometraje de ficción*. [Trabajo Final de Grado]. Castellon: Universitat Jaume I, 2015.

VALERO MARCO, D. *el cadáver de la ira como efecto mariposa: la realización de un cortometraje de ficción* [Trabajo Final de Grado]. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, 2016.

ÍNDICE DE IMÁGENES

Figura 1. Captura de pantalla de la campaña de crowdfunding del cortometraje *Beautiful boys en kickstarter*. (2019).

Figura 2. Cartel del cortometraje *la Victoria de Úrsula*, de Nacho Ruipérez y Julio Martí.

Figura 3. Cartel de el árbol de la vida de *Terrence Malick* (2011).

Figura 4. Portada del cortometraje *Backstory* de Joschka Laukeninks (2016)

Figura 5. Portada de *Un puente hacia Terabithia* de Catherine Paterson (1997).

Figura 6. Cartel de *Los lunes al sol* de Fernando León de Aranoa (2002).

Figura 7. Portada del libro *Short Films: writing the screenplay* de Patrick Nash (2012).

Figura 8. Fotografía del Parque natural de *Chera-Sot de Chera* (Valencia).

Figura 9. Portada de *Atrapad la Vida: lecciones de cine para escultores del tiempo* por Andrei Tarkovski.

Figura 10. Dos viñetas del storyboard de *Una flor marchita*. (2019).

Figura 11. Una viñeta del storyboard de *Blade Runner* (1982).

Figura 12. Portada del libro *Shot by shot* de Steven D. Katz (1991).

8. ANEXOS

En el siguiente enlace de Google Drive se encuentra el siguiente contenido realizado a lo largo de este trabajo:

1. Guion literario.
2. Guion Técnico.
3. Storyboard.
4. Plan de rodaje simple.
5. Ficha de personajes.
6. Lista de atrezzo, localizaciones y figurantes.
7. Lista de equipo técnico y humano.
8. Ficha de Crowdfunding.
9. Formularios para la subvención de la comunidad de -Extremadura.
10. Formularios para la subvención del Ministerio de cultura y deporte.

ENLACE:

<https://drive.google.com/open?id=1q4GvH80Jw6QDUWaLIYNhtaY8R7OIURB>

