



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN: ARTES AUDIOVISUALES
TRABAJO DE GRADO

REBRANDING: CORTOMETRAJE DE FICCIÓN INSPIRADO EN LA
ESTÉTICA DE “RUSHMORE” DE WES ANDERSON

Larissa Bardon Lozada

Jesús R. Roldán Zozaya

Fernando M. Toussaint Azócar

Tutor: Licenciada Ana O' Callaghan

Caracas, 28 de abril de 2011

Planilla de evaluación

Fecha: _____

Escuela de Comunicación Social

Universidad Católica Andrés Bello

En nuestro carácter de Jurado Examinador del Trabajo de Grado titulado:

dejamos constancia de que una vez revisado y sometido éste a presentación y evaluación, se le otorga la siguiente calificación:

Calificación Final: En números _____ En letras: _____

Observaciones _____

Nombre:

Presidente del Jurado

Tutor

Jurado

Firma:

Presidente del Jurado

Tutor

Jurado

RECONOCIMIENTOS Y AGRADECIMIENTOS

Larissa, Jesús y Fernando agradecen a:

Nuestras familias

Ana O'Callaghan

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	9
--------------------------	----------

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I: Wes Anderson

1.1 Biofilmografía.....	10
1.2 Influencias.....	12
1.3 Temática.....	14
1.4 Estética.....	15
1.5 Rushmore.....	17
1.5.1 Ficha Técnica.....	17
1.5.2 Sinopsis.....	17

CAPITULO II: Definiciones cinematográficas

2.1 Composición.....	19
2.2 Encuadre.....	19

CAPITULO III: El Guión

3.1 El guión cinematográfico.....	21
3.2 El guión de cortometraje.....	23

MARCO METODOLÓGICO

CAPÍTULO I: EL MÉTODO

1.1 Formulación del problema.....	24
1.2 Delimitación del problema.....	24
1.3 Objetivos.....	24
1.3.1 Objetivo General.....	24
1.3.2 Objetivos Específicos.....	24
1.4 Justificación, recursos y factibilidad.....	25
1.5 Cronograma de trabajo.....	25
1.6 Tipo y diseño de la investigación.....	25

CAPÍTULO II: ELEMENTOS ESTÉTICOS DE RUSHMORE

2.1 Elementos estéticos de Rushmore.....	27
--	----

CAPÍTULO III: LIBRO DE PRODUCCIÓN

3.1	Preproducción.....	30
3.1.1	Propuesta de Dirección	30
3.1.1.1	Encuadres.....	30
3.1.1.2	Composición.....	30
3.1.1.3	Movimientos de cámara.....	30
3.1.1.4	Óptica.....	31
3.1.2	Propuesta de Fotografía.....	31
3.1.2.1	Iluminación.....	31
3.1.3	Propuesta de Arte.....	33
3.1.3.1	Vestuario.....	34
3.1.3.2	Locaciones.....	34
3.1.4	Propuesta sonora.....	36
3.1.4.1	Sonido.....	36
3.1.4.2	Banda sonora.....	36
3.2	Producción.....	37
3.2.1	Idea.....	37
3.2.2	Sinopsis.....	37
3.2.3	Tratamiento.....	37
3.2.4	Escala.....	40
3.2.5	Personajes.....	45
3.2.6	Guión Literario.....	47
3.2.7	Guión Técnico.....	59
3.2.8	Story Board.....	66
3.2.9	Plan de rodaje.....	74
3.2.10	Desglose.....	77
3.2.11	Lista de necesidades.....	102
3.2.11.1	Producción.....	102
3.2.11.2	Dirección de arte.....	103
3.2.11.3	Dirección de fotografía.....	104
3.2.11.4	Postproducción.....	105
3.2.12	Presupuesto.....	106
3.2.12.1	Presupuesto general.....	106
3.2.12.2	Costo de personal.....	107
3.2.12.3	Departamento de producción.....	108
3.2.12.4	Departamento de fotografía.....	109
3.2.12.5	Departamento de arte.....	110

3.2.12.6	Postproducción.....	113
3.2.13	Análisis de costos.....	114
3.2.13.1	Análisis de costos general.....	114
3.2.13.2	Costo de personal.....	115
3.2.13.3	Departamento de producción.....	116
3.2.13.4	Departamento de fotografía.....	117
3.2.13.5	Departamento de arte.....	118
3.2.13.6	Postproducción.....	121
3.3	Postproducción.....	122
3.3.1	Propuesta de edición y montaje.....	122
3.3.2	Efectos visuales.....	122
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		123
FUENTES DE INFORMACIÓN.....		125

ÍNDICE DE FIGURAS

1. Presentación de Max en Rushmore.....	27
2. Planos grupales característicos.....	28
3. Personajes en encuadre centrado.....	28
4. Enmarcado del cuadro.....	29
5. Restaurant referencial.....	35
6. Auto referencial.....	35
7. Consultorio referencial.....	36

ÍNDICE DE TABLAS

1. Ficha técnica Rushmore.....	17
2. Cronograma de trabajo.....	26
3. Guión técnico Rebranding.....	65
4. Plan de rodaje Rebranding Día 1.....	74
5. Plan de rodaje Rebranding Día 2.....	75
6. Plan de rodaje Rebranding Día 3.....	76
7. Plan de rodaje Rebranding Día 4.....	76
8. Lista de necesidades específicas. Producción.....	102
9. Lista de necesidades específicas. Dirección de arte.....	103
10. Lista de necesidades específicas. Dirección de fotografía.....	104
11. Lista de necesidades específicas. Postproducción.....	105
12. Presupuesto general.....	106
13. Presupuesto general. Costo de personal.....	107
14. Presupuesto general. Producción.....	108
15. Presupuesto general. Departamento de fotografía.....	109
16. Presupuesto general. Departamento de arte.....	110
17. Presupuesto general. Postproducción.....	110
18. Análisis de costos generales.....	114
19. Análisis de costos de personal.....	115
20. Análisis de costos. Departamento de fotografía.....	117
21. Análisis de costos. Departamento de arte.....	118

INTRODUCCIÓN

Wesley Mortimer Wales, conocido como Wes Anderson, es un director, guionista y productor de cine norteamericano que ha dirigido películas como *Rushmore* (1999), *The Royal Tenenbaums* (2001) y *The Darjeeling Limited* (2008). Sus películas despiertan opiniones polarizadas sobre su estilo, sea negativa o positivamente, pero nunca pasan desapercibidas.

Normalmente llenas de melancolía, ligera comedia y relaciones personales, las películas de Wes Anderson se caracterizan por una estética muy específica y personal. Anderson suele tener el rol de productor, guionista y director de sus filmes, quedando catalogado como un *Auteur*; un director que controla y realiza gran parte de la producción. Esto resulta en productos finales meticulosos, personales y abundantes en detalles.

El director mantiene una filmografía variada, pero siempre conservando una estética distintiva que muestra un potente uso de colores primarios vivos, juegos de encuadres angulares, metódicos y simétricos; y característicos paneos.

“Rebranding” es un cortometraje de ficción, escrito por Jesús R. Roldán Zozaya que relata la historia de un grupo de estafadores al que pertenece Alejandro, quien mantiene una relación disfuncional con su novia Karina. Ella, siendo ludópata se verá inmersa en una pelea por un boleto de lotería que la llevará a estafar a su propio novio. Toda esta situación se complicará por un servicio llamado Rebranding que permite cambios de rostro a las personas.

Nuestro objetivo es realizar dicho cortometraje plasmando en lo posible las características más resaltantes de la estética del director Wes Anderson. Este director suele escribir sus propios guiones lo que influye en la estética desde su origen, más allá de los aspectos técnicos siempre hay un estilo latente. Igualmente, el guión de Rebranding fue escrito sabiendo que se utilizaría para este trabajo de tesis por lo que desde su concepción se tomó en cuenta los estilos de diálogo y estructura de la película *Rushmore*.

Tomando en cuenta posibles dificultades técnicas y de presupuesto, la estética de referencia se delimitará al guión, uso de la cámara, colores y dirección de fotografía del director

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I: WES ANDERSON

1.1 Biofilmografía

Wesley Wales Anderson, nació el 1 de mayo de 1969 en el condado de Harris, Texas. Anderson fue criado por su padre Melder, un ejecutivo de publicidad, y su madre, Anne Burroughs, una arqueóloga. En 1977, Anderson enfrentó el divorcio de sus padres con apenas 8 años de edad. A lo largo de su estadía en la escuela comenzó a escribir obras de teatro, y trabajó en la producción de *El jinete sin cabeza* y en *la Batalla de El Álamo*.

Anderson asistió a la escuela preparatoria High St. John's School, en la que estuvo dirigiendo películas de súper 8mm, junto con sus hermanos Eric y Mel. Más adelante esta escuela sirvió de inspiración para la película "Rushmore" en 1998. (Browning, 2011)

Después de graduarse, asistió a la Universidad de Texas en Austin, donde se especializó en filosofía y conoció Owen Wilson en una clase de dramaturgia. Anderson y Wilson iniciaron una gran amistad gracias a su amor mutuo por las películas, la literatura clásica y las tiras cómicas del periódico. Finalmente esto condujo al trabajo en equipo para la realización de cortometrajes. (IMDB, s/f, traducción libre de los autores)

Wes Anderson es un director conocido por sus comedias, en las que abarca temas como el abandono, la pérdida y la rivalidad entre hermanos. En 1996 debuta en la escena cinematográfica con la película de bajo presupuesto "Bottle Rocket", la cual produjo una considerable atención dentro de la industria, siendo comparado con autores importantes como Woody Allen y Jean Renoir.

Con la ayuda de Owen y Luke Wilson, "Bottle Rocket" sirvió de tarjeta de entrada en Hollywood. Este film de 14 minutos encabezado por dos jóvenes ladrones (Owen y Luke), fue examinado en 1993 por Sundance Film Festival como parte del programa de cortometrajes. Fue defendido por el director y guionista LM "Kit" Carson, la película ganó la atención de los

productores Polly Platt y James L. Brooks, quien persuadió a Columbia Pictures para respaldar Anderson con la suma de \$ 6 millones.

A pesar de lo cómica y extravagante de la pieza y de recibir críticas positivas, no se logró el contacto con la mayoría de los espectadores. Sin embargo si logró captar la atención del público culto, el cual reconoce la estatura de Anderson en la élite de Hollywood. El reconocido cineasta Martin Scorsese considera esta película como una de las mejores de la década de los 90.

Pero la película que lo estableció como favorito fue "Rushmore" (1998), gracias a la mezcla de humor irónico y conmovedor, el uso de la cámara lenta y las eclécticas bandas sonoras. (Browning, 2011)

Con esta película, Anderson y Owen lograron contar la historia de un estudiante de preparatoria sociópata pero con buenas intenciones de nombre Max Fischer (Jason Schwartzman), que tiene una lista enorme de actividades extracurriculares y malas calificaciones. Max se enamora de su maestra de primer grado de la escuela, la señorita Cross (Olivia Williams). Pero su amigo, Sr. Herman Blume, un hombre de negocios desconcertado y ex estudiante de Rushmore, también tiene un interés romántico en la señorita Cross, dando lugar a una secuencia clásica en donde ambos quieren vengarse el uno del otro. "Rushmore" llegó a un público mucho más amplio que "Bottle Rocket", con un ingreso por taquilla de \$ 17 millones. (Ugo, s/f, traducción libre de los autores)

En el 2001 estrena "The Royal Tenebaums", impulsando la carrera cinematográfica de Anderson para así establecerse como uno de los directores más importantes y relucientes de su generación. Este largometraje relata una historia sobre una familia disfuncional de niños prodigios que nunca llegaron a explotar su potencial. La película contaba con un elenco impresionante: Gene Hackman como el patriarca del mismo nombre, Anjelica Huston como la madre (basado en la propia madre de Anderson), Danny Glover como su pretendiente caballero; Ben Stiller, Gwyneth Paltrow y Luke Wilson como los tres hermanos en un estado de genio detenidos, y completada por Owen Wilson y Bill Murray. Con la mezcla de estos pintorescos personajes en un entorno surrealista, Anderson logró establecer la escena y llevar su guión sobre la familia disfuncional a la vida. A pesar de la tibia acogida de la crítica, "The Royal Tenenbaums" se convirtió en su éxito financiero más grande hasta la fecha.

Aunque con menor éxito, Anderson estrena en el 2004 la excéntrica comedia "The Life Aquatic with Steve Zissou" para luego volver a su forma con "The Darjeeling Limited" (2007), consolidando aún más su posición como uno de los cineastas más convincentes de su generación.

En la misma época en que fue lanzado "The Life Aquatic", Anderson dirigió y protagonizó el comercial de American Express, bajo el título "My Life, My Card", que presenta al director durante el rodaje de una película de acción mientras le habla a la cámara como si esta lo entrevistara,.

Para la película "The Darjeeling Limited" Wes Anderson se reunió con Schwartzman, Luke Wilson y Adrien Brody para formar un trío de hermanos americanos que se embarcan en un viaje espiritual a través de la India tras la muerte de su padre. También se reúne con Anjelica Huston, Natalie Portman y Bill Murray. La comedia incluye muchos de los temas recurrentes de Anderson: la rivalidad entre hermanos, el amor prohibido y el abandono de los padres. A pesar de las críticas generalmente positivas, "The Darjeeling Limited" obtiene menos ganancias que "Rushmore".

En un esfuerzo para extender sus alas creativas, Anderson dirigió "The Fantastic Mr. Fox" (2009), un stop-motion de comedia de aventuras sobre una familia de zorros que tienen la mala costumbre de ir todas las noches a robar la comida de sus vecinos granjeros, hasta que ellos deciden vengarse. La aclamada película obtuvo nominaciones a mejor largometraje de animación, tanto a los Globos de Oro y premios de la Academia. (IMDB, s/f, traducción libre de los autores)

1.2Influencias

El director Wes Anderson en una entrevista por Karen Wilson en diciembre del 2004 para el blog Gothamist comentó sobre sus principales influencias cinematográficas:

John Huston en particular. Es increíble que haya hecho tantas películas durante una larga carrera. Sus dos primeros filmes The Maltese Falcon (1941) y su último The Dead (1987) son increíbles. Peter Bogdanovich, y por supuesto François Truffaut. (¶ 13)

Según el autor Harrytuttle, (2009) estos tres directores de cine son catalogados como *Auteurs*, o directores que imprimen unas características muy específicas en las películas, dejando pasar su visión creativa a través de todas las fases de producción. Así el estilo del *Auteur* se deja ver en el departamento de arte, la dirección de fotografía con mayor facilidad. Para François Truffaut, quién reconocía que el proceso de hacer cine era industrializado, el trabajo del director debía quedar claro y sobresalir en cada una de estas fases. Para que así la película final resulte la visión personal del director.

El término *Auteur* viene de la palabra francesa para “autor” y fue un término acuñado por François Truffaut en su publicación *Cahier du Cinéma* como explica Konigsberg, Ira (2004):

El término “autor” acuñado originalmente en Francia surge en el cine de un tipo de crítica cinematográfica que ve en el director la fuerza controladora de la película, que lo considera un artista capaz de infundir su personalidad y su punto de vista a la totalidad del filme, y cuya obra completa resulta unitaria en términos de técnica, de estilo y de temática. (p. 45)

Los cineastas que son considerados *Auteurs*, la mayoría de las veces mantienen un mismo equipo creativo en todas sus películas para conservar la estética propia que los define. Mark Borwning (2011) autor del primer libro dedicado al análisis cinematográfico del director, señala que Anderson es un raro ejemplo de un director moderno quién tiene un control significativo en todas las áreas de producción, resultando en un estilo distintivo que vincula sus propios trabajo y los separa del resto de los directores.

1.3 Temática

Dentro de un contexto lleno de melancolía, los personajes de Wes Anderson son un auténtico retrato de la conducta humana, no son seres idealizados, más bien todo lo contrario, están muy lejos de alcanzar la perfección. A través de cada una de sus acciones podemos ver reflejado, en algunas ocasiones, la falta de ética y en otras la honestidad como resultado de la reflexión. Como relatan Phyllis M. Japp, Mark Meister y Debra K. Jappen su libro *Communication ethics, media & popular cultura* Anderson diseña y desarrolla personajes que demuestran la interiorización sutil de la duda y que emplean las estrategias que abarcan la utilización de la verdad y la mentira como medio para alcanzar metas personales.

Anderson centra su atención en los personajes principales, quienes toman la decisión de mentir, engañar, robar, y en algunos casos la de convertirse en delincuentes como si fuera una "elección de carrera" (Japp, Meister y Japp, 2005). Dignan, un planificador de robos y un amigo incomparable. Max, un joven de familia disfuncional, avergonzado de su padre y que adopta como figura materna a la Academia de *Rushmore*. Y Royal Tenenbaum, un padre poco dedicado, recién divorciado y con un evidente favoritismo por uno de sus hijos. Son una viva demostración de la autenticidad de cada una de las creaciones de este joven cineasta, las cuales conjugan en un ambiente de inestabilidad familiar, engaños y relaciones amistosas y amorosas que giran alrededor de intereses personales. Las películas de Anderson giran alrededor de la estructura familiar, su ausencia, su disolución, su renacimiento, y, sobre todo, su excentricidad. Sin embargo, estos personajes también manejan los códigos de auto-control de la ética, y por lo general tienen buenas intenciones, y están motivados por el deseo de lograr y mantener el reconocimiento positivo de ciertas responsabilidades como la amistad la paternidad y el amor. (Tasker, 2010)

En cada una de sus películas Wes Anderson imprime, consciente o inconscientemente, con entusiasmo infantil, una temática que expone de una manera muy directa una parte de los problemas socioculturales que caracterizan a la sociedad americana, con representaciones de la adopción, factores económicos, la rivalidad entre hermanos, el incesto, el divorcio y la muerte.

1.4 Estética

La filmografía de Wes Anderson, además de tener una corriente temática muy marcada, también imprime en cada una de sus películas una serie de sellos técnicos, que en conjunto, denotan un estilo visual y de montaje único. El uso de colores saturados, los encuadres rectos, una composición simétrica y lineal, los planos casi estáticos y el uso de una óptica de lentes que deforman la imagen, son unas de las tantas características que conforman la cinematografía de este director.

Jonathan Romney, basándose en *The Royal Tenenbaums* (2001) propone una "Hipótesis de saturación cinematográfica" en la que considera que los filmes de Anderson "no dejan seguro si sonreír o no entender si la imagen esconde algo más". Esto hace que el espectador deba trabajar más duro para conseguir una experiencia cinematográfica final (Browning, 2011). La saturación de los colores, el uso del rojo, azul, verde y distintos matices de marrones son los protagonistas innegables de la Dirección de Arte que es llevada a cabo en cada una de sus producciones

Las mezcla de épocas y de estilos de las décadas de los 50's 60's y 70's también forman parte del universo creado por Anderson. La literatura de 1950 utilizada en *Rushmore Academy*. El rock' n' roll de los 60's que a través de sus letras describen el mundo interno de sus personajes y la televisión de los 70's que protagoniza cada uno de los documentales usados en *The Life Aquatic* (2004) son una muestra de la atemporalidad de sus films. Como explica el autor Browning (2011) las películas de Wes Anderson son difíciles de colocar en un año específico y, por ejemplo *Rushmore* (1998), a pesar de ser contemporánea, la banda sonora pertenece a la época de finales de los años 60.

Con una preferencia notable por el teatro, *Rushmore* (1998), la primera película de Anderson en la que se puede apreciar un estilo visual bien marcado, está estructurada como una obra de teatro, tiene cortinas de aumento en los créditos de apertura y luego son utilizadas para demarcar cada mes que pasa en la historia. (Mayshark, 2007). El uso de la cámara estática y la recurrencia en los planos generales son otras de las características que resaltan la teatralidad de su obra. Los planos generales, al igual que en el teatro, permiten al espectador elegir lo que

quieren ver, y el uso de la cámara fija aleja cualquier elemento distractor de la escena y de esta manera remarca algo que para Anderson tiene mayor importancia: el personaje.

Otro aspecto resaltante en esta película es el de la utilización del recurso del montaje para presentar al personaje principal: Max Fischer. (Tasker, 2010). Este montaje presenta varias escenas en las que se muestran las diversas actividades extracurriculares realizadas por Max, las cuales son presentadas con un título escrito con la fuente “Futura Bold”. Wes Anderson hace un uso predominante en toda su filmografía de este tipo de fuente, la cual fue especialmente popular en los años 1950 y 1960 y además fue utilizada con regularidad en las películas dirigidas por Stanley Kubrick.

La mayoría de los planos utilizados por Anderson son estáticos. En caso de ser una situación más dinámica se utilizan Dolly-in, Dolly-outs y travellings. La cámara siempre sigue a los personajes, realizando paneos de hasta 180 grados (Browning, 2011). Estos movimientos de cámara estilizados anuncian una típica firma del director y sugieren al espectador que estamos en una fantasía en lugar de la escena realista.

La distorsión ocasionada por los lentes angulares forma parte de la gran cantidad de recursos estéticos utilizados por el director. Browning (2011) expone que el objetivo gran angular utilizado en *Rushmore* tiene como fin último crear cierta cercanía con la audiencia, al punto de que nos sintamos como un personaje más de la puesta en escena.

1.5 Rushmore

1.5.1 Ficha Técnica

Género	Comedia/ Drama
Fecha de filmación	1998
Duración	93 min
Dirección	Wes Anderson
Ayudante de dirección	Michael Cedar
Dirección artística	Andrew Laws
Producción	Barry Mendel y Paul Schiff
Diseño de producción	David Wasco
Guión	Wes Anderson y Owen Wilson
Música	Mark Motherbaugh
Fotografía	Robert D. Yeoman
Montaje	David Moritz
Vestuario	Karen Patch
Reparto	Jason Schwartzman, Bill Murray, Olivia Williams, Seymour Cassel, Brian Cox

Tabla 1. *Ficha técnica Rushmore*

1.5.2 Sinopsis

Rushmore es una película de 1998 dirigida por Wes Anderson y escrita por él mismo junto a Owen Wilson. Protagonizada por Jason Schwartzman, Bill Murray y Olivia Williams, la historia trata sobre Max, un joven cursante de décimo grado en la prestigiosa Academia Rushmore. Una escuela privada a la que asiste y donde no está manteniendo muy buenas notas. A su vez, es el alumno con más actividades extracurriculares; incluyendo unas extravagantes obras de teatro que realiza. Max se hace amigo de un acaudalado empresario llamado Herman Blume, quién se enamora de la nueva maestra y viuda, la Srta. Cross. Cuando Max es expulsado de la Academia por un proyecto fracasado de instalar un acuario, este intentará mantener su

estilo en su nueva escuela pública. Allí, ignora la amistad de Margaret Yang para seguir su intento de conquistar a la Srta. Cross. Max descubre que Blume también está enamorado de la Srta. Cross y trata de buscar venganza. Blume se venga de vuelta, desatando una guerra entre los dos. Su retorno a una vida normal dependerá de su, su viejo amigo Dirk, Margaret y él mismo. (IMDB, s/f, traducción libre de los autores)

CAPÍTULO II: DEFINICIONES CINEMATOGRAFICAS

2.1 Composición

En el cine, la composición es la formalización de todos los procesos de la producción llevados a una imagen final. Es la distribución de los elementos físicos como utilería, personajes y escenografía junto a la iluminación, juegos de sombras y encuadre de la cámara. Según Fernández y Martínez (1999) :

Se llama composición a la organización de todos los elementos visuales en el interior del encuadre. Componer es agrupar, ordenar todos los valores visuales tomados aisladamente para obtener imágenes con sentido, según una idea guía, un estilo dirigido a alcanzar un efecto estético, informativo o narrativo determinado.

Por otra parte, Konigsberg, Ira (2004) explica la composición bajo una visión más allá de lo físico.

La composición influye en la forma en que los espectadores leen en pantalla el significado de cada imagen, en su respuesta emocional ante los personajes y la acción y en su interés general a lo largo de todo el filme. Tal y como sucede como un lienzo, la composición del encuadre cinematográficos debe verse en términos de masas, formas, equilibrios, líneas, ritmo, colores, texturas, luces y sombras.

El concepto de composición se encuentra estrechamente ligado al uso de la cámara lo que conlleva a mezclar partes de su significado con el encuadre, al ser este un elemento que da forma a la composición en sí.

2.2 Encuadre

En fotografía y cinematografía el encuadre es la técnica para darle atención a lo que se filma. Los encuadres funcionan para proporcionar valor estético a las imágenes y orientar la atención del espectador en el objeto enfocado. Un encuadre puede agregar profundidad,

velocidad, inclinación y movimiento a una imagen fija o en movimiento. Para el profesor de artes escénicas y autor Ira Konigsberg (2004) el encuadre es la totalidad del área rectangular de la imagen proyectada sobre la pantalla.

El autor Villain, Dominique (1997) explica el encuadre en su forma más mecánica:

El encuadre está limitado por el cuadro que constituye la ventana del aparato de filmación, al que le corresponden, en principio, el encuadre de la imagen fílmica y el de la pantalla de proyección.

El encuadre forma parte importante de la composición de la imagen al ser el momento final de organizar los elementos de la producción en un cuadro de película o video. El encuadre tiene que ver con la selección específica y subjetiva del pedazo de realidad para trasladarla a una película. El autor Magny, Joël (2005) amplía en el significado del encuadre:

Encuadre es la operación material efectuada por el operador consistente en definir el cuadro de un plano, fijo o en movimiento. El uso asimila la noción abstracta del encuadre a la de su uso concreto (cuadro); no obstante, este último puede ser neutro, como puro resultado de una necesidad técnica, mientras que encuadrar implica una intención estética o significativa.

Encuadrar entonces va más allá de utilizar un trozo de realidad sino de darle una intención y un valor estético.

CAPÍTULO III: EL GUIÓN

3.1 El guión cinematográfico

Syd Field (2002) el conocido profesor, conferencista y autor sobre la escritura de guiones, define guión como: “una historia contada en imágenes, en diálogos y descripciones, y situada en un contexto de la estructura dramática” El guión cinematográfico es la base principal para el desarrollo de una película. De este depende el éxito de cualquier producción audiovisual. El guión literario es el punto de partida de una producción conteniendo la historia ya sea de ficción o documental.

El Autor Konigsberg, Ira (2004) define el guión cinematográfico como:

El texto que contiene el argumento de una película, con todas las escenas, el diálogo y la acción y que a veces, incluye los movimientos y los ángulos de cámara. El guión literario debe considerarse como un anteproyecto de la película, pues durante el rodaje y el montaje se introducen multitud de cambios.

Todo guión debe ser concebido bajo una estructura o esqueleto que se encargará de llevar, junto con el desarrollo de los personajes y sus conflictos, la línea de acción de la historia. Syd Field (2002), el conocido profesor, conferencista y autor sobre la escritura de guiones, nos explica su libro *El manual del guionista* “La estructura es un contexto porque “sostiene” todo...es una progresión lineal de incidentes, episodios y acontecimientos relacionados entre sí que conducen a una resolución dramática”.

El paradigma utilizado por Syd Field, es un modelo que sirve de esquema conceptual, el cual divide la historia en tres actos. Un principio, un medio y un final. El principio corresponde al Acto I, el medio al Acto II y el final al Acto III (Field, 2002).

Estos actos o unidades de acción dramática son entrelazados por el llamado “punto de giro” o “plot point”. En el que la historia impulsada por las acciones emprendidas por los personajes da un giro a la trama. Un plot point es un incidente, episodio o acontecimiento que se

“engancha” a la acción y la hace tomar otra dirección, entendiendo por “dirección” una “línea de desarrollo”. (Field, 2002)

Como expone Field (2002) el primer acto es la unidad de acción dramática en el que ocurre el planteamiento de la historia. Se presentan los personajes principales, se establece la premisa dramática y se desarrolla toda la información necesaria para entender el hilo narrativo de la historia, ocurre el inicio de la trama. Normalmente está formado por alrededor de treinta páginas. La acción de este acto llega hasta el primer plot point.

El Acto II tiene aproximadamente sesenta páginas de extensión y se enmarca en el contexto dramático conocido como confrontación. Se extiende desde el primer plot point hasta el segundo plot point. En esta parte de su guión, su protagonista hará frente a obstáculos y conflictos que deben ser resueltos y superados para que logre satisfacer su necesidad dramática. (Field, 2002)

El último acto se centra en la resolución del conflicto. Tiene treinta páginas de extensión. Va desde el segundo plot point hasta el final de la historia. Ocurre el desenlace del nudo narrativo y se concretan las situaciones planteadas a lo largo del guión.

Además de cumplir con la estructura planteada, un guión depende de la creación de un buen personaje, ya que estos son los que permiten que la acción avance. Field (2002) “La creación de un buen personaje resulta esencial para el éxito del guión; sin personaje no hay acción; sin acción no hay conflicto; sin conflicto no hay historia; sin historia no hay guión”

La formación del perfil de un buen personaje conlleva al conocimiento de varios aspectos: personales, profesionales, biográficos, psicológicos, físicos y conductuales. Pero Field (2002) plantea que estas cualidades son sólo partes del todo. Para poder crear un personaje es necesario definir cuatro elementos: la necesidad dramática, el punto de vista, el cambio y la actitud.

La necesidad dramática es lo que su personaje quiere ganar, adquirir, obtener o lograr en el transcurso de la historia. Por otro lado, el punto de vista es cómo este personaje ve el mundo. El cambio define si el personaje está dispuesto a cambiar y cuál es la acción que emprenderá

para llevar a cabo dicha transformación. Por último, el conocer la actitud de su personaje le permite darle mayor profundidad. (Field, 2002).

3.2 El guión de cortometraje

El guión de cortometraje al tener mejor duración, sus actos ocurren más rápido y se comportan distinto a un largometraje. Como explica el autor Adelman (2005) una historia corta no puede construirse como una novela, y del mismo modo un corto no puede construirse como un largometraje. Esto debido a que son dos estilos narrativos muy diferentes. Un cortometraje no es una largometraje pequeño sino un entidad narrativa distinta que funciona bajo sus propias leyes.

Para el autor Armando Casas (2004) explica el valor más importante para un guión de cortometraje:

En el cortometraje de ficción se debe apostar sobre todo a la síntesis, el ahorro de imágenes innecesarias. Es decir, la imagen debe tener mayor concreción y poder de evocación que en el largometraje, se debe trabajar más la acción que la trama.

Para el guión de cortometraje Adelman (2005) recomienda darle un sentido de urgencia a la historia para que esta avance rápidamente y evitar momentos más lentos de los que deberían. También explica que el guión corto debe ser más concreto y conciso en la manera de contar la historia, sino se gastará tiempo en fijar escenarios y no empezar la historia.

MARCO METODOLÓGICO

CAPÍTULO I: EL MÉTODO

1.1 Formulación del problema

¿Es posible realizar un cortometraje de ficción inspirado en la estética de la película Rushmore del director Wes Anderson?

1.2 Delimitación del problema

La realización de este cortometraje se llevará a cabo durante los meses de enero, febrero y marzo del 2011, en la ciudad de Caracas y San Antonio de Los Altos. Respecto a la estética de Wes Anderson, esta quedará delimitada desde el guión manteniendo un tono similar al de Rushmore. También mantendremos el mismo uso de la cámara, colores e iluminación.

1.3Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Realizar un cortometraje inspirado en la estética de la película Rushmore del director Wes Anderson.

1.3.2 Objetivos específicos

- Realizar un análisis visual general de la película Rushmore.
- Seleccionar los elementos de la estética de Wes Anderson que puedan funcionar en Rebranding.
- Producir un cortometraje de calidad con bajo presupuesto.

1.4 Justificación, recursos y factibilidad

El peculiar e innovador estilo de movimiento de cámaras, colores y composición de escenas del director Wes Anderson compagina con la idea, estética y visión preconcebida por el equipo de trabajo de “Rebranding”.

Respecto a los recursos necesarios para la ejecución del mencionado proyecto audiovisual se requerirá: un equipo de producción y técnico, talentos y locaciones. No se necesitará cubrir los gastos de equipos ya que los autores de la tesis poseen la cámara y luces. Solo se requerirá de inversión económica para el catering de los talentos y equipo de producción. El tiempo estimado de pre-producción, grabación y post- producción será de tres (3) meses.

El proyecto tiene gran factibilidad debido a que será grabado en Caracas y San Antonio de los Altos en locaciones de gran accesibilidad, tiene una producción muy sencilla y con pocos personajes, lo cual disminuye el presupuesto necesario para la grabación y la cantidad de talentos.

1.5 Cronograma de trabajo

El plan de trabajo que llevaremos a cabo para la preproducción, producción y postproducción del cortometraje consta de 24 semanas. A continuación anexamos el diagrama correspondiente a la programación.

En la fase de preproducción investigaremos la cinematografía de Wes Anderson analizando sus características más resaltantes que se repitan en sus películas. Así las catalogaremos para su posterior uso. Visitaremos las posibles locaciones, realizaremos el casting de los personajes principales para su selección y haremos el plan de producción.

En la fase de producción grabaremos el cortometraje junto a los actores seleccionados. Utilizaremos en lo referente a encuadres e iluminación las características previamente seleccionadas de las películas de Wes Anderson.

Finalmente, en postproducción editaremos el cortometraje donde se le agregarán los sonidos y música. Ya que el guión cuenta con secuencias de efectos visuales estos los ejecutaremos en esta etapa.

SEMANAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
Investigación																									
Ajustes en el guión																									
PREPRODUCCIÓN																									
Casting																									
Desglose																									
Presupuesto																									
Búsqueda de los elementos de desglose																									
Lectura de guión																									
PRODUCCIÓN																									
Grabación interiores																									
Grabación exteriores																									
POSTPRODUCCIÓN																									
Edición video																									
Edición sonido																									

Tabla 2. *Cronograma de trabajo*

1.6 Tipo y diseño de investigación

El tipo de investigación que llevaremos a cabo en este proyecto será de tipo exploratoria y el diseño será experimental.

CAPÍTULO II: ELEMENTOS ESTÉTICOS DE RUSHMORE

2.1 Elementos estéticos de Rushmore

En la actualidad, Wes Anderson es reconocido por su recurrente estética en cada una de sus películas. Rushmore, a pesar de ser su segundo filme, es el que demuestra un estilo visual verdaderamente marcado.

Esta película inicia con la presentación del personaje Max. Un estudiante perteneciente a una gran variedad de actividades extracurriculares. Para explicar esto el director Wes Anderson usa una serie de escenas breves, con un montaje musical dinámico donde se muestra cada uno de los clubes a los que pertenece Max. Cada clip incluye un texto en pantalla escrito con la fuente “Futura Bold”.



Figura 1. *Presentación de Max en Rushmore*

Wes Anderson tiene un estilo de dirección notablemente teatral. En Rushmore este elemento se explota marcadamente porque además se mezcla con el tema de las obras de teatro que Max hace en su secundaria. La película inicia y termina utilizando cortinas al igual que divide el paso de los meses usando estas mismas. Este recurso también ayuda a marcar la transición entre los llamados tres actos del guión de Syd Field.

La teatralidad se ve aumentada, por ejemplo, en la escena de la cena de Max junto a Blume y la Srta. Cross. Todos los personajes están en el mismo plano mientras ocurren los diálogos. Así, vemos la reacción de cada uno de los protagonistas como si de un escenario se

tratase. Para lograr esto, es importante notar la utilización de lentes angulares y de la relación de aspecto CinemaScope 2.35:1; la cual permite darle mayor campo de visibilidad a la cámara.



Figura 2. *Planos grupales característicos.*

Cuando el director realiza escenas de conversaciones entre 2 o pocos personajes, normalmente recurre al uso del plano y contra-plano con los actores solos y centrados en el plano. Es también usual que se realicen paneos entre personajes que hablan, incluso si están de frente, aunque esto requiera un giro de 180°. Pocas veces Wes Anderson utiliza tomas en overshoulder. Incluso para este tipo de planos más cercanos el director usa lentes angulares sin importar la leve deformación que estos generan.

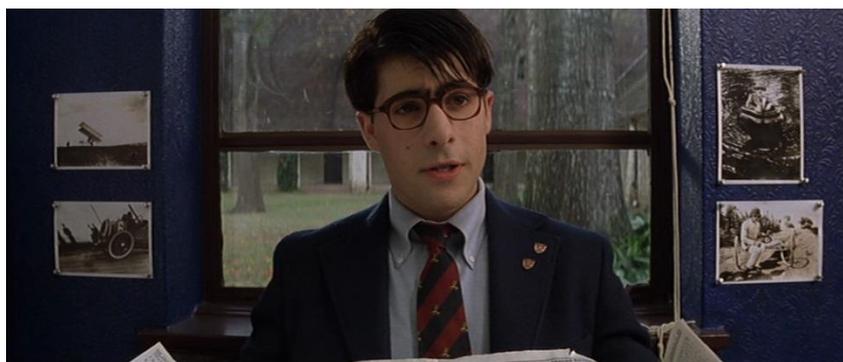


Figura 3. *Personajes en encuadre centrado.*

También, para darle importancia a los sujetos, Anderson tiende a usar el enmarcado como recurso visual. Se utilizan objetos en primer plano que hacen de marco o cortina a la verdadera acción del plano; una vez más apelando a recursos teatrales.

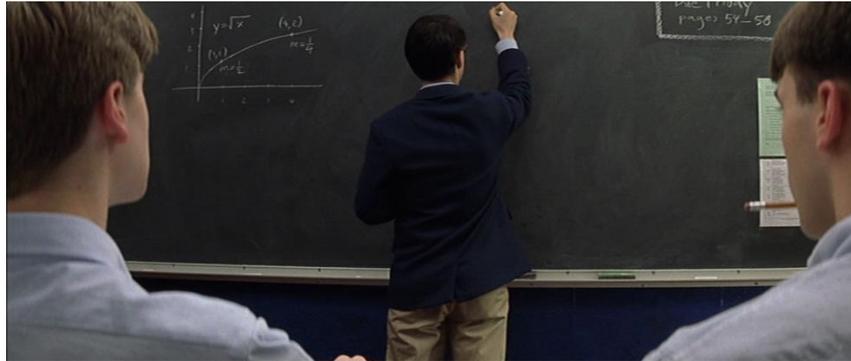


Figura 4. *Enmarcado del cuadro.*

Wes Anderson la mayoría de los planos son estáticos, con el propósito de representar una obra de teatro. En caso de ser una situación más dinámica se utilizan Dolly-in, Dolly-outs y travellings. La cámara siempre sigue a los personajes manteniendo su importancia. El zoom es solamente utilizado para enfatizar algún plano detalle.

Otro elemento importante de Rushmore es su distinguible paleta de colores. Azul, verde y rojo son los colores recurrentes durante todo el filme. Igual de importante es el vestuario de cada uno de los personajes, el cual casi no varía. Así, el director, hace más evidente el tema teatral convirtiendo a sus actores en personajes que recuerdan más a una caricatura que a una persona real.

Los autores de la tesis elegimos Rushmore como inspiración por ser la primera película del director en la que su llamativo estilo es más evidente. Además, esta historia sirvió como base para crear la estructura del guión de Rebranding. De la película Rushmore elegimos como elementos aplicables a Rebranding principalmente el uso de la cámara, la angulosidad de los lentes, el estilo de dirección y montaje de las conversaciones como también los clips con texto en pantalla para explicar el nombre y ocupación de los personajes.

CAPÍTULO III: LIBRO DE PRODUCCIÓN

3.1 Preproducción

3.1.1 Propuesta de Dirección

En Rebranding se busca puntualizar a cada protagonista mediante textos superpuestos que nos expliquen que hace cada personaje de una manera más directa, con la intención de que el espectador logre identificar el comportamiento de cada uno de ellos.

Para remarcar la angulosidad y generalidad de los planos, se utiliza la relación de aspecto CinemaScope 2.35:1.

3.1.1.1 Encuadres

Los personajes están situados en el centro del encuadre. Para escenas de diálogos se suelen usar planos y contra planos o planos generales, con el propósito de poder ver las expresiones de los actores dentro de un mismo encuadre.

3.1.1.2 Composición

La composición de los elementos es simétrica y en la mayoría de las ocasiones la posición de la cámara está a la misma altura que el personaje.

3.1.1.3 Movimientos de cámara

La mayoría de los planos son estáticos. En caso de ser una situación más dinámica se utilizan travelling. La cámara siempre sigue a los personajes.

En las escenas de conversación es usual la utilización del paneo para pasar de un personaje a otro en el diálogo.

3.1.1.4 Óptica

En la mayoría de las tomas se usan lentes muy angulares incluso para tomas cercanas. La distorsión dada por este tipo de lentes es empleada como un recurso estético en vez de ser tomada como un error.

3.1.2 Propuesta de Dirección de Fotografía

En general, la luz normalmente es difusa e indirecta. Utilizando tonalidades cálidas y colores ligeramente desaturados, con predominancia al rojo seguido del azul y el verde. En los ambientes exteriores se evitan las sombras duras, optando también por difusión de la luz. En los interiores los espacios usan el claroscuro con los personajes iluminados y las locaciones medianamente oscuras.

3.1.2.1 Iluminación

1.- EXT.- CALLE.- DÍA

La ciudad está nublada, no tiene sombras directas. El gris es predominante y la iluminación es fría medianamente azulada.

2.- MONTAJE

A) El restaurant está bien iluminado. Los colores son cálidos. Una luz ilumina a los protagonistas del resto de los comensales.

B) La sala de conferencias es brillante y blanca.

3.- INT.- RESTAURANT - NOCHE

Se mantiene la misma iluminación que en la escena dos en el montaje A.

4.- EXT.- CALLE.- DÍA

Se mantiene la misma iluminación que en la escena 1.

5.- INT.- SALA DE CONFERENCIAS

La sala de conferencias es brillante y blanca. El lugar está bien iluminado y no se perciben sombras fuertes.

6.- MONTAJE

- A) Karina maneja en una pista de pruebas. Sol directo y brillante, colores cálidos y sombras marcadas.
- B) El fondo del cuarto es totalmente negro y solo hay una luz directa sobre el centro de la mesa, con la intención de resaltar a Karina por encima de los otros jugadores.

7.- EXT- CALLE.- DÍA

La ciudad está nublada, no tiene sombras directas. El gris es predominante y la iluminación es fría medianamente azulada.

8.- INT.- CONSULTORIO.-DÍA

La iluminación es difusa, cálida y tenue.

9.- INT.- CONSULTORIO.- DÍA

El consultorio es brillante e iluminado. El color de la luz es levemente verde. Las sombras son difusas y los colores un poco desaturados. El gris de los instrumentos y aparatos es predominante.

10.- INT.- SUEÑO/INFOMERCIAL.- DÍA

La iluminación es una parodia de un infomercial de mala producción. Por eso la iluminación será de 2 puntos, dejando lugar a algunas sombras visibles y sin difusión. La luz es cálida y no muy fuerte.

11.- INT.- CUARTO DE ALEJANDRO.- DÍA

En esta escena la iluminación proviene principalmente de la ventana que se mezcla con la luz artificial más tenue del interior.

12.- MONTAJE

- A) Es una foto familiar tomada con flash usada de fuente directa como imagen.
- B) La sala de conferencias es brillante y blanca. El lugar está bien iluminado y no se perciben sombras fuertes.

13.- INT.- CUARTO DE ALEJANDRO.- DÍA

Se mantiene la misma iluminación que la escena 11.

14.- INT.- CUARTO DE ALEJANDRO.- NOCHE

El cuarto está iluminado por luces artificiales en las paredes. Alejandro es iluminado mayormente por una luz fría intermitente con la intención de simular el reflejo del televisor.

3.1.3 Propuesta Dirección de Arte

La dirección de arte, en general, se conforma por elementos contemporáneos del año 2011. El estilo apunta hacia la limpieza y simplicidad en la escenografía.

En lo correspondiente al restaurant se utiliza uno moderno, de colores brillantes y saturados. Los colores son básicos y la utilería es tradicional.

El consultorio es limpio y con colores fuertes también. Se utiliza la estética y pulcritud de un consultorio de odontología.

El cuarto de Alejandro es moderno, cálido y con fuertes colores. La mueblería es moderna para dar a entender el aspecto económico del personaje.

La paleta de colores en general usada en los elementos de los escenarios varía desde tonalidades que van del rojo opaco al azul marino con algunos elementos de color verde que se busca entonar con la iluminación previamente planteada. Por su parte, el vestuario mantendrá el código de colores del rojo, azul y verde.

3.1.3.1 Vestuario

La constancia en los colores del vestuario de cada personaje connota la identidad de cada uno y cumplen con la función de diferenciar a un protagonista de otro, incluso a pesar de haberse hecho un cambio de imagen como lo explica la historia.

Alejandro

Las piezas principales del vestuario de Alejandro tienen distintas tonalidades de azul y son complementadas con el color negro.

Karina

A diferencia de Alejandro, para Karina el color será el Rojo ligado con el blanco. Su vestuario se caracterizará por la informalidad y dejadez del personaje.

José

En el hermano de Alejandro, José, se distinguirá con el verde, se caracterizará por la sobriedad representada por un traje de ejecutivo, corbata y camisas de vestir.

3.1.3.2 Locaciones

Escena 1, 3 y 6: en el callejón resaltan los tonos grises y neutros, estos colores simbolizan el auto-control contrastando con la intencionalidad de la escena para causar tensión en el espectador-

Escena 2 (A) y 5: El color predominante del restaurante "Sumiré" es el rojo, el cual nos brinda una sensación de calidez que se contrapone con la frialdad emanada por la perfección y pulcritud del lugar, creando el ambiente de tensión necesario para el desarrollo de la escena.



Figura 8. *Restaurant referencial.*

Escena 2 (B), 2(C), 5 (A), 10 (B), 10(C): El auditorio tiene como color predominante el blanco, simbolizando seguridad, pureza y limpieza, significados que se contraponen con el desenvolvimiento de las escenas, en donde predomina el engaño planificado.

Escena 5 (C): El vehículo de Karina es un Matiz Daewoo de color rojo en mal estado. Las características del vehículo concuerdan con la personalidad de Karina.



Figura 9. *Auto referencial.*

Escena 7 y 8: el color predominante en el consultorio es el blanco, ya que simboliza seguridad y tranquilidad, sensación necesaria s en el desenvolvimiento de estas escenas en donde predomina la incertidumbre consecuencia del proceso de transformación del personaje principal.



Figura 10. *Consultorio referencial.*

Escena 10 (A), 12, 14, 15 y 16: habitación lujosa y ordenada, digna de un estafador exitoso. Ten donde resaltan los tonos azules, los cuales se relacionan directamente con la personalidad del personaje principal.

3.1.4 Propuesta Sonora

3.1.4.1 Sonido

El sonido será grabado con un micrófono tipo shotgun. Unidireccional y mono. Este se graba directamente en la cámara de video. En la mezcla de audio se mejoran los niveles y se le agregan efectos de sonidos grabados

3.1.4.2 Banda Sonora

La música de Rebranding será de creación original para el corto. La música será contemporánea, pero usando la influencia del género rock y pop-rock de finales de los años 60. Cada uno de los personajes tendrá un tema para marcar sus apariciones y para sumarlo a las señales de identidad de cada uno. Así la música del personaje de Karina será la misma mientras es ella y luego cuando se haga pasar por José.

3.2 Producción

3.2.1 Idea

Dos estafadores expertos son estafados.

3.2.2 Sinopsis

Alejandro López tiene 28 años y es experto en estafas piramidales. En una de sus convenciones para obtener incautos su novia Karina comete un error y los descubren. Alejandro se ve obligado a escapar y separarse del grupo de su hermano (José) y su novia. Para no ser descubierto al llegar a su casa recurre a un *Rebranding*, un servicio donde cambian su rostro.

Al día siguiente se encuentra ya en su casa y su hermano llega, mientras hablan recuerdan un boleto de lotería que su novia (Karina) le compró y aceptó a regañadientes. José, lo ayuda a buscar los resultados y para su sorpresa Alejandro es el ganador. Alejandro se molesta al saber que su nombre está entre los más buscados del país y aunque ha cambiado su cara, conserva su identidad por lo que no puede cobrar el premio. Se pregunta si Karina puede cobrarlo, pero después del error en el centro de convenciones acabaron en malos términos por lo que José debe recogerlo.

Al día siguiente, llega su hermano diciendo que estuvo 3 días en la cárcel. Se preguntan entonces quién está en la televisión cobrando el premio y concluyen que fue Karina con un *Rebranding* con la cara de José.

3.2.3 Tratamiento

Alejandro es un joven estafador de 28 años y está huyendo de la policía. Usando montaje vemos las características del personaje: “Estafador experto”, “El galán de la novela” y “De discurso convincente”.

Por medio de un flashback, Alejandro y Karina, su novia, cenan en un restaurant. El ambiente es tenso. Karina saca un cigarro y Alejandro se lo arrebató. Siguen comiendo y Alejandro le recuerda que esta será una de sus últimas salidas, ya les queda poco dinero. Ante el problema, Karina recuerda haberle comprado un boleto de lotería a Alejandro. Alejandro lo rechaza e insulta a Karina. Ella se retira.

Alejandro sigue corriendo con mucho ímpetu. Tropezó, dobla su pierna lo que lo deja cojeando.

Usando un flashback vemos a Alejandro teniendo problemas en una conferencia de sus estafas. La gente se molesta y Alejandro huye encerrándolos. José, su hermano y cómplice en las estafas, se queda adentro. Karina logra escapar también, llama el ascensor, pero los guardias los descubren e intentan detenerla. Con el uso de montaje vemos clips de Karina manejando con el insert “Conductora habilidosa” y jugando póker para describir su ludopatía.

Alejandro sigue corriendo. Cruza en un callejón y entra a un consultorio moderno. Alejandro habla con la secretaria y le pide un Rebranding. La secretaria le dice que ya no puede hacerse otro, más de uno es ilegal. Él la convence y se sienta a esperar. Pasan a la sala de consulta. La secretaria le explica el procedimiento y precauciones. Alejandro insiste en que ya sabe de qué trata. La secretaria le inyecta un sedante y Alejandro se duerme.

Comienza un sueño usando el formato del Infomercial donde se explica que el Rebranding es un proceso para cambiar de rostro. Alejandro es el presentador junto a Karina. Ambos pelean al aire y Karina se retira molesta amenazándolo con vengarse del mal trato que siempre recibe de él.

Alejandro se despierta del sueño con el golpe fuerte de la puerta de su apartamento. Alejandro está en su cama, desorientado. Ve la hora y son las 3pm. Entra José al cuarto.

Con montaje se ve una foto familiar con José y Alejandro y el insert “Maniático de la planificación” Se ve José detrás de una de las conferencias de Alejandro junto al insert: “Cabeza detrás de las estafas”.

José ve a Alejandro y nota que se hizo un Rebranding. José le dice que esta vez casi los agarran por poco y pregunta por Karina. Alejandro no sabe y está tan molesto con ella que no le importa. Comentan que esta vez además les hizo perder grandes sumas de dinero. Alejandro enciende el televisor y pasan un comercial de la lotería. Alejandro recuerda el ticket y lo busca. Mientras inspecciona el cuarto buscando el boleto, Alejandro le pasa algunos cds de Karina a José, este los pide y Alejandro se los regala. Encuentran el ticket. Revisan en Internet el número ganador y se dan cuenta que acaban de ganar la lotería.

Alejandro y José están borrachos. Alejandro le dice a José que no cree que él pueda cobrar el boleto, es un convicto y probablemente lo descubran al buscar el premio. José pregunta si Karina puede buscarlo y ante la negativa, pregunta si él puede cobrarlo. Bromean sobre que no lo vaya a estafar y Alejandro acepta. José busca el teléfono y llama para reclamar el premio.

En el televisor vemos a José feliz con un cheque gigante, globos y papelillos. Golpean la puerta de su apartamento y Alejandro pregunta si es Karina. Es José, quién le dice que lleva 3 días en prisión. Alejandro está confundido al ver que en el programa en vivo se encuentra José. Por un destello, vemos el rostro de Karina con el cheque gigante. Karina se hizo un Rebranding para robar el premio.

3.2.4 Escaleta

1.- EXT.- CALLE.- DÍA

Alejandro huye de la policía, se oyen las sirenas acercarse y entra un título superpuesto: "Estafador Experto".

CORTE A

2.- MONTAJE

A) Alejandro come en un restaurant con Karina y le toca la cara mientras habla. No se escucha lo que dice. INSERT: "El galán de la novela." B) Alejandro está en una pizarra dibujando una pirámide junto a un grupo de personas. INSERT: "De discurso convincente."

3.- INT.- RESTAURANT - NOCHE. FLASHBACK

Karina y Alejandro comen juntos. Se ven molestos mutuamente. Karina saca un cigarro y Alejandro se lo quita. Karina le regala un boleto de lotería, Alejandro pelea por el boleto. Él no cree en la suerte. Alejandro ofende a Karina y se retira. Alejandro se queda con el boleto.

CORTE A

4.- EXT.- CALLE.- DÍA

Alejandro corre y se tropieza, empieza a cojear.

CORTE A

5.- INT.- SALA DE CONFERENCIAS. FLASHBACK

Karina comete un error y Alejandro se lo reprocha groseramente, Karina se molesta y se va. Entra un título superpuesto "La novia loca de Alejandro".

CORTE A

6.- MONTAJE

A) Karina maneja en una pista de pruebas: "conductora habilidosa".
B) Karina juega póquer con otros sujetos: "ludópata".

7.- EXT- CALLE.- DÍA

Alejandro sigue corriendo. Cruza en un callejón y entra a una pequeña oficina muy limpia y moderna.

CORTE A

8.- INT.- CONSULTORIO.-DÍA

Alejandro habla con la secretaria, le pide un Rebranding. La secretaria le dice que sabe que ya no puede hacerse otro, más de uno es ilegal. Él la convence y se sienta a esperar.

CORTE A

9.- INT.- CONSULTORIO.- DÍA

La secretaria trata de explicarle el procedimiento y Alejandro insiste en que ya sabe de qué trata. Lo sientan en una silla y le inyecta un sedante en el brazo. Todo se va a negro.

CORTE A

10.- INT.- INFOMERCIAL.- DÍA. SUEÑO

Alejandro es un presentador de infomercial. Presenta el Rebranding, un servicio para cambiar de rostro, rápido y fácilmente. Karina pelea en cámara con él y esta se retira. Lo amenaza con vengarse.

CORTE A

11.- INT.- CUARTO DE ALEJANDRO.- DÍA

Cierran fuertemente la puerta de su apartamento. Alejandro está en su cama, desorientado. Ve la hora y son las 3pm. Entra José al cuarto y se incorpora un título superpuesto sobre José, "cómplice".

CORTE A

12.- MONTAJE

A) Se ve una foto familiar: "Maniático de la planificación". B) Se ve José detrás de una de las conferencias de Alejandro: "Cabeza detrás de las estafas".

CORTE A

13.- INT.- CUARTO DE ALEJANDRO.- DÍA

José mira a Alejandro y nota que se hizo un nuevo Rebranding. José comenta que se salvan por poco. Alejandro pregunta por Karina, José le dice que no sabe, Alejandro intenta llamar mientras habla con José de que ya está cansado de vivir así, las estafas a grupos son muy anticuadas, pero con la seguridad de ahora casi no se puede robar nada. José prende el TV y se escucha de fondo a la presentadora diciendo que esos fueron los resultados de la lotería. Alejandro cae en cuenta y le dice a José que le pase su pantalón que Karina le regaló un boleto de lotería, José le dice que ya pasaron los resultados, pero que busque en la computadora. José busca la computadora y le dice a Alejandro que ganaron.

CORTE A

14.- INT.- CUARTO DE ALEJANDRO.- NOCHE

Alejandro y José están borrachos. La felicidad de Alejandro se corta cuando le dice a José que él no puede cobrar el premio, es un convicto y aunque se hizo un Rebranding eso a veces falla, además conserva su nombre y tiene la pierna destruida. José le

dice que por qué Karina no lo cobra, Alejandro le explica que pelearon y que además ella está medio loca. José pone cara de desaprobación. Le dice que él puede cobrar el premio y luego se lo da. Alejandro dice que con tal de no estafarlo. Risas incómodas. José marca un teléfono y dice que él es el ganador, mira a Alejandro y sonríe.

CORTE A

15.- INT.- CUARTO DE ALEJANDRO.- NOCHE

En la TV se ve a José feliz con muchos papelillos cayendo y un cheque gigante. Suena la puerta de su apartamento. Alejandro grita pensando si es Karina. Cierran la puerta y es José, le dice que él estuvo preso todos estos días, quién logró escaparse fue Karina. Alejandro trata de hablar, pero se detiene y mira el TV y el José de la TV tiene un pequeño destello con la cara de Karina.

CORTE A

3.2.5 Personajes

Alejandro López

Aspecto físico: Es un joven de 28 años, piel blanca y cabello oscuro. A pesar de no tener muy buena presencia, es de rostro amigable y resulta muy amigable.

Historia y carácter: Nació en una familia caraqueña de clase media alta. Es muy extrovertido y tiene una gran habilidad de orador. Alejandro es organizado y planificado. Suele lograr sus objetivos con solo hablar por lo que decidió estudiar Derecho en la Universidad Católica Andrés Bello. La quiebra en la compañía de su padre lo obligó a buscar métodos rápidos para conseguir dinero y poder mantener su estilo de vida. Así comienza en el negocio de las estafas piramidales. Alejandro es la cara del grupo de estafas y es con quién habla con el público.

Alejandro lleva 3 años junto a su novia Karina, pero nunca ha sido una relación sana. Siempre están en conflicto y simplemente están juntos para mantener el status quo.

José López

Aspecto físico: Blanco, alto y delgado. Tiene 26 años. Se viste formal y siempre está de aspecto prolijo.

Historia y carácter: Hermano de Alejandro López, se criaron en la misma familia caraqueña de clase media alta. Es introvertido, tímido e inteligente. Estudió Economía en la Universidad Católica Andrés Bello. Trabaja junto a su hermano en el las estafas piramidales. José no tiene novia. Es muy organizado y tiene grandes habilidades gerenciales. Por ello lleva a cabo la logística de las estafas.

Karina Ravelo

Aspecto físico: Una joven de 24 años. Delgada, de baja estatura con rostro tierno que contrasta con su vestimenta desaliñada y descuidada. No usa maquillaje.

Historia y carácter: Nació en Caracas en una familia de clase media. Se crió con su papá debido al divorcio de sus padres. Estudió en un colegio católico. Sus estudios de pregrado en Relaciones Industriales los realiza en la Universidad Católica Andrés Bello donde conoció a Alejandro en su último año de carrera. A Karina le ha costado estudiar debido a sus dificultades de aprendizaje. Debido a su habilidad al volante ayuda a Alejandro en sus estafas como chofer en sus días libres. Karina es torpe, imprudente, conflictiva y rencorosa por lo que su relación con Alejandro es inestable e intermitente.

3.2.6 Guión Literario

Rebranding
Escrito por Jesús Roldán Z.

EXT.- CALLE - DÍA

ALEJANDRO (28). Corre con mucho ímpetu en la acera. Por un segundo su rostro se convierte en otro.

CORTE A:

MONTAJE

A) Alejandro come en un restaurant con Karina y le toca la cara mientras habla. No se escucha lo que dice. INSERT: "El galán de la novela."

B) Alejandro habla en un podio. INSERT: "De discurso convincente."

C) Alejandro está en una pizarra dibujando una pirámide junto a un grupo de personas. INSERT: "Estafador experto."

CORTE A:

INT.- RESTAURANT - NOCHE

Alejandro y Karina comen en silencio en un restaurant lujoso. Karina fuma.

KARINA

Esta cara me gusta más

Alejandro le apaga el cigarro a Karina.

ALEJANDRO

(serio)

Disfrútala

KARINA

(risa nerviosa)

¿la cara?

ALEJANDRO

La comida

Siguen comiendo. Karina mira a José.

KARINA

¿Por qué?

ALEJANDRO

Ya no tenemos tanto dinero como antes

Siguen comiendo. Karina busca algo en su cartera.

(CONTINÚA)

CONTINÚA:

2.

KARINA

Casi se me olvida, te compré uno

Karina saca un ticket de lotería con el número 3101.
Alejandro mira a Karina con desaprobación y exhala.

KARINA

Mañana dan los resultados

ALEJANDRO

Mañana tenemos trabajo y qué te dije de...

KARINA

Es la última vez, te lo juro

ALEJANDRO

Como la última vez

Ambos dejan de comer.

ALEJANDRO

Esa no es la solución, Karina. Lo que tenemos que hacer es conseguir un trabajo de gente normal ya. No vamos a esperar que nos agarren para dejar de hacerlo. Y... y... esas loterías sí que son estafas de verdad. ¿Sabías que la probabilidad de ganar en...

KARINA

(interrumpiendo)

¡Ay! ¡ya! el cuentico me lo sé de memoria

ALEJANDRO

¡Pero sigues haciéndolo!
¡Parecieras que fueras bruta!

Karina lo mira fijamente, se levanta de su silla y se va.

CORTE A:

EXT.- CALLE - DÍA

Alejandro tiene un celular en la mano, lo lanza a un lado de la calle y sigue corriendo. Trata de esquivar y tropieza, se dobla la pierna. Alejandro cojea.

CORTE A:

INT.- SALA DE CONFERENCIAS - DÍA. **FLASHBACK**

Alejandro y KARINA corren fuera de la sala de conferencias mientras un grupo de personas los persiguen molestos y eufóricos. Karina marca el ascensor que está a su lado mientras Alejandro aguanta la puerta con las personas adentro.

ALEJANDRO

Ahhhj, ¡Karina! ¿Por qué tenías que decir eso?

KARINA

Pensé que así era la cosa

ALEJANDRO

(gritándole)

¡Por eso es que tu eres la chófer!
¡No sabes nada de esto! ¡Tú lo que eres es una bruta!

KARINA

¡Ya estoy harta de ti! A ver cómo te vas de aquí.

Se abre el ascensor que está a su lado. Hay 2 policías adentro. Se ve la cara de sorpresa de KARINA. La imagen se detiene. INSERT:" La novia loca de Alejandro." Se agrega el prefijo "Ex" en el INSERT.

CORTE A:

MONTAJE

A) Karina manejando muy rápido. Alejandro y José están en el carro con cara de asustados. Suenan los Rolling Stones en el carro. INSERT:"Conductora habilidosa."

B) Karina está en un casino. Juega en una máquina tragamonedas con cara de felicidad. INSERT: "Ludópata."

CORTE A:

EXT.- CALLE - DÍA

Alejandro corre cojeando, cruza en un callejón y llega a la entrada de un consultorio.

CORTE A:

INT.- CONSULTORIO - DÍA

Alejandro entra corriendo, pero trata de disimular.

ALEJANDRO
(nervioso)
Un rebranding, por favor

SECRETARIA
(sin levantar la mirada)
Nombre

ALEJANDRO
Alejandro López

SECRETARIA
(sube la mirada y entre risas
nerviosas)
Ay Alejandro, tú sabes que no
puedes hacerte más de uno

ALEJANDRO
(mirando el carnet de la
Secretaria)
Pero, Cristina, mi reina. Es que lo
necesito full.

Alejandro toca el hombro de la secretaria

ALEJANDRO
Anda...

SECRETARIA
(en voz baja)
Mira, vamos a hacer algo. Espera
una hora y yo te lo hago. He estado
haciendo unos cursitos.

ALEJANDRO
Dale... mi reina, eres un amor.

Alejandro se sienta en la sala de espera. Cierra los ojos y se queda dormido.

CORTE A:

INT.- CONSULTORIO - DÍA

ALEJANDRO abre los ojos. Está sentado en una silla como de odontólogo. La SECRETARIA sostiene una aguja.

(CONTINÚA)

CONTINÚA:

5.

SECRETARIA

Relájate. Mañana serás otra persona. Al menos la percepción de las personas sobre ti. No debes comer ni tomar nada luego de 24 horas para que tu nueva cara se mantenga el mayor tiempo posible. Y cuidado con...

ALEJANDRO

Sí, ya sé. Ya me lo hicieron una vez. Sáltate ese paso.

SECRETARIA

¡Es el procedimiento! En el curso nos obligan a repetirlo como mil veces. ¿Qué cara quieres?

ALEJANDRO

Cualquiera que se parezca a mí. El encanto igual lo llevo soy yo.

La SECRETARIA inyecta a ALEJANDRO y se queda dormido.

FADE A NEGRO:

INT.- ESTUDIO DE TELEVISIÓN/SUEÑO - DÍA

ALEJANDRO está vestido formal junto a KARINA. Hablan sobreactuando.

NARRADOR (V.O.)

¿Cansado de ser esa persona triste y que nadie quiere? ¿Cansado de que te digan lo feo o fea que eres? No espere más. Le presentamos el Rebranding.

ALEJANDRO

El Rebranding es un proceso 100% seguro donde reemplazaremos su cara por la de otra persona

Se muestran imágenes de infomerciales. Un rostro cambia por otro y flechas a procesos inentendibles.

KARINA

¡Sí, Alejandro! es perfecto para salir de problemas o simplemente para dejar de ser esa persona aburrida que eres.

Aparecen gráficos de barra.

(CONTINÚA)

CONTINÚA:

6.

NARRADOR

Con el Rebranding aumentará su
felicidad y desempeño en la vida.
Mejorará sus relaciones personales
lo hará un mejor ser humano.

ALEJANDRO

Pero, Karina, ¿Cómo funciona?

KARINA

¿Cómo que cómo funciona?

ALEJANDRO

Ehm, ¿Cómo funciona?

KARINA

¿Por qué me preguntas eso? Tú sabes
que yo no sé. Solo que te encanta
hacerme parecer una loca en
televisión.

ALEJANDRO

Eso no es, lo que pasa es que...

KARINA

¡Ay! no me hables más. ¡Es que no
te soporto!

ALEJANDRO

Pero si...

KARINA

Me...voy. Yo no tengo que calarme
que me trates así. ¡Ya vas a ver!

KARINA sale de cámara.

KARINA

(off)

¡Y si no salgo yo, no sale nadie!

Se apagan las luces del estudio.

CORTE A:

INT.- CUARTO DE ALEJANDRO - DÍA

Cierran bruscamente la puerta. Alejandro se despierta.
Alejandro ahora tiene otro rostro y se lo toca. Mira la
hora, son las 5pm. A Alejandro le molesta la luz y cierra la
cortina, le cuesta y cojea por su dolor de rodilla. Entra
José usando lentes oscuros y fumando, se quita los lentes al
entrar al cuarto.

(CONTINÚA)

CONTINÚA:

7.

ALEJANDRO

Epa José

CORTE A:

MONTAJE

A) Foto familiar. Alejandro, José y sus padres. INSERT: El hermano inteligente de ALEJANDRO.

B) José dibujando un esquema complejo en una pizarra. INSERT: Maniático de la planificación

C) José al fondo de la habitación donde ALEJANDRO dibuja la pirámide en la pizarra. INSERT: Logística de las estafas.

CORTE A:

INT.- CUARTO DE ALEJANDRO - DÍA

José apaga el cigarro disimuladamente.

JOSÉ

Por poco nos salvamos

Alejandro se voltea

ALEJANDRO

Sí...

JOSÉ

Hm, te hiciste un rebranding.

ALEJANDRO

Sí, sino no hubiera podido llegar tranquilo hasta acá.

Alejandro soba su pierna

JOSÉ

Tengo que volverme a acostumbrar.
¿Qué te pasó en la pierna?

ALEJANDRO

Me la doblé corriendo ayer. Creo que me rompí o doble algo.

ALEJANDRO

¿Y Karina?

José encoje los hombros

(CONTINÚA)

CONTINÚA:

8.

ALEJANDRO

Esa loca dónde se habrá metido

JOSÉ

No sé, pero nos hizo perder
demasiada plata esta vez

ALEJANDRO

Sí. Ya estoy harto de esto, pero
las estafas a bancos eran peores.

JOSÉ

(afirmando con la cabeza)

Hmm

Alejandro prende el televisor.

NARRADOR

(off)

¡Lotto Plus!

Alejandro queda pensativo y busca en su ropa sucia

JOSÉ

¿qué buscas?

ALEJANDRO

Karina me compró un ticket de
lotería hace unos días.

JOSÉ

Pensé que odiabas las loterías

ALEJANDRO

Las odio. Pero estamos tan mal...
uno no sabe.

Mientras ALEJANDRO busca el ticket por medio segundo tiene
un destello que muestra su cara anterior. ALEJANDRO sigue
buscando y lanza unos cds de los Rolling Stones.

JOSÉ

¿Y esto?

ALEJANDRO

de Karina

JOSÉ los mira

JOSÉ

¿Puedo llevármelos?

(CONTINÚA)

CONTINÚA:

9.

ALEJANDRO

Sí, seguro que no la veo más

JOSÉ

¿Terminaron?

ALEJANDRO

Yo creo

JOSÉ guarda los cds.

ALEJANDRO

¡Aquí está!

José se lo quita con interés

JOSÉ

Dice que los resultados los dieron ayer

ALEJANDRO

Busca ahí en Internet

JOSÉ busca una laptop en la sala. Y revisa en la PC.

JOSÉ

3, 1, 0... 1. Ganaste...

ALEJANDRO

¿Qué?!

JOSÉ

¡Ganaste!

ALEJANDRO

(estupefacto)

Gané

ALEJANDRO y JOSÉ se miran. ALEJANDRO se toca la cara, está sorprendido. Alejandro suspira para gritar

CORTE A:

INT.- CUARTO DE ALEJANDRO - NOCHE

Toda el apartamento está desordenado. Se escucha música de fondo. Hay botellas en el piso. ALEJANDRO está un poco ebrio.

JOSÉ

¿Y ahora? ¿Cuándo buscas el premio?

(CONTINÚA)

CONTINÚA:

10.

ALEJANDRO

No sé. Yo no sé si pueda cobrarlo yo. Ahí te investigan y eso. Podría falsificar los papeles... y ahora con esta pierna así...

JOSÉ

¿Y Karina?

ALEJANDRO

Ella está limpia, pero no le voy a dar mi premio

JOSÉ

Yo puedo cobrarlo

ALEJANDRO

Con tal de que no me estafes

Silencio y luego risas incómodas.

ALEJANDRO

Será

JOSÉ toma el teléfono y el periódico. Marca un número.

JOSÉ

Hola, sí, igual. Llamo porque tengo el número ganador.

JOSÉ le sonríe a ALEJANDRO y afirma con la cara. ALEJANDRO sonríe también.

CORTE A:

INT.- CUARTO DE ALEJANDRO - NOCHE

En el televisor caen papelillos y música. ALEJANDRO mira el televisor mientras marca un número telefónico. En el televisor le dan un cheque gigante a JOSÉ. Suena la puerta del apartamento. ALEJANDRO está extrañado.

ALEJANDRO

¿Karina?

JOSÉ

¡Cómo que Karina! ¡gafo! Ella si pudo escaparse, yo sé que el procedimiento es no llamarnos, pero llevo 2 días en esa pedazo e cárcel y no se te pudo ocurrir buscarme.

(CONTINÚA)

CONTINÚA:

11.

ALEJANDRO

Pero si...

ALEJANDRO y JOSÉ miran el televisor. Se escucha la voz de JOSÉ en el televisor.

JOSÉ (TELEVISOR)

...y bueno, le doy las gracias a Alejandro. Que siempre me apoyó. A ver quién es la bruta ahora.

Por medio segundo se ve un destello de la cara de Karina en el cuerpo de JOSÉ del televisor.

3.2.7 Guión Técnico

ESCENA	PLANO	DESCRIPCIÓN DEL PLANO	IMAGEN	SONIDO	
				EFEECTO	MÚSICA
1 EXT. CALLE. DÍA	P1	Plano medio	Alejandro corre	Sirenas de policía	Música presentación
2.1 INT. RESTAURANT	P1	Primer Plano	Alejandro toca la cara de Karina románticamente.		Música presentación
2.2 INT. TEATRO	P1	Plano general	Alejandro habla		Música presentación
2.3 INT. SALA DE CONFERENCIA	P1	Primer Plano	José toca con molestia su nariz		Música presentación
3 INT. RESTAURANT.	P1	Plano general	Alejandro Y Karina comen	Sonido ambiente de restaurant	
	P2	Plano medio corto	Karina busca en su cartera un cigarro		
	P3	Plano general	José le quita el cigarro a Karina. Karina habla		
	P4	Plano medio corto	Alejandro habla		
	P5	Plano detalle	Karina pone el ticket		

			en la mesa, Alejandro lo recoge		
	P6	Plano medio	Alejandro habla		
	P7	Plano medio	Karina habla		
	P8	Plano general	Karina se levanta de la mesa		
4 EXT. CALLE DÍA	P1	Plano medio	Alejandro corre y lanza su celular	Sirenas de policía	
5 INT. SALA DE CONFERENC IAS	P1	Plano medio	Karina corre afuera de la sala	Gritos de turba molesta	
	P2	Plano medio largo	Afuera de la sala. Alejandro mantiene la puerta. Paneo hacia Karina.		
	P3	Entra paneo - Plano medio	Karina habla		
	P4	Plano medio	Alejandro habla		
	P5	Plano medio largo frontal	Se abre el ascensor y está el policía.		
	P6	Primer plano de Karina	Karina “ponchada”		Música Karina
6.1	P1	Plano general	Alejandro, José y Karina están en el		Música Karina

			carro		
6.2 INT. CUARTO DE JUEGOS	P1	Plano abierto	Karina dice Full House y recoge las piezas		Música Karina
	P2	Plano abierto	Karina juega Dominó		
	P3	Plano abierto	Karina grita ¡UNO!		
	P4	Plano abierto	Karina grita ¡Truco!		
7 EXT. CALLE. DÍA	P1	Plano general	Alejandro tropieza y cojea. Entra a un callejón		
8 INT. CONSULTORIO.	P1	Plano medio largo	Alejandro Entra al consultorio		Música de recepción
	P2	Plano medio corto	Alejandro habla		
	P3	Plano medio corto	La secretaria le contesta		
	P4	Plano medio	Alejandro toca el hombro de la secretaria		
	P5	Plano General	Alejandro se sienta		
	P6	Primer Plano	Alejandro se duerme		
	P7	Cámara subjetiva	Alejandro mira a a la secretaria, titubea y		

			su cabeza cae		
9 INT. CONSULTOR IO	P1	Primer Plano	Alejandro abre los ojos		
	P2	Plano General	Alejandro está en la silla		
	P3	Plano medio largo	La secretaria habla		
	P4	Plano medio corto	Alejandro le contesta		
	P5	Primer plano	Alejandro se ajusta		
	P6	Plano medio largo contrapicado	Se ve la aguja en primer plano y en el fondo la cara de Alejandro		
	P7	Cámara subjativa	Alejandro cabecea		
10 INT. ESTUDIO DE TV	P1	Plano generan. Dolly in y termina en plano medio.	Alejandro y Karina hablan		
	P2	Primer plano de Alejandro			
11 INT.CUARTO DE ALEJANDRO .DÍA.	P1	Plano detalle	Alejandro abriendo los ojos		

	P2	Plano General	Alejandro en el sofá, se levanta y cierra las persianas.		
	P3	Plano Medio. Picado al sofá.	Alejandro se acuesta de nuevo	Voice over José	
	P4	Plano medio largo	Entra José al cuarto		Música José
12.1 INT. SALA DE CONFERENC IAS - PIZARRA	P1	Plano medio	José dibuja esquema complejo en la pizarra		Música José
12.2 INT. SALA DE CONFERENC IAS	P1	Plano medio abierto	José está sentado en la parte de atrás de la sala de conferencias.		
13 INT.CUARTO DE ALEJANDRO . DÍA.	P1	Primer Plano	José toca con molestia su nariz		
	P2	Plano Abierto del Sofá	Alejandro está acostado y José le habla a Alejandro.		
	P3	Plano medio corto	Alejandro habla		
	P4	Plano medio corto	José habla		

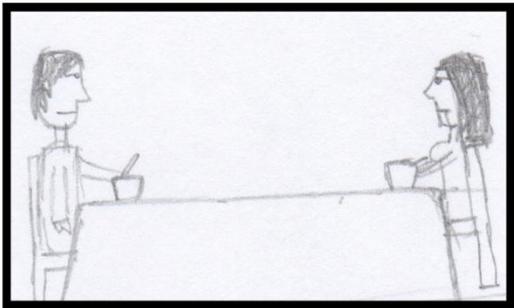
	P5	Plano medio	José Prende el TV	Sonido de fondo del TV	
	P6	Plano Abierto desde Alejandro. José se ve al fondo	Alejandro se levanta y busca en una pila de ropa sucia el boleto		
	P7	Plano subjetivo	Cae un CD frente a José.		
	P8	Plano medio	José habla		
	P9	Plano Subjetivo	Se ve el boleto de lotería, tomado con sus 2 manos		
	P10	Plano Abierto desde Alejandro. José se ve al fondo	José le quita el ticket a Alejandro		
	P11	Plano abierto del sofá	Alejandro y José hablan		
	P12	Plano medio	José habla. Luego que dice que ganaron, paneo a Alejandro.		
14 INT. CUARTO DE ALEJANDRO . NOCHE	P1	Plano General	José y Alejandro hablan		

	P2	Plano medio	Alejandro habla		
	P3	Plano medio	José habla		
15 INT. CUARTO DE ALEJANDRO . NOCHE	P1	Plano General	Alejandro se acuesta en el sofá. Toma el teléfono y suena la puerta.	Sonido de la Tv en off	
	P2	Plano medio largo	Entra el verdadero José y habla		
	P3	Plano general	Alejandro y José ven el TV		
	P4	Plano detalle	Contraplano del televisor		

Tabla 3. *Guión técnico Rebranding*

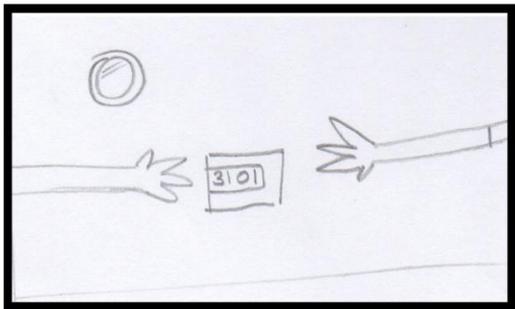
3.2.8 Story Board



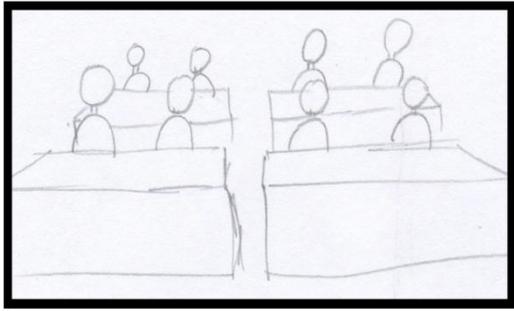


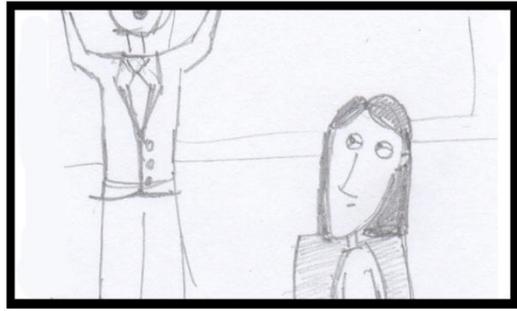


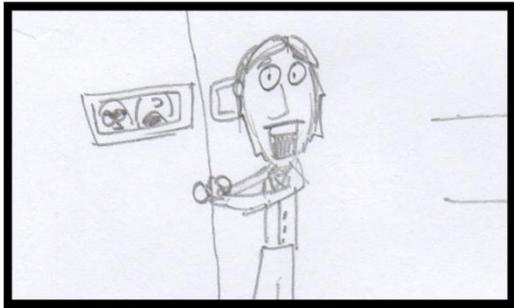


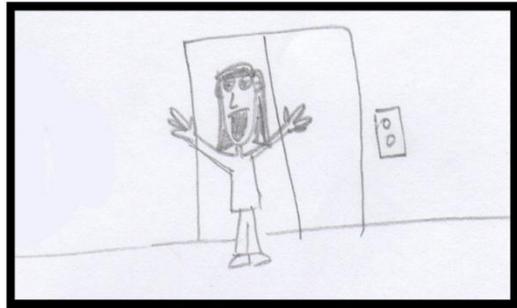




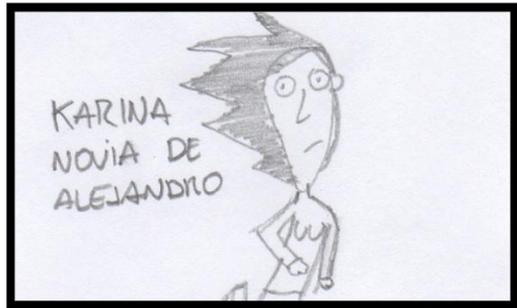


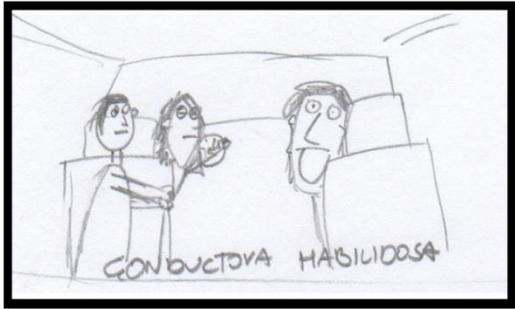


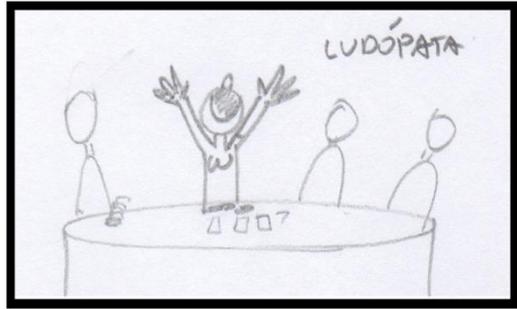


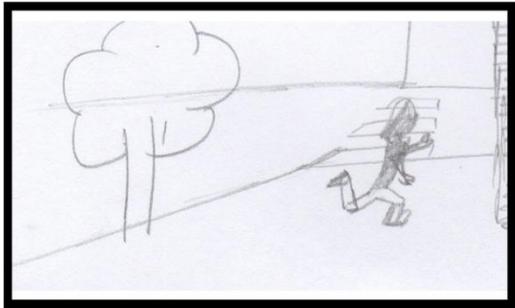


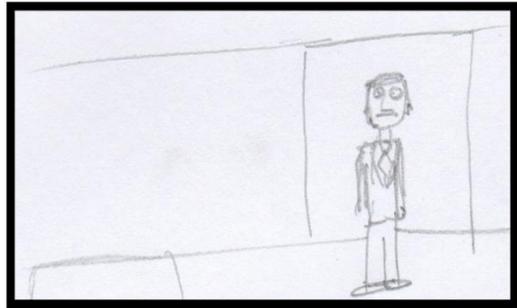


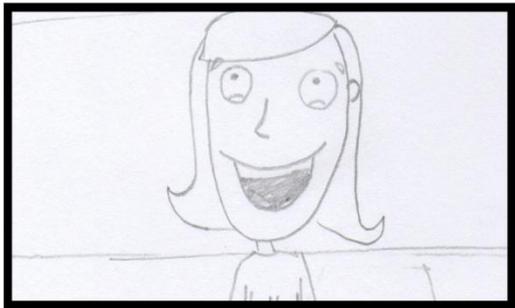




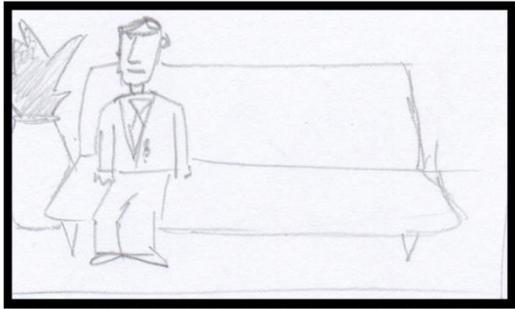


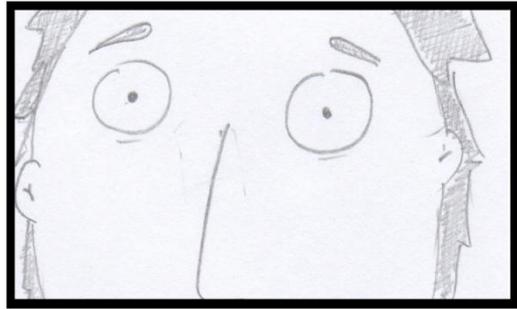


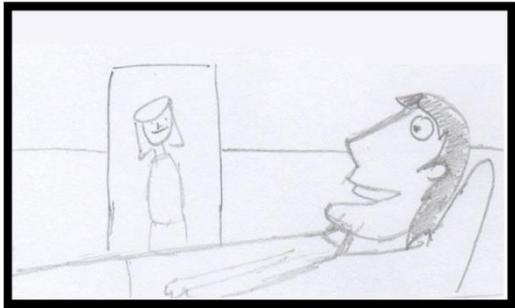


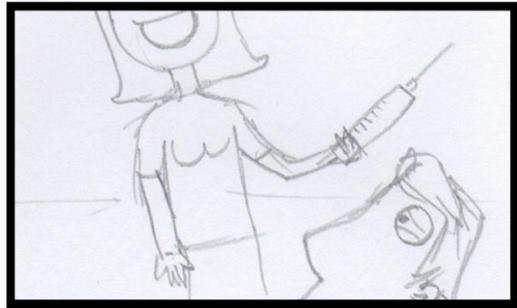


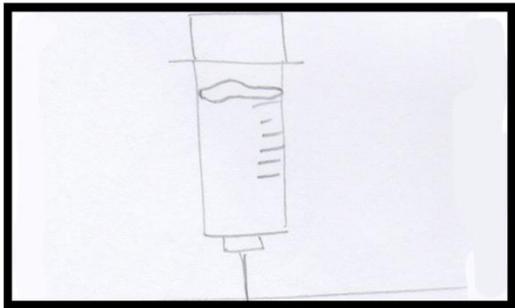


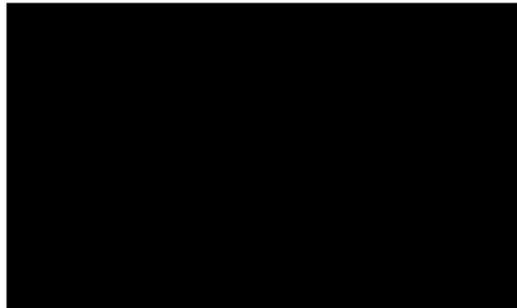


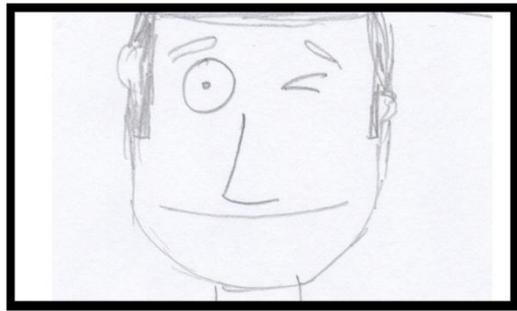


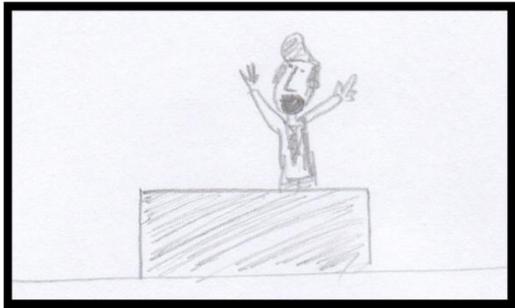


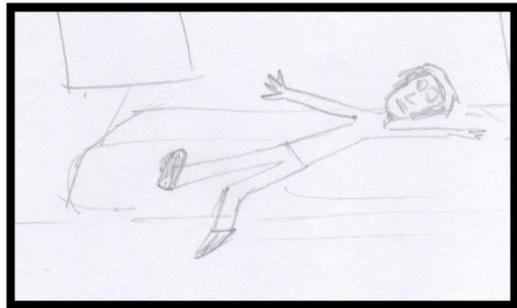


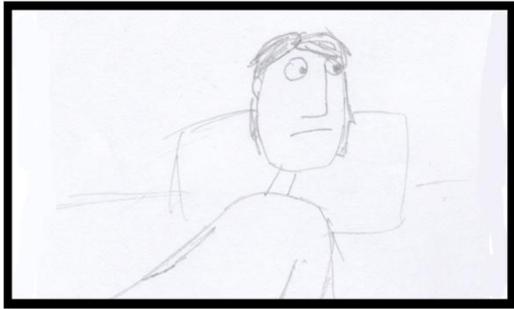


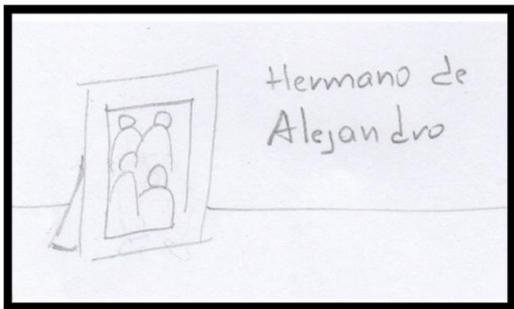


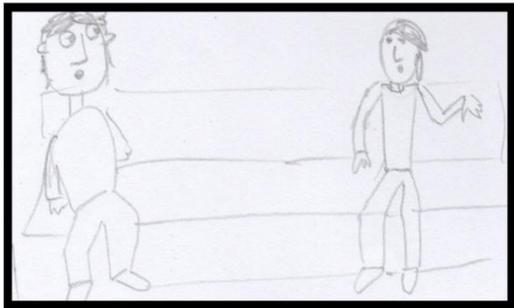


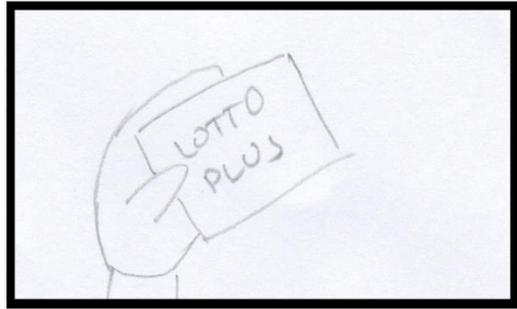
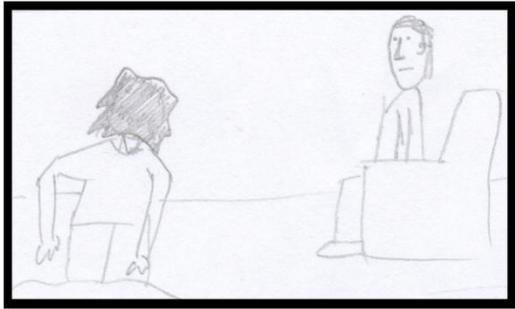


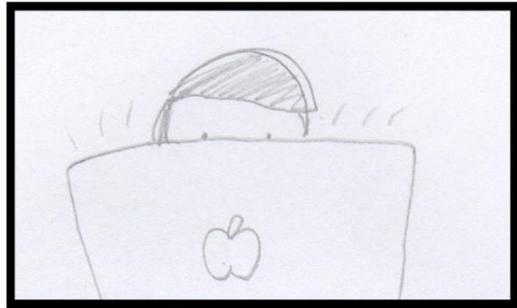
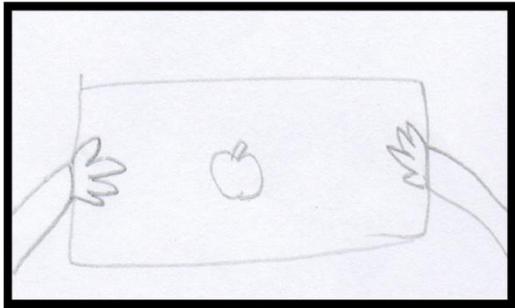


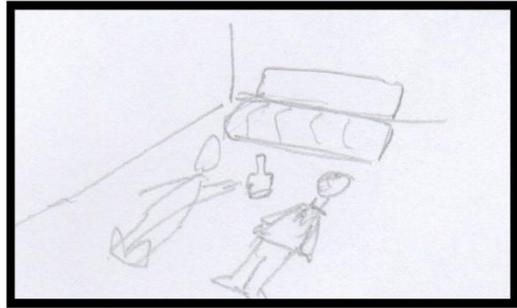


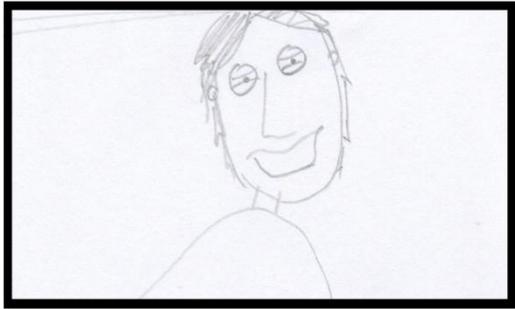








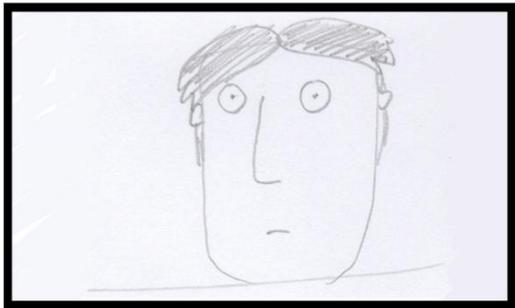














3.2.9 Plan de rodaje

SABADO 19 DE MARZO DE 2011	
HORA	ACTIVIDAD
7:00 am A 7:30 am	Desayuno
7:30 am A 8:00 am	Maquillaje y montaje
8:00 am A 9:00 am	Escena 6.1. EXT. VEHÍCULO. DÍA
9:00 am A 11:30 am	Escena 1, 4 y 7. EXT. CALLE. DÍA
11:30 am A 12:00 m	Traslado
12:00 m A 1:00pm	Almuerzo
1:00 pm A 1:30 pm	Montaje
1:30 pm A 3:00 pm	Escena 2.2 y 12.2 INT.SALA DE CONFERENCIAS. DÍA
3:00 pm A 4:00 pm	Escena 5 INT.SALA DE CONFERENCIA. DÍA. FLASHBACK

Tabla 4. *Plan de rodaje Rebranding. Día 1*

DOMINGO 20 DE MARZO DE 2011

HORA	ACTIVIDAD
7:00 am A 7:30 am	Desayuno
7:30 am A 8:00 am	Maquillaje y montaje
8:00 am A 12:00 m	Escena 8 y 9 INT. CONSULTORIO. DÍA
12:00 m A 12:30 m	Traslado
12:30 m A 1:30 pm	Almuerzo
1:30 pm A 5:30 pm	Escena 11. INT. CUARTO DE ALEJANDRO. DÍA
5:30 pm A 6:00 pm	Montaje
6:00 pm A 6:30 pm	Escena 6.2 INT. MESA DE POQUER. NOCHE
6:30 pm a 7:00 pm	Cena

Tabla 5. Plan de rodaje Rebranding. Día 2

MARTES 22 DE MARZO DE 2011	
HORA	ACTIVIDAD
4:00 pm a 5:30 pm	Montaje y maquillaje
5:30pm A 7:00pm	Escena 10. INT. INFOMERCIAL. DÍA. SUEÑO

Tabla 6. *Plan de rodaje Rebranding. Día 3*

SÁBADO 26 DE MARZO DE 2011	
HORA	ACTIVIDAD
7:00 am A 7:30 am	Desayuno
7:30 am A 8:00 am	Maquillaje y montaje
8:00 am A 12:00 m	Escena 2.1 y 3 . INT. RESTAURANT. NOCHE. FLASHBACK

Tabla 7. *Plan de rodaje Rebranding. Día 4*

3.2.10 Desglose

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

<u>Café Producciones</u>	<u>Rebranding</u>	<u>1</u>	Fecha
(Nombre Compañía Productora)		Título de la Producción	Nro de Pág.
1	Calle EXT DÍA		
Nro De escena	Nombre Escena	INT / EXT	Día/Noche
ALEJANDRO,	28 años. Corre con mucho ímpetu		<u>1</u>
Descripción Nro de página de Guión			
Por designar (San Antonio de Los Altos)			
Locación			

Reparto Alejandro	Doble Especialita No	Extras No
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería No	Vehículos/Animales/Plantas No
Vestuario Traje negro del Joven Camisa blanca Corbata negra	Maquillaje/Peluquería Básico. Alejandro debería estar sudado.	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

Fecha

Café Producciones Rebranding 2
 (Nombre Compañía Productora) Título de la Producción Nro de Pág.

3 Calle EXT DÍA
 Nro De escena Nombre Escena INT / EXT Día/Noche

ALEJANDRO tiene un arma y un celular en la mano, los lanza a un lado de la calle y sigue corriendo.

1

Descripción Nro de página de Guión
 Por designar (San Antonio de Los Altos)
 Locación

Reparto Alejandro	Doble Especialita No	Extras No
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería Arma Celular	Vehículos/Animales/Plantas No
Vestuario Traje negro del Joven Camisa blanca Corbata negra	Maquillaje/Peluquería Básico. Alejandro debería estar sudado.	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción ¿Qué tipo de arma? ¿Qué tipo de celular?	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

Fecha

Café Producciones Rebranding 3
 (Nombre Compañía Productora) Título de la Producción Nro de Pág.

6 Calle EXT DÍA
 Nro De escena Nombre Escena INT / EXT Día/Noche

ALEJANDRO sigue corriendo, cruza en un callejón y llega a la
 entrada de un consultorio.

2

Descripción Nro de página de Guión
 Por designar (San Antonio de Los Altos)
 Locación

Reparto Alejandro	Doble Especialita No	Extras No
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería No	Vehículos/Animales/Plantas No
Vestuario Traje negro del Joven Camisa blanca Corbata negra	Maquillaje/Peluquería Básico. Alejandro debería estar sudado.	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción ¿Qué tipo de arma? ¿Qué tipo de celular?	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

Fecha

Café Producciones Rebranding 4
 (Nombre Compañía Productora) Título de la Producción Nro de Pág.

2 RestauranteINTDÍA

Nro De escena Nombre Escena INT / EXT Día/Noche

ALEJANDRO come en un restaurant con KARINA y le toca la cara mientras habla. No se escucha lo que dice.

1

Descripción Nro de página de Guión

Por designar (Galerías San Antonio PB)

Locación

Reparto Alejandro Karina	Doble Especialita No Extras/Silencios Si (consultar)	Extras Si
Efectos Especiales No	Utilería Mesa (en el lugar) Mantel principal (Rojo, verde o azul) Mantel individual (Rojo, verde o azul) Platos (blancos) Cubiertos Centro de mesa (flores, velas, florero verde o azul) Caja de cigarros Malvoro rojo.	Vehículos/Animales/Plantas Plantas: Gardenias rojas y plantas verdes para decorar.
Vestuario Vest. Alejandro#2: - Camisa de vestir manga larga azul claro. - Pantalón negro o beige. Semiformal. - Cinturón acorde con el pantalón. - Zapatos acordes con el pantalón. Vest. Karina#1: - Camisa blanca - Falda gris - Zapatos rojos - Cartera roja - Bufanda roja - Vestido rojo	Maquillaje/Peluquería Alejandro: Básico. Despeinado. Karina: Básico. Pintura de labios roja. Pintura de uñas roja. Cabello liso.	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial	Notas Producción Karina no puede estar muy arreglada. Consultar número de extras y si son necesarios	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

Fecha

Café Producciones Rebranding 5
 (Nombre Compañía Productora) Título de la Producción Nro de Pág.
 5RestauranteINT DÍA
 Nro De escena Nombre Escena INT / EXT Día/Noche
 Imagen detenida de KARINA peleando con ALEJANDRO. Nro de página de Guión
 Por designar (San Antonio de Los Altos)
 Locación

Reparto Alejandro Karina	Doble Especialita No Extras/Silencios No	Extras Si
Efectos Especiales No	Utilería Mesa (en el lugar) Mantel principal (Rojo, verde o azul) Mantel individual (Rojo, verde o azul) Platos (blancos) Cubiertos Centro de mesa (flores, velas, florero verde o azul) Caja de cigarros Malvoro rojo.	Vehículos/Animales/Plantas Plantas: Gardenias rojas y plantas verdes para decorar.
Vestuario Vest. Alejandro#2: <ul style="list-style-type: none"> - Camisa de vestir manga larga azul claro. - Pantalón negro o beige. Semiformal. - Cinturón acorde con el pantalón. - Zapatos acordes con el pantalón. Vest. Karina#1: <ul style="list-style-type: none"> - Camisa blanca - Falda gris - Zapatos rojos - Cartera roja - Bufanda roja - Vestido rojo 	Maquillaje/Peluquería Alejandro: Básico. Despeinado. Karina: Básico. Pintura de labios roja. Pintura de uñas roja. Cabello liso.	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción Karina no puede estar muy arreglada. Consultar número de extras y si son necesarios	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

Café Producciones Rebranding6
(Nombre Compañía Productora)

Título de la Producción

Fecha

Nro de Pág.

2 Auditorio INT DÍA

Nro De escena

Nombre Escena

INT / EXT

Día/Noche

ALEJANDRO habla en un podio.

1

Descripción Nro de página de Guión

UCAB Auditorio Edif. Cincuentenario.

Locación

Reparto Alejandro	Doble Especialita No	Extras Si
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería Podio (en la locación) Papeles	Vehículos/Animales/Plantas No
Vestuario Alejandro#3: Pantalón negro Camisa azul Corbata roja o azul Extras: Camisas de colores: rojos, verdes, blancos y azules. Pantalones: jeans o pantalones negros, beige.	Maquillaje/Peluquería Básico. Peinado (gelatina)	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción ¿Tiene que estar con saco o sin saco?	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

<u>Café Producciones</u>	<u>Rebranding</u>	<u>7</u>	Fecha
(Nombre Compañía Productora)	Título de la Producción	Nro de Pág.	
<u>2AuditorioINT DÍA</u>			
Nro De escena	Nombre Escena	INT / EXT	Día/Noche
	ALEJANDRO está en una pizarra dibujando una pirámide		
Descripción	junto a un grupo de personas. INSERT: Estafador experto.		<u>1</u>
Nro de página de Guión			
Locación	UCAB Auditorio Edif. Cincuentenario.		

Reparto Alejandro	Doble Especialita No	Extras Si
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería Podio (en la locación) Papeles Pizarra (en la locación) Marcadores (rojo, negro, verde y azul) Borrador (azul) Escritorio (en el lugar) Sillas (en el lugar)	Vehículos/Animales/Plantas No
Vestuario Alejandro#3: Pantalón negro Camisa azul Corbata roja o azul Extras: Camisas de colores: rojos, verdes, blancos y azules. Pantalones: jeans o pantalones negros, beige.	Maquillaje/Peluquería Básico. Peinado (gelatina)	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción ¿Tiene que estar con saco o sin saco?	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

<u>Café Producciones</u>	<u>Rebranding</u>	<u>8</u>	Fecha
(Nombre Compañía Productora)	Título de la Producción	Nro de Pág.	
<u>2AuditorioINT DÍA</u>			
Nro De escena	Nombre Escena	INT / EXT	Día/Noche
	ALEJANDRO está en una pizarra dibujando una pirámide		
Descripción	Nro de página de Guión		<u>1</u>
<u>UCAB Auditorio Edif. Cincuentenario.</u>			
Locación			

Reparto Alejandro	Doble Especialita No	Extras Si
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería Podio (en la locación) Papeles Pizarra (en la locación) Marcadores (rojo, negro, verde y azul) Borrador (azul) Escritorio (en el lugar) Sillas (en el lugar)	Vehículos/Animales/Plantas No
Vestuario Alejandro#3: Pantalón negro Camisa azul Corbata roja o azul Extras: Camisas de colores: rojos, verdes, blancos y azules. Pantalones: jeans o pantalones negros, beige.	Maquillaje/Peluquería Básico. Peinado (gelatina)	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción ¿Tiene que estar con saco o sin saco? ¿Puede ser el mismo vestuario de la escena anterior?	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

Fecha

Café Producciones Rebranding9

(Nombre Compañía Productora)

Título de la Producción

Nro de Pág.

5 Auditorio INT DÍA

Nro De escena

Nombre Escena

INT / EXT

Día/Noche

KARINA está al lado del escritorio donde ALEJANDRO

mostraba la pirámide en la pizarra. INSERT: Cómplice de las estafas.

2

Descripción Nro de página de Guión

UCAB Auditorio Edif. Cincuentenario.

Locación

Reparto Alejandro Karina	Doble Especialita No	Extras Si (consultar)
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería Podio (en la locación) Papeles Pizarra (en la locación) Marcadores (rojo, negro, verde y azul) Borrador (azul) Escritorio (en el lugar) Sillas (en el lugar)	Vehículos/Animales/Plantas No
Vestuario Alejandro#4: Pantalón negro Camisa blanca Corbata azul Karina#2: Pantalón de vestir negro Camisa blanca Zapatos y accesorios rojos. Extras: Camisas de colores: rojos, verdes, blancos y azules. Pantalones: jeans o pantalones negros, beige.	Maquillaje/Peluquería Alejandro: Básico. Peinado (gelatina) Karina: Básico. Despeinada.	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción ¿Tiene que estar con saco o sin saco?	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

<u>Café Producciones</u>	<u>Rebranding10</u>		Fecha
<u>(Nombre Compañía Productora)</u>	<u>Título de la Producción</u>		Nro de Pág.
<u>10AuditorioINT DÍA</u>			
Nro De escena	Nombre Escena	INT / EXT	Día/Noche
<u>ALEJANDRO dibujando un esquema complejo en una pizarra.</u>			
<u>INSERT: Maníatico de la planificación</u>			<u>5</u>
<u>Descripción Nro de página de Guión</u>			
<u>UCAB Auditorio Edif. Cincuentenario.</u>			
<u>Locación</u>			

Reparto Alejandro	Doble Especialita No	Extras Si (consultar)
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería Podio (en la locación) Papeles Pizarra (en la locación) Marcadores (rojo, negro, verde y azul) Borrador (azul) Escritorio (en el lugar) Sillas (en el lugar)	Vehículos/Animales/Plantas No
Vestuario Alejandro#4: Pantalón negro Camisa blanca Corbata azul Extras: Camisas de colores: rojos, verdes, blancos y azules. Pantalones: jeans o pantalones negros, beige.	Maquillaje/Peluquería Alejandro: Básico. Peinado (gelatina)	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción ¿Tiene que estar con saco o sin saco?	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

Fecha

Café Producciones Rebranding11

(Nombre Compañía Productora)

Título de la Producción

Nro de Pág.

10AuditorioINT DÍA

Nro De escena

Nombre Escena

INT / EXT

Día/Noche

JOSÉ al fondo de la habitación donde ALEJANDRO dibuja la pirámide en la pizarra. INSERT: Logística de las estafas.

5

Descripción Nro de página de Guión

UCAB Auditorio Edif. Cincuentenario.

Locación

Reparto Alejandro José	Doble Especialita No	Extras Si (consultar)
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería Podio (en la locación) Papeles Pizarra (en la locación) Marcadores (rojo, negro, verde y azul) Borrador (azul) Escritorio (en el lugar) Sillas (en el lugar)	Vehículos/Animales/Plantas No
Vestuario Alejandro#4: Pantalón negro Camisa blanca Corbata azul Saco negro José#1: Pantalón negro Camisa azul o verde de rayas. Extras: Camisas de colores: rojos, verdes, blancos y azules. Pantalones: jeans o pantalones negros, beige.	Maquillaje/Peluquería Alejandro: Básico. Peinado (gelatina) José: Básico. Despeinado	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

Fecha

Café Producciones Rebranding 12
 (Nombre Compañía Productora) Título de la Producción Nro de Pág.
4Pasillo ascensor (FlashBack)INT DÍA
 Nro De escena Nombre Escena INT / EXT Día/Noche
ALEJANDRO y KARINA corren fuera de la sala de conferencias
mientras un grupo de personas los persiguen molestos y
eufóricos. KARINA marca el ascensor que está a su lado
mientras ALEJANDRO aguanta la puerta con las personas
adentro.
 Descripción Nro de página de Guión 1
 Por definir
 Locación

Reparto Alejandro Karina	Doble Especialita No	Extras Si
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería	Vehículos/Animales/Plantas No
Vestuario Alejandro#4: Pantalón negro Camisa blanca Corbata azul Saco negro Karina#2: Pantalón de vestir negro Camisa blanca Zapatos y accesorios rojos. Extras: Camisas de colores: rojos, verdes, blancos y azules. Pantalones: jeans o pantalones negros, beige.	Maquillaje/Peluquería Alejandro: Básico. Peinado (gelatina) Karina: Básico. Despeinada.	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción	

HOJA DE DESGLOSE
00/00/2011

Café Producciones Rebranding 13
 (Nombre Compañía Productora) Título de la Producción Nro de Pág. Fecha

4VehículoEXT DÍA

Nro De escena

Nombre Escena

INT / EXT

Día/Noche

KARINA manejando muy rápido. INSERT: Conductor

habilitada.

Descripción Nro de página de Guión

Por definir

Locación

2

Reparto Karina	Doble Especialita No	Extras No
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería	Vehículos/Animales/Plantas Si (Twingo gris, Matiz rojo)
Vestuario Karina#3: Camiseta blanca Saco negro Pantalón negro Botines negros o zapatos rojos	Maquillaje/Peluquería Karina: Básico. Despeinada.	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

Fecha

Café Producciones Rebranding 14
 (Nombre Compañía Productora) Título de la Producción

Nro de Pág.

4 Vehículo INT DÍA

Nro De escena Nombre Escena INT / EXT

Día/Noche

KARINA manejando muy rápido. INSERT: Conductora

habilidosa.

2

Descripción Nro de página de Guión

Por definir

Locación

Reparto Karina	Doble Especialita No	Extras No
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería	Vehículos/Animales/Plantas Si (Twingo gris, Matiz rojo)
Vestuario Karina#3: Camiseta blanca Saco negro Pantalón negro Botines negros o zapatos rojos	Maquillaje/Peluquería Karina: Básico. Despeinada.	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

Fecha

Café Producciones Rebranding 15
 (Nombre Compañía Productora) Título de la Producción

Nro de Pág.

7ConsultorioINT DÍA

Nro De escena Nombre Escena INT / EXT

Día/Noche

ALEJANDRO entra corriendo, pero trata de disimular.2

Descripción Nro de página de Guión

C.C. Plaza Páez. El Paraiso.

Locación

Reparto Alejandro Secretaria	Doble Especialita No	Extras No
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería Escritorio moderno. Computadora moderna. Lampara moderna.	Vehículos/Animales/Plantas No
Vestuario Alejandro#4: Pantalón negro Camisa blanca Corbata azul Saco negro Secretaria: Consultar	Maquillaje/Peluquería Alejandro: Básico. Sudor. Despeinado. Secretaria: Básico.	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción ¿Vestuario secretaria?	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

Fecha

Café Producciones **Rebranding** **16**
 (Nombre Compañía Productora) Título de la Producción Nro de Pág.
8ConsultorioINT DÍA
 Nro De escena Nombre Escena INT / EXT Día/Noche
ALEJANDRO abre los ojos. Está sentado en una silla como de
odontólogo. La SECRETARIA sostiene una aguja.3
 Descripción Nro de página de Guión
C.C. Plaza Páez. El Paraiso.
 Locación

Reparto Alejandro Secretaria	Doble Especialita No	Extras No
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería Silla "como de" odontólogo. Aguja. Inyectora. (con líquido azul o verde)	Vehículos/Animales/Plantas No
Vestuario Alejandro#4: Pantalón negro Camisa blanca Corbata azul Saco negro Secretaria: Consultar	Maquillaje/Peluquería Alejandro: Básico. Sudor. Despeinado. Secretaria: Básico.	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción ¿Vestuario secretaria?	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

Fecha

Café Producciones Rebranding 17
 (Nombre Compañía Productora) Título de la Producción

Nro de Pág.

9 Estudio de televisión/sueño INT DÍA

Nro De escena Nombre Escena INT / EXT
 ALEJANDRO está vestido formal junto a KARINA. Hablan
 sobreactuando.4

Día/Noche

Descripción Nro de página de Guión

UCAB. Estudio de cine.

Locación

Reparto Alejandro Karina	Doble Especialita No	Extras No
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería	Vehículos/Animales/Plantas No
Vestuario Alejandro#5: Pantalón negro Camisa blanca Corbata roja Saco negro Zapatos negros Karina#4: Vestido azul Zapatos negros	Maquillaje/Peluquería Alejandro: Básico. Peinado Karina: Básico. Peinada.	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción ¿El vestuario es formal no?	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

Fecha

Café Producciones Rebranding 18
 (Nombre Compañía Productora) Título de la Producción

Nro de Pág.

11 Estudio de televisión/sueño INT DÍA

Nro De escena Nombre Escena INT / EXT

Día/Noche

Foto familiar. INSERT: El hermano inteligente de

ALEJANDRO..4

Descripción Nro de página de Guión

UCAB. Estudio de cine.

Locación

Reparto Alejandro José	Doble Especialita No	Extras No
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería	Vehículos/Animales/Plantas No
Vestuario Alejandro#6: Bermudas beige. Chemise Verde. José#3: Camisa azul. Blue jean	Maquillaje/Peluquería Alejandro: Básico. Despeinado. José: Básico. Despeinado.	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

Fecha

Café Producciones Rebranding 19
 (Nombre Compañía Productora) Título de la Producción Nro de Pág.
11 Estudio de televisión/sueño INT DÍA
 Nro De escena Nombre Escena INT / EXT Día/Noche
 En el
 televisor le dan un cheque gigante a JOSÉ.9
 Descripción Nro de página de Guión
UCAB. Estudio de cine.
 Locación

Reparto José	Doble Especialita No	Extras No
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería Papelillos. Cheque gigante.	Vehículos/Animales/Plantas No
Vestuario José#2: Chemise verde Blue Jean Zapatos deportivos	Maquillaje/Peluquería José: Básico. Peinado.	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

Fecha

Café Producciones Rebranding 20
 (Nombre Compañía Productora) Título de la Producción

Nro de Pág.

10Cuarto de Alejandro INT DÍA

Nro De escena Nombre Escena INT / EXT

Día/Noche

Cierran brúscamente la puerta. ALEJANDRO se despierta.
 ALEJANDRO ahora tiene otro rostro. Mira la hora, son las
 5pm. A ALEJANDRO le molesta la luz y cierra la cortina.
 Entra JOSÉ usando lentes oscuros y se los quita al entrar al
 cuarto..5

Descripción Nro de página de Guión

Por definir.

Locación

Reparto Alejandro José	Doble Especialita No	Extras No
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería Cortina. Lentes oscuros. Televisor pantalla plana. Cosas para el cuarto de Alejandro. Malvoro Rojo.	Vehículos/Animales/Plantas No
Vestuario Alejandro#4: Pantalón negro Camisa blanca Corbata azul Saco negro José#2: Chemise verde Blue Jean Zapatos deportivos	Maquillaje/Peluquería Alejandro: Básico. Despeinado José: Básico. Peinado.	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

Café Producciones Rebranding
(Nombre Compañía Productora)

21
Título de la Producción

Fecha

12Cuarto de Alejandro INT DÍA

Nro de Pág.

Nro De escena Nombre Escena

INT / EXT

Día/Noche

Conversación de Alejandro y José6

Descripción Nro de página de Guión

Por definir.

Locación

Reparto Alejandro José	Doble Especialita No	Extras No
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería Televisor pantalla plana. Ropa sucia. Cds. Porta-Cds Grande. Mesita pequeña. Malvoro Rojo	Vehículos/Animales/Plantas No
Vestuario Alejandro#4: Pantalón negro Camisa blanca Corbata azul Saco negro José#2: Chemise verde Blue Jean Zapatos deportivos	Maquillaje/Peluquería Alejandro: Básico. Despeinado José: Básico. Peinado.	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

Fecha

Café Producciones Rebranding 22

(Nombre Compañía Productora)

Título de la Producción

Nro de Pág.

14Cuarto de Alejandro INT DÍA

Nro De escena

Nombre Escena

INT / EXT

Día/Noche

JOSÉ abre el periódico y ALEJANDRO revisa los números.6

Descripción Nro de página de Guión

Por definir.

Locación

Reparto Alejandro José	Doble Especialita No	Extras No
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería Televisor pantalla plana. Ropa sucia. Cds. Porta-Cds Grande. Mesita pequeña. Malvoro Rojo Periódico. Ticket.	Vehículos/Animales/Plantas No
Vestuario Alejandro#4: Pantalón negro Camisa blanca Corbata azul Saco negro José#2: Chemise verde Blue Jean Zapatos deportivos	Maquillaje/Peluquería Alejandro: Básico. Despeinado José: Básico. Peinado.	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

Fecha

Café Producciones Rebranding

22

(Nombre Compañía Productora)

Título de la Producción

Nro de Pág.

15Cuarto de Alejandro INT NOCHE

Nro De escena

Nombre Escena

INT / EXT

Día/Noche

Toda el apartamento está desordenado. Se escucha música de fondo. Hay botellas en el piso. ALEJANDRO está un poco ebrio.

8

Descripción Nro de página de Guión

Por definir.

Locación

Reparto Alejandro José	Doble Especialita No	Extras No
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería Botellas de alcohol. Latas. Ropa sucia. Bolsas de Doritos, Ruffles. Teléfono. Periódico Malvoro Rojo.	Vehículos/Animales/Plantas No
Vestuario Alejandro#4: Pantalón negro Camisa blanca Corbata azul Saco negro José#2: Chemise verde Blue Jean Zapatos deportivos	Maquillaje/Peluquería Alejandro: Básico. Despeinado José: Básico. Peinado.	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

Fecha

Café Producciones Rebranding 24
 (Nombre Compañía Productora) Título de la Producción Nro de Pág.

16Cuarto de Alejandro INT NOCHE
 Nro De escena Nombre Escena INT / EXT Día/Noche

En el televisor caen papelillos y música. ALEJANDRO mira el televisor mientras marca un número telefónico. En el televisor le dan un cheque gigante a JOSÉ. Suena la puerta del apartamento. ALEJANDRO está extrañado.

9

Descripción Nro de página de Guión
 Por definir.

Locación

Reparto Alejandro José	Doble Especialita No	Extras No
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería Botellas de alcohol. Latas. Ropa sucia. Bolsas de Doritos, Ruffles. Teléfono. Periódico Malvoro Rojo.	Vehículos/Animales/Plantas No
Vestuario Alejandro#4: Pantalón negro Camisa blanca Corbata azul Saco negro José#1: Pantalón negro Camisa azul o verde de rayas.	Maquillaje/Peluquería Alejandro: Básico. Despeinado José: Básico. Despeinado.	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción José debe tener la camisa por fuera y la ropa debe estar un poco sucia.	

HOJA DE DESGLOSE

00/00/2011

<u>Café Producciones</u>	<u>Rebranding</u>	<u>25</u>	Fecha
(Nombre Compañía Productora)		Título de la Producción	Nro de Pág.
<u>13Pasillo Edificio INT NOCHE</u>			
Nro De escena	Nombre Escena	INT / EXT	Día/Noche
<u>JOSÉ baja corriendo las escaleras.</u>			
<u>JOSÉ sube corriendo las escaleras con el periódico en la mano.</u>			<u>8</u>
Descripción	Nro de página de Guión		
<u>Por definir.</u>			
Locación			

Reparto José	Doble Especialita No	Extras No
	Extras/Silencios No	
Efectos Especiales No	Utilería Periódico	Vehículos/Animales/Plantas No
Vestuario José#2: Chemise verde Blue Jean Zapatos deportivos	Maquillaje/Peluquería José: Básico. Peinado.	Efectos sonido/música No
Equipamiento Especial No	Notas Producción	

3.2.11 Lista de necesidades

3.2.11.1 Producción

REBRANDING
PRODUCTOR: Larissa Bardon L.
DIRECTOR: Jesús Roldán Z.
LISTA DE NECESIDADES ESPECÍFICAS
PRODUCCIÓN
Cámara Canon Rebel T2i
Lente Tamron 17-50 mm
Trípode
Memoria SD 16Gb
Baterías extra
Tirro
Extensiones
Hojas de papel
Bolígrafos
Cava pequeña
Agua
Refrescos
Nestea
Desayunos
Almuerzos

Tabla 8. *Lista de necesidades específicas. Producción*

3.2.11.2 Dirección de arte

REBRANDING
PRODUCTOR: Larissa Bardon L.
DIRECTOR: Jesús Roldán Z.
LISTA DE NECESIDADES ESPECÍFICAS
DIRECCIÓN DE ARTE
VESTUARIO
Camisas blancas manga larga (2) Camisa azul manga larga (1) Camisa verde manga larga (1) Corbatas varias (4) Traje (pantalón y saco) negro (2) Zapatos negros de vestir masculinos (2) Franela de rayas blancas y rojas masculina (1) Blue jean (1) Converse rojos talla 42 (1) Saco de cuadros (1) Franela de rayas blancas y rojas femenina (1) Short de blue jean femenino (1) Converse rojos talla 39 femenino (1) Franelilla blanca femenina (1) Torerita roja (1) Pantalón gris de vestir femenino (1) Franela roja de tiritas (1) Pantalón negro (1) Sandalias negras talla 39 (1) Uniforme de policía (2) Franela negra (3) Lentes de sol negros (3) Pijama azul masculino (1) Franela blanca masculino(1)
MAQUILLAJE
Base clara Delineador negro Rimel
UTILERÍA
Juego de Póker Fieltro verde Ron Cacique

Cojines azules
Vasos
Platos blancos
Tazas de café
Cigarrillos
Ticket de lotería
Tarjetas de presentación
Papelillos de colores
Globos
Cheque gigante
Marcador de pizarra rojo
Mesa redonda
Sillas
Mesa alargada
Inyectadora
Listerine verde
Carpeta azul

Tabla 9. *Lista de necesidades específicas. Dirección de arte*

3.2.11.3 Dirección de fotografía

REBRANDING
PRODUCTOR: Larissa Bardon L.
DIRECTOR: Jesús Roldán Z.
LISTA DE NECESIDADES ESPECÍFICAS
DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA
ILUMINACIÓN
Arry 300 (1)
Difusores (2)
CTB ¼ ½ y 1 (2 cada uno)
Rebotador
Láminas de anime
Ganchos de madera
Adaptadores trifásicos
Extensiones (3)
Tirro
CÁMARA
Cámara Canon Rebel T2i
Trípode

Memoria SD 16Gb Lente Tamron 17-50 mm
--

Tabla 10. *Lista de necesidades específicas. Dirección de fotografía*

3.2.11.4 Postproducción

REBRANDING
PRODUCTOR: Larissa Bardon L.
DIRECTOR: Jesús Roldán Z.
LISTA DE NECESIDADES ESPECÍFICAS
POSTPRODUCCIÓN
Computadora con 1 GB de memoria RAM y 120 GB de disco duro que tenga los programas Adobe Premier, Adobe Photoshop y Adobe After Effects
Cable USB
10 DVD
Pen drive

Tabla 11. *Lista de necesidades específicas. Postproducción*

3.2.12 Presupuesto

3.2.12.1 Presupuesto General

REBRANDING	
PRODUCTOR: Larissa Bardon L.	
DIRECTOR: Jesús Roldán Z.	
Duración: 11 min	
PRESUPUESTO GENERAL	
PERSONAL	19.000,00
DPTO. PRODUCCIÓN	17.673,00
DPTO. DIRECCIÓN DE ARTE	9.072,00
DPTO. DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA	2.934,00
POSTPRODUCCIÓN	70,00
TOTAL	48.748,00

Tabla 12. *Presupuesto General*

3.2.12.2 Costos de Personal

REBRANDING					
PRODUCTOR: Larissa Bardon L.					
DIRECTOR: Jesús Roldán Z.					
Duración: 11 min					
PRESUPUESTO- COSTOS DE PERSONAL					
ITEM	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	X	TOTAL
Guionista	1	Pago único	2.000,00	1	2.000,00
Productor	1	Pago único	4.000,00	1	4.000,00
Director	1	Pago único	4.000,00	1	4.000,00
Asist. De dirección	1	Pago único	2.000,00	1	2.000,00
Talento	1	Día	600,00	6	3.600,00
Extras	1	Día	100,00	10	1.000,00
Editor	1	Hora	300,00	8	2.400,00
Total					19.000,00

Tabla 13. *Presupuesto General. Costo de Personal*

3.2.12.3 Departamento de producción

REBRANDING					
PRODUCTOR: Larissa Bardon L.					
DIRECTOR: Jesús Roldán Z.					
Duración: 11 min					
PRESUPUESTO- DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN					
ITEM	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	X	TOTAL
EQUIPOS					
Canon Rebel T2i	1	Día	2.000,00	6	12.000,00
Trípode	1	Día	500,00	6	3.000,00
Memoria SD	1	Unidad	300,00	1	300,00
MATERIAL DE OFICINA					
Hojas blancas	1	Resma	80,00	1	80,00
Bolígrafos	5	Unidad	3,00	5	15,00
Tinta impresora	1	Toner	260,00	1	260,00
Fotocopias	50	Unidad	0,5	50	25,00
Carpetas	1	Unidad	5,00	1	5,00
TRANSPORTE					
Gasolina	6	Tanques	5,00	6	30,00
Estacionamiento	4	Horas	2,00	4	8,00
ALIMENTACIÓN					
Bebidas	48	Litros	3,75	48	180,00
Desayunos	6	Día	120	6	720,00
Almuerzos	6	Día	180	6	1.080,00
Total					17.673,00

3.2.12.4 Departamento de fotografía

REBRANDING					
PRODUCTOR: Larissa Bardon L.					
DIRECTOR: Jesús Roldán Z.					
Duración: 11 min					
PRESUPUESTO- DEPARTAMENTO DE FOTOGRAFÍA					
ITEM	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	X	TOTAL
ILUMINACIÓN					
Arry 300	1	Día	500,00	6	3.000,00
LENTEs					
Gran Angular	1	Día	1.000,00	6	6.000,00
OTROS					
Láminas de anime	1	Lámina	30,00	1	30,00
Ganchos de Madera	1	Paquete	15,00	1	15,00
Adaptadores trifásicos	2	Unidad	2,00	2	4,00
Extensiones	1	Unidad	15,00	1	15,00
Tirro	2	Unidad	4,00	2	8,00
Total					9.072,00

Tabla 15. *Presupuesto General. Departamento de fotografía*

3.2.12.5 Departamento de arte

REBRANDING					
PRODUCTOR: Larissa Bardon L.					
DIRECTOR: Jesús Roldán Z.					
Duración: 11 min					
PRESUPUESTO- DEPARTAMENTO DE ARTE					
ITEM	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	X	TOTAL
VESTUARIO					
Camisa de vestir blanca	2	Unidad	100,00	2	200,00
Camisa de vestir de color	2	Unidad	100,00	2	200,00
Traje. Saco y Pantalón	3	Día	500,00	3	1.500,00
Franela femenina	3	Unidad	45,00	3	135,00
Franela masculina	2	Unidad	45,00	2	90,00
Corbata	4	Unidad	60,00	4	240,00
Pantalón de vestir femenino	2	Unidad	100,00	2	200,00
Zapatos deportivos rojos	2	Par	300,00	2	600,00
Zapatos de vestir negros	2	Par	300,00	2	600,00
Sandalias negras	1	Par	150,00	1	150,00
Mono pijama	1	Unidad	60,00	1	60,00

REBRANDING**PRODUCTOR: Larissa Bardon L.****DIRECTOR: Jesús Roldán Z.****Duración: 11 min****PRESUPUESTO- DEPARTAMENTO DE ARTE**

ITEM	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	X	TOTAL
MAQUILLAJE					
Base clara	1	Unidad	60,00	1	60,00
Delineador negro	1	Unidad	15,00	1	15,00
Rimel	1	Unidad	30,00	1	30,00
UTILERÍA					
Juego de Póker	1	Unidad	400,00	1	400,00
Fieltro verde	1	Unidad	60,00	1	60,00
Ron Cacique	1	Unidad	60,00	1	60,00
Cojines azules	8	Unidad	60,00	1	480,00
Vasos	6	Paquete	150,00	1	150,00
Platos blancos	2	Unidad	30,00	2	60,00
Tazas de café	2	Unidad	20,00	2	40,00
Cigarrillos	2	Paquete	20,00	2	40,00
Ticket de lotería	1	Unidad	30,00	1	30,00
Tarjetas de presentación	6	Unidad	1,00	6	6,00
Papelillos de colores	2	Paquete	20,00	1	20,00

Globos	1	Paquete	20,00	1	20,00
Cheque gigante	1	Unidad	45,00	1	45,00
Marcador de pizarra rojo	1	Unidad	10,00	1	10,00
Mesa redonda	1	Día	200,00	1	200,00
Sillas	10	Día	200,00	1	200,00
Mesa alargada	4	Día	200,00	1	200,00
Inyectora	1	Unidad	3,00	1	3,00
Listerine verde	1	Unidad	25,00	1	25,00
Carpeta azul	1	Unidad	5,00	1	5,00
TOTAL					2934,00

Tabla 16. *Presupuesto General. Departamento de arte*

3.2.12.6 Postproducción

REBRANDING					
PRODUCTOR: Larissa Bardon L.					
DIRECTOR: Jesús Roldán Z.					
Duración: 11 min					
PRESUPUESTO- POSTPRODUCCIÓN					
ITEM	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	X	TOTAL
DVD	10	Unidad	7,00	10	70,00
TOTAL					70,00

Tabla 17. *Presupuesto general. Postproducción*

3.2.13 Análisis de costos

3.2.13.1 Análisis de costos general

REBRANDING		
PRODUCTOR: Larissa Bardon L.		
DIRECTOR: Jesús Roldán Z.		
Duración: 11 min		
ANÁLISIS DE COSTOS GENERAL		
CONCEPTO	TOTAL	TOTAL REAL
PERSONAL	19.000,00	0,00
DPTO. PRODUCCIÓN	17.673,00	2.403,00
DPTO. DIRECCIÓN DE ARTE	9.072,00	23,00
DPTO. DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA	2.934,00	483,00
POSTPRODUCCIÓN	70,00	70,00
TOTAL	48.748,00	2.979,00

Tabla 18. *Análisis de costos general*

3.2.13.2 Costos de personal

REBRANDING						
PRODUCTOR: Larissa Bardon L.						
DIRECTOR: Jesús Roldán Z.						
Duración: 11 min						
ANÁLISIS DE COSTOS- COSTOS DE PERSONAL						
ITEM	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	X	TOTAL	TOTAL REAL
Guionista	1	Pago único	2.000,00	1	2.000,00	0,00
Productor	1	Pago único	4.000,00	1	4.000,00	0,00
Director	1	Pago único	4.000,00	1	4.000,00	0,00
Asist. De dirección	1	Pago único	2.000,00	1	2.000,00	0,00
Talento	1	Día	600,00	6	3.600,00	0,00
Extras	1	Día	100,00	10	1.000,00	0,00
Editor	1	Hora	300,00	8	2.400,00	0,00
Total					19.000,00	0,00

Tabla 19. *Análisis de costos general. Costos de personal*

3.2.13.3 Departamento de producción

REBRANDING						
PRODUCTOR: Larissa Bardon L.						
DIRECTOR: Jesús Roldán Z.						
Duración: 11 min						
ANÁLISIS DE COSTOS- DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN						
ITEM	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	X	TOTAL	TOTAL REAL
EQUIPOS						
Cámara Canon Rebel T2i	1	Día	2.000,00	6	12.000,00	0,00
Trípode	1	Día	500,00	6	3.000,00	0,00
Memoria SD 16Gb	1	Unidad	300,00	1	300,00	0,00
MATERIAL DE OFICINA						
Hojas blancas	1	Resma	80,00	1	80,00	80,00
Bolígrafos	5	Unidad	3,00	5	15,00	15,00
Tinta impresora	1	Toner	260,00	1	260,00	260,00
Fotocopias	50	Unidad	0,5	50	25,00	25,00
Carpetas	1	Unidad	5,00	1	5,00	5,00
TRANSPORTE						
Gasolina	6	Tanques	5,00	6	30,00	30,00
Estacionamiento	4	Horas	2,00	4	8,00	8,00
ALIMENTACIÓN						
Bebidas	48	Litros	3,75	48	180,00	180,00
Desayunos	6	Día	120	6	720,00	720,00
Almuerzos	6	Día	180	6	1.080,00	1.080,00
Total					17.673,00	2.403,00

3.2.13.4 Departamento de fotografía

REBRANDING						
PRODUCTOR: Larissa Bardon L.						
DIRECTOR: Jesús Roldán Z.						
Duración: 11 min						
ANÁLISIS DE COSTOS- DEPARTAMENTO DE FOTOGRAFÍA						
ITEM	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	X	TOTAL	TOTAL REAL
ILUMINACIÓN						
Arry 300	1	Día	500,00	6	3.000,00	0,00
LENTES						
Gran Angular	1	Día	1.000,00	6	6.000,00	0,00
OTROS						
Láminas de anime	1	Lámina	30,00	1	30,00	0,00
Ganchos de Madera	1	Paquete	15,00	1	15,00	15,00
Adaptadores trifásicos	2	Unidad	2,00	2	4,00	0,00
Extensiones	1	Unidad	15,00	1	15,00	0,00
Tirro	2	Unidad	4,00	2	8,00	8,00
Total					9.072,00	23,00

Tabla 20. Análisis de costos. Departamento de fotografía

3.2.13.5 Departamento de arte

REBRANDING						
PRODUCTOR: Larissa Bardon L.						
DIRECTOR: Jesús Roldán Z.						
Duración: 11 min						
ANÁLISIS DE COSTOS- DEPARTAMENTO DE ARTE						
ITEM	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	X	TOTAL	TOTAL REAL
VESTUARIO						
Camisa de vestir blanca	2	Unidad	100,00	2	200,00	0,00
Camisa de vestir de color	2	Unidad	100,00	2	200,00	200,00
Traje. Saco y Pantalón	3	Día	500,00	3	1.500,00	0,00
Franela femenina	3	Unidad	45,00	3	135,00	45,00
Franela masculina	2	Unidad	45,00	2	90,00	45,00
Corbata	4	Unidad	60,00	4	240,00	0,00
Pantalón de vestir femenino	2	Unidad	100,00	2	200,00	0,00
Zapatos deportivos rojos	2	Par	300,00	2	600,00	0,00
Zapatos de vestir negros	2	Par	300,00	2	600,00	0,00
Sandalias negras	1	Par	150,00	1	150,00	0,00
Mono pijama	1	Unidad	60,00	1	60,00	0,00

REBRANDING**PRODUCTOR: Larissa Bardon L.****DIRECTOR: Jesús Roldán Z.****Duración: 11 min****ANÁLISIS DE COSTOS- DEPARTAMENTO DE ARTE**

ITEM	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	X	TOTAL	TOTAL REAL
MAQUILLAJE						
Base clara	1	Unidad	60,00	1	60,00	0,00
Delineador negro	1	Unidad	15,00	1	15,00	0,00
Rimel	1	Unidad	30,00	1	30,00	0,00
UTILERÍA						
Juego de Póker	1	Unidad	400,00	1	400,00	0,00
Fieltro verde	1	Unidad	60,00	1	60,00	60,00
Ron Cacique	1	Unidad	60,00	1	60,00	0,00
Cojines azules	8	Unidad	60,00	1	480,00	0,00
Vasos	6	Paquete	150,00	1	150,00	0,00
Platos blancos	2	Unidad	30,00	2	60,00	0,00
Tazas de café	2	Unidad	20,00	2	40,00	0,00
Cigarrillos	2	Paquete	20,00	2	40,00	40,00
Ticket de lotería	1	Unidad	30,00	1	30,00	0,00
Tarjetas de presentación	6	Unidad	1,00	6	6,00	0,00
Papelillos de colores	2	Paquete	20,00	1	20,00	20,00

Globos	1	Paquete	20,00	1	20,00	20,00
Cheque gigante	1	Unidad	45,00	1	45,00	45,00
Marcador de pizarra rojo	1	Unidad	10,00	1	10,00	0,00
Mesa redonda	1	Día	200,00	1	200,00	0,00
Sillas	10	Día	200,00	1	200,00	0,00
Mesa alargada	4	Día	200,00	1	200,00	0,00
Inyectadora	1	Unidad	3,00	1	3,00	3,00
Listerine verde	1	Unidad	25,00	1	25,00	0,00
Carpeta azul	1	Unidad	5,00	1	5,00	5,00
TOTAL					2934,00	483,00

Tabla 21. *Análisis de costos. Departamento de arte*

3.2.13.6 Postproducción

REBRANDING						
PRODUCTOR: Larissa Bardon L.						
DIRECTOR: Jesús Roldán Z.						
Duración: 11 min						
ANÁLISIS DE COSTOS- POSTPRODUCCIÓN						
ITEM	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	X	TOTAL	TOTAL REAL
DVD	10	Unidad	7,00	10	70,00	70,00
TOTAL					70,00	70,00

Tabla 22. *Análisis de costos. Postproducción*

3.3 POSTPRODUCCIÓN

3.3.1 EDICIÓN Y MONTAJE

El montaje de “Rebranding” requiere de un ritmo rápido. Los planos son cortos y usando cortes directos en su totalidad. Se utilizan numerosos flashbacks, inserts y material de archivo como conductores de la historia.

3.3.2 EFECTOS VISUALES

Se emplean efectos visuales para dos tomas donde, en post-producción, se cambia el rostro de dos personajes durante dos cuadros por uno distinto. El trabajo se realiza con la herramienta Adobe After Effects.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se puede decir que el objetivo general de “Realizar un cortometraje inspirado en la estética de la película Rushmore del director Wes Anderson” fue cumplido satisfactoriamente.

Igualmente, los objetivos específicos se cumplieron consecuentemente. El breve análisis visual realizado de la película Rushmore funcionó para determinar cuáles elementos de la estética de Wes Anderson funcionaban para el cortometraje Rebranding. Efectivamente, estos elementos sirvieron de inspiración y guía para todos los procesos de producción del cortometraje Rebranding.

Varios aspectos estéticos del director Wes Anderson se hacen evidentes en el cortometraje, pero a su vez, fue inevitable que por razones creativas el director del corto cambiara algunos de estos aspectos para adaptarlos al ritmo y forma de una producción que al fin y al cabo está escrita por otra persona.

Se realizó un cortometraje de calidad con un muy bajo presupuesto. Aunque esto mismo, conllevó a constantes cambios a la hora de la producción. La falta de remuneración no fue problema para la mayoría de los actores, pero respecto a las locaciones, sí hubo varios cambios de último minuto a falta del compromiso monetario.

A pesar de que no ocurrió ningún incidente con los actores, la organización de los horarios fue extremadamente compleja. Se recomienda conseguir actores con flexibilidad de tiempo y establecer claramente el calendario de grabación para evitar cancelaciones de última hora.

El corto equipo de producción conformado por tres personas también resultó pequeño para los requerimientos logísticos de la producción. A ello se le suma la creación del texto metodológico que complica más aún los tiempos de entrega. Se recomienda contar con un equipo mayor para realizar un proyecto de cortometraje.

También se recomienda a la hora de escribir un guión para una tesis de cortometraje establecer una historia que realmente pueda producirse con las limitantes expresadas

previamente. Elementos como efectos visuales se complicaron mientras se acercaba la fecha de entrega por lo que hubo que reemplazarlos por soluciones rápidas, pero igualmente efectivas.

Finalmente, recomendamos a la Escuela de Comunicación Social de la UCAB brindar mayor apoyo a los tesistas, ya que se dificulta sumamente conseguir equipos para las grabaciones; específicamente en lo relacionado a luces en detrimento de la calidad en la dirección de fotografía.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Fuentes bibliográficas

Browning, M. (2011). *Wes Anderson: Porqué sus películas importan*. E.E.U.U.: ABC-CLIO, LLC

Field, Syd (2002). *El Manual del Guionista*. España: Plot ediciones

Harrytuttle. (2009, 9 de octubre). Indianauteur. Consultado el día 28 de junio de 2010 de la World Wide Web: <http://www.indianauteur.com/?p=86>

Internet Movie Database. (s/f). IMDB. Consultado el día 28 de junio de 2010 de la World Wide Web: <http://www.imdb.com/name/nm0027572/>

Japp, P. Meister, M. Japp, D. (2005). *Comunicación, ética, medios y cultura popular*. E.E.U.U.: Peter Lang Publisher.

Konigsberg, Ira (2004). *Diccionario Técnico AKAL de cine*. España: Akal

Martínez, J. Serra J. y Fernández, F. (1999). *Manual básico de técnica cinematográfica y dirección de fotografía*. España: Acervo General – ITESO

Mayshark, J. (2007) *Cine Post-Pop: La búsqueda del significado de las nuevas películas americanas*. . E.E.U.U.: Praeger Publishers.

Sin Autor. (2008, 20 de febrero). UGO. Consultado el día 28 de junio de 2010 de la World Wide Web: <http://www.ugo.com/movies/wes-anderson>

Sin Autor. (s/f) Biografias.es Consultado el día 28 de junio de 2010 de la World Wide Web: <http://www.biografias.es/famosos/wes-anderson.html>

Tasker, Y. (2002). *Cincuenta directores de filmes contemporáneos*. E.E.U.U.: Taylor & Francis e-library

Valck, M. Hagener, M. (2005). *Cinefilia: Películas, amor y recuerdos*. Amsterdam: Amnsterdam University Press.

Wilson, Karen. (2004, 7 de diciembre) Gothamist. Consultado el día 28 de junio de 2010 de la World Wide Web: http://gothamist.com/2004/12/07/a_talk_with_director_wes_anderson.php