

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

**LAS PAPAS VAN PRIMERO**  
**Cortometraje gastronómico sobre las relaciones**  
**interpersonales**

MIRALLES QUINTERO, Isabella  
PHELAN DE MAJO, Joaquín Ernesto

Tutor:  
MOLLEGAS ANDRADE, Néstor Eduardo

Caracas, septiembre de 2015

## AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a nuestras familias por estar siempre pendientes de nuestro proyecto de grado, por su constancia y perseverancia, y por siempre estar ahí para lo que necesitamos. Un agradecimiento especial a la familia Phelan por su maravillosa hospitalidad durante los días de rodaje.

A Néstor Mollegas, por aceptar la tutela de este trabajo y también por el aprendizaje que nos ha brindado durante todo este tiempo. Estamos en deuda de gratitud con él por ofrecernos una visión extraordinaria de las artes audiovisuales y de su minuciosa y excelente forma de trabajar, dejándonos saber que la esencia del cine se basa en intentar alcanzar la perfección cada día.

A lo largo de esta labor, muchas personas nos han brindado su ayuda, orientación y apoyo. A muchos se les ha agradecido ya, pero nos gustaría destacar de nuevo –esta vez a través de la palabra escrita–, a Pedro Wazzan, por sus increíbles conocimientos en el área de la fotografía y su genialidad como persona; a Yma Arrivillaga, por su paciencia y su incansable labor como nuestra directora de producción; a Ronald Parra, por ser nuestro súper creativo operador de cámara; a Eduardo Navarro, por darle sonidos al sabor; a Fedor Eberle, por sus imparables ganas con el proyecto; y a todos y cada uno de los miembros del equipo técnico de *Las papas van primero*. Además, reiteramos nuestra gratitud para con Adriana Quintero, la persona encargada de crear los maravillosos y succulentos platos de comida que se aprecian en nuestra obra.

Agradecemos a Henyedi Pérez por mantenernos siempre con las mejores energías para trabajar, y hacemos mención especial a nuestros actores Gabriel Agüero y Dimas González, a nuestra profesora Yasmín Centeno, y a todos nuestros compañeros de clase y amigos. ¡Gracias totales!

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	vii
MARCO TEÓRICO	10
<b>I. LA GASTRONOMÍA</b>	<b>11</b>
<b>1.1 Tipología de la gastronomía</b>	<b>11</b>
<b>1.2 La comida como proceso cultural</b>	<b>16</b>
<b>1.3 La gastronomía como proceso comunicacional</b>	<b>19</b>
1.3.1 Los signos olfativos	25
1.3.2 Los signos gustativos	25
1.3.3 Los signos táctiles	25
1.3.4 Los signos visuales	25
1.3.5 Los signos auditivos	26
<b>II. LAS RELACIONES INTERPERSONALES Y LA COCINA</b>	<b>27</b>
<b>2.1 Las relaciones interpersonales</b>	<b>27</b>
<b>2.2 Tipos de relaciones interpersonales</b>	<b>29</b>
2.2.1 Relaciones íntimas/superficiales	29
2.2.2 Relaciones personales/sociales	29
2.2.3 Relaciones amorosas	30
<b>2.3 Características de las buenas relaciones</b>	<b>31</b>
2.3.1 Honestidad y sinceridad	31
2.3.2 Respeto	31
2.3.3 Comprensión y sabiduría	32
2.3.4 Empatía	32
<b>2.4 Las relaciones a través de la cocina</b>	<b>32</b>

<b>III.</b>	<b>CINE GASTRONÓMICO</b>	37
	<b>3.1 El cine y sus expresiones</b>	37
	<b>3.2 El cortometraje</b>	39
	3.2.1 Tipos de cortometraje	40
	3.2.1.1 Documental	40
	3.2.1.2 Experimental	41
	3.2.1.3 Animación	41
	3.2.1.4 Ficción	42
	3.2.2 Características del cortometraje	42
	3.2.2.1 Breve duración	44
	3.2.2.2 Condensación	45
	3.2.2.3 Experimentación	45
	3.2.2.4 La similitud narrativa con el cuento	45
	<b>3.3 Gastronomía y cine</b>	45
	<b>3.4 Referencias del cine gastronómico</b>	47
	3.4.1 <i>Como agua para chocolate</i>	48
	3.4.2 <i>Chocolat</i>	48
	3.4.3 <i>Comer, rezar y amar</i>	49
	3.4.4 <i>Sin reservas</i>	50
	3.4.5 <i>Ratatouille</i>	51
	3.4.6 <i>Un viaje de diez metros</i>	52
	3.4.7 <i>Chef</i>	52
	<b>MARCO METODOLÓGICO</b>	54
<b>I.</b>	<b>EL PROBLEMA</b>	55
	<b>1.1 Planteamiento del problema</b>	55
	<b>1.2 Objetivos</b>	56

1.1.1	Objetivo general	56
1.1.2	Objetivos específicos	56
<b>1.3</b>	<b>Justificación</b>	56
<b>1.4</b>	<b>Delimitación</b>	58
<b>II.</b>	<b>LIBRO DE PRODUCCION</b>	60
<b>2.1</b>	<b>Ficha técnica</b>	60
2.1.1	Información general	60
2.1.2	Equipo técnico	60
2.1.3	Reparto	61
<b>2.2</b>	<b>Idea</b>	61
<b>2.3</b>	<b>Sinopsis</b>	61
<b>2.4</b>	<b>Escaleta</b>	62
<b>2.5</b>	<b>Tratamiento</b>	63
<b>2.6</b>	<b>Perfil de personajes</b>	64
2.6.1	Mariano (Nano)	64
2.6.2	Antonio (Toño)	65
<b>2.7</b>	<b>Guión literario</b>	67
<b>2.8</b>	<b>Memoria de producción</b>	82
2.8.1	Lista de necesidades de producción	82
2.8.1.1	Personajes	82
2.8.1.2	Utilería y atrezzo	82
2.8.1.3	Ambientación	84
2.8.1.4	Vestuario	85
2.8.1.5	Maquillaje y peluquería	85
2.8.1.6	Sonidos y música	85
2.8.2	Desglose de producción	86
2.8.3	Calendario de producción	96
2.8.4	Plan de rodaje	100

<b>2.9 Memoria de dirección</b>	102
2.9.1 Notas del autor	102
2.9.2 Casting	103
2.9.2.1 Antonio (Toño)	103
2.9.2.2 Mariano (Nano)	104
2.9.3 Guion técnico	105
<b>2.10 Propuesta técnico-artística</b>	112
2.10.1 Propuesta fotográfica	112
2.10.2 Propuesta artística	114
2.10.2.1 Paleta de colores	114
2.10.2.2 Locaciones	115
2.10.2.3 Vestuario y maquillaje	118
2.10.3 Propuesta sonora	120
2.10.4 Desglose de equipos	122
<b>2.11 Hojas de llamado</b>	124
<b>2.14 Presupuesto</b>	128
<b>2.15 Análisis de costo</b>	133
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	138
BIBLIOGRAFÍA	141
ANEXOS	150

# INTRODUCCIÓN

Desde sus inicios, el arte cinematográfico se ha nutrido de los valores que las otras artes, las ciencias y demás oficios, le ha proporcionado. Es así como comenzó a establecerse entre el medio de la imagen en movimiento y las otras partes, una relación que hoy en día se encuentra en constante desarrollo y que, por lo mismo, se ha convertido en un campo de creación muy rico, un terreno en el que las películas se nutren cada vez más de las virtudes de la pintura, de la música, de la tecnología o de la mismísima gastronomía.

Muchas veces las personas no se dan cuenta de la importancia que tiene la cocina en el mundo. Después de todo, es una fuente de vida, dado que el alimento es una necesidad primordial para el ser humano. La cocina es también tiempo, en tanto es aquel momento para compartir con los más allegados, y al que las personas dedican gran parte de sus existencias. De igual forma, se puede decir que el proceso de la cocina, desde el instante en que se prepara una comida hasta que se ingiere; no es una labor que requiere rigurosamente del hecho social. Como arte, es un quehacer que se puede llevar a cabo tanto en conjunto, como de manera individual.

El cocinar no se trata sólo de la mera acción de convertir un alimento en comida; va más allá de esto. El momento de cocinar una cena es una oportunidad para estrechar las relaciones personales, compartir y comunicarse. Se pueden decir muchas cosas durante la conversación que puede mantenerse en una mesa, al instante del almuerzo; pero también pueden expresarse mil cosas más mediante la imagen, la textura, el aroma y el sabor de un buen plato de comida.

Entre las diversas perspectivas de análisis que existen, se pueden mencionar los procesos culturales y comunicacionales en la gastronomía, lo cual implica el estudio del Hombre con su alimentación y su medio ambiente o entorno. Así, las recetas son unos de los medios en la cocina a través de los cuales se evidencian más la cultura y la comunicación. Son elementos que transmiten enseñanzas y formas de saborear la vida, de generación en generación; y pueden dar una explicación de cómo son las tradiciones de un continente entero, de un país, de una región, de una familia o de la mismísima persona que concibió el modelo de preparación.

Una vez dicho esto, se puede presentar entonces el propósito del presente trabajo de grado, el cual consiste en realizar un cortometraje propio del cine gastronómico, que brinde un discurso sobre las relaciones interpersonales. Para ello, se propone elaborar una pieza que transmita cómo el momento de la cocina es capaz de cambiar una relación familiar poco ortodoxa, haciendo que se estrechen los lazos sanguíneos y afectivos, a la par que se da apertura al proceso comunicacional entre los dos personajes que impregnan la historia.

Con respecto al marco teórico, se debe indicar que este se encuentra dividido en tres partes. En la primera de ellas, se introducen algunas nociones básicas vinculadas con la gastronomía. Además, se incluye una breve revisión de los procesos culturales y comunicacionales que suponen la cocina. Asimismo, se exponen los postulados del campo de la gastrosemiótica y sus signos, que sirven de soporte al proyecto realizado.

Seguidamente, en el segundo capítulo, se proporciona información sobre las relaciones interpersonales, los distintos tipos de relaciones existentes y los elementos que han de caracterizar una buena relación humana. Una vez hecho esto, se presenta entonces una investigación en la tercera parte, en la

cual se indica de forma general lo que es el cine como arte y como expresión, para finalmente ahondar en referentes de cintas gastronómicas, ostentosas de argumentos ricos en relaciones interpersonales, que permitan delimitar de mejor manera la intención del proyecto a realizar.

En el marco metodológico, por su lado, se ofrecen los resultados del proceso de producción del cortometraje, con lo cual se ahonda en la construcción de la historia, el desarrollo de su estructura dramática y el tratamiento de los temas estudiados. Así, a manera de conclusión, se proporciona una breve síntesis de lo cumplido y de lo aprendido, lo cual se esboza en función a los objetivos planteados a lo largo de la labor; y se presentan algunas aproximaciones sobre la importancia de la cocina y del cine como transmisores de valores dentro del ámbito cultural y social.

## **MARCO TEÓRICO**

# I. LA GASTRONOMÍA

## 1.1 *Tipología de la gastronomía*

Cocinar es un arte; es la base y culminación de una cultura; es luz, textura y sonido. El cocinar alcanza la perdurabilidad de lo creado, es una creación que no para. La gastronomía es un saber que entrelaza lo formativo, académico, investigativo, culinario y comunicacional (Lovera, 1998).

Como explica Cartay (2010):

La acción de cocinar consiste en convertir un ingrediente en comida o bebida. Pero esa maravillosa transformación (en que cambiamos el sabor, olor, color y textura de un ingrediente combinándolos con otros, sin pervertir sus atributos originales), ocurre dentro de un contexto cultural determinado, dentro de una cierta estructura social en la que actúan muchos elementos: un agente culinario (el que cocina), un saber culinario (una fórmula o receta que guía el procedimiento), unas ciertas técnicas de conservación de alimentos (...), de preparación (...), de cocción (...) y de presentación (p. 6).

Según el criterio del autor, la gastronomía es todo lo que hay dentro de un cierto orden culinario –un horario y una jerarquía de los platos y bebidas–, así como también es ese complejo sistema de creencias, supersticiones y preferencias relacionadas con la alimentación, así como es representaciones simbólicas (p. 6).

A partir de lo expuesto, puede afirmarse que la gastronomía es algo que significa muchas cosas; entre ellas, un proceso cultural, un proceso comunicacional y un oficio. En nuestras casas se destinó un lugar específico para la cocina, apartado de los demás cuartos, situándosele usualmente en recintos semi - abiertos, con fogones y hornos en la pared (Lovera, 1998).

Según Rodríguez (2009), “el concepto gastronomía por primera vez es utilizado por Arquestrato, poeta del siglo IV A.C, en su escrito *Gastronomía, gastrología o hedyatheia*; en el que se refiere al proceso alimentario de su época” (p. 7).

Por su parte, Cartay (2010) explica que la cocina nació con los recursos del entorno de quien cocinaba, ingeniándose las éste para crear un plato con las cosas limitadas que tenía a su alcance.

Como proceso cultural, la gastronomía se entiende como:

(...) La manera como el que cocina hace lo que hace (...) En ese concepto entran muchas cosas: el agente culinario; la receta que emplea; los ingredientes que incorpora; el manejo de utensilios y artefactos culinarios; las técnicas de conservación; preparación y cocción de los alimentos empleados; el conocimiento del arte de combinar alimentos siguiendo ciertos criterios nutricionales, dietéticos y estéticos; normas, horarios y un orden culinario; prohibiciones alimentarias; creencias y supersticiones; representaciones culturales y cosmológicas; principios de economía doméstica; así como algunas normas de presentación de los alimentos en la mesa, y por último, la imaginación creativa del agente culinario, profesional (Lovera, 2006, p. 80).

Esto respalda lo expuesto por Rodríguez (2009), y es que el sabor cultural está relacionado con la capacidad simbólica que el ser humano ha utilizado en los procesos alimentarios, desde la cocina hasta los lugares con los que se ha relacionado culturalmente.

El orden culinario o régimen culinario es otro aspecto importante; la cocina de una sociedad comprende representaciones, creencias, reglas y prácticas que son compartidas por los miembros de una cultura. En ese orden están integradas las clasificaciones culinarias, que son la manera como una sociedad divide sus recursos alimentarios en comestibles y no comestibles; y las reglas

culinarias, que son las que gobiernan el consumo de alimentos y el comportamiento del comensal, tales como los horarios de comida y la manera de comer (Lovera, 2006).

Al respecto, Lovera (2006) explica lo siguiente:

(...) El orden culinario debe ser respetado en la alimentación, pues su transgresión puede ocasionar algún tipo de inconformidad social, e incluso fisiológica, y convertir el alimento en indeseable. Todo eso se inscribe dentro de un sistema o régimen alimentario. En ningún caso debemos olvidar que la alimentación es un acto social total, que el ser humano es el único animal que cocina y que cuando come, no sólo está consumiendo alimentos sino también símbolos, creencias o elementos de prestigio social y económico, maneras de comer, modos de comportarse en la mesa, horarios, etc. (p. 81).

Según Silva et al (2008), “la comida al estar directamente ligada con la cultura, define el temperamento y la personalidad de esta, además de ser un efectivo medio para conservarla” (N 2 Vol. 4, p. 15).

Cartay (2010), por su lado, dice que “toda cocina siempre es mucho más que la conversión de ingredientes en platos, mediante el empleo de utensilios y técnicas” (p. 14).

Sin embargo, pocas veces reflexionamos sobre qué ocurre dentro de una cocina, cómo se llevan a cabo los procesos y quiénes son los que lo realizan para que llegue a la mesa (Bertocchi, 2010).

La gastronomía es un proceso comunicativo, y como tal, consta de un cocinero (emisor) que plasma (codifica) una receta en un plato de comida (mensaje), mezclando los ingredientes de una forma determinada, a una temperatura especial (códigos); todo para que el comensal (receptor) consuma (decodifique) con todos sus sentidos (Castillo, s.f).

En términos generales de la comunicación, el emisor es aquel que transmite el mensaje al receptor. Alguien emite un mensaje cualquiera y el receptor lo escucha, lo comprende y reacciona en función a esto. No obstante, según Silva y Fernández (2008), “al igual que ocurre en el caso de las artes, en la cocina, se puede identificar a más de un emisor: cocinero, tradición y prácticas culturales (donde se incluyen los productos de la cultura)” (N 2 Vol.4, p. 4).

Estos autores también explican que un código es un alfabeto de correspondencias, en el cual el emisor se basa para formular el mensaje, y el receptor hace lo propio para decodificarlo. Es un repertorio de signos y sus reglas de construcción. Dentro del código que el emisor utiliza, se encuentran varios tipos de signos que hacen posible la transmisión del mensaje. Estos fueron clasificados por Pierce (s.f; cp. Silva et al, 2008) en tres categorías básicas: el ícono, el índice y el símbolo.

El código culinario está conformado por una multiplicidad de signos visuales, olfativos y táctiles, que permiten a su vez múltiples combinaciones y en las cuales están en juego formas de preservación, de creatividad u otras combinaciones exóticas.

El ámbito del receptor es correlativo al de la tradición, donde hay que diferenciar las formas de consumo, ya que es muy distinto comer por hambre y necesidad a comer por placer. Los sentidos forman parte importante en la recepción del mensaje culinario, además del contexto. Es cierto que para poder comprender un mensaje, es necesario manejar el código que se está usando y contar con una serie de referentes que el mensaje demanda para su comprensión, lo que está estrechamente relacionado con la cultura (Silva et al, 2008).

Según Silva y Fernández (2008), “el mensaje culinario, se encuentra ahí, sobre las mesas, en los mercados y restaurantes; está por todos lados y a diario es posible tener contacto con él” (Nº 2 Vol. 4, p. 1).

Apoyando lo anteriormente expuesto, se encuentra el concepto de la gastrosemiótica. El mismo echa luz sobre la consideración de la gastronomía como proceso cultural y comunicacional.

La gastrosemiótica está constituida por signos fundamentales, algunos de los cuales son de transferencia icónica. Es decir, transfieren el significado de un significante a otro. Por ejemplo: lo picante (sabor) equivale a fuego (experiencia táctil).

Sabiendo todo esto, se es comprensible entonces que Castillo y Gonzales (2007) asuman que la cocina es una experiencia que implica todo lo dicho y más.

(...) La gastronomía es el estudio de la relación entre cultura y alimento. A menudo se piensa erróneamente que el término gastronomía sólo se refiere al arte de cocinar y organizar los platillos en torno a una mesa. Sin embargo esta es solo una pequeña parte del campo de estudio de dicha disciplina: no siempre se puede afirmar que un cocinero es un gastrónomo (p. 4).

Cuando se habla de cocina, se puede decir que se habla de una obra de arte, porque se habla de emociones. Cuando alguien va a un restaurante, busca placeres, percepciones y diversión. El trabajo de un cocinero es hacer sentir y es contar una historia a través de un plato de comida.

Para ser un chef no sólo es necesario tener conocimientos; son necesarias también las experiencias. Por ejemplo, la música que has escuchado, la literatura que has leído, la pintura que has visto, los lugares que has visitado,

las personas que has conocido. Todo esto interviene en un plato y se proyecta en la forma como lo elaboramos (Komm, 1967).

Hay un vasto campo para la creatividad y la investigación de la gastronomía, que trata temas como la semiótica, el periodismo gastronómico, la sociología del consumo, la relación entre la literatura, la pintura, el cine, las relaciones entre cocina y prácticas religiosas, fiestas tradicionales, reglas sociales e identidad nacional (Castillo et al, 2007).

## 1.2 *La comida como proceso cultural*

El acto alimentario no se reduce al mero plano biológico, sino que conlleva decisiones psicológicas y culturales. No sólo satisfacemos el hambre, también ingerimos los alimentos que nos complacen individualmente; muchos de ellos forman parte de la cocina a la que estamos habituados por tradición (Lovera, 1998).

Como explica el autor, comer es una actividad a la cual le dedicamos una considerable parte de nuestro tiempo diario. Sin embargo, generalmente no le damos otra importancia que la de saberla y practicarla como la simple satisfacción de una de nuestras necesidades básicas.

En la cocina los alimentos juegan uno de los roles más importantes en el desarrollo del ser humano, pues el sabor y los nutrientes estimulan el cuerpo físico y emocional. Todos son necesarios para el desarrollo de una gran cocina; al momento de éstos conjugarse en la preparación del alimento, se obtiene como resultado un producto que es consumido voluntad por aquel que lo desea. Desde que se empieza a ingerir, se inicia un proceso de transformación de la sustancia, el cual estimula la sensación de placer. Luego entra en acción la memoria gustativa y emocional, para continuar con el proceso de digestion.

Como explica Lovera (2006):

Pensemos por un momento en el deseo de comer. En la actualidad sabemos que debemos nutrirnos más, y sin embargo, buscamos la forma de hacer de esta actividad vital una que genere placer, por lo que se convierte en un acto impulsado por el libre albedrío. El alimentarse, en sí mismo, se trabaja de manera voluntaria; comer, introducir el alimento y masticar son actos voluntarios (p. 136).

Muchas personas ven el concepto de comer como un acto automático y diario, sin embargo, éste puede ir mucho más allá (Bertocchi, 2010).

Los sabores tienden a disparar emociones y recuerdos, asociados a los momentos más especiales de nuestras vidas; cuando se prueba un platillo en especial, en fracciones de segundos uno puede ser transportado al pasado y revivir las emociones de un momento en particular.

Por ejemplo, Lovera (2006) explica que “los sabores característicos del paladar venezolano se transmiten en recetas familiares. Quien ojea esas páginas (...) descubrirá los recuerdos de la infancia, los olores caseros e incluso hasta los sabores de los encuentros dominigueros” (p. 137).

Igualmente, y en referencia a la concepción de la gastronomía como proceso cultural, existe la conceptualización de la antropología de la alimentación.

Antropología de la alimentación es ‘un campo de estudio fructífero que se ocupa del estudio de las prácticas y representaciones alimentarias de los grupos sociales desde una perspectiva comparativa y holista, poniendo atención en los factores

materiales y simbólicos que influyen en los procesos de selección, producción, distribución y consumo de alimentos, así como en las formas de preparación, conservación o servicio' (Contreras, Gracia (2005) Antropología de Los Sabores [Página Web en Línea]).

Según Vásquez Montalbán (2008), “la antropología contempla la alimentación humana como un fenómeno sociocultural: todos los animales se alimentan, pero sólo el ser humano cocina” (Antropología de los Sabores [Página Web en Línea]).

Asimismo, “*comer* es un fenómeno social y cultural, mientras que la *nutrición* es un asunto fisiológico y de la salud” (Contreras Hernández, (1999) Antropología de los sabores [Página Web en Línea]).

Como explica Medina (2011):

Consumimos cultura, en tanto que ingerimos unos alimentos y no otros (...), elegimos social y culturalmente cuándo los ingerimos, dentro de contextos cotidianos (desayuno, comida, cena), con estructuras definidas (entrantes, primer plato, segundo plato, postre) y a horarios más o menos pautados socialmente. Decidimos igualmente con quién comemos (...), cómo y dónde comemos (...); y las características de aquello que consumimos (...). Mucho más allá de consideraciones biológicas y nutricionales, la alimentación queda ubicada, fuera de toda duda, dentro del marco cultural de las relaciones sociales y culturales de los individuos (Antropología de los sabores [Página Web en Línea]).

La comida representa la religión y la cultura de un pueblo, poniendo de lado las diferencias sociales o ideológicas. La cocina es unión; por ejemplo, la arepa es una arepa tanto para ricos como para pobres. La identidad culinaria y el compartir en la mesa hace que se cree un espacio propio, un lugar compartido por todos (Bertocchi, 2010).

Como se explica en el siguiente concepto:

El sabor cultural constituye un cúmulo de preferencias, asociaciones, simbolizaciones y representaciones, que influyen en todos los aspectos de la vida social: economía, política, historia y vida cotidiana (cocina, hábitos, lenguaje, actividades, etc.), que colabora con el sentido de pertenencia y unidad entre los actores de una sociedad (Rodríguez, 2009, El sabor venezolano: Desde las miradas de los chefs venezolanos, UCV).

Cuando la comida de un país se convierte en gastronomía pasa a ser parte de su cultura. Dicho de otra manera, cuando se habla de la comida simplemente como sustento o alimento, se habla con el estómago. En cambio, cuando se habla de la comida asociada a todos los sentidos y a los valores de una sociedad, se habla con el cerebro; es entonces cuando el comer pasa a ser gastronomía y a su vez parte de su patrimonio cultural (Lovera, 2006).

Para Castillo (s.f.), nuestra naturaleza de humanos no únicamente se evidencia con el hecho de cocinar los alimentos, sino también con el hecho de compartirlos. Y asimismo, “no sólo se trata de introducir el alimento en la boca e ingerirlo, es *comer* tradición y valores” (Silva et al (2008) N 2 Vol.4, p. 4).

La cultura es una manera de haber sido, un modo de ser y una forma de ir siendo, que es transmitida de boca a oído (Lovera, 1998).

### 1.3 *La gastronomía como proceso comunicacional*

La rama culinaria tiene un aspecto comunicativo que cuenta con la habilidad de comunicar rasgos de una cultura, por medio de un texto visual o icónico (forma, color, dimensión y ubicación espacial), así como indicial, olfativo y gustativo. De este modo, un plato puede ser visto como un texto en el que participan distintos signos y códigos (Silva et al, 2008).

Lo primero que se nos viene a la mente cuando se trata de la apariencia de los alimentos es la imagen del comestible.

Como se aclara en el siguiente concepto:

En la gastronomía, el *mindfulness* tiene lugar cuando uno *en conciencia*, degusta un vino o una salsa, siente la textura de sus ingredientes, disfruta su suavidad o sequedad, y percibe sus cualidades particulares. Normalmente, la persona que anda de prisa, agitada, ingiere sin saborear, sin oler, traga rápidamente; es entonces, cuando surgen los problemas digestivos, los excesos, los obesos y adiposos, que comen en demasía, no porque así lo desean, sino porque no tienen tiempo ni el incentivo para detenerse, para saborear lo que, por demás, probablemente no es muy sabroso (Lovera, 2006, p. 481).

El autor también afirma que la armonía en la gastronomía constituye el buen comer, éste es determinante para la salud y el bienestar. El proceso abarca la preparación de los platos, su disposición, medición de la calidad y naturaleza de los ingredientes y sus proporciones, así como su presentación y ambientación. En conclusion, todo lo aquí expresado establece una relación con las personas.

Como explica Bertocchi (2010):

La creatividad es un aspecto que muchas veces hace la diferencia, ya que un plato puede tener los mismos ingredientes, pero según la forma como se presente o incluso una pequeña variación en la técnica de cocción, puede resultar en una deliciosa sorpresa para quien lo disfrute. La comida siempre ha sido utilizada para levantar o calmar ánimos. Es capaz de evocar sensaciones, emociones e incluso recuerdos. Bourdain recuerda: 'la comida tenía poder. Poder para inspirar, asombrar, provocar, excitar, deleitar y deslumbrar. Tenía poder para hacerme gozar a mí y a los demás. Era una información valiosa' (Un día en la cocina, UCAB).

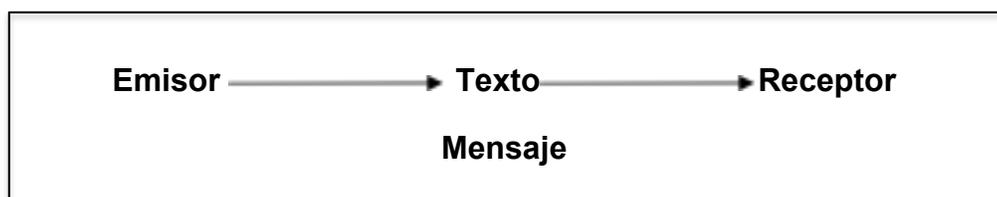
Escoger lo que se come y cómo se come, es una experiencia liberadora y autocomplaciente; una forma de autoidentificación y de comunicación. El ser humano come para satisfacer el hambre, nutrirse y darse placer, pero también para recompensarse, consolarse, acompañarse y llenarse emocionalmente, etc.

En la gastronomía están presentes los siguientes elementos: alimentos, técnicas culinarias, utensilios para cocinar y para comer; recetas, lugares para ejecutar la acción de comer y platos elaborados; y todos generan una sensación de satisfacción y placer (Rodríguez, 2009).

El autor explica, asimismo, que el gusto se define como el sentido que nos relaciona con los cuerpos, por medio de la sensación que se efectúa sobre el órgano destinado a apreciarlos. Es decir, el gusto es esa sensación que percibimos cuando las papilas gustativas ubicadas en la boca, junto con el olfato, intervienen para indicar al cerebro que han detectado una sustancia y que este debe generar tal sensación.

La interpretación de la comida se logra por medio de los sentidos, principalmente, el olfato, la vista y el gusto. Por lo tanto, se puede considerar a la comida como una forma de comunicación en la que están en juego signos icónicos e indicios que son codificados desde la tradición (Silva, et al (2008) N 2 Vol. 4, p. 1).

Como explica Silva et al (2008), esta forma de lenguaje funciona como el esquema de comunicación clásico:



El emisor viene siendo el cocinero y el receptor el comensal. Las tradiciones y las practicas culturales se presentan dentro del mensaje, y en el mismo existen los códigos icónicos (color y formas), indexicales (olor y sabores) y los simbólicos (convenciones).

El ícono, a diferencia del índice que cuenta con una forma de semiósis más compleja, se encuentra vinculado al canal visual, es decir con los colores, formas, espacio y texturas. El ícono no se basa propiamente con su semejanza con la naturaleza, ya que según Umberto Eco, estos se encuentran codificados culturalmente y son convencionales.

Se considera icónico al signo cuando tiene semejanza topológica con lo que está tratando de representar. Peirce hizo una distinción en la cual hace notar que el ícono o representación, cuenta con tres subclases que son la imagen, el diagrama y la metáfora. La imagen se ha confinado de manera errónea y simplista solo a una equiparación con el icono, suceso que no es así del todo, ya que podría decirse que uno se encuentra dentro del otro, en cuanto a clasificación se trata, es como ir de lo particular a lo general (Silva et al, (2008) N 2 Vol. 4, p. 10).

El índice, por su parte, se relaciona con la percepción de las cosas por medio del resto de los sentidos, no solo el visual. Este signo es natural o físico. Las dos principales fuentes asociadas del índice son las primeras prácticas de caza y las técnicas adivinatorias mesopotámicas. La primera hace referencia al lado primitivo del Hombre, a su lado animal, y se basaba en una sucesión de causas y efectos. La segunda fuente tiene que ver más con la magia, el porvenir, las creencias de un pueblo; como una especie de técnica de deducción.

Como se explica en el siguiente concepto:

El símbolo se encuentra relacionado directamente con la tradición como vía de comunicación, porque es un signo que funciona por convención. El símbolo no es un concepto plano, sino al contrario, cuenta con un número ilimitado de significados y estos remiten al

conocimiento de nosotros mismos. (...) Dentro del símbolo se encuentran varios términos subordinados que son la alegoría, insignia, marca, emblema (heráldica), señal y estigma (...). Entonces el símbolo es pues 'un signo sin semejanza ni contigüidad, sino solamente con un vínculo convencional entre su significante y su denotado', y son solo de uso exclusivo de los seres humanos (Silva et al (2008) N 2 Vol. 4, p. 12).

Los alimentos sin duda cuentan con una carga simbólica. Las galletas son uno de los apaciguadores de hambre más consumidos, por ejemplo. Estos *snacks* son un símbolo de recompensa, el cual se encuentra asociado a la infancia. También tienen otros significados como el calor familiar, el afecto, la generosidad y abundancia.

No es suficiente con solo entender el procedimiento para elaborar una receta, y hacerla de manera correcta paso a paso, como tampoco lo es tener buena sazón. Hoy, un buen cocinero debe esmerarse en desarrollar su capacidad de aprendizaje, buscando entender los aspectos nutricionales, químicos, físicos y biológicos de los alimentos, además de los aspectos culturales (Lovera, 2006).

Por ejemplo, el café está relacionado con el inicio del día para la mayoría de las personas, y su presencia es indispensable en una gran cantidad de actividades. El primer aroma que se percibe en muchas casas es el del café recién colado; y en cierta forma, es también una manera de marcar las pausas en las labores cotidianas.

Las gastronomía contemporánea toma en cuenta el sabor y la forma de la comida, junto con su química y física, historia, costumbres y antropología culinaria, e incluye la vinculación de las recetas con las culturas, (...). Una muestra de esta interacción es la cocina *fusion*; otra los canales de televisión, como los canales *Gourmet*, *Utilísima*, *Casa Campo* y *The Food Chanel*, entre otros. Dentro de esta concepción comprensiva, se investigan y comprenden las naturalezas (...) de los alimentos, los nuevos

métodos y equipos de cocina, y el impacto de lo que se come y cómo se come (Lovera, 2006, p. 478).

El proceso alimentario se puede decir que es tangible e intangible, lo tangible es todo aquello que es evidente, obvio, y que es posible aprehenderlo fácilmente, sin necesidad de representaciones y simbolizaciones profundas. Por ejemplo, tocar una mesa, escuchar música, probar un dulce u oler el aroma de una flor. Mientras que las sensaciones, sentimientos, emociones y respuestas voluntarias o involuntarias, las cuales se producen después de un estímulo tangible, muestran el lado intangible de la situación (Rodríguez, 2009).

“(…) Los cocineros toman parte del trabajo con los alimentos, pues se han dedicado a formar y sistematizar códigos acerca de los procedimientos de preparación de los alimentos, con el fin de aprovechar sus cualidades en texturas, sabores, colores, aromas y presentaciones” (Rodríguez, 2009, p. 21). Esto va ligado al concepto de la memoria gustativa.

“La memoria gustativa tiene que ver con los recuerdos de sensaciones percibidas por el sentido del gusto” (Rodríguez, 2009, El sabor venezolano: Desde las miradas de los chefs venezolanos, UCV, p. 29).

En conclusión, el placer del sabor se centra principalmente en la lengua y el paladar, y es por ello que a menudo puede comenzar por el recuerdo; y parte esencial de ese placer reside en los otros sentidos: la vista, el olfato, el tacto, e incluso el oído (Hernández Coronel, s.f).

El autor Parodi Gasteñeta (2002) señala que los signos fundamentales de la gastrosemiótica pueden comprenderse en las siguientes categorías: olfativos, gustativos, táctiles, visuales y auditivos.

### **1.3.1 Los signos olfativos**

El autor Parodi Gastañeta (2002) define a estos signos como los que pueden captarse a larga distancia. En efecto hay aromas que despiertan el apetito desde muchas cuerdas atrás.

El autor explica que estos aromas se consiguen mediante el empleo de diferentes especies y condimentos como la pimienta, el comino, el clavo de olor, el anís, la canela, la nuez moscada, etc. o del orégano, la menta y la albahaca.

### **1.3.2 Los signos gustativos**

Corresponden a los diversos sabores propios (los naturales de las carnes o vegetales) o agregados (los de los condimentos, sales o salsas). Por ejemplo, en la cultura andina el ají es símbolo de valor, es el atributo de los guerreros. El ajo es un elemento clave en la brujería para hacer o combatir el mal.

### **1.3.3 Los signos táctiles**

El autor se clasifica a los táctiles en dos tipos: los que corresponden a la textura de los alimentos y los que corresponden a la temperatura. Ambos son percibidos directamente por la piel, boca, labios y lengua, y por el contacto de los utensilios de comida, tales como cuchillos, cucharas o tenedores. La temperatura puede ser normal, fría o cálida. La textura puede ser dura o suave.

### **1.3.4 Los signos visuales**

Estos signos corresponden a la forma, color, movimiento, dimensión y ubicación espacial de los alimentos. La forma puede ser real o simbólica. La forma real puede ser verdadera (un huevo frito), y es simbólica cuando

representa una forma geométrica (círculo, cuadrado, óvalo, triángulo, cubo, pirámide, estrella, etc.). El círculo significa unidad, inclusión-exclusión, movimiento lineal y expansivo, protección, tiempo y femenino; mientras que el cuadrado es estabilidad, masculino, orden, organización.

El triángulo simboliza la vida y el devenir; con la punta arriba es masculino; con la punta abajo es femenino, indica lugar. El color puede cumplir una función estética o real y tiene su propio código cultural. La ubicación espacial de los elementos en el plato también tiene un significado: si la comida la colocas en la parte de arriba tiene carácter positivo; en la parte inferior carácter negativo, de intimidad o enfrentamiento; en el centro significa normalidad.

### **1.3.5 Los signos auditivos**

Pueden ser tanto estésicos como telestésicos. Se producen antes, durante o después de la ingestión. Algunos ejemplos son: El chirrido de las frituras, el borboteo de la sopa; la crocantes de las galletas y; los ruidos de, masticar, etc.

## II. LAS RELACIONES INTERPERSONALES Y LA COCINA

### 2.1 *Las relaciones interpersonales*

“Una relación interpersonal es una interacción recíproca entre dos o más personas” (Chávez, s.f, p.2).

Según Martínez (s.f), las relaciones interpersonales son aquellas que establecemos con diferentes personas, como nuestros familiares, amistades, pareja o compañeros de trabajo; en las que intercambiamos sentimientos, experiencias y conocimientos.

Las relaciones interpersonales son una necesidad para los individuos. Hay una serie de factores que influyen en las relaciones interpersonales. Las más importantes son la personalidad, las funciones cognitivas, el deseo y el estado afectivo. La personalidad se crea en las relaciones y solo puede ser modificada en el seno de las mismas (Delgado Ramos, 2012, p.1).

Entre las necesidades básicas del ser humano cabe destacar las necesidades fisiológicas y las necesidades afectivas. Las segundas se dividen en necesidades de contacto físico, de intimidad y necesidades de pertenencia a grupo (Delgado Ramos, 2012).

Según el autor, las necesidades afectivas han de satisfacerse desde el comienzo de la vida. Si no se cubren, pueden haber consecuencias negativas para la persona. Por su parte, las necesidades de contacto físico son las caricias y abrazos de familiares y amigos. Así, las relaciones íntimas son una fuente importante de apoyo; ayudan a las personas y dan seguridad, y gracias a ellas no se sienten solos.

Asimismo, para el autor, ser miembro de un grupo proporciona apoyo. No obstante, este también exige, y esto puede llevar a conflictos. No en vano, en las relaciones colectivas suelen haber conversaciones.

La conversación es un diálogo que va más allá del rito informal o saludo preliminar. Puede tratar sobre algún asunto laboral o personal. Una conversación social puede ocurrir durante el almuerzo o un viaje. La falta de habilidad para conversar puede resultar en relaciones laborales e interpersonales defectivas (Bilifopf, 2003).

La conversación puede incluir un sinnúmero de temas, tales como asuntos del trabajo, deportes, salud, clima, familia, actividades recreativas, comida, viaje, entre otros.

Para que exista una relación debe haber un mínimo de dos personas que tengan sentido de pertenencia y conocimiento de la existencia de dicho vínculo, por lo que puede darse mediante la existencia de un lazo afectivo como las amistades; un vínculo importante donde se elige a una persona para compartir diversos momentos de la vida por cuestiones emocionales o sentimentales (Profesores de Importancia, 2003).

“La unidad más básica de una sana interacción humana es la *caricia psicológica* —una forma verbal o física en la que le hacemos saber a otra persona que nos hemos percatado de su presencia” (Bilifopf, 2003, p.159).

Para el autor la mayoría de las caricias psicológicas ocurren por medio de la comunicación verbal o lenguaje corporal, como por ejemplos: sonrisas, miradas de comprensión, apretones de manos, saludos verbales, etc.

Es bien conocido que al ser humano se le describe como un ser social. Esto en realidad significa que vivimos en todo momento procesos de interacción con otras personas. Porque todo fenómeno social se concreta en última instancia en fenómenos de interacción (“Interacción personal y relaciones humanas”) [Página Web en Línea].

Por otra parte, las relaciones interpersonales son estudiadas por la sociología, mediante la elaboración de grupos sociales, siendo el más importante de ellos el grupo social primario que es la familia. Los demás grupos se catalogan en el ámbito escolar y el ámbito laboral.

## *2.2 Tipos de relaciones interpersonales*

Según Delgado Ramos (2012), el ser humano tiene distintas relaciones que adquieren mayor o menor importancia afectiva dependiendo del ámbito o contexto donde se desarrollen.

### **2.2.1 Relaciones íntimas/superficiales**

Las relaciones íntimas corresponden a satisfacer las necesidades afectivas. Las superficiales atienden pero no se preocupan o ingresan a la intimidad. Aparecen cuando se busca satisfacer una necesidad afectiva o una necesidad básica a partir del vínculo con otra persona. Por ejemplo, la relación de un médico con su paciente.

### **2.2.2 Relaciones personales/sociales**

Para definir lo que son estos tipos de relaciones, Delgado Ramos (2012) habla en principio de dos tipos de identidad: la personal y la social. La identidad personal se refiere a la individual, mientras que la social a aquella que le da al Hombre el hecho de pertenecer a un grupo.

Habiendo entendido lo anterior, la diferencia entre ambas relaciones se basa en que en la social hay una despersonalización y una aplicación de estereotipos sociales; es decir, sin conocer al otro, se le asignan características propias del grupo al que pertenece. En la personal, sin embargo, se toma a la persona como única e irreplicable, basándose en sus características individuales.

Se ha comprobado que en situaciones diferentes, toma prioridad una identidad sobre la otra. En las relaciones sociales toma prioridad la identidad social, como cabría esperar. Por ejemplo, a veces el médico puede manejar una relación formal con su paciente y no involucrarse tanto; en otras ocasiones, puede que sí lo haga.

### **2.2.3 Relaciones amorosas**

Está compuesta por tres elementos: pasión, compromiso e intimidad. En base a esos componentes y a la combinación de los mismos se plantean distintos tipos de relación: amistad, que es la relación en la que predomina la intimidad; pasional, en donde predomina la pasión; formal, la relación en la cual predominan los aspectos prudentes de la relación; romántica, en la cual predomina la pasión y la intimidad; apego, relación en la que predomina la identidad y el compromiso; fatua, con predominio de la pasión y el compromiso; y amor pleno, relación en la que se une de forma equilibrada el compromiso, la intimidad y la pasión (Delgado Ramos, 2012).

La familia es una de las formas de una relación amorosa, en tanto el vínculo con los familiares se sustenta en el sentimiento. “La familia es considerada en todas las sociedades como un elemento esencial de la convivencia humana” (Gervilla, 2003, p.15).

La familia es un grupo de personas, compuesto por antepasados, parientes, padres, hijos, entre otros; y constituye una unidad que adquiere distintas dimensiones y formas, producidas mediante una clase de relaciones determinadas.

Para Delgado Ramos (2012), la familia es el primer grupo en la vida de las personas y uno de los grupos hacia los que mayor pertenencia se desarrolla. Por tanto, tiene mucha influencia en nuestra forma de relacionarnos.

### **2.3 Características de las buenas relaciones interpersonales**

A través de un adecuado y respetuoso intercambio y expresión de nuestros sentimientos, ideas y necesidades, podemos lograr relaciones más abiertas, comprometidas y constructivas (Martínez, s.f).

Según Chávez (s.f.), algunos de los principales elementos que caracterizan las relaciones interpersonales son la honestidad, el respeto, la comprensión y la empatía. Sencillamente, sin estas cualidades, la relación se vuelve negligente y está destinada al fracaso.

#### **2.3.1 Honestidad y sinceridad**

Para Chávez, cuando las relaciones interpersonales tienen esta característica son libres de mentiras e hipocresía. Nos permiten explorar los límites sociales y propone la posibilidad de contrastar nuestras verdades con las de los demás.

#### **2.3.2 Respeto**

Es la característica que fomenta la libertad mutua, que permite la creación

del espacio psicológico y social en el que se desarrolla la visión de las cosas de una persona y de los demás.

### **2.3.3 Comprensión y sabiduría**

Según Chávez, esta característica se refiere a la realización integral, llevando a cabo la actividad de inteligencia interpersonal desde la compasión, el respeto a la libertad, la honestidad y la sinceridad.

### **2.3.4 Empatía**

Las relaciones compasivas se relacionan con la capacidad humana de sentir; es decir, de identificarse con el otro y de ponerse su lugar.

## **2.4 *Las relaciones a través de la cocina***

La alimentación inicialmente sólo era una relación entre el hombre y la naturaleza, pero se ha convertido dentro de la sociedad en una forma de cultura, en una relación entre seres humanos, y en una forma de comunicación intracultural, que fortalece los vínculos de identidad entre sus miembros. Es a partir de este momento, que el alimento se convierte en signo y sintagma de un lenguaje específico (Parodi Gasteñeta, 2002).

El acto alimentario, en su condición de hecho social, sustenta relaciones interpersonales, sistemas simbólicos y artísticos. Los sabores, los aromas, las texturas, las apariencias y los sonidos de la cocina, se convierten en tendencias que evolucionan al ritmo de necesidades y gustos (Castillo y Gonzales, 2007).

Las recetas de cocina se transmiten de manera oral o a través de libros o cursos de cocina; cuando un agente culinario emigra para trabajar en un hogar,

se traslada con su saber culinario; es decir, además de sus bienes materiales, trae también sus bienes culturales (Lovera, 2006).

Como explica Lovera (1998):

Cuando consumimos las preparaciones alimentarias (...) no es sólo la satisfacción de una necesidad biológica, si no que tiene, por decirlo así, múltiples dimensiones culturales que le confieren una complejidad tal, que lo han promovido a objeto principal de una ciencia, la de la nutrición, y al mismo tiempo han atraído sobre él la atención de varias ramas de ciencia sociales (p. 87).

En el arte culinario una de las cosas más importante es la creación constante de nuevos sabores, nuevas salsas, nuevos aderezos, etc.; para los venezolanos, por ejemplo, la preparación de las hallacas no es simple labor de cocina, pues tiene carácter de ritual, de intercambio entre los miembros de una familia, donde se comparten experiencias y expectativas, y sirve para estrechar la unión entre todos.

Como explica Lovera (2006), la mesa se convirtió en un espacio para intercambiar ideas y así alimentar no sólo el cuerpo si no también el espíritu. La cuidadosa preparación de la comida contribuyeron a fortalecer los lazos familiares y a profundizar el arraigo de nuestras costumbres nacionales y nuestra cultura en general.

La sobremesa es el inicio de una convivencia civilizadora y una aproximación a los demás. Es el momento de saber cómo se encuentran cada una de las personas y a la vez es una oportunidad para sembrar ideas. Y la mesa, por su parte, es centro de tradiciones y raíces, donde se resuelven conflictos y convergen puntos de entendimiento.

Según Lovera (2006), “la experiencia de lo que se come, se optimiza cuando compartimos la comida, lo cual facilita desarrollar la relación social, fundamental para la salud de cada persona” (p. 474).

La comensalidad es, en palabras de Castillo (s.f.), el espacio en el cual los miembros de la familia se sientan a la mesa a compartir la comida, afectos, afinidades y diferencias del quehacer cotidiano; un espacio que permite rehacer las identidades y vínculos, basado en la solidaridad y la cooperación.

Desde esta perspectiva, la alimentación se nos presenta entonces como una relación social y un lenguaje. Cada cultura selecciona, de un sin número posible de alimentos, un grupo de ellos y los convierte en sabores propios, éstos resaltados por saborizantes y sazónadores y procesados a través de diversas prácticas y técnicas, se sintetizan en ‘paladares’ que expresan memoria, tradición e historias familiares y regionales. De allí, surgen recetarios, platos emblemáticos, a los que se suman formas de poner la mesa, un orden para servir los platos, la estética de los colores en la presentación, a fin de favorecer con todo ello, esa explosión de satisfacción y placer capaz de englobar todos los sentidos: gusto, olfato, tacto, vista y oídos (p. 2).

Los alimentos son portadores de sentido que les permiten ejercer efectos simbólicos, individuales y sociales. Este sentido permiten poner en escena la realidad y las relaciones interpersonales. La ocasión, la calidad y el número de los comensales, constituyen elementos necesarios, significantes y significativos en las relaciones. Al combinar ciertos alimentos se estructuran situaciones, que tienen que ver con el tiempo también. Por ejemplo, mientras el desayuno es una comida ligera para comer en cualquier momento del día, una pausa para el café mide, de una forma, el tiempo laboral (Fsiehler, 1995).

No existe sociedad en que la comida no esté asociada a las amistades, cerrar tratos o establecer alianzas. Tampoco hay evento fundamental de la vida –como el nacimiento, el paso a la edad adulta, el matrimonio o la muerte–, que

no esté vinculado a una comida ceremonial y al consumo especial de determinadas bebidas (Castillo et al, 2007).

Según Rodríguez (2009), "(...) la alimentación es una fuente de identidad socio-cultural y de sentido de pertenencia, colectividad y unión que permiten la cohesión social al interior de una sociedad" (p. 16).

Algunos alimentos y bebidas han tomado la función de distintivos nacionales, significan más de lo que se puede ver a simple vista. Esto forma parte del imaginario cultural y de estereotipos marcados por el cine, los medios de comunicación, publicidad, entre otros (Silva et al, 2008).

"El amor entra por el estómago" es un dicho muy antiguo que se puede interpretar de muchas maneras. Científicamente se puede demostrar que algunos alimentos tienen propiedades que condicionan el comportamiento humano (Coronel, s.f).

Los alimentos que se comen tienen historias asociadas con el pasado de quienes los comen. Las técnicas empleadas para encontrar, procesar, preparar, servir y consumir esos alimentos, varían culturalmente, asimismo. La mayoría de ellos no son comidos simplemente por comer; sino que su consumo está condicionado por un significado simbólico (Castillo, s.f).

Según Coronel (s.f), "entre las culturas, quizás, los griegos han contribuido más que ninguna otra civilización a la difusión del concepto del amor a la gastronomía afrodisíaca" (Monografías) [Página Web en Línea].

Los griegos incorporaron la pasión física a su forma de vida. Veneraban a Afrodita, quien representaba la belleza y la sexualidad libre de toda inhibición. La gastronomía afrodisíaca ha tenido un poderoso aliado en el entorno, e

influye en el arte de desarrollar el concepto de sensualidad. Dependiendo de la cultura y la moda, se ha puesto la atención en el decorado y el ambiente (Coronel, s.f).

Un afrodisiaco “es cualquier sustancia o actividad que aguijonea el deseo amoroso. Algunos tienen fundamento científico, pero la mayoría actúa por impulso de la imaginación. Cada cultura y cada persona reaccionan ante ellos a su manera” (Corone, s.f, Monografías) [Página Web en Línea].

Desde el comienzo de la historia el hombre a buscado alimentos mágicos para cocinarlos y así seducir a su pareja. La ambientación, la decoración, el lugar donde se sirve, cómo se pone la mesa, la iluminación, los olores, la música; todos son factores fundamentales para la imaginación.

En conclusión, la comida y la cocina expresa códigos estéticos, religiosos y de diferenciación social. Influyen en la esfera de la cultura y en los sistemas simbólicos, así como en la reciprocidad que se genera entre ambos. Las elecciones en torno a lo que comemos, cómo lo preparamos y cómo lo comemos, constituyen los factores que dan lugar a referencias identitarias: familiares, regionales y nacionales (Castillo, s.f).

### III. CINE GASTRONÓMICO

#### 3.1 *El cine y sus expresiones*

Para Sánchez (s.f.), “el cine es un lenguaje hecho de imágenes sucesivas, simbólicas y en movimiento”. Asimismo, este satisface uno de los instintos básicos del Hombre: el instinto de contar historias; y lo puede hacer de muchas maneras, sea a través del drama, de la comedia, del musical, del documental, etc.

Por otra parte, la revista digital Cine & Valores (s.f.), detalla que el cine se deriva principalmente en cuatro conceptos. Estos son el de cultura, el de espectáculo, el de arte y la concepción del cine como medio de comunicación.

El cine se entiende como cultura por su capacidad de recrear y reconstruir la vida personal y social, y por poder compilar y transmitir con gran poder de representación y realismo, los deseos y sentimientos. Asimismo, como capacidad artística representativa, es utilizado por el Hombre para expresar y transmitir verdades, modelos, valores, conocimientos y experiencias.

Como explica la mencionada revista, el cine es igualmente espectáculo, ya que es capaz de crear asombro, deleite, dolor, miedo, etcétera, atrayendo nuestra atención hasta lograr nuestra identificación con el relato fílmico.

En lo que a la connotación de arte se refiere, el cine crea un objeto artístico material o inmaterial con fines estéticos, el cual penetra en el mundo de lo sensible y emociona al observador.

Bien expone Edgar-Hunt (2010) que:

El teórico del cine Riccioto Canudo se refirió al cine como “el séptimo arte” en 1912, y esta etiqueta todavía sigue vigente. Esta definición se basa en la enumeración del filósofo Hegel de las seis artes principales: danza, poesía, música, arquitectura, escultura y pintura. Canudo sostenía que el cine tendía un puente entre las artes temporales y las espaciales” (p. 14).

Por último, Cine & Valores (s.f.) define el cine como un medio de comunicación, en tanto que expresa intenciones, puntos de vista, costumbres, entre otras cosas. El cine es cronista del momento histórico y continuamente transmite no solo emociones, sino información. Así pues, tiene la función comunicadora. Teniendo en cuenta su estructura audiovisual-narrativa y la masa como audiencia, su potencia de difusión es considerable.

En otro orden de cosas, el cine se presenta en tres formatos, principalmente: el largometraje, el medimetraje y el cortometraje. Sobre el primero, Ramos y Marimón (2002) lo definen como una “película de más de una hora de duración cuyo guión puede estar estructurado según los cánones de la construcción clásica en tres actos, o bien a partir de cualquiera de las diversas estructuras dramáticas” (p. 351).

El medimetraje, por su parte, supone una “película cuya duración oscila entre los treinta minutos y una hora, aproximadamente. Los episodios de los seriales de televisión, que duran media hora (...) o cincuenta y cinco minutos (...) se consideran como tales” (p. 381).

Por su parte, Chehade el Douaihy y Andrade (2013) explican sobre el cortometraje que “es una película de duración corta que no excede los 30 minutos” (Alejandro no puede escribir. Un cortometraje, una metáfora de Caracas. UCAB).

### 3.2 *El cortometraje*

La aparición de nuevos medios de comunicación que permiten el flujo de información; la incapacidad que ha adquirido el Hombre para permanecer concentrado más de 5 minutos; la democratización de la tecnología que ha permitido que cámaras fotográficas con capacidad de grabar videos en altísima definición puedan ser adquiridas por costos relativamente asequibles, son sólo algunos de los factores que han propiciado la revolución del cortometraje.

Como explica Chehady el Douaihy et al (2013), las películas de formato corto han adquirido ciertos espacios “rentables” dentro de la industria cinematográfica. Esto ha ocasionado, que paralelamente a los festivales y premiaciones de largometrajes del mundo, emerjan plazas de exhibición para los realizadores que se dedican al relato audiovisual breve.

Según Hernández y Pardo (2012), hay muchas definiciones de lo que es un cortometraje, dependiendo del lugar, espacio o país en el que se desarrollan estas películas. Por ejemplo, en Norteamérica, *The Academy of Motion Picture Arts and Sciences* lo define como una película original que posee una duración de 40 minutos o menos. Igualmente los autores Cooper y Dancyger (1998) señalan que el cortometraje es una película de 30 minutos o menos, cuya narración puede estar basada en el género dramático, documental o experimental, utilizando actores o dibujos animados.

“Si uniéramos todas estas ideas se podría concluir que el cortometraje es un producto audiovisual de corta duración, con características particulares, diferenciadas de las del largometraje, que le asegura la existencia como un medio de expresión cinematográfica independiente” (Chehade el Douaihy, et al ,2013, Alejandro no puede escribir. Un cortometraje una Metáfora de Caracas. UCAB).

El tiempo, no es lo único que diferencia un corto de un largo, el primero es un producto más libre y propio a la hora de realizarse, con un carácter personal, sincero, y por ende, genuino (Freda, Ortiz, Rosales, 2013).

Los buenos cortometrajes son tan fascinantes, evocadores, inolvidables e invitan tanto a la reflexión, como un buen largometraje. Lo que les falta en duración, les sobra en profundidad, sutileza y pura energía. Un cortometraje debe golpear con fuerza y dejar una buena impresión (Edgar-Hunt, Marland y Richards, 2010, p. 22).

Según Mora (2014), actualmente el cortometraje cada vez tiene mayor auge debido a las nuevas tecnologías digitales, y por ende, es una plataforma de impulso para los nuevos estilos narrativos y visuales.

En cualquier caso, cuando se habla de cine, se habla de géneros y, por ende, de distintas formas de percibir o emocionar. Bien lo dicen Edgar-Hunt et al (2010), “lo más poderoso en cualquier película es la pura emoción humana. A esto es a lo que las audiencias responden más fuertemente, cualquiera que sea el largo de la película”.

### **3.2.1 Tipos de cortometraje**

#### **3.2.1.1 Documental**

Tipo de película que expone hechos tomados de la realidad didáctica, informativa o artística y en la que, a diferencia del reportaje, existe una labor de documentación y un guión previo al rodaje. Por lo general, el documental es producto de la visión de la realidad del director, en ocasiones de una Mirada suficientemente personal como para manipular esa realidad (...) En ocasiones, existe un protagonista con antagonistas o bien con obstáculos a superar y existe también un climax final. La estructura del guión puede ser la misma que la de los filmes narrativos, tanto en lo que se refiere a la microestructura de

*planteamiento-nudo-clímax-desenlace*, como a la división en tres actos o en tres partes (Ramos y Marimón, 2002, p. 193).

Los cortometrajes documentales son de carácter empírico; documentan eventos históricos, la vida de una persona, realizan entrevistas, etc. Además, pueden ser usados como arma de denuncia (Molina y Yañez, s.f).

### **3.2.1.2 Experimental**

Estos tipos de cortometrajes buscan probar las alternativas audiovisuales que estén a su alcance, combinar distintos ritmos, colores, formas, silencios y ruidos; suelen usar fotografías, videos, dibujos o animaciones (Molina y Yañez, s.f).

Ramos y Marimón (2002) detallan que el cortometraje suele ser “el territorio habitual de los cineastas (...) vanguardistas, el de los alternativos, amateurs y videocreadores (...)” (p. 148).

### **3.2.1.3 Animación**

Mollegas (2012) en su trabajo de grado toma la definición de animación como “la expresión moderna de esa búsqueda de vida en el arte” (p. 8), y más tarde agrega que es “una forma expresiva que recorre la historia del séptimo arte desde sus mismos orígenes, la cual parece destinada a definir en gran medida el futuro de la narración audiovisual en todas sus ramificaciones” (p. 5).

Ramos y Marimón (2002), asimismo, complementan la información, diciendo que “el hecho de que la mayor parte de las películas de animación sean cortometrajes se debe a una cuestión rítmica: el dibujo animado se caracteriza por uno de los *tempos* más rápidos del audiovisual” (p. 148).

La animación no es sólo un género; es un medio, un lenguaje, una forma de expresión: en suma, otro cine capaz de albergar todos los géneros, todos los registros temáticos, discursos simples y complejos, argumentos tanto dirigidos al público infantil como al adulto.

#### **3.2.1.4 Ficción**

Los cortometrajes de ficción cuentan una historia completamente ficticia a un público específico. Suelen presentarse los géneros de terror, drama, comedia, entre otros (Molina y Yañez, s.f).

#### **3.2.2 Características del cortometraje**

Los cortos suelen ser colocados dentro de los géneros cinematográficos, al igual que los largometrajes. Pero diversos autores, entre ellos Ramos y Marimón (2002), explican que el cortometraje no es un género porque la denominación se refiere a la duración, y aunque el factor de tiempo influye en el cortometraje, este obliga a que haya un tipo determinado de narración que permite abordar temas y géneros que solo son posibles dentro del campo del corto.

Por otra parte, se destaca que las historias son bastantes simples, con conflictos básicos, los cuales se esperan sean resueltos en poco tiempo. Debido a esto, no hay un desarrollo excesivamente profundo de los personajes, sino pinceladas concretas. Esto provoca la necesidad de que los cortometrajes tiendan a tener un final fuerte, inesperado y sorprendente.

Los autores explican que, en lo que se refiere al guion de un cortometraje, se establece que la estructura puede ser de dos tipos: clásica o alternativa. Entre la clásica se puede dar también la estructura propia de una escena en el

planteamiento, desarrollo, clímax y desenlace; el cual se maneja en el paradigma de Field (1979), señalado como un modelo. Es un todo que está formado por tres partes: un principio, un medio y un final (acto I, acto II y el acto III).

El primer acto es la unidad de acción dramática que abarca el planteamiento en el que se empieza a introducir y plantear la historia. En este punto, se presentan los personajes principales, se establece la premisa dramática, se crea la situación, y se disponen escenas y secuencias que elaboren y desarrollen la historia.

El segundo acto constituye el bloque de acción dramática en el que ocurre la confrontación de la historia: el protagonista se enfrenta y supera –o no– todos los obstáculos para satisfacer sus necesidades dramáticas.

El tercer acto, por su parte, enmarca el contexto dramático conocido como resolución. Este envuelve todo lo relacionado con la solución del conflicto y el final de la historia.

Cada uno de estos tres actos está separado por un *plot point*, definido como: un incidente, episodio o acontecimiento que se engancha a la acción y lo hace tomar otra dirección, entendiendo por dirección una línea de desarrollo.

Por supuesto, este paradigma no puede ser aplicado al pie de la letra al formato de cortometraje, ya que se ve limitado por el factor tiempo. Para aplicar esta misma estructura, los dos primeros actos tendrían que ser muy cortos, dejándole el protagonismo al tercero. Por ello, lo recomendado es que se utilice de uno a dos actos en el guión de todo corto (Ramos et al, 2002).

Como explica Mora (2014), en los cortos se simplifican las cosas, sobre

todo en la temática, ya que abarcan temas menos comerciales y tienen una libertad que no suele estar permitida en el formato largo. La simplicidad viene dada por el número de personajes que aparecen en una única trama; hay cierta economía de estilo y no existen oportunidades para las pausas.

Para Edgar-Hunt et al (2010), “los mejores guiones de cortometrajes exhiben todas las cualidades que esperamos de un guión de largometraje: narrativa convincente, tensión dramática, imágenes llamativas y diálogos concisos” (p. 23).

Para Chehade el Douaihy et al (2013), sin embargo, el cortometraje posee unas características que lo diferencian del largometraje. Debido a los constantes cambios que el mundo de la comunicación ha sufrido durante las últimas dos décadas. El producto audiovisual breve se ha vuelto un medio viable, tanto para conseguir trabajo, como para ser por sí mismos un medio sustentable de vida. El apoyo a la producción de cortometrajes, se ha vuelto un producto rentable.

Las características mencionadas por este autor se detallan en las líneas que vienen a continuación.

### **3.2.2.1 Breve duración**

Los cortometrajes no deben durar más de 30 minutos. En primer lugar, porque los festivales de cine están diseñados para cortometrajes o largometrajes; todo lo que se ubique en el medio termina en una suerte de limbo que cuenta con pocas plataforma de exhibición. Segundo, porque la brevedad del corto es el factor encargado de generar las más notables diferencias con respecto al largometraje.

### **3.2.2.2 Condensación**

Los cortometrajes deben procurar que cada cuadro contenga la mayor cantidad de información para poder adentrar al espectador en ese universo, en la menor cantidad de tiempo. Cada elemento debe ser capaz de generar información lo suficientemente precisa, como para que el espectador pueda descubrir al personaje y su conflicto en el breve tiempo que se tiene.

### **3.2.2.3 Experimentación**

Por no estar atado directamente a la industria de la producción cinematográfica, o por ser un formato con el cual los nuevos realizadores van construyendo su propia visión de la realidad; el cortometraje tiene un sentido experimental que lo define. Se considera que existen dos maneras de entenderla: en primer lugar, sirve como herramienta de formación para los estudiantes; y por otra parte, el cortometraje requiere de astucia cinematográfica para generar impacto en el espectador.

### **3.2.2.4 La similitud narrativa con el cuento**

Diversos autores afirman que el cortometraje guarda relación directa con el relato breve. El cortometraje siempre cuenta dos historias: El cuento clásico que narra en primer plano la historia número 1 y construye en secreto la historia número 2. El arte del cuentista consiste en saber cifrar la historia número 2 en los intersticios de la historia número 1.

## **3.3 *Gastronomía y cine***

Mucho se ha dicho sobre los alimentos y su relación con los seres humanos, y el cine ha servido como fuente de inspiración para grandes historias basadas en esas relaciones.

Según Yañez (2003), la relación entre comida y cine se remonta a los orígenes del cinematógrafo, como por ejemplo, las famosas escenas de los hermanos Lumière en el jardín a la hora de la comida. Los rituales que acompañan a la visión fílmica han incorporado desde hace muchas décadas la presencia de la comida.

A partir de la década de los Setenta, con la película *La gran comilona* (1973) de Marco Ferreri, la filmación de los ritos gastronómicos cobró mayor relevancia. Así, muchos otros filmes le darían a los alimentos un papel protagónico dentro de la narrativa del film. Tal es el caso de *El festín de Babette* (1987), *Comer, beber y amar* (1994), *El olor de la papaya verde* (1993), *Deliciosa Martha* (2001), entre muchas otras.

Yañez, igualmente, explica que el cine recupera las características plásticas, sociales, culturales e incluso eróticas, de la comida y cómo estas se ven con nuevos significados.

“Durante el siglo XX, la presentación de alimentos en la gran pantalla fue una metáfora gráfica de la pobreza, riqueza, codicia, lujuria, sexo, pérdida, muerte e incluso la contradicción de los seres humanos” (Lebón, s.f, GpCaracas) [Página Web en Línea].

Sin embargo, las películas en blanco y negro todavía no mostraban la fuerza gráfica que tiene la gastronomía debido a imágenes y escenas muy poco atractivas, ya que los directores de aquella época no prestaban demasiada atención a este apartado.

Con la llegada del color en 1935, los alimentos y la comida empezaron a mostrar todo su esplendor en la pantalla grande y desde entonces la gastronomía aparece vinculada a todo tipo de historias que reproducen el humor, ironía o dramatismo de la existencia humana (Lebón, s.f, GpCaracas) [Página Web en

Línea].

A través del consumo de alimentos en las películas también se abre una vía de entendimiento y se resuelven los conflictos como en la cinta taiwanesa *Comer, beber y amar*, de Ang Lee (1994). El señor Chu, un chef retirado, les comenta en una escena a sus tres hijas que: “alimentos de todas partes convergen como ríos que fluyen hacia el mar y así todo tiene al final un sabor similar”. Esta expresión transmite un mensaje sobre la manera en que la comida puede unir a la gente.

El autor se refiere a que la comida es un asunto de gran actualidad, porque la gastronomía ocupa un rol en la cultura que hace unas décadas atrás era ocupado por el sexo. La comida ha sido erotizada y convertida en fuente de enorme ansiedad en las sociedades, y esto se debe a un desplazamiento fundamental de cómo nos definimos.

Hace una generación o dos, nuestra identidad individual se definía mayormente por los roles sociales y las relaciones, pero actualmente está relacionada con lo que consumimos. Sin comida no podemos sobrevivir, pero en los tiempos que corren, esto sobrepasa las necesidades físicas para servir de medio en la interconexión de la gente.

### 3.4 *Referencias del cine gastronómico*

Según Gázquez (2014), el cine ha estado presente en la gastronomía desde los años de la Gran Depresión en los Estados Unidos, siendo su principal protagonista en muchas de las películas de antes y de hoy en día. La gastronomía compone cuentos donde se entremezclan placeres y sentimientos, y el cine se introduce en la cocina para representar culturas, experiencias y emociones.

Hay películas donde la gastronomía y la cinematografía son dos expresiones del Hombre, convirtiéndose en un maridaje perfecto para la manifestación artística. Dado esto, y para los efectos de este trabajo, a continuación se procederá a brindar una serie de películas que servirán como referencia, partiendo de un listado recomendado por Gázquez (2014).

#### **3.4.1 *Como agua para chocolate* (1992)**

La novela de la mexicana Laura Esquivel llegó a la pantalla grande en 1992 y fue dirigida por Alfonso Arau. La trama cuenta la historia del amor entre Tita y Pedro, quienes no pueden estar juntos por causa de la madre de ella. Todo el relato se relaciona con la comida, pues Tita, una gran cocinera, traspasa todas sus emociones a los alimentos (Estilo Hoy, s.f.) [Página Web en Línea].

Así, por ejemplo, hay escenas como cuando ella hace una comida de codornices con pétalos de rosas, mientras recuerda a su amado; y luego, cuando las personas comen ese platillo, sienten una extraña alza de temperatura corporal algo afrodisíaca. Estilo Hoy define el filme como una película con sabor que abre la imaginación y el apetito.

#### **3.4.2 *Chocolat* (2000)**

Cuenta la historia de Vianne Rocher, quien se traslada con su pequeña hija a un pueblo de Francia, ahí abre una tienda donde vende exquisitos chocolates y dulces para todos los gustos y necesidades. Sin embargo, las personas del pueblo son reticentes respecto a este tipo de tiendas. Vianne, gracias a su encanto especial, poco a poco se va ganando la simpatía y amistad de los vecinos (Estilo Hoy, s.f.) [Página Web en Línea].

Los chocolates de Vianne contienen ingredientes mágicos, y pronto su

tienda se convierte en un centro curativo. Un chocolate en especial comienza a funcionar como la Viagra, y otros inspiran amor, ayudando a un hombre mayor a dejar de lado su coraje y confesar su amor hacia una viuda del pueblo que ha amado desde hace mucho tiempo (Ebert, s.f.) (Traducción libre del autor).

Cinema (s.f.) define el conflicto de la historia como una guerra que estará a punto de explotar entre la tranquilidad de la tradición y el miedo a cambiar, la cual transcurre en un pueblo pequeño donde la vida ha sido siempre la misma por 100 años. Lo impresionante de lo nuevo, la emoción de dejar lo viejo atrás, lo peligroso de negarle a las personas la felicidad y las tentaciones de la intolerancia son levantadas por los dulces y chocolates de la cinta.

En definitiva, se trata de una comedia sobre el poder mágico del placer, dirigida por Lasse Hallstrom. *Chocolat* cuenta la historia de la vida de varios ciudadanos cuyas confrontaciones y sueños se convierte en una exploración de tolerancia y liberación personal.

### **3.4.3 Comer, rezar y amar (2006)**

Según Morris (2010), esta película no es para verla con un estómago vacío; un simple plato de espagueti que aparece, hace que tu boca se derrita, al igual que la imagen de Julia Roberts con su tenedor enredando la pasta. Pero es un momento que satisface diversos apetitos: el hambre por una buena comida, y un hambre por una verdadera personalidad (Traducción libre del autor).

“*Comer, rezar y amar*” está basada en la exitosa memoria de Elizabeth Gilbert del 2006, sobre el viaje que hizo a Italia, India y Bali después de que terminó su matrimonio. El objetivo de este viaje era que una persona recientemente en depresión, que antes era muy extrovertida, tratara de estar sola con un corazón roto y un espíritu descompensado. A pesar de esto, la

mujer se encuentra creando nuevas amistades más tarde. Morris describe que la sección de Italia es la mejor de la película, y no es simplemente por la comida o la alegría de Julia Roberts comiéndola.

#### **3.4.4 *Sin reservas* (2007)**

Son tan evidentes las similitudes entre la cocina y el amor, que no es de extrañar que estas se manifiesten en innumerables comedias románticas. *Sin Reservas* (2007) es uno de los más claros ejemplos.

El filme está basado en *Deliciosa Martha*, una película de Sandra Nettlebeck. La historia es exactamente la misma, solo que trasladada al Manhattan de la actualidad: una jefa de cocina que ha perdido esperanzas en formar una familia y se dedica exclusivamente a su trabajo; tras la muerte de su hermana ha de hacerse cargo de su sobrina, y su jefa le pone un ayudante entre los fogones que afecta su tranquila y bien ordenada vida (Casado, 2007).

Kate es perfeccionista, no le da ni un respiro a su equipo de trabajo y no le importan las quejas de sus consumidores. No es una persona que se siente cómoda alrededor de otros y que necesita tener una vida social.

La frágil y adulta empresaria no tiene ni la más mínima idea de cómo relacionarse con una niña de 10 años, y menos de cómo consolarla. Entonces, al comienzo actúa de manera desinteresada, dejándola en la escuela y contratando niñeras. Nada de esto tiene éxito en mejorar la relación entre ambas (McCarthy, 2007) (Traducción libre del autor).

Para McCarthy, una vez que la historia se presenta, nada pasa que no tenga relación con la comida. Kate lleva a Zoe a su trabajo, donde la niña comienza a aprender algunas técnicas básicas. Como le encanta la pasta, se hace muy amiga de Nick. Y cuando Zoe planifica un truco para que él vaya a la

casa a prepararles una cena a los tres, Nick conoce que la llave para el corazón de Kate se encuentra en su estómago. Mientras, Kate se conecta con su sobrina a través de la comida, y ésta hace que ambas se conozcan.

En el filme, Kate la cocinera introvertida, cambia su vida tras un accidente y la comida es usada como una metáfora para juntar a diferentes familias y nacionalidades, representando que el arte culinario es una poderosa forma de comunicación, de relación y comprensión (Lebón, s.f.).

#### **3.4.5 *Ratatouille* (2007)**

Una historia original con nuevos personajes, que no está basada en ningún comic, programa de televisión, historia para niños o alguna otra cosa que haya salido antes. *Ratatouille* presenta al adorable Remy, un roedor que posee sentidos muy agudos de sabor y olor (Germain, 2007) (Traducción libre del autor).

Remy sueña con seguir los pasos de su héroe, ya fallecido, el chef humano Gusteau. Debido a ciertas circunstancias, Remy acaba parando en el restaurante de Gusteau, donde el espíritu del chef lo guía a formar una amistad con el torpe chico que lava los platos, Linguini. Este se convierte, poco a poco, en su cómplice para cocinar platos deliciosos.

Según Germain (2007), dentro de los toques creativos, está la descripción de Remy de su amor profundo por la cocina fina de restaurante, que se ilustra en la pantalla con coloridos fuegos artificiales para representar las combinaciones de comida.

### **3.4.6 *Un viaje de diez metros* (2014)**

Hassan Kadam es un ingenuo profesional culinario con un paladar insuperable. La familia Kadam, lejos de su India natal y liderados por Papa, se establecen en el pequeño pueblo de Saint-Antonin-Noble-Val, en el sur de Francia. Lleno de encanto, es el lugar ideal para abrir un restaurante indio: la Maison Mumbai. O eso parece hasta que la fría propietaria de Le Saul Pleureur, un restaurante francés clásico galardonado con una estrella Michelin, llevado por Madame Mallory; se hace eco de ello (El Séptimo Arte, 2014) [Página Web en Línea].

Las gélidas protestas de la chef francesa en contra del nuevo restaurante indio a diez metros de su propio restaurante, escalan y acaban en una guerra declarada entre los dos locales. Pero la pasión de Hassan por la cocina francesa y por la encantadora segunda chef de Madame Mallory, Marguerite, hace que surja algo mágico, combinando ambas culturas y llenando Saint-Antonin de los mejores sabores, cosa que incluso Madame Mallory no puede ignorar.

### **3.4.7 *Chef* (2014)**

Jon Favreau protagoniza la historia del frustrado chef Carl Casper, quien se ve forzado por su jefe del restaurante a repetir los mismos platos de siempre. Esto hace que un fastidioso crítico de comida le provoque una crisis emocional que se vuelve viral a través de Twitter. Sin trabajo y sin una muy buena relación con su hijo, Carl decide reinventarse con la ayuda de su cuenta de Twitter y un *food truck*. El arte de cocinar se convierte en una metáfora para la reconexión: sexual, fraternal y familiar (Kermode, 2014).

*Chef* es una amable celebración de la comida, la amistad y el amor familiar.

La ex esposa de Carl, Inez, decide llevar al protagonista junto a su hijo a Miami para que Carl pase más tiempo con él y se reconecta con sus raíces, de donde empezó por primera vez el negocio de la comida (Susan Wloszczyna, 2014).

Carl logra reformar el *food truck* como manera de acercarse a su hijo, ayudándole también esto a su creatividad. Finalmente, acaba por ser una buena excusa para hacer un viaje en carretera por algunas ciudades de Estados Unidos (Leydon , 2014).

Una sentimental subtrama trata la relación de Carl con su hijo de 10 años, Percy, quien se convierte en su tutor de redes sociales. Una vez que Carl tiene tiempo para estar con su hijo, la película cuenta la historia de esta relación entre padre hijo.

## **MARCO METODOLÓGICO**

# I. EL PROBLEMA

## 1.1 *Planteamiento del problema*

Cocinar es una de las acciones más indispensable y primordiales que el ser humano realiza para subsistir. Sin embargo, la cocina no es sólo una simple preparación e ingesta de alimentos, sino también una de las primeras formas de comunicación del Hombre, la cual lo hace formar parte de una determinada cultura, generando así una identidad entre los miembros que la conforman.

Asimismo, se habla de este proceso como uno comunicacional, en tanto en él existe una decodificación de mensajes conformados por signos. La comida abunda en estos e, igualmente, en símbolos: aromas, sabores, colores, formas, tamaños, texturas y temperaturas. Así, se puede plantear la idea de que el acto de alimentarse va más allá de la mera subsistencia.

Es relevante resaltar la importancia que tiene la comida en la sociedad como acto comunicativo y social, pues en la actualidad el acto de comer se ha convertido en una acción veloz, efímera e individual. Resaltar aquellos elementos que fortalecen el lazo social es una de las metas que se propone este trabajo.

Muchas películas han usado la gastronomía como un medio para expresar ese encuentro que, gracias a ella, puede suceder entre las familias. La comida es lo que muchas veces las une, y se realiza casi siempre con la idea de ser compartida con alguien.

Con base en lo anterior, el presente trabajo de grado plantea crear un cortometraje que se contextualice dentro de la gastronomía y a la vez ayude a estudiar las relaciones interpersonales. Ergo, se busca mostrar cómo la cocina

ayuda a estrechar las relaciones entre las personas, y cómo la comida se concibe como un medio de comunicación efectivo para entenderse unos con otros.

De la misma manera, el proyecto pretende generar un interés particular en las personas por ver cortometrajes, sea en una sala de cine, en la televisión o en Internet. Con ello surge la necesidad también de construir un relato capaz de deleitar a aquellos amantes de las artes gastronómicas, a través de una propuesta puramente audiovisual. De esta forma, puede determinarse finalmente que el problema que aborda el presente trabajo de grado, radica en la necesidad de construir un material que combine lo cinematográfico con lo culinario, sin abandonar la posibilidad de crear una simbiosis de sentidos que sea de gusto para una amplia audiencia.

## 1.2 *Objetivos*

### 1.1.1 **Objetivo general**

Realizar un cortometraje propio del cine gastronómico, que centre su argumento en el desarrollo de las relaciones interpersonales.

### 1.1.2 **Objetivos específicos**

- Identificar los signos y símbolos existentes en la gastronomía.
- Entender las características de una buena relación interpersonal.
- Diseñar una producción que resalte los valores generacionales de la cocina.

## 1.3 *Justificación*

Cuando hablamos de gastronomía, hablamos de emociones. El cocinero

cuenta una historia con su plato. La mezcla de sabores, olores, colores, texturas y sonidos que se encuentran en el universo de la comida, hace que cada ser humano construya fuertes relaciones sociales y simbólicas. Con cada bocado que se le da a un alimento, vivimos a diario nuestra doble condición de seres culturales y biológicos.

La comunicación, de manera muy simple, se basa en un mensaje que envía un emisor a través de un medio y es decodificado por un receptor. Es por esto que el mensaje culinario se encuentra sobre las mesas, en los mercados y restaurantes del mundo, y a diario es posible tener contacto con él. La acción de comer no sólo se basa en ingerir algo, sino que cada vez que se mira un plato, se olfatea y se degusta, también se está teniendo contacto directo con el pasado.

Desde mucho tiempo atrás, el arte de comer ha sido un proceso comunicativo que ha servido para unir culturas, crear tradiciones y acercar familias; es una relación con el entorno y con las personas que te rodean. No en vano, el recetario es un elemento que, por costumbre en nuestro país, se ha transmitido de generación en generación.

Una de las razones de ser de este proyecto, precisamente, tiene que ver con el paso generacional a través de la cocina, contribuyendo así a la interpretación de cómo se estrechan los lazos familiares y afectivos mediante ella. Asimismo, se cree en el poder del lenguaje cinematográfico y en su capacidad de plasmar una historia donde se muestren elementos semióticos de la gastronomía: los signos olfativos, gustativos, táctiles y visuales. Impera el objetivo de contar cómo los olores, los ingredientes y el sazón de los alimentos, comunican de una forma u otra, a la vez que se muestra cómo las personas pueden relacionarse mediante la comida.

La historia que se contará es sobre dos individuos de personalidades opuestas –un abuelo y su nieto–, que acaban por unirse, encontrarse y conocerse a través de la preparación de una cena. Así, se desea ahondar en una tesis que habla sobre la comunicación entre un individuo u otro y en cómo esta puede tener altos y bajos, aunque lo importante sea cómo se pueden resolver los conflictos. Por ende, *Las papas van primero* hace una reflexión sobre la capacidad simbólica que tienen los elementos de una cocina en las relaciones humanas.

Los cortometrajes son plataformas siempre innovadoras que configuran un espacio abierto a nuevas propuestas tanto estéticas, como de estructuras dramáticas y narrativas. No obstante, en su contexto gastronómico, es un terreno inexplorado en Venezuela. La investigación significa un aporte pertinente al mundo del cine culinario y a los realizadores nacionales interesados en un lenguaje ya no sólo audiovisual, sino también sensorial.

#### 1.4 *Delimitación*

El trabajo de grado consiste en realizar un cortometraje de ficción, que muestre la asociación que tiene la gastronomía con las relaciones interpersonales. Se busca expresar la importancia cultural, social y comunicacional que tiene la cocina en las personas, centrándose en las relaciones afectivas y, más propiamente, en las familiares.

*Las papas van primero*, como obra e investigación, es un trabajo que va dirigido a las personas interesadas en conocer sobre la gastronomía, su historia e influencias. A aquellas personas amantes de los cortometrajes, a las que les gusta contar y escuchar historias relacionadas con la comida y su poder para reunir personas; y a aquellos que les interesa la comunicación para comprender como hay diversos mensajes en la sencillez de los alimentos.

Para la realización de este trabajo, se analizan las características de una buena relación interpersonal, resaltando todo a través de los signos y símbolos presentes en la cocina. Todo utilizando como base, asimismo, una serie de películas referenciales, citadas en el marco teórico por Gázquez (2014)

## II. LIBRO DE PRODUCCIÓN

### 2.1 *Ficha técnica*

#### 2.1.1 Información general

**Título:** *Las papas van primero*

**Duración:** 18 minutos

**Género:** Drama - Comedia

**Año de producción:** 2015

#### 2.1.2 Equipo técnico

**Dirección:** Joaquín Phelan

**Producción:** Isabella Miralles y Joaquín Phelan

**Guión:** Joaquín Phelan

**Idea original:** Joaquín Phelan e Isabella Miralles

**Dirección de fotografía:** Pedro Wazzan

**Dirección de arte:** Isabella Miralles

**Dirección de producción:** Yma Arrivillaga

**Edición y montaje:** Joaquín Phelan

**Diseño sonoro:** Eduardo Navarro

**Casting:** Guillermo Londoño y Joaquín Phelan

**Asistente de dirección:** Yma Arrivillaga

**Operadores de cámara:** Pedro Wazzan, Ronald Parra y Febor Eberle

**Asistentes de cámara:** Enrique Martínez y Febor Eberle

**Gaffer:** Isamir Hinojosa y Jeff Chacón

**Maquinista:** Febor Eberle

**Operadores de running:** Manuel Rosario y Diego Domínguez

**Sonido directo/microfonistas:** Eduardo Navarro y Ana Aguana

**Mezcla de sonido:** Eduardo Navarro

**Etalonaje:** Enrique Aranguren

**Ambientación y utilería:** Isabella Miralles, Enrique Martínez y Alfonso Martínez

**Maquillaje de alimentos:** Adriana Quintero

**Vestuario:** Isabella Miralles

**Refuerzos de producción:** Enrique Martínez e Isabella Santorsola

**Catering:** Henyedi Pérez

### **2.1.3 Reparto**

**Nano:** Gabriel Agüero

**Toño:** Dimas González

## **2.2 *Idea***

Un joven cocina con su abuelo para conquistar a una chica, y en el transcurso, la relación de ambos se fortalece.

## **2.3 *Sinopsis***

Un joven meticuloso, estructurado y ordenado llamado Mariano (Nano), quiere prepararle una cena a la chica que le gusta, pero se le pierde el libro que contiene todas las anotaciones y recetas de su abuelo, Antonio (Toño). Al ver que no puede cocinar sin el libro, el abuelo le insiste en que cocinen juntos, ya que él lo puede ayudar. Nano, sin embargo, no quiere cocinar con él, pues considera que tiene una personalidad completamente contraria a él: sarcástica, rebelde y alegre.

A lo largo del desarrollo del conflicto, se demuestra que ambos tienen una relación peculiar y poco ortodoxa. Durante la preparación de la comida, el joven

se entera de manera inesperada que el abuelo tiene Alzheimer. Esto, con la ayuda de la cocina, acaba por mejorar la relación de ambos, mientras en el transcurso se descubren ellos mismos.

## 2.4 *Escaleta*

### 1. INT. CUARTO DE NANO – DÍA

Montaje de Nano vistiéndose y cocinando con el libro.

### 2. INT. CUARTO DE NANO – DÍA

Nano busca el libro en su cuarto, desesperado.

### 3. INT. PASILLO – DÍA

Nano camina y toca la puerta del cuarto de su abuelo. No recibe respuesta.

### 4. INT. CUARTO DE TOÑO – DÍA

Nano entra al cuarto e intenta despertar a su abuelo. Después de un rato, el abuelo se levanta asustándolo. Nano le pregunta si ha visto su libro de cocina, y el abuelo responde que no. Nano le dice que lo necesita para prepararle una cena a una chica que le gusta.

### 5. INT. COCINA – DÍA

Nano sigue buscando el libro en distintos lugares de la casa. Aparece Toño, le pregunta que está haciendo y bromea con él. El abuelo le dice que él lo puede ayudar a cocinar, mas Nano se niega.

## 6. INT. CUARTO DE TOÑO – DÍA

Nano entra al cuarto del abuelo y encuentra el libro que tanto buscaba. Sale y confronta a su abuelo.

## 7. INT. COCINA – DÍA

Durante la discusión, Nano se da cuenta que Toño tiene Alzheimer y decide dejar de pelear y pedirle que cocinen juntos.

## 8. INT. SALA – DÍA

Toño y Nano se sientan en el comedor y el muchacho se da cuenta que olvidó recoger a la chica que había invitado a cenar.

### 2.5 *Tratamiento*

MARIANO “NANO” se encuentra vistiéndose meticulosamente en su cuarto (1). NANO procede a buscar desesperadamente un libro. Revisa en todos lados, mas no lo encuentra. Sale de la habitación (2).

Nano camina por el pasillo y entra en el cuarto del abuelo. Lo intenta despertar, pero este está profundamente dormido (3). El cuarto se halla completamente desordenado y TOÑO se encuentra acostado en ropa interior. NANO vuelve a intentar sacar al hombre de su sueño. El abuelo lo fastidia haciéndose el muerto para asustarlo, pero después de un rato revela la broma y abre los ojos. Nano le pregunta si ha visto su libro de cocina y el abuelo le responde que no. El muchacho le explica que lo necesita urgentemente, ya que tiene que prepararle una cena a una chica y que sin eso no puede hacerlo (4).

NANO sigue buscando el libro en las diferentes partes de su casa, pero no obtiene resultados. TOÑO le pregunta si ha visto las pastillas para el dolor de cabeza y NANO lo niega. TOÑO, entonces, le pregunta qué está haciendo y NANO responde que busca el libro (5).

NANO entra en la cocina donde está TOÑO y sigue buscando el libro. El abuelo le pregunta por qué tanta desesperación por encontrar el libro, y él responde que lo necesita para cocinar, realmente. TOÑO le dice que él lo ayudará a cocinar sin el libro. NANO se muestra renuente en trabajar con el abuelo, mas le muestra el menú que tiene pensado preparar.

Abuelo y nieto intentan cocinar; NANO, no obstante, se desespera por el desorden del abuelo y se pone molesto. TOÑO le pide que le busque un cigarro en su cuarto (6). NANO va y cuando revisa la gaveta de la mesa de noche de TOÑO, nota su libro debajo de unos papales (7). Sale hacia la cocina y comienza a confrontar al abuelo, demandándole que le explique por qué le mintió y por qué le dijo que no sabía dónde estaba el libro. El abuelo, confundido, responde que no sabe nada de lo que está hablando. NANO sube el tono de voz y TOÑO le pide que lo baje, porque va a despertar a su abuela. En ese momento NANO se da cuenta que algo pasa con su abuelo. Tras reflexionar sobre sus errores, decide dejarlo en paz y cocinar junto a él (8).

NANO y TOÑO se sientan en el comedor a tomar una cerveza, y en eso, NANO cae en cuenta de que olvidó la chica (9).

## 2.6 *Perfil de personajes*

### 2.6.1 **Mariano (Nano)**

Nano es un joven de 20 años de edad, alto, con cabello marrón claro y una

piel clara. Vive con su abuelo desde hace algunos años. Es hijo de una madre soltera, que se marchó cuando él cumplió los 15 años. Nano ha tenido que arreglárselas por su cuenta y bajo el apoyo de su abuelo. Es meticoloso, ordenado, siempre está arreglado, y es tan estricto y perfeccionista, que podría llegar a considerarse que padece del trastorno obsesivo-compulsivo.

A Nano no le gusta pedir ayuda a nadie, pues es muy reservado. Lleva una relación peculiar con su abuelo, ya que ambos viven juntos en la misma casa, pero son diferentes en personalidad, conducta y visión de vida. Nano es tan conservador, que le cuesta lidiar con algunas situaciones de su abuelo. Sin embargo, le tiene mucha paciencia y en su interior, guarda un profundo cariño por él. A pesar de todo, siempre está pendiente de su abuelo, solo que no le gusta admitirlo.

### **2.6.2 Antonio (Toño)**

Es un señor de 65 años, de contextura y altura media. Físicamente se le ve que le han pegado un poco los años, pero de mente es como si tuviese 25 años. Hace unos años recibió la tutela de su nieto Nano, luego de que su hija, la madre del chico, se marchara del país. Tiene una personalidad completamente contraria a su nieto, pues le gusta hacer bromas y va por la vida sin ninguna preocupación. Se la pasa diciendo que está viejo, pero que se siente más joven que nunca.

No obstante, la relación con Nano no es tan fluida, comprensiva y amorosa. No le importa lo que la gente piense de él, sobre todo de su conducta y personalidad. Es una persona que no tiene filtro; dice y hace lo que piensa. Quiere mucho a su nieto y siempre está intentando hacer que se afloje, diciéndole que no vale la pena comportarse así, que la vida es muy corta y hay que vivirla y disfrutarla. Toño trata de mostrarle eso a Nano a través de la

cocina. Pese a todo, es un hombre terco también; simplemente actúa como si nada y quiere vivir su vida y ya.

## *2.7 Guion literario*

LAS PAPAS VAN PRIMERO

por

Joaquín Phelan

Todos los derechos reservados

2015

1. INT. CUARTO DE NANO/COCINA – DÍA

MONTAJE- Se ve una pierna colocándose una media, una camisa abotonándose, un zapato siendo amarrado. Enseguida aparece MARIANO "NANO" (23) levantándose frente a la cámara. Se peina peculiarmente y se echa colonia. Más tarde, se ve cómo cocina una pasta con vegetales y se observa cómo la preparación la va haciendo con un libro.

CUT TO

2. INT. CUARTO DE NANO - DÍA

En un cuarto sumamente ordenado, NANO se abotona la camisa del mismo modo que en la escena anterior; se peina y se echa colonia. Bien vestido y arreglado, desesperadamente busca algo entre sus libros. Parece no encontrar nada allí. Se despeina un poco y se acomoda el cabello. Se detiene, mira para todos lados y abre las gavetas del escritorio. A medida que desordena algo, lo vuelve a ordenar tal cual como estaba. Sale del cuarto.

CUT TO

3. INT. PASILLO - DÍA

Se observa a Nano caminar rápida y exasperadamente. Toca una puerta de manera sutil.

NANO

Toño... Toño...

No existe respuesta alguna, por lo que Nano abre tímidamente y mira entre la puerta y el marco.

CUT TO

4. INT. CUARTO DE TOÑO – DÍA

Un cuarto deshecho. Mucha ropa por el piso. Algunas botellas vacías y platos en la mesa. En la cama está acostado ANTONIO "TOÑO" (65), en interiores y con la boca abierta. También hay ropa en la cama. Nano entra al cuarto e intenta despertarlo.

(CONTINUED)

CONTINUED:

NANO  
Abuelo... Abuelo...

Nano se acerca y le da unos golpes sutiles en el pecho. Toño no responde; parece muerto. Nano se ve asustado, y le sacude un poco del brazo. Toño se despierta de golpe y le pega un grito.

TOÑO  
!!!AAAAHHHHHHHHH!!!

Nano se aterroriza y se echa para atrás. Toño se muere de la risa al ver el susto que le pegó a su nieto. Nano se agarra el pecho y respira rápidamente.

NANO  
Pensé que...

Toño sigue riéndose, mientras se sienta en el borde de la cama. Nano parece molesto.

TOÑO  
Yo estoy entero. ¿No me ves?

Nano, ya más calmado, le responde:

NANO  
No consigo tu libro de cocina.  
¿Tú no lo has visto?

TOÑO  
En la cocina hay varios.

NANO  
Es el rojo de tus recetas anotadas. Lo usé ayer y juraba haberlo dejado en mi cuarto, pero ahora no lo consigo. Es tu libro. No se pudo haber ido corriendo. Tiene que aparecer. Ahí están las recetas.

(CONTINUED)

CONTINUED:

Toño se agarra la cabeza. Parece no prestar mucha atención a lo que dice Nano.

TOÑO

En verdad, no sé. ¡AHHH! Me duele la cabeza. ¿Tienes una pastilla?

NANO

En la primera gaveta de tu baño.

Toño se para y va al baño.

NANO

Aprovecha y báñate. Y si te viene algún flash, avísame que hoy tengo una cena y necesito que todo sea ideal. Que la comida me quedé bien, que la atmósfera sea la indicada... Esta noche es importante para mí.

Nano va saliendo del cuarto.

CUT TO

5. INT. BIBLIOTECA – DÍA

Nano se ve parado de espalda frente a una cantidad de libros. Mueve la cabeza de izquierda a derecha. Hace ademán de tomar alguno de los libros, pero luego se retracta. Ordena un par de libros por color. Sigue buscando. Se desespera. Camina precipitadamente hacia los muebles. Levanta los cojines del sofá. Busca bajo la mesa. Parece angustiado. Se escucha a lo lejos a Toño:

TOÑO

¡Naaaaaaano! ¿En qué parte del baño es que están las pastillas?

(CONTINUED)

CONTINUED:

Con cara de obstinado, pero calmadamente, Nano le responde:

NANO

En la primera gaveta.

TOÑO

Sí, ya las había conseguido.

Toño ríe con fuerza; Nano niega la acción. Enseguida continúa su búsqueda, desesperadamente. Aparece Toño despeinado y todavía en interiores. Observa al nieto y le pregunta:

TOÑO

¿Qué estás haciendo?

NANO

(sarcástico)

Buscando el libro que desapareció misteriosamente y que tú dices no haber visto. ¿Te ha venido algún recuerdo, por casualidad? La idea es que aparezca. La idea es que sea para ya.

TOÑO

No, nada que ver. Busca en la piscina.

Toño sonrío de manera pícaro y continua su camino. Nano lo mira, pero prosigue buscando. Se detiene y sale.

CUT TO

6. INT. COCINA – DÍA

Nano entra algo exaltado. El abuelo se está tomando la pastilla con la jarra de agua. Bebe bastante agua; parece deshidratado. Nano se le queda viendo y niega con la cabeza. Lo obvia y abre un gabinete donde hay varios libros. Toño se sienta en la mesa de la cocina y abre un

(CONTINUED)

CONTINUED:

periódico que se encuentra allí. Deja la jarra en la mesa. Nano saca los libros y, sistemáticamente, va dejando uno por uno en la mesa donde está el abuelo sentado. Los va pasando; Toño baja el periódico y lo mira. Al terminar con todos los libros, los ordena por orden de tamaño y los regresa al gabinete. Mira la jarra, la toma y la guarda. Abre los demás gabinetes y no encuentra nada. Se sienta en la misma mesa que el abuelo y se agarra la cabeza. Queda en silencio. Toño baja el periódico y lo mira.

TOÑO

¿Por qué tanta desesperación? No necesitas un libro.

NANO

Yo sí.

TOÑO

¿Por qué?

NANO

Porque ahí está la preparación de hoy.

TOÑO

¿No te la sabes de memoria?

NANO

No.

TOÑO

Bueno, dime qué era e inventamos algo.

Nano con desánimo y frustración le explica:

NANO

Napoleón de berenjena. Luego un lomito en salsa de hongos

(MORE)

(CONTINUED)

CONTINUED:

NANO (cont'd)  
portobello, con unas papas  
rústicas.

TOÑO  
¿Postre?

NANO  
Helado de vainilla con frutas...  
Melocotón, fresa, mango. Bueno,  
algo que tenga color, que llame  
la atención, que sorprenda.

TOÑO  
Te quieres lucir, ¿no?

Toño suelta una carcajada, mientras Nano parece tímido y se sonroja.

NANO  
No estoy de humor, en verdad.  
Necesito conseguir ese libro.

TOÑO  
No necesitas nada. Vamos a  
cocinar juntos.

Toño se levanta y camina hacia la nevera.

NANO  
Te dije que no estoy de humor.

Toño se voltea y abre los brazos. Con una mano sostiene la puerta de la nevera; con la otra, apunta a su nieto.

TOÑO  
Te estoy hablando en serio.

Nano suspira y deja caer su cabeza sobre sus brazos cruzados. Toño lo despeina con la mano. Nano levanta la mirada y enseguida se arregla.

(CONTINUED)

CONTINUED:

TOÑO

Vamos, pues. ¿Tienes todos los ingredientes?

Nano alterado le responde:

NANO

Tú eres un desastre. Todo lo desordenas. Ensucias y dejas lo que ensuciaste ahí y no lo lavas enseguida. La semana pasada dejaste todos los platos sin lavar y yo llegué de madrugada a limpiar todo. Hoy quiero hacer las cosas a mi manera.

TOÑO

Ok, cocina tú solo entonces, ordenadito.

NANO

Necesito el libro. ¿Dónde está?

TOÑO

No necesitas nada.

Toño toma un delantal y se lo coloca. Agarra las papas y un pelador. Nano lo mira y le dice:

NANO

Las papas son de último.

TOÑO

¿Quién te dijo?

NANO

Así es. Me acuerdo por el libro que es lo último, así que déjalas para el final.

(CONTINUED)

CONTINUED:

TOÑO

Insisto, ¿quién te dijo eso?

NANO

(imperativo)

Deja las papas para el final.

Toño con indiferencia deja las papas, y con un gesto de lástima graciosa, le da una palmada en la espalda al nieto. Nano abre la nevera y va sacando poco a poco las cosas. Las coloca encima de la cocina de forma ordenada.

TOÑO

¿Una cerveza?

Nano niega con la cabeza. Toño va desordenando todo, mientras Nano, algo obstinado, va recogiendo el desastre del abuelo. Nano bota la lata vieja de cerveza.

NANO

No, vale, así es imposible.  
Contigo todo sale mal.

TOÑO

Bueno, tú decides.

Toño parece indiferente, se sienta y saca el periódico. Tiene la caja de cigarro vacía.

TOÑO

Si no quieres cocinar, ¿me puedes traer los cigarro de mi mesa de noche?

NANO

Cualquier cosa por salir de esta cocina.

CUT TO

7. INT. SALA/CUARTO DE TOÑO - DÍA

PLANO SECUENCIA- Nano, alterado y sorprendido por el

(CONTINUED)

CONTINUED:

descaro del abuelo, no entiende nada. Camina primero para la cocina y cierra una gaveta. Sale de allí. Se dirige hacia la sala, recoge un adorno que anteriormente había tumbado buscando el libro. Sigue su camino. Abre la puerta del cuarto del abuelo y mira a su alrededor. Niega con la cabeza, observando el desorden. Se le ve parado desde atrás, con todo el cuarto del abuelo enfrente. Continúa avanzando, se sienta en la cama, abre la gaveta de su mesa de noche y ve la caja de cigarro. La toma, se levanta y, al mirar hacia un costado, ve la esquina del libro bajo una camisa. Se precipita y, tras levantar la camisa, se encuentra con que es el libro que ha estado intentando conseguir. Acto seguido, se exalta y sale precipitadamente de la habitación.

CUT TO

8. INT. COCINA - DÍA

Nano encara a Toño con el libro de frente.

NANO

Mira lo que estaba en tu cuarto.

TOÑO

¿Mi cuarto?!

NANO

Sí, tu cuarto. Te dije que tú lo tenías.

TOÑO

¡Estás loco! Yo no lo agarré.

NANO

¿Y cómo apareció allí?

TOÑO

¿Estás seguro que era mi cuarto?

(CONTINUED)

CONTINUED:

NANO

Sí, vale, en medio de ese  
desastre que tienes. Y sabías  
que lo tenías. ¡Qué arrecho que  
eres!

Toño lo mira desconcertado, mientras que Nano le lanza la  
caja de cigarro en la mesa de manera hostil y lo mira con  
desconfianza. Se nota molesto. Sale de la cocina. Camina  
con ira. Se regresa y le dice a su abuelo:

NANO

Sabes que llevo rato buscándolo  
y eres incapaz de decirme que lo  
tenías. No entiendo cuál es tu  
juego. Tu egoísmo es mas fuerte  
que tú.

TOÑO

Nunca había visto ese libro.

NANO

¡Qué mierda! Lo tuyo siempre es  
una joda. Me habías dicho que no  
lo habías visto. Nada contigo es  
en serio. Tu vida es una burla,  
pero no jodas la de los demás.  
Desde carajito me tienes harto.  
Una y otra vez. No me buscabas  
al colegio, no me mandabas  
comida, me avergonzabas con la  
gente. Siempre tienes que  
joderme. ¡Siempre!

Toño mira para la puerta de la cocina.

TOÑO

(en voz baja)

Baja la voz que vas a despertar  
a tu abuela.

Nano lo mira sorprendido fijamente. Guarda silencio.

(CONTINUED)

CONTINUED:

NANO

Toño, la abuela no está aquí...

Toño desconcertado se queda pensativo.

TOÑO

¿A qué hora se fue?

NANO

Hace dos años.

Se ve a Nano mirarlo fijamente como si acabara de comprender algo. Toño apaga el cigarro y baja la cabeza. Todo permanece en calma. Nano se encuentra procesando la situación, mientras Toño sigue cabizbajo. Nano toma el libro y lo abre mientras observa a su abuelo. Revisa varias páginas y observa una línea donde dice que las papas se hacen primero. Lo cierra. Nano se queda callado y con la mirada agachada. Toño se para y agarra una cerveza. Nano aparta el libro y se para junto a su abuelo. Comienza a ver las cosas por encima. Comienzan a cocinar.

MONTAJE: Planos detalles de la preparación de la cena.

TOÑO

(voice over)

Nano, cocinar no necesita un manual o libro, es como hacer el amor. Solamente es un soplo, más húmedo que el llanto, un líquido, un sudor, un aceite sin nombre, un movimiento agudo, haciéndose, espesándose. Cae el agua, goterones lentos, hacia su mar, hacia su seco océano, hacia su ola sin agua.

Nano parece algo sorprendido.

TOÑO

Cada plato debe ser tratado como una mujer.

(CONTINUED)

CONTINUED:

Nano mira fijamente al abuelo mientras este continúa.

TOÑO

Una mujer y un plato son  
exigentes. Requieren atención y  
llevan tacto.

Toño hace gesto de amasar algo. Nano sonríe al tiempo que  
niega con la cabeza.

NANO

Ibas bien...

CUT TO

9. INT. COMEDOR - NOCHE

Toño y Nano están sentados en el comedor, tomándose unas  
cervezas.

TOÑO

La salsa te quedo buenísima.

NANO

Gracias. En verdad las papas  
iban primero. Me ganaste.

TOÑO

No será la última vez que lo  
haga.

Ambos sonríen.

TOÑO

Por cierto, ¿a qué hora viene  
esta niña?

Nano mira su reloj y, sorprendido, exclama:

NANO

¡Coooooño!

(CONTINUED)

CONTINUED:

TOÑO  
¿Qué pasa?

NANO  
Se me olvidó buscarla

TOÑO  
Parece que no soy el único que  
está jodido.

Ambos ríen. Nano le soba la cabeza a Toño y sale a  
buscarla. Toño sonrío.

CUT TO CREDITS

## 2.8 Memoria de producción

### 2.8.1 Lista de necesidades de producción

#### 2.8.1.1 Personajes

1. Nano
2. Toño

#### 2.8.1.2 Utilería y atrezzo

1. Libro rojo
2. Pasta
3. Taza de agua
4. Cuchara para la pasta
5. Sal
6. Calabacín
7. Berenjena
8. Tomate
9. Pimentón
10. Tabla de picar
11. Sartén
12. Cebolla
13. Colador de pasta
14. Platos
15. Cubiertos
16. Vasos
17. Mantel del comedor
18. Servilleta de tela
19. Libros del cuarto de Nano
20. Laptop

21. Hojas/Stationary
22. Bolígrafos
23. Lápices
24. Ropa de Toño tirada
25. Botellas vacías
26. Cenicero
27. Colillas y cenizas
28. Caja de cigarrillos
29. Caja de cigarrillos vacía
30. Cuadro
31. Lámpara de mesa de noche
32. Papeles
33. Pastillas
34. Jarra de agua
35. Libros de la biblioteca
36. Libros de cocina
37. Periódico
39. Cervezas
40. Harina
41. Maicina
42. Pimienta
43. Yemas de huevo
44. Mozzarella de búfala
45. Albahaca
46. Aceite de oliva
47. Nueces
48. Ajo
49. Queso parmesano
50. Olla
51. Sartén

52. Tabla de picar
53. Paño de cocina
54. Encendedor
55. Centro de lomito
56. Hongos portobello
57. Papas colombianas
58. Tocineta
59. Mantequilla
60. Peine
61. Melocotones
62. Fresas
63. Mangos
64. Napoleón de berenjena
65. Lomito en salsa de hongos
66. Helado de vainilla con frutas
67. Colonia de Nano
68. Cojines
69. Pelador

### **2.8.1.3 Ambientación**

1. Mesa de noche de Toño
2. Edredón azul marino
3. Lámpara de escritorio
4. Silla del cuarto de Nano
5. Almohadas de Nano
6. Almohadas de Toño
7. Edredón rojo
8. Sábanas tamaño matrimonial
9. Escritorio de Nano
10. Espejo de Nano

11. Cama de Nano
12. Cama de Toño
13. Estanterías de libros
14. Sofá
15. Mesa de la biblioteca
16. Nevera
17. Mesa del comedor

#### **2.8.1.4 Vestuario**

1. Camisa de botones blanca de Nano
2. Pantalón kaki de Nano
3. Correa marrón de Nano
4. Zapatos estilo *clarks* marrones oscuros de Nano
5. Camisa de botones azul de Nano
6. Bóxer de Toño con estampado de perritos
7. Delantal de Toño con estampado de pintura de Botero
8. Medias oscuras de Nano
9. Medias blancas de Toño
10. Reloj de Nano

#### **2.8.1.5 Maquillaje y peluquería**

1. Peinado con gel de lado (Nano)
2. Cabello y barba despeinada (Toño)
3. Maquillaje natural

#### **2.8.1.6 Sonidos y música**

1. Sonidos de cocina
2. Sonido de retrete bajándose

## **2.8.2 Desglose de producción**

## LAS PAPAS VAN PRIMERO

Escena: 1  
Páginas: 1  
Duración: 2/8

Int/Ext: Int  
Día/Noche: Día  
Script day: 1

Secuencia: 1

Setting: Cuarto de Nano/Cocina

Descripción de la escena: Nano se viste y después cocina con el libro

<b>Utillería y atrezzo</b>  1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 60, 67	<b>Ambientación</b>  2, 3, 4, 5, 9, 10, 11, 17	
<b>Personajes</b>  1	<b>Vestuario</b>  1, 2, 3, 4, 8, 10	<b>Maquillaje y peluquería</b>  1, 3
	<b>Sonidos/Música</b>  1	<b>Extras y figurantes</b>
<b>Efectos especiales/ visuales</b>	<b>Vehículos</b>	<b>Observaciones</b>

## LAS PAPAS VAN PRIMERO

---

Escena: 2  
Páginas: 1  
Duración: 2/8

Int/Ext: Int  
Día/Noche: Día  
Script day: 2

---

Secuencia: 2

Setting: Cuarto de Nano

Descripción de la escena: Nano busca el libro de cocina de su abuelo

<b>Utillería y atrezzo</b> 19, 20, 21, 22, 23, 60, 67	<b>Ambientación</b> 2, 3, 4, 5, 9, 10, 11	
<b>Personajes</b> 1	<b>Vestuario</b> 2, 3, 4, 5, 10	<b>Maquillaje y peluquería</b> 1, 3
	<b>Sonidos/Música</b>	<b>Extras y figurantes</b>
<b>Efectos especiales/ visuales</b>	<b>Vehículos</b>	<b>Observaciones</b>

## LAS PAPAS VAN PRIMERO

---

Escena: 3  
Páginas: 1  
Duración: 3/8

Int/Ext: Int  
Día/Noche: Día  
Script day: 2

---

Secuencia: 2

Setting: Pasillo

Descripción de la escena: Nano toca la puerta del cuarto de Toño

<b>Utillería y atrezzo</b>		<b>Ambientación</b>	
<b>Personajes</b>  1	<b>Vestuario</b>  2, 3, 4, 5, 10	<b>Maquillaje y peluquería</b>  1, 3	
	<b>Sonidos/Música</b>	<b>Extras y figurantes</b>	
	<b>Efectos especiales/ visuales</b>	<b>Vehículos</b>	<b>Observaciones</b>

## LAS PAPAS VAN PRIMERO

---

Escena: 4  
Páginas: 1, 2 y 3  
Duración: 1 página y 6/8

Int/Ext: Int  
Día/Noche: Día  
Script day: 2

---

Secuencia: 2

Setting: Cuarto de Toño

Descripción de la escena: Nano despierta a Toño y le pregunta por su libro

<b>Utilería y atrezzo</b> 24, 25, 26, 27, 28, 30, 31, 32	<b>Ambientación</b> 1, 6, 7, 8, 12	
<b>Personajes</b> 1, 2	<b>Vestuario</b> 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10	<b>Maquillaje y peluquería</b> 1, 2, 3
	<b>Sonidos/Música</b> 2	<b>Extras y figurantes</b>
<b>Efectos especiales/ visuales</b>	<b>Vehículos</b>	<b>Observaciones</b>

## LAS PAPAS VAN PRIMERO

---

Escena: 5  
Páginas: 3 y 4  
Duración: 1 página y 1/8

Int/Ext: Int  
Día/Noche: Día  
Script day: 2

---

Secuencia: 3

Setting: Biblioteca

Descripción de la escena: Nano busca el libro en la biblioteca

<b>Utilería y atrezzo</b> 35, 68	<b>Ambientación</b> 13, 14, 15	
<b>Personajes</b> 1, 2	<b>Vestuario</b> 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10	<b>Maquillaje y peluquería</b> 1, 2, 3
	<b>Sonidos/Música</b>	<b>Extras y figurantes</b>
<b>Efectos especiales/ visuales</b>	<b>Vehículos</b>	<b>Observaciones</b>

## LAS PAPAS VAN PRIMERO

Escena: 6  
Páginas: 4, 5, 6, 7 y 8  
Duración: 3 páginas y 3/8

Int/Ext: Int  
Día/Noche: Día  
Script day: 2

Secuencia: 3

Setting: Cocina

Descripción de la escena: Nano intenta cocinar con Toño, pero no puede

<b>Utillería y atrezzo</b>  3, 5, 7, 14, 15, 29, 33, 34, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 69	<b>Ambientación</b>  16	
<b>Personajes</b>  1, 2	<b>Vestuario</b>  2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10	<b>Maquillaje y peluquería</b>  1, 2, 3
	<b>Sonidos/Música</b>	<b>Extras y figurantes</b>
<b>Efectos especiales/ visuales</b>	<b>Vehículos</b>	<b>Observaciones</b>

## LAS PAPAS VAN PRIMERO

---

Escena: 7  
Páginas: 8 y 9  
Duración: 5/8

Int/Ext: Int  
Día/Noche: Día  
Script day: 2

---

Secuencia: 4

Setting: Sala/Cuarto de Toño

Descripción de la escena: Nano encuentra el libro en el cuarto de Toño

<b>Utilería y atrezzo</b> 1, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 31, 32	<b>Ambientación</b> 1, 6, 7, 8, 12	
<b>Personajes</b> 1	<b>Vestuario</b> 2, 3, 4, 5, 10	<b>Maquillaje y peluquería</b> 1, 3
	<b>Sonidos/Música</b>	<b>Extras y figurantes</b>
<b>Efectos especiales/ visuales</b>	<b>Vehículos</b>	<b>Observaciones</b>

## LAS PAPAS VAN PRIMERO

Escena: 8  
Páginas: 9, 10, 11 y 12  
Duración: 2 páginas y 7/8

Int/Ext: Int  
Día/Noche: Día  
Script day: 2

Secuencia: 4

Setting: Cocina

Descripción de la escena: Nano le reclama a Toño y se entera de la verdad

<b>Utillería y atrezzo</b>  1, 3, 5, 7, 10, 14, 15, 28, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 69	<b>Ambientación</b>  16	
<b>Personajes</b>  1, 2	<b>Vestuario</b>  2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10	<b>Maquillaje y peluquería</b>  1, 2, 3
	<b>Sonidos/Música</b>  1	<b>Extras y figurantes</b>
<b>Efectos especiales/ visuales</b>	<b>Vehículos</b>	<b>Observaciones</b>

## LAS PAPAS VAN PRIMERO

Escena: 9  
Páginas: 12 y 13  
Duración: 1 página

Int/Ext: Int  
Día/Noche: Noche  
Script day: 2

Secuencia: 5

Setting: Comedor

Descripción de la escena: Nano y Toño beben cervezas, y el primero recuerda que olvidó buscar a su cita

<b>Utilería y atrezzo</b> 14, 15, 16, 17, 39, 64, 65, 66	<b>Ambientación</b> 17	
<b>Personajes</b> 1, 2	<b>Vestuario</b> 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10	<b>Maquillaje y peluquería</b> 1, 2, 3
	<b>Sonidos/Música</b>	<b>Extras y figurantes</b>
<b>Efectos especiales/ visuales</b>	<b>Vehículos</b>	<b>Observaciones</b>

### **2.8.3 Calendario de producción**

Equipos	Esc. 1	Esc. 2	Esc. 3	Esc. 4	Esc. 5	Esc. 6	Esc. 7	Esc. 8	Esc. 9
Cámara Sony a7S (2)	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Batería Sony (6)	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Batería de Led (8)	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Lente Rokinon 14mm 3.1							X		
Lente Rokinon 24mm 1.5	X	X	X	X	X	X		X	X
Lente Rokinon 35mm 1.4	X	X	X	X	X	X		X	X
Lente Rokinon 85mm 1.4	X		X			X			
Lente Canon 50 mm 1.4		X		X		X		X	X
Lente Canon 100mm 2.8								X	
Monitor Ninja Blade (2)	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Monitor Samsung	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Tripode Manfrotto (2)	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Slider	X		X	X	X		X		
Cable HDMI	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Luz ARRI 2000w				X		X	X	X	X
Luz ARRI 1000w (3)	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Luz ARRI 650w						X	X		X
Luz Kino Flo 4x2 (2)						X		X	
Running								X	
Shoulder mount	X					X		X	
MacBook Pro	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Preamplificador Vintech		X		X	X	X		X	X
Microfono Rode NT 1		X		X	X	X		X	X
Interfaz Focusrite		X		X	X	X		X	X
Boom						X		X	
Paral para microfono		X		X	X	X		X	X

## 2.11 *Hojas de llamado*



**Lunes, 11 de agosto de 2015**

9:00 am – 7:00 pm

INICIO DE RODAJE 10:30 am

---

Av. Lago de Maracaibo, Qta. Panela, Urb. Cumbres de Curumo, Caracas

---

**ITINERARIO DEL DÍA**

<b>HORA</b>	<b>ESCENA</b>	<b>PERSONAJES</b>
9:30 am – 10:00 am	Desayuno	Todo el equipo
10:30 am – 12:00 pm	1B	1
12:00 pm – 1:30 pm	1C	1
1:30 am – 2:30 pm	Almuerzo	Todo el equipo
2:30 – 6:00 pm	4	1, 2

---

**CITACIÓN DE EQUIPO TÉCNICO Y REQUERIMIENTOS**

<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>LLEGADA</b>	<b>SALIDA</b>
PRODUCCIÓN	8:00 am	7:00 pm
DIRECCIÓN	9:00 am	7:00 pm
DIRECC. DE FOTOGRAFÍA	9:00 am	7:00 pm
DIRECCIÓN DE ARTE	9:00 am	7:00 pm
SONIDO	9:00 am	7:00 pm
EQUIPOS DE RUBIK	9:00 am	7:00 pm

---

**CITACIÓN DE PERSONAL ARTÍSTICO**

<b>TALENTO</b>	<b>LLEGADA</b>	<b>SALIDA</b>
1. Gabriel Agüero	9:30 am	6:00 pm
2. Dimas González	1:30 am	6:00 pm

**CONTACTOS DE EMERGENCIA**

**Yma Arrivillega**  
(0412) 203.17.39

**Isabella Miralles**  
(0414) 233.51.10

**Al Agua Cinema, C.A.**  
(0212) 977.23.54



**Martes, 12 de agosto de 2015**

9:00 am – 7:00 pm

INICIO DE RODAJE 10:30 am

---

Av. Lago de Maracaibo, Qta. Panela, Urb. Cumbres de Curumo, Caracas

---

**ITINERARIO DEL DÍA**

<b>HORA</b>	<b>ESCENA</b>	<b>PERSONAJES</b>
9:30 am – 10:00 am	Desayuno	Todo el equipo
10:30 am – 1:30 pm	6	1, 2
1:30 pm – 2:30 pm	Almuerzo	Todo el equipo
2:30 am – 4:30 pm	7	1
4:30 pm – 6:00 pm	8B	1, 2

---

**CITACIÓN DE EQUIPO TÉCNICO Y REQUERIMIENTOS**

<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>LLEGADA</b>	<b>SALIDA</b>
PRODUCCIÓN	8:00 am	7:00 pm
DIRECCIÓN	9:00 am	7:00 pm
DIRECC. DE FOTOGRAFÍA	9:00 am	7:00 pm
DIRECCIÓN DE ARTE	9:00 am	7:00 pm
SONIDO	9:00 am	7:00 pm

---

**CITACIÓN DE PERSONAL ARTÍSTICO**

<b>TALENTO</b>	<b>LLEGADA</b>	<b>SALIDA</b>
1. Gabriel Agüero	9:30 am	6:00 pm
2. Dimas González	9:30 am	6:00 pm

**CONTACTOS DE EMERGENCIA**

**Yma Arrivillega**  
(0412) 203.17.39

**Isabella Miralles**  
(0414) 233.51.10

**Al Agua Cinema, C.A.**  
(0212) 977.23.54



**Miércoles, 13 de agosto de 2015**

9:00 am – 9:00 pm

INICIO DE RODAJE 10:30 am

---

Av. Lago de Maracaibo, Qta. Panela, Urb. Cumbres de Curumo, Caracas

---

#### ITINERARIO DEL DÍA

HORA	ESCENA	PERSONAJES
9:30 am – 10:00 am	Desayuno	Todo el equipo
10:30 am – 11:00 am	1A	1
11:00 am – 12:00 pm	2	1
12:00 pm – 1:30 pm	3	1
1:30 pm – 2:30 pm	Almuerzo	Todo el equipo
2:30 pm – 4:00 pm	5	1, 2
4:00 pm – 6:30 pm	8A	1, 2
6:30 pm – 7:00 pm	Cena	Todo el equipo
7:00 pm – 9:00 am	9	1, 2

#### CITACIÓN DE EQUIPO TÉCNICO Y REQUERIMIENTOS

DEPARTAMENTO	LLEGADA	SALIDA
PRODUCCIÓN	8:00 am	9:00 pm
DIRECCIÓN	9:00 am	9:00 pm
DIRECC. DE FOTOGRAFÍA	9:00 am	9:00 pm
DIRECCIÓN DE ARTE	9:00 am	9:00 pm
SONIDO	9:00 am	9:00 pm

#### CITACIÓN DE PERSONAL ARTÍSTICO

TALENTO	LLEGADA	SALIDA
1. Gabriel Agüero	9:30 am	9:00 pm
2. Dimas González	1:30 am	9:00 pm

#### CONTACTOS DE EMERGENCIA

**Yma Arrivillega**  
(0412) 203.17.39

**Isabella Miralles**  
(0414) 233.51.10

**Al Agua Cinema, C.A.**  
(0212) 977.23.54

## 2.12 *Presupuesto*

CAPÍTULOS		RESUMEN GENERAL										TOTAL
CAPÍTULO 1	GUIÓN Y MÚSICA											Bs.96.000,00
CAPÍTULO 2	PERSONAL ARTÍSTICO											Bs.90.000,00
CAPÍTULO 3	EQUIPO TÉCNICO											Bs.925.000,00
CAPÍTULO 4	ARTE Y ESCENOGRAFÍA											Bs.105.000,00
CAPÍTULO 5	ESTUDIOS DE RODAJE/SONORIZACIÓN Y VARIOS DE PRODUCCIÓN											Bs.860.000,00
CAPÍTULO 6	MAQUINARIA DE RODAJE Y TRANSPORTES											Bs.659.000,00
CAPÍTULO 7	VIAJES, HOTELES Y COMIDAS											Bs.25.000,00
CAPÍTULO 8	PELÍCULA VIRGEN											Bs.390.000,00
CAPÍTULO 9	LABORATORIO											Bs.544.000,00
CAPÍTULO 10	SEGUROS											Bs.250.000,00
CAPÍTULO 11	GASTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN											Bs.410.000,00
CAPÍTULO 12	EFFECTOS PRÁCTICOS											Bs.440.000,00
<b>TOTAL</b>											Bs.4.794.000,00	

RUBRO	CAPÍTULOS Y SUBCAPÍTULOS	UNIDAD	CANT	TIEMPOS			TOTAL RATIO	TARIFA	SUBTOTAL	HORAS EXTRAS	VIÁTICOS	TOTAL
				PRE	ROD	POST						
01.01.01	Derechos de autor	P.P.	1	1			1	Bs.1.000,00	Bs.1.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.1.000,00
01.01.02	Guión	P.P.	1	1			1	Bs.50.000,00	Bs.50.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.50.000,00
<b>01.01. Guión</b>												
01.02.01	Derechos de autor de música	P.P.	1			1	1	Bs.5.000,00	Bs.5.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.5.000,00
01.02.02	Compositor de música	P.P.	1			1	1	Bs.40.000,00	Bs.40.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.40.000,00
<b>01.02. Música</b>												
<b>CAPÍTULO 1: GUIÓN Y MÚSICA</b>												
02.01.01	Nano	P.P.	1			1	1	Bs.50.000,00	Bs.50.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.50.000,00
<b>02.01. Protagonistas</b>												
02.02.01	Toño	P.P.	1			1	1	Bs.40.000,00	Bs.40.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.40.000,00
<b>02.02. Secundarios</b>												
<b>CAPÍTULO 2: PERSONAL ARTÍSTICO</b>												
03.01.01	Director	P.P.	1	0,5		0,5	1	Bs.50.000,00	Bs.50.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.50.000,00
03.01.02	Asistente de dirección	P.P.	1			1	1	Bs.45.000,00	Bs.45.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.45.000,00
03.01.03	Director de casting	P.P.	1	0,5		0,5	1	Bs.30.000,00	Bs.30.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.30.000,00
<b>03.01. Dirección</b>												
03.02.01	Director de producción	P.P.	1	0,5		0,5	1	Bs.80.000,00	Bs.80.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.80.000,00
03.02.02	Asistente de producción	P.P.	3			1	1	Bs.20.000,00	Bs.60.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.60.000,00
03.02.04	Runner	P.P.	1			1	1	Bs.5.000,00	Bs.5.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.5.000,00
<b>03.02. Producción</b>												
03.03.01	Director de fotografía	P.P.	1	0,5		0,5	1	Bs.70.000,00	Bs.70.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.70.000,00
03.03.02	Operador de cámara	P.P.	2			1	1	Bs.30.000,00	Bs.60.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.60.000,00
03.03.03	Operador de running	P.P.	2			1	1	Bs.10.000,00	Bs.20.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.20.000,00
<b>03.03. Fotografía</b>												
03.04.01	Jefe de eléctricos (Gaffer)	P.P.	1			1	1	Bs.15.000,00	Bs.15.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.15.000,00
03.04.02	Eléctrico	P.P.	3			1	1	Bs.10.000,00	Bs.30.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.30.000,00
03.04.03	Grupista	P.P.	1			1	1	Bs.15.000,00	Bs.15.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.15.000,00
<b>03.04. Iluminación</b>												
<b>TOTAL</b>											Bs.230.000,00	



RUBRO	CAPITULOS Y SUBCAPITULOS	UNIDAD	CANT	TIEMPOS			TOTAL RATIO	TARIFA	SUBTOTAL	HORAS EXTRAS	VIATICOS	TOTAL
				PRE	ROD	POST						
06.01.01	Cámara Sony a7S (accesorios y lentes)	P.P.	2		1		1	Bs.90.000,00	Bs.180.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.180.000,00
06.01.02	Monitor Ninja Blade	P.P.	2		1		1	Bs.40.000,00	Bs.80.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.80.000,00
06.01.03	Monitor Samsung	P.P.	1		1		1	Bs.15.000,00	Bs.15.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.15.000,00
06.01.04	Tripode Manfrotto	P.P.	2		1		1	Bs.10.000,00	Bs.20.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.20.000,00
06.01.05	Slider	P.P.	1		1		1	Bs.25.000,00	Bs.25.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.25.000,00
06.01.06	Cable HDMI	P.P.	1		1		1	Bs.1.000,00	Bs.1.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.1.000,00
06.01.07	Luz ARRI 2000w	P.P.	1		1		1	Bs.21.000,00	Bs.21.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.21.000,00
06.01.08	Luz ARRI 1000w	P.P.	3		1		1	Bs.30.000,00	Bs.90.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.90.000,00
06.01.09	Luz ARRI 650w	P.P.	1		1		1	Bs.16.000,00	Bs.16.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.16.000,00
06.01.10	Luz Kino Flo 4x2	P.P.	2		1		1	Bs.18.000,00	Bs.36.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.36.000,00
06.01.11	Running	P.P.	1		1		1	Bs.45.000,00	Bs.45.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.45.000,00
06.01.12	Shoulder Mount	P.P.	1		1		1	Bs.15.000,00	Bs.15.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.15.000,00
06.01.13	MacBook Pro y equipos de DIT	P.P.	3		1		1	Bs.25.000,00	Bs.75.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.75.000,00
06.01.14	Kit de equipos de sonido	P.P.	1		1		1	Bs.40.000,00	Bs.40.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.40.000,00
<b>06.01. Maquinaria y elementos de rodaje</b>												
<b>CAPÍTULO 6: MAQUINARIA DE RODAJE Y TRANSPORTES</b>												
07.01.01	Mantenimiento	P.P.	1	1			1	Bs.391.000,00	Bs.391.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.391.000,00
07.01.02	Catering	P.P.	1		1		1	Bs.25.000,00	Bs.25.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.25.000,00
<b>07.01. Comidas</b>												
<b>CAPÍTULO 7: VIAJES, HOTELES Y COMIDAS</b>												
08.01.01	Disco duro	P.P.	2		1		1	Bs.150.000,00	Bs.300.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.300.000,00
08.01.02	Tarjetas	P.P.	1		1		1	Bs.90.000,00	Bs.90.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.90.000,00
<b>08.01. Magnético y varios</b>												
<b>CAPÍTULO 8: PELÍCULA VIRGEN</b>												
09.01.01	Corrección de color	P.P.	1		1		1	Bs.14.000,00	Bs.14.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.14.000,00
09.01.02	DCP master	P.P.	1		1		1	Bs.90.000,00	Bs.90.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.90.000,00
09.01.03	Kinescopado	P.P.	1		1		1	Bs.70.000,00	Bs.70.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.70.000,00
09.01.04	Copión definitivo	P.P.	1		1		1	Bs.70.000,00	Bs.70.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.70.000,00
09.01.05	Internegativo	P.P.	1		1		1	Bs.50.000,00	Bs.50.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.50.000,00
09.01.06	Interpositivo	P.P.	1		1		1	Bs.50.000,00	Bs.50.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.50.000,00
09.01.07	Derechos Dolby Stereo	P.P.	1		1		1	Bs.200.000,00	Bs.200.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.200.000,00
<b>09.01. Postproducción</b>												
<b>CAPÍTULO 9: LABORATORIO</b>												
10.01.01	Combinado seguros cinematográficos	P.P.	1		1		1	Bs.544.000,00	Bs.544.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.544.000,00
<b>10.01. Seguros</b>												
<b>CAPÍTULO 10: SEGUROS</b>												
11.01.01	Personal administrativo	P.P.	1		1		1	Bs.25.000,00	Bs.25.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.25.000,00
11.01.02	Taxis y locomoción fuera de rodaje	P.P.	1	0,5			1	Bs.10.000,00	Bs.10.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.10.000,00
11.01.03	Luz, agua y limpieza de oficina	P.P.	3	0,5			1	Bs.15.000,00	Bs.45.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.45.000,00
11.01.04	Material de oficina	P.P.	2	1			1	Bs.10.000,00	Bs.20.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.20.000,00
11.01.05	Comidas pre y post rodaje	P.P.	2	0,5			1	Bs.100.000,00	Bs.200.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.200.000,00
11.01.06	Gestoría de Seguro Social	P.P.	1	1			1	Bs.60.000,00	Bs.60.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.60.000,00
11.01.07	Auditoría	P.P.	1		1		1	Bs.50.000,00	Bs.50.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.50.000,00
<b>11.01. Gastos generales</b>												
<b>CAPÍTULO 11: GASTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN</b>												
								Bs.270.000,00	Bs.410.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.410.000,00
								Bs.270.000,00	Bs.410.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.410.000,00

RUBRO	CAPITULOS Y SUBCAPÍTULOS	UNIDAD	CANT	TIEMPOS			TOTAL RATIO	TARIFA	SUBTOTAL	HORAS EXTRAS	VIÁTICOS	TOTAL
				PRE	ROD	POST						
12.01.01	CRI	P.P.	1			1	Bs.90.000,00	Bs.90.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.90.000,00	
12.01.02	Copias para distribución	P.P.	1			1	Bs.300.000,00	Bs.300.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.300.000,00	
<b>12.01. CRI y copias</b>												
12.02.01	Trailers	P.P.	1			1	Bs.30.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	
12.02.02	Making off	P.P.	1			1	Bs.50.000,00	Bs.50.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.50.000,00	
<b>12.02. Publicidad</b>												
12.03.01	Gastos de negociación de préstamos	P.P.	1			1	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	
<b>12.03. Intereses pasivos</b>												
<b>CAPÍTULO 12: GASTOS DE EXPLOTACIÓN, COMERCIO Y FINANCIACIÓN</b>												
								Bs.470.000,00	Bs.440.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.440.000,00
<b>PRESUPUESTO TOTAL</b>								Bs.4.106.000,00	Bs.4.794.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.4.794.000,00

## 2.14 *Análisis de costos*

CAPÍTULOS		RESUMEN GENERAL										TOTAL
CAPÍTULO 1	GUIÓN Y MÚSICA											Bs.0,00
CAPÍTULO 2	PERSONAL ARTÍSTICO											Bs.20.600,00
CAPÍTULO 3	EQUIPO TÉCNICO											Bs.25.200,00
CAPÍTULO 4	ARTE Y ESCENOGRAFÍA											Bs.25.000,00
CAPÍTULO 5	ESTUDIOS DE RODAJE/SONORIZACIÓN Y VARIOS DE PRODUCCIÓN											Bs.24.192,00
CAPÍTULO 6	MAQUINARIA DE RODAJE Y TRANSPORTES											Bs.19.213,00
CAPÍTULO 7	VIAJES, HOTELES Y COMIDAS											Bs.0,00
CAPÍTULO 8	PELÍCULA VIRGEN											Bs.0,00
CAPÍTULO 9	LABORATORIO											Bs.0,00
CAPÍTULO 10	SEGUROS											Bs.0,00
CAPÍTULO 11	GASTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN											Bs.21.340,00
CAPÍTULO 12	EFECTOS PRÁCTICOS											Bs.0,00
<b>TOTAL</b>											Bs.135.545,00	

RUBRO	CAPÍTULOS Y SUBCAPÍTULOS	UNIDAD	CANT	TIEMPOS			TOTAL RATIO	TARIFA	SUBTOTAL	HORAS EXTRAS	VIÁTICOS	TOTAL	
				PRE	ROD	POST							
01.01.01	Derechos de autor	P.P.	1	1			1	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	
01.01.02	Guión	P.P.	1	1			1	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	
<b>01.01. Guión</b>													
01.02.01	Derechos de autor de música	P.P.	1		1		1	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	
01.02.02	Compositor de música	P.P.	1		1		1	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	
<b>01.02. Música</b>													
<b>CAPÍTULO 1: GUIÓN Y MÚSICA</b>													
02.01.01	Nano	P.P.	1		1		1	Bs.10.000,00	Bs.10.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.10.000,00	
<b>02.01. Protagonistas</b>													
02.02.01	Toño	P.P.	1		1		1	Bs.10.000,00	Bs.10.000,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.10.000,00	
<b>02.02. Secundarios</b>													
<b>CAPÍTULO 2: PERSONAL ARTÍSTICO</b>													
03.01.01	Director	P.P.	1	0,5		0,5	1	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	
03.01.02	Asistente de dirección	P.P.	1		1		1	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	
03.01.03	Director de casting	P.P.	1	0,5		0,5	1	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	
<b>03.01. Dirección</b>													
03.02.01	Director de producción	P.P.	1	0,5		0,5	1	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	
03.02.02	Asistente de producción	P.P.	3		1		1	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	
03.02.04	Runner	P.P.	1		1		1	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	
<b>03.02. Producción</b>													
03.03.01	Director de fotografía	P.P.	1	0,5		0,5	1	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	
03.03.02	Operador de cámara	P.P.	2		1		1	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.500,00	
03.03.03	Operador de running	P.P.	2		1		1	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	
<b>03.03. Fotografía</b>													
03.04.01	Jefe de eléctricos (Gaffer)	P.P.	1		1		1	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.500,00	
03.04.02	Eléctrico	DÍA	1		3		3	Bs.3.500,00	Bs.10.500,00	Bs.583,33	Bs.1.616,67	Bs.12.700,00	
03.04.03	Grupista	P.P.	1		1		1	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	Bs.0,00	
<b>03.04. Iluminación</b>													
									Bs.3.500,00	Bs.10.500,00	Bs.583,33	Bs.1.616,67	Bs.12.700,00

RUBRO	CAPÍTULOS Y SUBCAPÍTULOS	UNIDAD	CANT	TIEMPOS			TOTAL RATIO	TARIFA	SUBTOTAL	HORAS EXTRAS	VIÁTICOS	TOTAL
				PRE	ROD	POST						
03.05.02	Maquinista	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
<b>03.05. Maquinaria</b>												
03.06.01	Director de arte	P.P.	1	0,5		0,5	1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
03.06.02	Ambientador	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
03.06.03	Utilero de avanzada	P.P.	1	1		1	1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
<b>03.06. Arte</b>												
03.07.01	Vestuarista	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
03.07.02	Estilista	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
03.07.03	Maquillador	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
<b>03.07. Vestuario, maquillaje y peluquería</b>												
03.08.01	Sonidista	P.P.	1		1		1	Bs.12.000.00	Bs.12.000.00	Bs.0.00	Bs.12.000.00	
03.08.02	Boom operator	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
<b>03.08. Sonido</b>												
03.09.01	Montador y editor	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
<b>03.09. Edición y montaje</b>												
<b>CAPÍTULO 3: EQUIPO TÉCNICO</b>												
04.01.03	Alquiler de interiores naturales	P.P.	1		1		1	Bs.15.500.00	Bs.15.500.00	Bs.583.33	Bs.2.116,67	
<b>04.01. Decorados y locaciones</b>												
04.02.01	Mobiliario alquilado	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
04.02.02	Utilería y atrezzo alquilados	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
04.02.03	Mobiliario adquirido	P.P.	1	1		1	1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
04.02.04	Utilería y atrezzo adquirido	P.P.	1	1		1	1	Bs.10.000.00	Bs.10.000.00	Bs.0.00	Bs.10.000.00	
04.02.05	Maquillaje de alimentos	P.P.	1	1		1	1	Bs.15.000.00	Bs.15.000.00	Bs.0.00	Bs.15.000.00	
<b>04.02. Ambientación</b>												
04.03.01	Vestuario alquilado	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
04.03.02	Vestuario adquirido	P.P.	1	1		1	1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
<b>04.03. Vestuario</b>												
<b>CAPÍTULO 4: ARTE Y ESCENOGRAFÍA</b>												
05.01.01	Sala de montaje	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
05.01.02	Sala de proyección	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
05.01.03	Sala de efectos sonoros	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
05.01.04	Grabación de mezclas	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
05.01.05	Grabación de soundtrack	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
05.01.06	Derechos discográficos de música	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
05.01.07	Derechos discográficos de canciones	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
<b>05.01. Montaje y sonorización</b>												
05.02.01	Copias de guión	P.P.	1	0,25		0,25	1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
05.02.02	Fotocopias en rodaje	P.P.	1	1		1	1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
05.02.03	Teléfono en fechas de rodaje	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
05.02.04	Estacionamientos en fechas de rodaje	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
05.02.05	Limpieza y mantenimiento en rodaje	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
<b>05.02. Varios de producción</b>												
<b>CAPÍTULO 5: ESTUDIOS DE RODAJE/SONORIZACIÓN Y VARIOS DE PRODUCCIÓN</b>												
05.02.01		P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	

RUBRO	CAPÍTULOS Y SUBCAPÍTULOS	UNIDAD	CANT	TIEMPOS			TOTAL RATIO	TARIFA	SUBTOTAL	HORAS EXTRAS	VIÁTICOS	TOTAL
				PRE	ROD	POST						
06.01.01	Cámara Sony a7S (accesorios y lentes)	P.P.	2		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
06.01.02	Monitor Ninja Blade	P.P.	2		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
06.01.03	Monitor Samsung	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
06.01.04	Tripode Manfrotto	P.P.	2		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
06.01.05	Slider	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
06.01.06	Cable HDMI	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
06.01.07	Luz ARRI 2000w + Luz ARRI 1000w	DÍA	3		1		1	Bs.4.704,00	Bs.14.112,00	Bs.0.00	Bs.14.112,00	Bs.14.112,00
06.01.09	Luz ARRI 650w	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
06.01.10	Luz Kino Flo 4x2	DÍA	3		2		2	Bs.1.680,00	Bs.10.080,00	Bs.0.00	Bs.10.080,00	Bs.10.080,00
06.01.11	Running	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
06.01.12	Shoulder Mount	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
06.01.13	MacBook Pro y equipos de DIT	P.P.	3		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
06.01.14	Kit de equipos de sonido	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
<b>06.01. Maquinaria y elementos de rodaje</b>												
<b>CAPÍTULO 6: MAQUINARIA DE RODAJE Y TRANSPORTES</b>												
07.01.01	Mantenimiento	P.P.	1		1		1	Bs.4.213,00	Bs.4.213,00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.4.213,00
07.01.02	Catering	DÍA	3		1		1	Bs.5.000,00	Bs.15.000,00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.15.000,00
<b>07.01. Comidas</b>												
<b>CAPÍTULO 7: VIAJES, HOTELES Y COMIDAS</b>												
08.01.01	Disco duro	P.P.	2		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
08.01.02	Tarjetas	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
<b>08.01. Magnético y varios</b>												
<b>CAPÍTULO 8: PELÍCULA VIRGEN</b>												
09.01.01	Corrección de color	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
09.01.02	DCP master	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
09.01.03	Kinescopado	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
09.01.04	Copión definitivo	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
09.01.05	Internegativo	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
09.01.06	Interpositivo	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
09.01.07	Derechos Dolby Stereo	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
<b>09.01. Postproducción</b>												
<b>CAPÍTULO 9: LABORATORIO</b>												
10.01.01	Combinado seguros cinematográficos	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
<b>10.01. Seguros</b>												
<b>CAPÍTULO 10: SEGUROS</b>												
11.01.01	Personal administrativo	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
11.01.02	Taxis y locomoción fuera de rodaje	P.P.	1		0,5		0,5	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
11.01.03	Luz, agua y limpieza de oficina	P.P.	1		0,5		0,5	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
11.01.04	Material de oficina	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
11.01.05	Comidas pre y post rodaje	P.P.	1		0,5		0,5	Bs.12.340,00	Bs.12.340,00	Bs.0.00	Bs.12.340,00	Bs.12.340,00
11.01.06	Gestoría de Seguro Social	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
11.01.07	Auditoría	P.P.	1		1		1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00
11.01.08	Gastos varios de producción	P.P.	1		0,25		0,25	Bs.15.000,00	Bs.15.000,00	Bs.0.00	Bs.15.000,00	Bs.15.000,00
11.01.09	Imprevistos	P.P.	1		1		1	Bs.9.000,00	Bs.9.000,00	Bs.0.00	Bs.9.000,00	Bs.9.000,00
<b>11.01. Gastos generales</b>												
<b>CAPÍTULO 11: GASTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN</b>												
<b>11.01. Gastos generales</b>												
<b>11.01. Gastos generales</b>												

RUBRO	CAPÍTULOS Y SUBCAPÍTULOS	UNIDAD	CANT	TIEMPOS			TOTAL RATIO	TARIFA	SUBTOTAL	HORAS EXTRAS	VIÁTICOS	TOTAL
				PRE	ROD	POST						
12.01.01	CRI	P.P.	1			1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
12.01.02	Copias para distribución	P.P.	1			1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
<b>12.01. CRI y copias</b>												
12.02.01	Trailers	P.P.	1			1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
12.02.02	Making off	P.P.	1			1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
<b>12.02. Publicidad</b>												
12.03.01	Gastos de negociación de préstamos	P.P.	1			1	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	Bs.0.00	
<b>12.03. Intereses pasivos</b>												
<b>CAPÍTULO 12: GASTOS DE EXPLOTACIÓN, COMERCIO Y FINANCIACIÓN</b>							Bs.97.437,00	Bs.132.245,00	Bs.583,33	Bs.2.716,67	Bs.135.545,00	
<b>PRESUPUESTO TOTAL</b>												

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La gastronomía y el cine, al igual que las diferentes artes, participan en un intercambio constante de historias. Como consecuencia de ello se pueden encontrar una gran cantidad de versiones de una misma obra o de un mismo plato, presentados de distintas formas. Dicho intercambio deviene en un enriquecimiento de las relaciones que se suscitan entre estos dos sistemas y en una renovación permanente de esos materiales que son presentados al público, el cual no sólo disfruta de los productos que recibe, sino que también puede crear una conciencia crítica a partir de ellos y a medida que logra ampliar su biblioteca mental.

Asimismo, tanto las películas como la cocina se ofrecen al público como expresiones de la sociedad humana, en tanto echan luz sobre las relaciones entre las personas, su pasado y sus influencias. Esto es algo que resulta sumamente beneficioso para el campo de los estudios sociológicos y antropológicos, debido a que con ello pueden surgir nuevas perspectivas de análisis que permitan dar cuenta de las distintas interacciones que se producen en el día a día.

En el caso particular de *Las papas van primero*, una vez presentada la investigación y la producción del cortometraje, se puede decir que las relaciones entre las personas, y en especial, las relaciones amorosas; se pueden ver potenciadas a través de la cocina. Después de todo, las relaciones familiares son afectivas, sustentadas en el sentimiento, con lo cual transmiten sus experiencias a lo largo del tiempo y mediante las técnicas culinarias. Dichas técnicas son entendidas como transmisiones de lazos y como visiones de la vida. Allí radica la importancia del libro de recetas de Toño que tanto anhela conseguir Nano dentro del argumento; el libro es, de hecho, el desencadenante de todos los acontecimientos que en el relato se suceden.

En este sentido, al transcodificar lo aprendido a una obra audiovisual, fue necesario construir personajes con conflictos internos demasiado palpables y rápidamente identificables. Así, es posible apreciar las diferencias en las relaciones, y se permite un desarrollo más visible en el arco dramático de los caracteres, tomando en cuenta las características de una buena relación dictadas por Chávez (s.f.): la honestidad, la sinceridad, el respeto, la comprensión, la sabiduría y la empatía.

Por otra parte, si bien el film busca plasmar los signos y símbolos más propios de la cocina –los cuales van desde el aroma hasta el gusto–, se debe tener en cuenta que en el séptimo arte convergen varios lenguajes, pero entre ellos el que más suele destacar en concreto es el de la imagen, con lo que se hace sustancial la representación de los acontecimientos mediante otras técnicas como el color, la luz o la cantidad de cuadros por segundo.

Es importante señalar que los distintos cambios realizados en la historia encuentran su justificación en el proceso adaptativo de un arte a otro, pues al transformar un plato de comida y un conflicto determinado en un guion –y más tarde, en una cinta–, es pertinente cuidar la plasmación estética. Es, sin embargo, una realidad que, como suele decir el profesor Néstor Mollegas, no se puede separar la forma y el fondo en la dramatización de un material narrativo.

Sobre la base de lo expuesto anteriormente, se puede decir que el uso de la gastronomía y el estudio de las relaciones interpersonales en el presente proyecto de grado, permitieron lograr los objetivos planteados en él, los cuales eran identificar los signos y los símbolos de la cocina y entender las particularidades de una buena relación entre dos familiares, a la par que conseguía diseñarse una producción cinematográfica específica y realizarse un cortometraje determinado.

No obstante, es necesario apuntar que un estudio sobre los temas aquí tratados podría ser abordado de muchas maneras y desde muchas perspectivas. Así, por ejemplo, podría desarrollarse un trabajo de los símbolos presentes tanto en el cine como en la gastronomía. Podría también estudiarse a Nano y a Toño desde una perspectiva psicológica. Igualmente, es posible hacer un estudio del Alzheimer, o del personaje principal como chef perfeccionista y como portador del trastorno obsesivo-compulsivo. Asimismo, no queda fuera la oportunidad de hacer un análisis sobre el color de los alimentos potenciado por la luz o la ausencia de la misma.

En tal caso, si bien estas aproximaciones no forman parte de las intenciones de este trabajo, se han mencionado aquí con el fin de abrir caminos y realizar algunas propuestas posibles para futuros proyectos, así como para dar cuenta del vasto universo de relaciones que pueden establecerse entre el arte culinario y el medio fílmico.

## BIBLIOGRAFIA

### Textos

Cartay, R. (2010). *Entre gustos y sabores. Costumbres gastronómicas de Venezuela*. Fundación Bigott. Editora El Nacional.

Castillo D'Imperio, O. (2014). *Anotaciones sobre gastronomía*. Fundación Bigott. Editora El Nacional.

Edgar-Hunt, R. (2010). *Bases del cine: Dirección*. Parramón Ediciones.

Edgar-Hunt, R., Marland, J. y Richards, J. (2010). *Bases del cine: Producción*. Parramón Ediciones.

Fundación Venezuela Positiva, (2008). *Nuestra cultura gastronómica: origen, influencias y mestizaje*.

Lovera, J.R. (1988). *Historia de la alimentación en Venezuela*. Centro de Estudios Gastronómicos.

Lovera, J.R. (2006). *Gastronaútics. Ensayos sobre temas gastronómicos*. Fundación Bigott.

Morales, A. (2013). *Una cátedra entre gustos y sabores*. Facultad de Agronomía, UCV.

Ramos, J. y Marimón, J. (2002). *Diccionario del guion audiovisual*. Editorial Océano.

## **Publicaciones periódicas**

Castillo, E. (2014, octubre). *61 años de movida gastronómica. Revista Estampas*. P. 22-27.

Silva, T. y Fernández, G. (2008, mayo-agosto). *Cómo comunica la comida. Una perspectiva semiótica. Revista Investigación Científica*, vol. 4, nº 2.

## **Trabajos de grado**

Bertocchi, M. (2010). *Un día en la cocina*. Trabajo de grado de Especialización no publicado. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

Chehade El Douaihy, S. y Machin Andrade, L. (2013). *Alejandro no puede escribir. Un cortometraje, una metáfora de Caracas*. Trabajo de grado de Especialización no publicado. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

Corser, C. y Mora, N. (2014). *Cortometraje sobre “El Amor” basado en las leyes de la simplicidad de John Maeda*. Trabajo de grado de Especialización no publicado. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

Freda, A., Ortiz, D. y Rosales, B. (2013). *Resurrección. Cortometraje sobre catalepsia*. Trabajo de grado de Especialización no publicado. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

Mollegas, N. (2012). *Del sepelio a la cuna: cortometraje animado basado en el estilo de Tim Burton*. Trabajo de grado de Especialización no publicado. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

## Fuentes electrónicas

Alonso, L. y Fernández, C. (2006) *Presentación de una psicología de la alimentación*. 19 de noviembre de 2014.

[http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero\\_articulo?codigo=2503390&orden=0](http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=2503390&orden=0)

Anónimo, (s.f). *Antropología de los sabores*. 9 de noviembre de 2014.

<file:///Users/isabellamiralles/Dropbox/TESIS/Antropolog%C3%ADa%20Alimentaria%20-%20Antropolog%C3%ADa%20de%20los%20sabores.html>

Billikopf, G. (2003). *Administración laboral agrícola: Cultivando la productividad del personal*. Universidad de California.

[https://www.academia.edu/8420456/Relaciones\\_interpersonales](https://www.academia.edu/8420456/Relaciones_interpersonales)

Bourdieu, P. (2005). *Introducción. La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. 21 de diciembre de 2014. <http://sociologic.net/biblio/Bourdieu-IntroduccionDistincion.pdf>

Casado Reina, F. (2007). ABC España. 4 de febrero de 2015. <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/sevilla/abc.sevilla/2007/09/24/070.html>

Castillo D'Imperio, O. (s.f.). *Entre multisápidas y balas frías. Algunas notas sobre antropología alimentaria en la Venezuela de hoy*. 13 de enero de 2015. [http://www.antropologiadelossabores.com/documents/articulos/Entre\\_multisapid as\\_balasfrias.pdf](http://www.antropologiadelossabores.com/documents/articulos/Entre_multisapid as_balasfrias.pdf)

Castillo D'Imperio, O. y Gonzáles Enders, E. (2007). *La gastronomía: una mirada transversal y un conocimiento transdisciplinario*. 15 de febrero de 2015.

[http://www.antropologiadelossabores.com/documents/articulos/La\\_Gastronomia\\_una\\_ciencia.pdf](http://www.antropologiadelossabores.com/documents/articulos/La_Gastronomia_una_ciencia.pdf)

Castillo D'Imperio, O. (2008). *Gourmet un estilo de vida refinado*. 11 de diciembre de 2015.

[www.mundogourmet.com.ve/GOURMET\\_UN\\_ESTILO\\_DE\\_VIDA\\_REFIN](http://www.mundogourmet.com.ve/GOURMET_UN_ESTILO_DE_VIDA_REFIN)

Carbou, J. (2007, marzo). *Gastronomía*. Artículo presentado en el nombre del Primer Congreso Internacional de Gastronomía, Venezuela. [gastronomia.unimet.edu.ve /Congreso/ponencias\\_files/\\*](http://gastronomia.unimet.edu.ve/Congreso/ponencias_files/*)

Chávez, Z. (s.f.). *Relaciones interpersonales*. *Academia.edu*. Recuperado el 17 de agosto de 2015.

[https://www.academia.edu/14302256/RELACIONES\\_INTERPERSONALES](https://www.academia.edu/14302256/RELACIONES_INTERPERSONALES)

Cinema (s.f.). *Chocolat Movie Review*. Recuperado el 6 de febrero de 2015. <http://cinema.com/articles/3/chocolat-movie-review.phtml>. Cinema.com

Cine & Valores (s.f.). *El cine: Cultura, espectáculo, arte y medio de comunicación*. Recuperado el 17 de agosto de 2015. <http://cineyvalores.apoclam.org/el-cine.html>

Coronel, C. (s.f.). *Gastronomía afrodisíaca*. 25 de febrero de 2015. <http://www.monografias.com/trabajos87/gastronomia-afrodisiaca/gastronomia-afrodisiaca.shtml>

Delgado Ramos, P.F. (2012). *Tipos y estilos de relaciones interpersonales*. Recuperado el 18 de agosto de 2015. <http://es.slideshare.net/pedr1dr/tipos-y-estilos-de-relaciones-interpersonales>

Díaz E., De la Casa L., Ruiz G y Baeyens F. (2004). *Aprendizaje sabor- sabor en la adquisición de preferencias gustativas.*

<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inici/ArtPdfRed.jsp?iCve=16>

Ebert, R. (2000). *Review: Chocolat. Roger Ebert.com.*

[http://www.rogerebert.com/reviews/chocolat-2000.](http://www.rogerebert.com/reviews/chocolat-2000)

El Nacional, (2015). *Festival al Dente.* Recuperado el 18 de agosto de 2015.

[http://www.el-nacional.com/variedades/primera-edicion-Dente-Festival-Caracas\\_0\\_651535022.html](http://www.el-nacional.com/variedades/primera-edicion-Dente-Festival-Caracas_0_651535022.html)

El Séptimo Arte, (2014). *The Hundred Foot Journey Review.* Recuperado el 27

de enero de 2015. <http://www.elseptimoarte.net/peliculas/the-hundred-foot-journey-8004.html>

Estilo Hoy, (s.f.). *La gastronomía y el cine.* 2 de diciembre de 2014.

<http://www.altonivel.com.mx/la-gastronomia-y-el-cine.html>

Gázquez, A. (2014). *Gastronomía y acción. El Periódico Extremadura.*

Recuperado el 17 de agosto de 2014.

[http://www.elperiodicoextremadura.com/noticias/extremadura/gastronomia-accion\\_825721.html](http://www.elperiodicoextremadura.com/noticias/extremadura/gastronomia-accion_825721.html)

Germain, D. (2007, Junio). *Pixar Perfectionists Cook Ratoutille. The Associates*

*Press.* Recuperado el 8 de enero de 2015. <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2007/06/26/AR2007062601251.html>

Gervilla Castillo. E. (2003). *Educación Familiar: Nuevas Relaciones Humanas y Humanizadoras.*

[https://books.google.co.ve/books?hl=es&lr=&id=5U6mEPNpODgC&oi=fnd&pg=PA9&dq=definición+de+relaciones+personales&ots=cpYy5qhzE\\_&sig=rsQHHxdOw-XLPeODKZXpP8ZvVSU#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.ve/books?hl=es&lr=&id=5U6mEPNpODgC&oi=fnd&pg=PA9&dq=definición+de+relaciones+personales&ots=cpYy5qhzE_&sig=rsQHHxdOw-XLPeODKZXpP8ZvVSU#v=onepage&q&f=false)

Holden, S. (2014). *Chef Review*. *The New York Times*. Recuperado el 12 de febrero de 2015. [http://www.nytimes.com/2014/05/09/movies/chef-a-culinary-comedy-by-jon-favreau.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2014/05/09/movies/chef-a-culinary-comedy-by-jon-favreau.html?_r=0)

J.C. (2007). *Fast Food Coqueteo*. *Periódico ABC Digital*. <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/2007/09/21/086.html>

Planas, J. (2008). *Ley del cine definición de largometraje y cortometraje*. *Blog de Taller del Cine Audiovisual*. Recuperado el 17 de agosto de 2015. <http://joanplanas.com/2008/01/12/ley-del-cine-definicion-de-largometraje-y-cortometraje/>

Kermode, M. (2014). *Chef Review*. *The Guardian*. Recuperado el 6 de febrero de 2015. <http://www.theguardian.com/film/2014/jun/29/chef-review-jon-favreau-tasty-food-movie>

Lebón, M. (s.f.). *Cine y gastronomía, la comida en el celuloide*. 30 de enero de 2015. <https://gpcaracas.wordpress.com/gastronomia/cine-y-gastronomia-la-comida-en-el-celuloide/>

Leydon, J. (2014). *Chef Review*. *Variety*. Recuperado el 17 de marzo de 2015. <http://variety.com/2014/film/reviews/sxsw-film-review-chef-1201128175/>

Martínez, (s.f.). *Relaciones interpersonales*. *Academia.edu*. Recuperado el 17 de agosto de 2015. [https://www.academia.edu/9351087/RELACIONES\\_INTERPERSONALES](https://www.academia.edu/9351087/RELACIONES_INTERPERSONALES)

McCarthy, T. (2007). *Review: 'No Reservations'*. *Revista Variety*  
<http://variety.com/2007/film/reviews/no-reservations-2-1200557687/>

Mitchell, E. (2000, diciembre). *Film Review; Candy Power Comes To Town*. *The New York Times*. Recuperado el 12 de noviembre de 2014.  
<http://www.nytimes.com/movie/review?res=9F02E2DD1F3FF936A25751C1A9669C8B63>

Molina, F. Y Yañez, E. (s.f). *Investigación de Artes Visuales*. Recuperado el 13 de agosto de 2015. <http://myslide.es/documents/tipos-de-cortometrajes-1.html>

Morris, W. (2010, agosto). *Eat Pray Love*. Boston.com  
[www.boston.com/ae/movies/articles/2010/08/13/eat\\_pray\\_love\\_movie\\_review\\_\\_\\_eat\\_pray\\_love\\_showtimes/?page=2](http://www.boston.com/ae/movies/articles/2010/08/13/eat_pray_love_movie_review___eat_pray_love_showtimes/?page=2)

Sánchez, G. (s.f.). *Qué es el cine. Ocho y medio. Info*. Recuperado el 17 de agosto de 2015. <http://www.ochoymedio.info/article/9/Qué-es-el-cine/>

Parodi Gasteñeta, F. (2002). *Escritura y pensamiento. Introducción a la semiología gastronómica*. 23 de enero de 2015.  
<file:///Users/isabellamiralles/Dropbox/TESIS/Introducción%20a%20la%20semiología%20gastronómica.html>

Pauchard Hafemann, H. (1993). *Relaciones humanas y condición humana*.  
<http://www.relaciones-humanas.net/condicion.html>

Profesores en Importancia (2003). *Importancia de las relaciones. Profesores en importancia*. <http://www.importancia.org/relaciones.php>

Rodríguez, L. (2009). *El sabor venezolano. Desde la mirada de los chef venezolanos*. Trabajo de grado de Especialización no publicado. Universidad Central de Venezuela, Caracas, Venezuela. 17 de marzo de 2015. [http://www.antropologiadelossabores.com/documents/tesis\\_grado/Tesis\\_Sabor\\_Venezolano.pdf](http://www.antropologiadelossabores.com/documents/tesis_grado/Tesis_Sabor_Venezolano.pdf)

Wloszczyna, S. (2014). *Chef Review. Roger Ebert*. Recuperado el 30 de enero de 2015. <http://www.rogerebert.com/reviews/chef-2014>

Yáñez Santamaría, C. (2003). *Cuatro formas de ubicar la comida dentro del cine*. Recuperado en 27 de noviembre de 2014. <http://201.147.150.252:8080/xmlui/handle/123456789/3085>

Zoller, M. (2007, julio). *If You Can't Stand The Analysis of Work and Parenthood, Get Out of the Kitchen. The New York Times*. Recuperado el 6 de febrero de 2015. [http://www.nytimes.com/2007/07/27/movies/27rese.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2007/07/27/movies/27rese.html?_r=0)

### **Medios audiovisuales**

Anh Hung, T. (1993). *The Scent of Green Papaya*. [Película de cine]. Francia y Vietnam. Lazennec Films, SFP Cinema y La Sept Cinéma.

Arau, A. (1992). *Como agua para chocolate*. [Película de cine]. México. Arau Films International, Aviacsa y Cinevista.

Axel, G. (1987). *Babette's Feast*. [Película de cine]. Dinamarca. Panorama Film A/S, Det Danske Filminstitut y Nordisk Film.

Bird, B. (2007). *Ratatouille*. [Película de cine]. Estados Unidos. Pixar Animation Studios y Walt Disney Pictures.

Favreau, J. (2014). *Chef*. [Película de cine]. Estados Unidos. Aldamisa Entertainment y Kilburn Media.

Ferreri, M. (1973). *La grande bouffe*. [Película de cine]. Francia e Italia. Film 66, Mara Films y Capitolina Produzioni Cinematografiche.

Hallström, L. (2000). *Chocolat*. [Película de cine]. Inglaterra y Estados Unidos. Miramax, David Brown Productions y Fat Free.

Hallström, L. (2014). *The Hundred-Foot Journey*. [Película de cine]. Estados Unidos. Amblin Entertainment, DreamWorks Studios y Harpo Films.

Hicks, S. (2007). *No Reservations*. [Película de cine]. Estados Unidos y Australia. Castle Rock Entertainment, Storefront Pictures y Village Roadshow Pictures.

Lee, A. (1994). *Eat Drink Man Woman*. [Película de cine]. Taiwan y Estados Unidos. Ang Lee Productions, Central Motion Pictures y Good Machine.

Murphy, R. (2010). *Eat Pray Love*. [Película de cine]. Estados Unidos. Columbia Pictures, Plan B Entertainment y Red Om Films.

Nettelbeck, S. (2001). *Mostly Martha*. [Película de cine]. Alemania, Italia y Austria. Arte, Bavaria Film y Kinowelt Filmproduktion.

## **ANEXOS**



Al Agua. Cinema, C.A

J-40017336-1

**Proyecto:** Las papas van primero  
**Duración:** 17 min  
**Fecha:** 10/7/15  
**Fechas de grabación:** 10-11-12 Agosto 2015  
**Contacto:** Joaquin Phelan  
**Productor:** Isabella Miralles  
Joaquin Phelan

### PRESUPUESTO

\* En base a un (1) día de grabación

HONORARIOS PROFESIONALES	Precio unitario	UNID	Total
Asistente de Dirección	45,000.00 /Proyecto	1	45,000.00
Directora de Producción	20,000.00 /Proyecto	1	20,000.00
Productora de Campo	10,000.00 /Proyecto	1	10,000.00
<hr/>			
Director de Fotografía	54,000.00 /Proyecto	1	54,000.00
Asistente de cámara	10,000.00 /día	3	30,000.00
Maquinista	4,500.00 /día	3	13,500.00
Gaffer	4,500.00 /día	3	13,500.00
Asistentes Al Agua	7,500.00 /día	3	22,500.00
Sonidista	4,000.00 /día	3	12,000.00
<b>SUBTOTAL</b>		<b>3</b>	<b>220,500.00</b>

### ALQUILER DE EQUIPOS

Luces + accesorios y ópticas.  
tripodes, guir, trípodes, parrilla y video  
asist  
Planta Eléctrica y chofer  
Luminaria profesional  
Transporte

Precio unitario	Días	Total
30,000.00 /día	3	90,000.00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>SUBTOTAL</b>	<b>90,000.00</b>

Aprobado por (Firma y Sello): \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

<b>GASTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Unid</b>	<b>Total</b>
Talentos principales	5,000.00	3	15,000.00
Gastos producción (llamadas, impresiones, copias, taxis, viáticos, tiro, prod. limpieza, pilas, etc.)	60,000.00	1	60,000.00
Imprevistos	15,000.00	1	15,000.00
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>90,000.00</b>

<b>GASTOS DE ARTE</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Unid</b>	<b>Total</b>
Gastos de arte (utilería, mobiliario, máquina de humo, etc.)	100,000.00	1	100,000.00
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>100,000.00</b>

<b>POSTPRODUCCIÓN</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Cant.</b>	<b>Total</b>
Horas de Edición	4,000.00	1	4,000.00
Horas de Scratch / Colorimetría	8,000.00	1	8,000.00
Horas de Animación y Efectos Visuales	10,000.00	1	10,000.00
Creación, producción musical, sound desing y Mezcla Stereo (estudio, post, SFX, derechos por 2 años)	12,000.00	1	12,000.00
Locutor junior, 2 años al aire		1	0.00
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>34,000.00</b>
		<b>SUBTOTAL GENERAL</b>	<b>500,500.00</b>

Aprobado por (Firma y Sello): \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_



Fecha: 11/07/2015

Fecha de rodaje: del 11 al 12/08/2015

**PRESUPUESTO DE GASTOS CORTOMETRAJE**  
**Las papas van primero**

CHEQUES A NOMBRE	DESCRIPCIÓN	TOTAL	PAGADO	POR PAGAR
Cheque a nombre de:  <b>Producción</b>	<b>A) - ACTORES</b>			
	Protagonista Secundario	50.000,00 40.000,00	0,00 0,00	<b>50.000,00</b> <b>40.000,00</b>
	<b>Sub-Total A</b>	<b>90.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>90.000,00</b>
	<b>B) - EQUIPO TÉCNICO</b>			
	Director Asistente de dirección Productor Asistente de producción Runner Casting DP Camarógrafo Operador de running Eléctricos Plantero Maquinista Director de arte Attrezzistas Attrezzistas en pre Vestuario Peluquería Maquillaje Ingeniero de sonido Boom Editor	100.000,00 45.000,00 80.000,00 20.000,00 5.000,00 30.000,00 70.000,00 30.000,00 10.000,00 40.000,00 15.000,00 20.000,00 55.000,00 30.000,00 15.000,00 15.000,00 15.000,00 15.000,00 40.000,00 20.000,00 50.000,00	0,00 0,00	<b>100.000,00</b> <b>45.000,00</b> <b>80.000,00</b> <b>20.000,00</b> <b>5.000,00</b> <b>30.000,00</b> <b>70.000,00</b> <b>30.000,00</b> <b>10.000,00</b> <b>40.000,00</b> <b>15.000,00</b> <b>20.000,00</b> <b>55.000,00</b> <b>30.000,00</b> <b>15.000,00</b> <b>15.000,00</b> <b>15.000,00</b> <b>40.000,00</b> <b>20.000,00</b> <b>50.000,00</b>
	<b>Sub-Total M</b>	<b>720.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>720.000,00</b>
	<b>C)- CREATIVOS</b>			
	Guionista Copyright Copias de guión Arreglistas Copyright de BSO	50.000,00 1.000,00 5.000,00 40.000,00 5.000,00	0,00 0,00 0,00 0,00 0,00	<b>50.000,00</b> <b>1.000,00</b> <b>5.000,00</b> <b>40.000,00</b> <b>5.000,00</b>
	<b>Sub-Total N</b>	<b>101.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>101.000,00</b>
	<b>C) - ESCENOGRAFÍA</b>			
	Locaciones Utilería Vestuario Muebles	25.000,00 50.000,00 20.000,00 10.000,00	0,00 0,00 0,00 0,00	<b>25.000,00</b> <b>50.000,00</b> <b>20.000,00</b> <b>10.000,00</b>
	<b>Sub-Total N</b>	<b>105.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>105.000,00</b>
	<b>D) - EQUIPOS DE GRABACIÓN</b>			
	Sony a7S + Maleta de lentes + accesorios Ninja blade Monitor Trípodes Slider o dolly Cable HDMI Arri 1000 Arri 2000 Arri 650 Kino Flo 4x2 Running Shoulder Mount Mac + Equipos de media manager Kit equipos para audio	90.000,00 40.000,00 15.000,00 20.000,00 25.000,00 1.000,00 21.000,00 30.000,00 16.000,00 18.000,00 45.000,00 15.000,00 25.000,00 40.000,00	0,00 0,00 0,00 0,00 0,00 0,00 0,00 0,00 0,00 0,00 0,00 0,00 0,00 0,00	<b>90.000,00</b> <b>40.000,00</b> <b>15.000,00</b> <b>20.000,00</b> <b>25.000,00</b> <b>1.000,00</b> <b>21.000,00</b> <b>30.000,00</b> <b>16.000,00</b> <b>18.000,00</b> <b>45.000,00</b> <b>15.000,00</b> <b>25.000,00</b> <b>40.000,00</b>
<b>Producción</b>	<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>401.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>401.000,00</b>



Fecha: 11/07/2015

Fecha de rodaje: del 11 al 12/08/2015

**PRESUPUESTO DE GASTOS CORTOMETRAJE**  
**Las papas van primero**

CHEQUES A NOMBRE	DESCRIPCIÓN	TOTAL	PAGADO	POR PAGAR
Cheque a nombre de:  <b>Producción</b>	<b>E) - CATERING</b> Servicio	25.000,00	0,00	25.000,00
	<b>Sub-Total A</b>	<b>25.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>25.000,00</b>
	<b>F) - SEGUROS</b> Combinado de seguros cinematográficos	250.000,00	0,00	250.000,00
	<b>Sub-Total M</b>	<b>250.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>250.000,00</b>
	<b>G)- PROCESOS Y ALQUILERES</b>			
	Colorización	14.000,00	0,00	14.000,00
	DCP master	90.000,00	0,00	90.000,00
	Kinescopado	70.000,00	0,00	70.000,00
	Copión definitivo	70.000,00	0,00	70.000,00
	Internegativo	50.000,00	0,00	50.000,00
	Interpositivo	50.000,00	0,00	50.000,00
	Dolby	200.000,00	0,00	200.000,00
	CRI	90.000,00	0,00	90.000,00
	Copias para distribución	300.000,00	0,00	300.000,00
	Discos duros	150.000,00	0,00	150.000,00
	Tarjetas	90.000,00	0,00	90.000,00
	Sala de montaje	100.000,00	0,00	100.000,00
	Sala de proyección	300.000,00	0,00	300.000,00
	Sala de efectos de sonido	100.000,00	0,00	100.000,00
	Grabación de mezclas	90.000,00	0,00	90.000,00
	Grabación de soundtrack	150.000,00	0,00	150.000,00
	Derechos de música	30.000,00	0,00	30.000,00
	Derechos de canciones	30.000,00	0,00	30.000,00
	Trailer	30.000,00	0,00	30.000,00
Making off	50.000,00	0,00	50.000,00	
	<b>Sub-Total N</b>	<b>2.054.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>2.054.000,00</b>
	<b>H) - OTROS</b>			
	Fotocopias	10.000,00	0,00	10.000,00
	Teléfonos	30.000,00	0,00	30.000,00
	Estacionamientos	5.000,00	0,00	5.000,00
	Limpieza y aseo	10.000,00	0,00	10.000,00
	Personal administrativo	25.000,00	0,00	25.000,00
	Taxis	10.000,00	0,00	10.000,00
	Servicios de oficina	15.000,00	0,00	15.000,00
	Material de oficina	10.000,00	0,00	10.000,00
	Comidas en pre y en post	100.000,00	0,00	100.000,00
	Seguro Social	60.000,00	0,00	60.000,00
	Auditoría	50.000,00	0,00	50.000,00
	Intereses pasivos			
	<b>Sub-Total N</b>	<b>325.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>325.000,00</b>
	<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>4.071.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>4.071.000,00</b>

COTIZACIÓN **0802**

Caracas 27 de julio de 2015

**Estudiante UCAB**

Joaquin Phelan  
[joacophe@gmail.com](mailto:joacophe@gmail.com)

Alquiler de Equipos Audiovisuales\_ Grabación de cortometraje. Fechas: 3, 4 y 5 de Agosto.

<b>Cantidad</b>	<b>Pautas</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio x día</b>	<b>Total</b>
1	3	<b>Kit de Luces Arri 2:</b> 3 luces 1000w + 1 luz 2000w con parales, 2 stand tipo C con seferino y rótula, 1 stand con boom pole, 1 stand pequeño, 3 clamps, gelatinas y difusores, 2 extensiones de 16 metros c/u, regleta, bolsas de contrapeso, rebotador 5 en uno tipo marco 1,80 x 1,22 cm, kit de 5 banderas 61 x 91cm <b>30%descuento</b>	4200	12600
1	3	<b>Asistente de Iluminación</b>	3500	10500
SUBTOTAL				23100
IVA 12%				2772
TOTAL Bs.				<b>25872</b>

PRESUPUESTO SUJETO A CAMBIO SIN PREVIO AVISO  
 CONDICIONES DE PAGO\_100% ANTICIPO

**nota: se requiere que se envíe por correo  
 una sinopsis del proyecto o guión**

Asesor Diana Maiuri 0412 6083286 **Productora**

## TÉRMINOS Y CONDICIONES DE ALQUILER

1. Producciones Rubik C.A. exigirá la firma de este documento de alquiler, quedando entendido que se asumen y se está de acuerdo con todos los términos y condiciones aquí planteados.
2. El cliente **reconocerá por escrito haber recibido todo el equipo en buen estado de funcionamiento**, para lo cual nuestro material deberá ser chequeado y probado por el cliente o persona designada por él. Si se opta por no llevarse a cabo esta revisión, se presupondrá que se ha entregado el/los equipo/s en perfectas condiciones técnicas y estéticas.
3. Para proceder a retirar un equipo contratado, todo cliente deberá identificarse mediante su **C.I. o carnet de la empresa**, institución u otro ente y dejar copia del mismo.
4. Se anexará sin excepción para las pautas, **asistentes de la empresa para ayudar y garantizar el buen uso de los equipos**. Estos tendrán un costo adicional y se le deberán garantizar las comidas básicas e hidratación.
5. Si requiere que la(s) cámaras y equipos sean alquilados con **personal técnico** conllevará montos adicionales.
6. Nuestro personal de retal no será responsable del resultado del trabajo realizado con el material alquilado. Tampoco le compete el trabajo de respaldo del material grabado (audio y video), a excepción que se contrate el **personal de Media Manager**.
7. Los inicios y/o finalización de pautas que sean entre la 1:00 am a 7:00 am y entre 8:00 pm a 12:00 am deberán incluir **viáticos de traslado** para el personal técnico o de asistencia, que deberán ser cancelados en efectivo el mismo día de la pauta.
8. Los **viáticos de comida** serán aplicados de la siguiente manera: Viáticos de desayuno, llamados que sean antes de las 8:00 am. Viáticos de almuerzo, llamados que sean antes de la 1:00 pm Viáticos de cena, jornadas que terminen o inicien a partir de las 8:00 pm
9. Se requiere que se rellene la **planilla de reservación** especificando forma de pago, teléfonos de contacto, pequeña sinopsis del proyecto o guión, plan de rodaje con fechas de pautas, horarios (que especifiquen recogida y regreso de los equipos) y locaciones con dirección exacta para facilitar la producción.
10. El Cliente se compromete a **guardar y mantener el material alquilado en buen estado** y asume responsabilidad total por el valor de dichos materiales hasta que sean devueltos y estén nuevamente en posesión de Producciones Rubik C.A.
11. El Cliente se compromete a conservar el material alquilado bajo su custodia y asegurarse de **que se utilice de forma profesional por personas debidamente calificadas**. Si los equipos alquilados en Producciones Rubik C.A. son utilizados por personas inexpertas y ello implica cualquier desperfecto en los equipos, la cobertura parcial ofrecida quedará sin efecto, teniendo el cliente que **abonar el 100% de las facturas resultantes de las reparaciones**.
12. El Cliente **no deberá vender, prestar, asignar, perder la tenencia o sufrir la retención del material alquilado**. Producciones Rubik C.A. podrá cancelar cualquier contrato de alquiler directamente y sin previo aviso, en el caso de que el Cliente intente hacer lo anterior, o lleve a cabo cualquier acto de omisión que, en opinión de Producciones Rubik C.A., pueda poner en peligro el material alquilado.
13. El cliente deberá proteger el material alquilado contra la intemperie y tomar **todas las precauciones necesarias para su buena conservación y seguridad**. Si los equipos alquilados en Producciones Rubik C.A. se devuelven sucios, tanto en su exterior en maletas de transporte, como en su interior, se deberá abonar la suma de 3000 Bs. para proceder a su limpieza especializada.
14. El material alquilado no deberá ser utilizado en ninguna **grabación anormal o peligrosa** (competición de automóviles, embarcaciones, helicópteros, etc.) y no podrá abandonar el territorio nacional, sin autorización expresa y por escrito de Producciones Rubik C.A. Por ende, las **escenas complicadas** serán discutidas previamente para su aprobación.
15. Si el material alquilado será utilizado para grabaciones en **exteriores** o en locaciones que pongan en riesgo los equipos, se deberá **contratar personal de seguridad para el resguardo de los mismos**. Se deberá anexar carta de permiso o autorización respectiva para grabaciones en espacios públicos.
16. En caso de producirse cualquier supuesto de **impago** Producciones Rubik C.A. podrá retirar en cualquier momento el material alquilado, aún cuando no hubiese finalizado el plazo de contratación.
17. La jornada laboral se presta con un límite máximo de **12 horas por día de pauta**. Este período debe incluir los recesos para las comidas de 1 hora, de no ser así, esta hora será contada como "hora extra". **Cada hora extra tendrá un recargo del 10% del monto total por día**. A partir de las 12:00 am en adelante se cuentan como "Horas de recuperación" teniendo un recargo del 20%.
18. Los días **Domingos y Feriados, la jornada laboral** se cobrará **dobles**, al igual que las **horas extras**.
19. **Debe garantizar la reserva de los equipos y personal cancelando el 50%** al menos 2 días antes de la fecha de la pauta con previa notificación, y enviar comprobante o recibo de pago por correo electrónico. De lo contrario no se garantiza su disponibilidad. El 50% restante debe cancelarse antes de retirar el material alquilado.
20. **Ofrecemos servicio de transporte** que debe ser cancelado con el alquiler de los equipos. Si es cubierto por el Cliente, debe garantizar la búsqueda y regreso de los equipos más personal a nuestras oficinas. Cuando se realicen producciones o rodajes fuera del área del Dto. Capital, el cliente deberá **correr con los gastos de transporte terrestre o aéreo de los equipos y los viáticos (estadia y comidas) del personal técnico o de asistencia**.
21. A los días de viaje se le aplicará un recargo de 20% sobre el monto por día de personal y equipos por inactividad laboral.
22. Todos los acuerdos para concretar el rental y las variaciones en las condiciones de alquiler serán confirmados por correo electrónico.
23. Los Cheques o transferencias deben realizarse a nombre de **Producciones Rubik C.A. Cuenta Corriente Nro. 0134-0350-3335-0103-9425, Banesco, Rif: J-29554217-8.**

NOMBRE \_\_\_\_\_

C.I. \_\_\_\_\_

FIRMA \_\_\_\_\_

**FORMA LIBRE**

N° de CONTROL **00-5702**

**Nombre y Dirección**

0000001664 - JOAQUIN PHELAN  
AV. LAGO DE MARACAIBO, QTA PANELA, URB. CUMBRES DE CURUMO.

CARACAS

00001 - OFICINA

N° Factura 0000009605  
CARACAS, 13/08/2015

N° RIF V018088475  
Telf. 0412-7382759  
Fax  
Condiciones de Pago Contado  
Fecha de Vencimiento 13/08/2015

Su Solicitud Fecha Prod. Proyecto  
E-MAIL 10-08-2015 VIDEO

Código	Dias	Cant.	Descripción	Precio Unitario	Total
LUZ0002		1,00	LUZ KINOFLO 2X4 TUBOS FLUORESCENTE	9.000,00	9.000,00

**Observaciones**

PAUTA 1 DIA 10-08-2015 PROD VIDEO

<b>Total Renglon</b>		9.000,00
<b>% Descuento</b>	20,00	1.800,00
<b>Sub Total</b>		7.200,00
<b>IVA 8,00 %</b>	0,00	0,00
<b>IVA 12,00 %</b>	7.200,00	864,00
<b>IVA 22,00 %</b>	0,00	0,00
	7.200,00	864,00
<b>Total a Pagar</b>	Bs	<b>8.064,00</b>

SON: Ocho mil sesenta y cuatro Bolívares con 00/100

**ORIGINAL**

Este documento va sin tachadura ni enmienda