

Escola Universitària Politécnica de Mataró

Centre adscrit a:



**UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA**

GRADUADO EN MEDIOS AUDIOVISUALES

NUMEN: LA PRODUCCIÓN DEL CORTOMETRAJE

Memoria

**IRENE CAMPOSO CARMONA
PONENTE: ANNA TARRAGÓ**

OTOÑO 2015



**TecnoCampus
Mataró-Maresme**

Dedicatoria

A todas las personas que hicieron posible NUMEN.
A todas las que permiten que hoy siga naciendo cine.

Agradecimientos

A mis padres, por permitirme mi futuro, por creer en él. Por el apoyo y la confianza.

A mi hermano, por estar ahí.

A Anna, por mantenerme a flote, por enseñarme a producir a mi manera.

A Rafa, Álex, David y Àngel por su exigencia y pasión, por querer sacar lo mejor de nosotros.

A mi equipo, por darme NUMEN.

A Dani, por ser quien me convenció de esto, por tener la mano tendida en todo el camino

Resumen

Numen: dirección de producción, es un proyecto que tiene como objetivo realizar la producción del primer cortometraje de ficción en Dolby ATMOS. La mayor dificultad de este trabajo recae en la resolución del presupuesto. El principal objetivo del proyecto está ligado al propósito de la autora de ejercer la tarea de producción desde la preproducción a la explotación del producto, desde la idea al producto acabado, y que obtiene el cortometraje como resultado final del proceso. Este trabajo reúne toda la documentación necesaria para la consecución de este objetivo: la memoria teórica de la producción, la distribución y la difusión del cortometraje, el diario de producción y del rodaje, y la biblia de venta en forma de revista para futuros compradores y mecenas del proyecto.

Resum

Numen: direcció de producció, és un projecte que té com a objectiu realitzar la producció del primer curtmetratge de ficció en Dolby ATMOS. La dificultat més gran d'aquest treball recau en la resolució del pressupost. El principal objectiu del projecte està lligat al propòsit de l'autora d'exercir la tasca de producció des de la preproducció a l'explotació del producte, des de la idea al producte acabat, i què obté el curtmetratge com a resultat final del procés. Aquest treball reuneix tota la documentació necessària per a la consecució d'aquest objectiu: la memòria teòrica de la producció, la distribució i difusió del curtmetratge, el diari de producció i del rodatge, i la bíblia de venda en forma de revista per futurs compradors i mecenes del projecte.

Abstract

Numen: production management, is a project whose aim is executing the production of the first fiction short film in Dolby ATMOS. The difficulty of the task at hand relies on the budget resolution. The main objective of the project is bound to the purpose of the author of exercising the production of the film; from the preproduction to the exploitation, from the idea to the finished product, which, as a result of the process, obtains the short film. This portfolio recollects all the documentation necessary for the achievement of this objective: a report of the production, the distribution and the diffusion of the short film, the diary of production and shooting, and the sales bible in the form of a magazine, for future buyers and the project patrons.

Índice de contenido

Índice de contenido	I
Índice de Figuras	III
Índice de Tablas	V
Glosario de Términos	VII
1. Introducción.....	1
1.1. Objeto del proyecto.....	1
2. Objetivos y alcance	3
2.1. Alcance del producto	3
3. Estudio previo.....	5
3.1. La idea	5
3.2. La financiación vía <i>crowdfunding</i>	6
3.3. Exhibición	7
4. Metodología.....	9
5. Desarrollo	11
6. Concepción Global.....	13
7. Estudio de viabilidad.....	15
7.1. Planificación.....	15
7.1.1. Diagrama de Gantt	15
7.1.2. Diagrama de PERT.....	17
7.1.3. Cronograma	21
7.2. Plan de financiación.....	24
7.2.1. Presupuesto Inicial	24
7.2.2. Presupuesto Final	26
7.2.3. Desviaciones	26
7.2.4. Vías de financiación	27
7.2.4.1. Campaña de <i>Crowdfunding</i>	28
7.2.4.1.1. Recompensas	28
7.2.4.2. Coproducción.....	29
7.2.4.3. Capital Propio	29

7.2.4.3.1.	Recursos alternativos	29
7.2.4.4.	Amortizaciones.....	30
7.2.4.4.1.	Servicio de Material	30
7.2.4.4.2.	Patrocinio.....	30
7.2.4.4.3.	Localizaciones.....	30
7.3.	Conclusiones.....	31
8.	Aspectos legales	33
8.1.	La productora.....	33
8.2.	Derechos de la producción.....	34
8.2.1.	Cesión de imagen y localización.....	35
9.	Análisis de resultados	37
10.	Ampliaciones	39
11.	Conclusiones.....	41
12.	Referencias	43
13.	Bibliografía.....	45

Índice de Figuras

Fig. 3.1 Ejemplo del estudio previo realizado para Verkami	7
Fig. 4.1 Vértices del triángulo de Producción	9
Fig. 5.1 Esquema del contenido de Desarrollo.....	11
Fig. 7.1 Línea temporal genérica de Numen	15
Fig.7.2 Diagrama de Gantt.....	16
Fig. 7.3 Diagrama de PERT	20
Fig. 7.4. Cronograma: Preproducción y Producción.....	22
Fig. 7.5 Cronograma: Postproducción y exhibición	23
Fig.7.6 Presupuesto Inicial a Postproducción.....	25
Fig.7.7 Presupuesto Final.....	26
Fig. 7.8 Esquema de las vías de financiación	27
Fig. 7.9 Presupuesto de las recompensas	28
Fig. 8.1 Logo La Casa de La Pradera	33
Fig. 8.1 Inscripción SGAE.....	34

Índice de Tablas

Tabla 7.1 Tareas asociadas al diagrama de PERT	19
Tabla 7.2 Desglose presupuestario inicial.....	24

Glosario de Términos

Dolby ATMOS	Tecnología de audio inmersivo
Casting	Uso del término anglosajón para referirnos al proceso de selección de actores de reparto
Marketing	Uso del término anglosajón para hacer referencia a los procesos de venta y promoción del producto
SGAE	Sociedad General de Autores y Editores
BSO	Banda Sonora Original
Talent Lab	Iniciativa de la universidad TecnoCampus para promover la gestión de recursos de proyectos con talento
Crowdfunding	Uso del término anglosajón para referir el micro mecenazgo o financiación colectiva
Teaser	Breve vídeo de promoción de un producto audiovisual
Film Comission	Comisión encargada de la gestión de localizaciones para efectuar rodajes
Coach	Uso del término anglosajón para hacer referencia a la persona que dirige a la figuración
Product Placement	Técnica publicitaria que consiste en la inserción de un producto, marca o mensaje dentro de la narrativa del programa o película.
Target	Destinatario ideal de una campaña, producto o servicio
Paypal	Entidad bancaria que permite enviar y recibir pagos por Internet
Youtube	Sitio web en el cual los usuarios pueden subir y compartir vídeos
Youtuber	Persona que se dedica a la subida de vídeos en Youtube

1. Introducción

La producción cinematográfica se entiende como la gestión de recursos humanos y materiales para poder llevar a cabo cualquier pieza audiovisual, de la idea al producto.

La motivación por la producción, por parte de la autora de este trabajo, nace de entender que está produciendo sin saber, que la inclinación natural que siempre ha tomado en la realización de proyectos audiovisuales, ha sido la producción. En el momento consciente de ser productora, decide alcanzar todo el aprendizaje posible y en un marco real de la producción.

El objetivo de aprender producción se desarrolla conjuntamente con cuatro compañeros del *Grado en Medios Audiovisuales* que, de manera conjunta, asumen el objetivo de un producto audiovisual propio.

El proyecto, a nivel global, cuenta con un trabajo sobre dirección realizado por Luca Saavedra, un proyecto de dirección de fotografía y etalonaje de Adrià Olea, el diseño de sonido y el estudio de Dolby ATMOS por Daniel Jiménez y el desarrollo de edición y montaje por Guillem Cuní. Pueden consultarse los títulos de cada uno de ellos en la Bibliografía de éste trabajo.

La documentación de este trabajo está estructurada en las siguientes partes: Memoria, diario de producción y documento de venta. Los documentos externalizados a este estarán vinculados a los apartados de *desarrollo* y *Concepción Global*.

1.1. Objeto del proyecto

NUMEN, es el título de la producción que se desarrolla en este proyecto, un cortometraje de veinte minutos que tiene por tema la búsqueda de inspiración.

Esta producción se caracteriza por trabajarse bajo el sistema de sonido Dolby ATMOS.

El Dolby ATMOS es un sistema de sonido que permite trabajar el sonido de manera vectorial y hacer uso de los altavoces para situar los elementos sonoros.

Trabajar con esta tecnología plantea el producto audiovisual creando el sonido como un elemento protagonista del cortometraje. El objetivo es trabajar un paisaje sonoro, donde la situación de los elementos permita al espectador situarse de manera centralizada en el escenario de la película.

Este uso concreto del paisaje sonoro a través de la tecnología Dolby ATMOS no ha sido empleado todavía. *Numen* se presenta como el primer cortometraje de ficción que utiliza esta tecnología con un objetivo narrativo.

Para conocer la totalidad del sistema, el diseño y el efecto narrativo, es recomendable ver el proyecto realizado por Daniel Jiménez: *NUMEN: Diseño y postproducción de Sonido en Dolby ATMOS*.

Este proyecto tiene como propósito desempeñar la producción completa de *Numen*. El cual tiene como principal dificultad el presupuesto. Poder realizar un cortometraje con este sistema sonoro, supone un coste inicial muy alto.

La autora ha realizado la tarea principal de Jefe de producción para llevar a cabo el aprendizaje de la profesión, realizando un estudio práctico como base principal para el futuro profesional a desempeñar.

2. Objetivos y alcance

El objetivo de realizar un proyecto de Producción es, para la autora, poder aprender de manera teórica y práctica las bases de la producción cinematográfica.

Para el equipo, es poder desarrollar un proyecto audiovisual de manera profesional, trabajando piramidalmente como en el sector cinematográfico, y desarrollando la jerarquía existente.

Numen es la oportunidad de ejercer el cargo de producción y focalizarlo en un producto final que se desarrolle en todas sus fases.

Tanto para el cortometraje como para el equipo, el propósito es atraer al espectador de nuevo hacia las salas renovando la sensación del consumo de cine actual. Gracias a la tecnología Dolby ATMOS y al uso que se da de ella.

2.1. Alcance del producto

Numen como producto final, busca alcanzar la exhibición en una sala de cine. Busca también ser promocionado y explotado a través de festivales y/o medios de comunicación.

Numen se presenta como una posibilidad de promoción para la cartelera de Dolby ATMOS, haciendo uso del cortometraje para promover las posibilidades de la tecnología, en aspectos no utilizados.

Por otro lado, a nivel personal de la autora, el trabajo es la presentación de sus capacidades, así como la base para iniciar el máster en Producción Cinematográfica impartido por ESCAC (Escuela superior de cine y audiovisuales de Cataluña) en septiembre de 2016.

3. Estudio previo

En el estudio previo se analizan aquellos puntos en los que se han situado referentes que han tenido especial y directa relación con la producción, mientras que otros elementos como la estética, la dirección, el sonido o el montaje, son trabajados en los *Trabajos finales de Grado* indicados en la Bibliografía, presentados el mismo año, todos bajo la indicación de NUMEN en el título.

Los referentes empleados para la producción se focalizan en la idea del guion, donde el guionista muestra unos referentes que se ven vinculados a las necesidades del productor, en la campaña de mecenazgo y en el plan de distribución, donde se buscan diferentes cortometrajes para valorar diferentes situaciones y llevar a cabo un propio plan de distribución.

3.1. La idea

Según *Linda Seger*, el guion debe ser tan bueno como para seguir siéndolo después de pasar por las manos de un productor ejecutivo [1].

Tanto es así que *Numen*, brota de la historia secundaria de una de las ideas iniciales del guionista.

Los productores ejecutivos de este proyecto se sintieron más cautivados y vieron una solución más rentable a la producción de esa trama secundaria.

John Ford, director de cine, dijo: “para hacer una buena película son necesarias tres cosas: un buen guion, un buen guion y un buen guion” [2].

Con el objetivo de tener una buena historia, Adrià Espí, guionista de *Numen*, define el guion del cortometraje entre el drama y lo fantástico haciendo uso de matices de misterio y surrealismo.

Para Adrià Espí, *Numen*, se construye con tres grandes referentes *Magical Girl* (Carlos Vermut, 2015), *Fight Club* (David Fincher, 2002) y la obra de *Luis Buñuel*.

Referentes que se visualizan en *Numen* en la construcción de personajes, en los detalles que marcan el giro final en la narrativa y en las situaciones dudosas entre realidad u onírico.

[1] (Seger, 1991)

[2] (Díaz & Fernández Díez, 2010)

El guion de *Numen* cuenta con dos historias que permiten que el espectador tenga la posibilidad de centrarse en una o en otra, o bien la que el director busca transmitir, o bien la que el productor busca vender si la del director no se da. De esta manera, el guion ofrece un rango de atractivo mayor para el espectador.

3.2. La financiación vía *crowdfunding*

Hoy en día la financiación colaborativa se encuentra en alto crecimiento. Multitud de proyectos se llevan a cabo gracias al conocido micromecenazgo o *crowdfunding*. Este tipo de financiación permite que a través de donaciones privadas se puedan llevar a cabo proyectos de todo tipo.

La financiación colaborativa, suele trabajarse a través de una empresa que actúa como plataforma de presentación. En el caso de NUMEN, se trabaja a través de *Verkami*, una empresa creada en Mataró, que cuenta con más de 3000 proyectos realizados gracias a la financiación colaborativa.

Cada mecenas aporta la cantidad que desea en función de los parámetros que el autor del proyecto da, y a cambio, el autor, le ofrece unas recompensas.

Cuando se realiza una campaña de este tipo, es importante tener en cuenta que existen diferentes condiciones a priori que uno debe calcular para saber qué coste tiene realizar una financiación colaborativa y saber si es rentable ese medio de financiación.

- La empresa (en el caso de *Verkami*) se lleva el 5% del total.
- El banco cobra 1,35% por transacción.
- Debes descontar el IVA del 21% como servicio cultural.
- Si incluyes pagos por *Paypal* (Cómo en el caso de *Numen*), el banco *Paypal* se cobra el 3,4% de cada transacción y un impuesto fijo de 0,35€.
- La cantidad media de los mecenas es de unos 35€.
- La campaña tiene una duración de 40 días.
- Los mecenas aportan a cambio de unas recompensas que el autor ofrece.

Con éstos parámetros puedes hacer una valoración aproximada de:

- ¿Cuánto necesitas pedir para obtener tu financiación real?
- ¿Cuántos mecenas requieres, con la cantidad media de donación, para llegar a tu total?
- ¿Cuál va a ser el coste de las recompensas a los mecenas?

El metraje de un cortometraje determina mucho las posibilidades de éste en los festivales. Es una de las características que más acota, hoy en día, los festivales. Así como también, por supuesto, la temática.

Es un ejemplo *Carne de Gaviota* (Felipe Espinosa, 2014), que tiene por duración veinticinco minutos. El plan de distribución va a cargo de *Mailuki Films*, una distribuidora de Bilbao. *Carne de Gaviota*, focaliza la exhibición en festivales internacionales de alto presupuesto que tengan tiempo de visualización. Un cortometraje de mucha duración no tiene cabida en todos los festivales.

Café para llevar (Patricia Font, 2014), es otro referente. *Café para llevar*, Galardonado al Goya 2015 al mejor cortometraje, tiene una duración de trece minutos. Esta diferencia de metraje permite un abanico de festivales mucho mayor. De manera que, a nivel nacional, *Café para llevar* tiene más oportunidades de visualización en grandes y pequeños festivales ganando promoción, beneficio y mercado.

Café para llevar, distribuido por ESCAC Films y Catalan Films, cuenta con una veintena de premios en el territorio español. Mientras que *Carne de Gaviota* se encuentra con una veintena de selecciones en festivales internacionales.

Cuanto más festivales pueda acoger el cortometraje presentado, más oportunidades de visualización, distribución, promoción y beneficio se obtendrán.

Con estas bases, se determina que el cortometraje de *Numen* no tendrá un metraje mayor a veinte minutos, créditos incluidos.

4. Metodología

La metodología son las herramientas mediante las cuáles un productor basa su trabajo.

La producción es el hecho de llevar una idea a un producto, a través de un proceso, que llevará como base un calendario y un presupuesto, que vendrán exigidos por un producto final de calidad.

Cada producto audiovisual debe tratarse cómo individual, identificando sus necesidades y ajustando los vértices del triángulo de la producción (calendario, presupuesto y calidad) al producto que se crea.

La metodología de un productor es el triángulo de la producción: Calidad, presupuesto y calendario, como se visualiza en la figura 4.1.

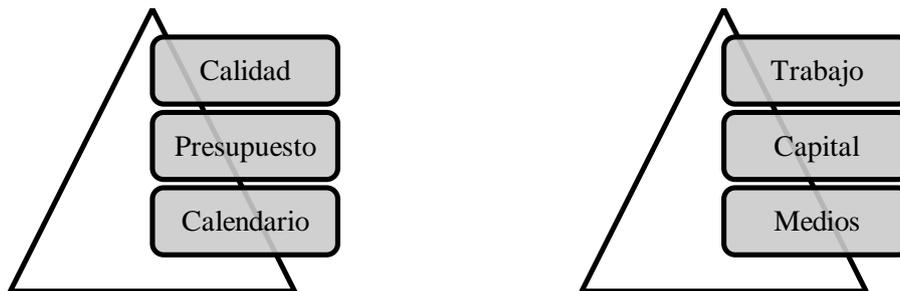


Fig. 4.1 Vértices del triángulo de Producción

En el momento en que se recibe una idea (guion), debe definirse un sector (Televisión, cine, publicidad...) y analizarse, es decir, realizar el desglose de producción, un desglose exhaustivo de los recursos necesarios para llevar a cabo la idea.

El desglose permite establecer un plan de trabajo que focaliza los siguientes tres puntos vinculados directamente al triángulo de producción (Figura 4.1)

- **Análisis de tiempo** (calendario): a través de diagramas, como el GANTT o PERT se visualizan las tareas que requerirán de más o menos tiempo. Complicando o facilitando procesos.
- **Contratación** (medios): los recursos que se necesitan, a nivel humano y material.

- **Financiación** (capital): la resolución del presupuesto. Esta resolución puede trabajarse a través de **inversión privada**, que puede ser propia, colectiva o a través de coproducción, **ayudas públicas** y estado, que son concedidas a través del *Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales (ICAA)* o **patrocinios**.

Una buena fase de preparación supone la máxima garantía para hacer realidad el producto final de la mejor manera posible.

La calidad del producto irá ligada al uso que se realice del capital, los medios y el trabajo realizado. Conseguir un producto de calidad, no es garantía de éxito. El éxito lo marca el espectador. La calidad la exige el productor.

Con el plan de trabajo establecido, es decir, con la realización de calendario y presupuesto, se empiezan a llevar a cabo todas las tareas que comienzan a involucrar a otros equipos. Siempre haciendo uso de las herramientas de calendario y presupuesto como base funcional de la realización de un producto audiovisual.

5. Desarrollo

El desarrollo del cortometraje Numen está detallado en el documento *Numen, diario de producción* anexo a éste trabajo.

El *Diario de Producción* es aquel documento que el productor escribe para mostrar todo el proceso de producción. En él se desarrollan dificultades, oportunidades, anécdotas, etc.



Fig. 5.1 Esquema del contenido de Desarrollo

En el *Diario de Producción* se desarrolla la preproducción, ofreciendo la situación de *Numen* en procesos de guion, calendario, financiación, comunicación, casting, etc. La Producción, obteniendo información exhausta de cada día de rodaje y la postproducción con una visión de *Numen* de las fases de montaje, tráiler, diseño, presupuesto, banda sonora original, etc.

El diario de producción se puede consultar en el volumen 2 de la página 1 a la 69 anexo a este documento.

6. Concepción Global

La concepción global es la recogida de información que engloba el proyecto en un ámbito artístico. Es por ello que este punto prefiere tratarse como un documento propio. La concepción global, se trabaja a través del documento de venta de producción.

En un documento de venta se observa de manera global y visual todos los elementos necesarios que envuelven el proyecto y que serán de ayuda para la venta a un medio o distribuidora.

Un documento de venta ha de estar trabajado en un formato atractivo. Para *Numen* se realiza con una revista del proyecto que incluye contenido para una distribuidora y para un público espectador (en su caso, los mecenas de la campaña de financiación).

En la revista se incluye contenido fotográfico inédito del rodaje y del cortometraje, elementos visuales de todo el desarrollo del proyecto con aspectos de financiación, presupuesto, calendario y diseño, entre otros.

Contiene entrevistas a personajes relevantes dentro de la producción y también elementos esenciales como la sinopsis y la ficha técnica.

Trabajar un documento de venta en formato revista permite obtener un elemento de marketing atractivo y visual. Este producto es diferencial en el formato de presentación y también en el contenido, gracias al ahorro de recursos en la gestión de la información para obtener un material apto para compradores y también los mecenas espectadores.

7. Estudio de viabilidad

El análisis de viabilidad es la base de la producción. Es el análisis de calendario y presupuesto desarrollado. El análisis de viabilidad ofrece una completa visualización de las posibilidades de ejecución del proyecto.

La viabilidad de *Numen* se desglosa en la planificación y el plan de financiación.

La planificación ofrece todos los puntos de vista del calendario, asumiendo los caminos críticos y no críticos a través de diferentes métodos de control. Mientras que el plan de financiación muestra cómo se desarrolla el presupuesto de inicio a fin con desviaciones, amortizaciones y métodos de financiación al presupuesto.

7.1. Planificación

La planificación de *Numen* se inicia con la separación temporal del año productivo 2015 para la realización de las fases de preproducción, producción y postproducción, asumiendo la Exhibición y distribución como fase a realizar en 2016.

Esta planificación contempla siete meses de preproducción a partir del guion, diez días de rodaje (en azul, en la figura 7.1), cinco meses de postproducción y un inicio de exhibición y distribución en enero de 2016 sin un final marcado. La continuidad del cortometraje no puede ser calculada, depende del espectador y del plan de distribución.

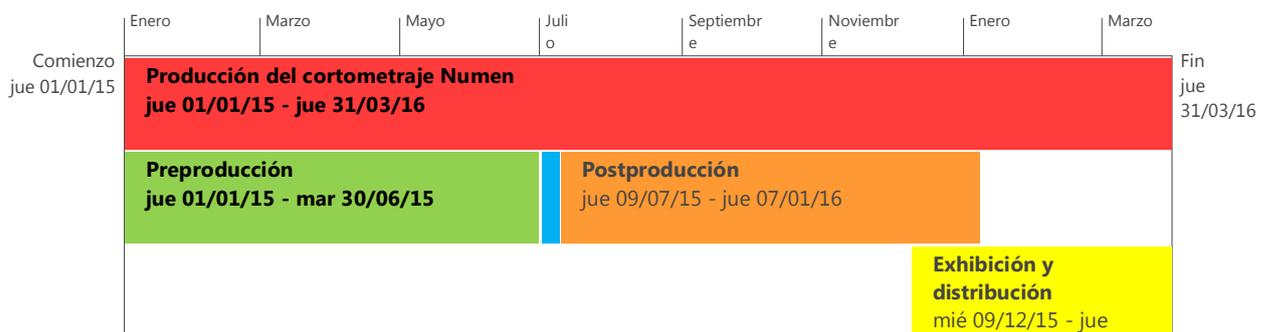


Fig. 7.1 Línea temporal genérica de Numen

7.1.1. Diagrama de Gantt

El Diagrama de Gantt es una herramienta que permite observar de manera general aquellas tareas que van a trabajarse de manera continuada, tareas que pueden solaparse en la

producción de éstas o que van a suponer el retraso de otros procesos. El objetivo es poder analizar las fases que pueden suponer una complicación en el desarrollo de otras.

Un productor busca a través del diagrama de Gantt un análisis general del proceso del proyecto, para así valorar un calendario.

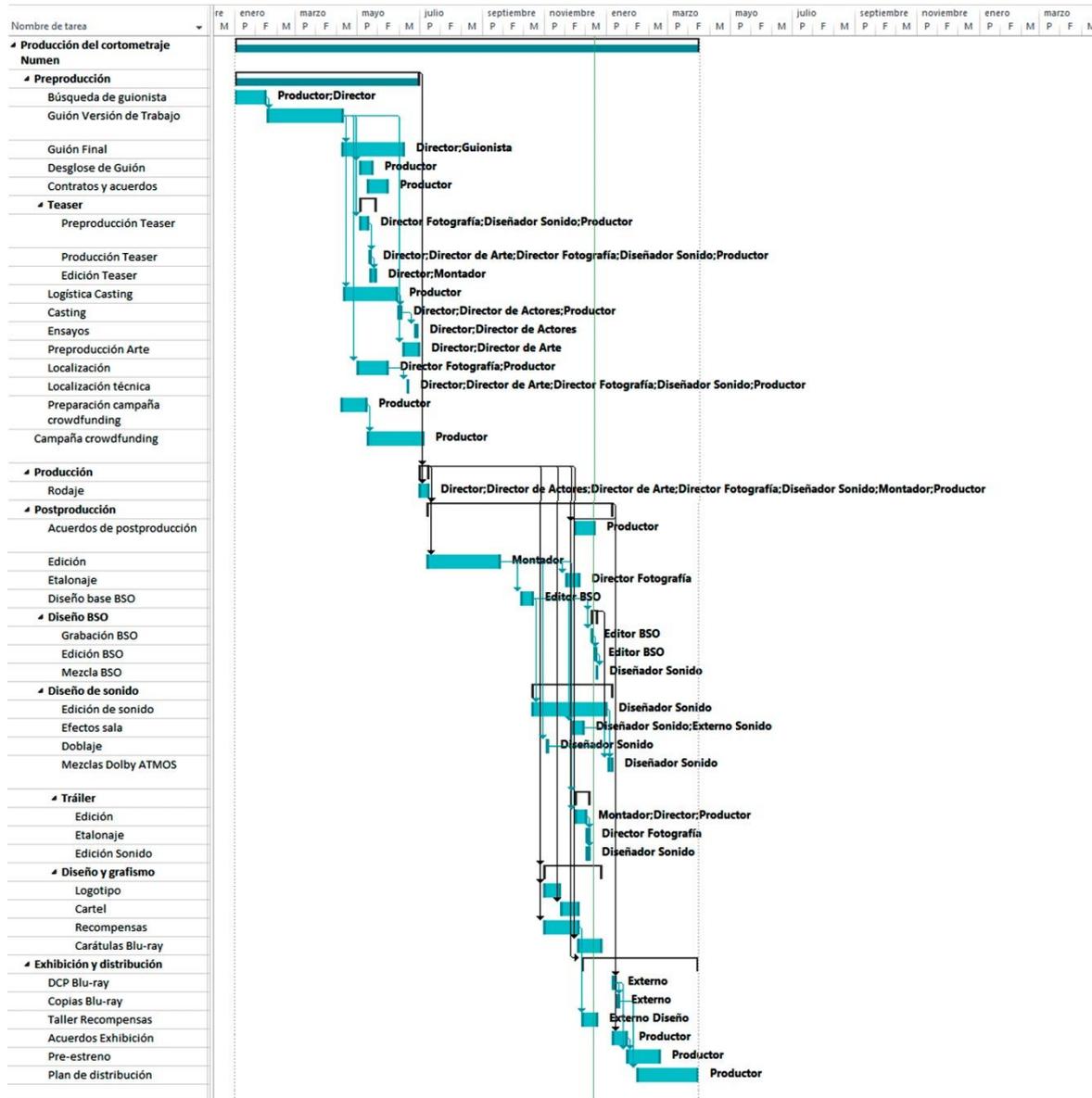


Fig.7.2 Diagrama de Gantt

El diagrama de Gantt de *Numen*, Fig.7.2, utilizado en producción muestra todos los procesos generales del cortometraje.

Cada tarea general dentro del proceso, está siempre vinculada en algún aspecto al trabajo que realiza producción. Ya sea vía la supervisión de los departamentos, o bien la realización de documentos o procesos para esa fase.

Por ejemplo, *casting* requiere tareas de preparación logística, que producción desempeña en la preparación de éste. La localización técnica necesita de la realización de los acuerdos de cesión de localización.

La campaña de *crowdfunding* requiere de todo un proceso de preparación y gestión, antes, durante y después.

La postproducción, en cambio, está más vinculada a un trabajo de supervisión de tareas hacia los otros departamentos, con el fin del correcto cumplimiento de calendario y presupuesto.

7.1.2. Diagrama de PERT

El Diagrama de PERT es el análisis de caminos críticos que obtendrá nuestro proyecto al realizarse. Pudiendo ver de manera previa qué procesos van a arrastrar a otros en el caso de no realizar el cumplimiento de calendario.

A continuación, en la Tabla 7.1 observamos todas las tareas generales necesarias para producir *Numen*. A través de ellas se inicia un camino de desarrollo, tal y como se ve en la figura 7.3.

Nº	Nombre de la tarea	Trabajo	Duración	Comienzo	Fin	Predecesora
1	Producción del cortometraje Numen	3.628 horas	326 días	jue 01/01/15	jue 31/03/16	
2	Preproducción	1.714 horas	129 días	jue 01/01/15	mar 30/06/15	
3	Búsqueda de guionista	220 horas	22 días	jue 01/01/15	vie 30/01/15	
4	Guion Versión de Trabajo	270 horas	54 días	lun 02/02/15	jue 16/04/15	3
5	Guion Final	500 horas	42 días	jue 16/04/15	lun 15/06/15	4
6	Desglose de Guion	48 horas	10 días	lun 04/05/15	vie 15/05/15	4
7	Contratos y acuerdos	76 horas	16 días	lun 11/05/15	sáb 30/05/15	
8	Teaser	132 horas	11 días	lun 04/05/15	lun 18/05/15	
9	Preproducción Teaser	100 horas	6 días	lun 04/05/15	lun 11/05/15	4
10	Producción Teaser	8 horas	1 día	mié 13/05/15	mié 13/05/15	9

11	Edición Teaser	24 horas	3 días	jue 14/05/15	lun 18/05/15	10
12	Logística Casting	220 horas	37 días	sáb 18/04/15	lun 08/06/15	4
13	Casting	20 horas	3 días	mié 10/06/15	vie 12/06/15	12
14	Ensayos	16 horas	2 días	sáb 27/06/15	dom 28/06/15	13
15	Preproducción Arte	48 horas	11 días	lun 15/06/15	mar 30/06/15	4
16	Localización	50 horas	22 días	vie 01/05/15	sáb 30/05/15	4
17	Localización técnica	4 horas	1 día	vie 19/06/15	vie 19/06/15	16
18	Preparación campaña <i>crowdfunding</i>	110 horas	19 días	mié 15/04/15	sáb 09/05/15	
19	Campaña <i>crowdfunding</i>	40 horas	41 días	lun 11/05/15	sáb 04/07/15	18
20	Producción	70 horas	7 días	mié 01/07/15	jue 09/07/15	2
21	Rodaje	70 horas	7 días	mié 01/07/15	jue 09/07/15	2
22	Postproducción	1.582 horas	130 días	jue 09/07/15	jue 07/01/16	20
23	Acuerdos de postproducción	45 horas	15 días	mar 01/12/15	dom 20/12/15	20
24	Edición	250 horas	51 días	jue 09/07/15	vie 18/09/15	20
25	Etalonaje	60 horas	11 días	lun 23/11/15	sáb 05/12/15	24
26	Diseño base BSO	40 horas	8 días	sáb 10/10/15	mar 20/10/15	24
27	Diseño BSO	36 horas	4 días	vie 18/12/15	mié 23/12/15	26
28	Grabación BSO	10 horas	1 día	vie 18/12/15	vie 18/12/15	26
29	Edición BSO	16 horas	2 días	lun 21/12/15	mar 22/12/15	28
30	Mezcla BSO	10 horas	1 día	mié 23/12/15	mié 23/12/15	29
31	Diseño de sonido	1.151 horas	57 días	mié 21/10/15	jue 07/01/16	
32	Edición de sonido	420 horas	53 días	mié 21/10/15	vie 01/01/16	26
33	Efectos sala	104 horas	8 días	lun 30/11/15	mié 09/12/15	26
34	Doblaje	8 horas	1 día	mié 04/11/15	mié 04/11/15	24
35	Mezclas Dolby ATMOS	24 horas	4 días	lun 04/01/16	jue 07/01/16	32;33;34;27
36	Tráiler	45 horas	10 días	mié 02/12/15	mar 15/12/15	24
37	Edición	20 horas	9 días	mié 02/12/15	sáb 12/12/15	24
38	Etalonaje	15 horas	3 días	dom 13/12/15	mar 15/12/15	37
39	Edición Sonido	10 horas	3 días	dom 13/12/15	mar 15/12/15	37

40	Diseño y grafismo	550 horas	40 días	dom 01/11/15	dom 27/12/15	20
41	Logotipo	40 horas	12 días	dom 01/11/15	lun 16/11/15	20
42	Cartel	60 horas	13 días	mié 18/11/15	vie 04/12/15	20
43	Recompensas	100 horas	26 días	dom 01/11/15	vie 04/12/15	20
44	Carátulas Blu-ray	30 horas	17 días	sáb 05/12/15	dom 27/12/15	20
45	Exhibición y distribución	222 horas	82 días	mié 09/12/15	jue 31/03/16	22
46	DCP Blu-ray	8 horas	2,5 días	vie 08/01/16	dom 10/01/16	22
47	Copias Blu-ray	24 horas	3 días	lun 11/01/16	mié 13/01/16	46
48	Taller Recompensas	60 horas	11 días	mié 09/12/15	mié 23/12/15	43
49	Acuerdos Exhibición	30 horas	10 días	vie 08/01/16	jue 21/01/16	22
50	Pre-estreno	4 horas	22 días	vie 22/01/16	lun 22/02/16	46;49
51	Plan de distribución	96 horas	44 días	lun 01/02/16	jue 31/03/16	47

Tabla 7.1 Tareas asociadas al diagrama de PERT

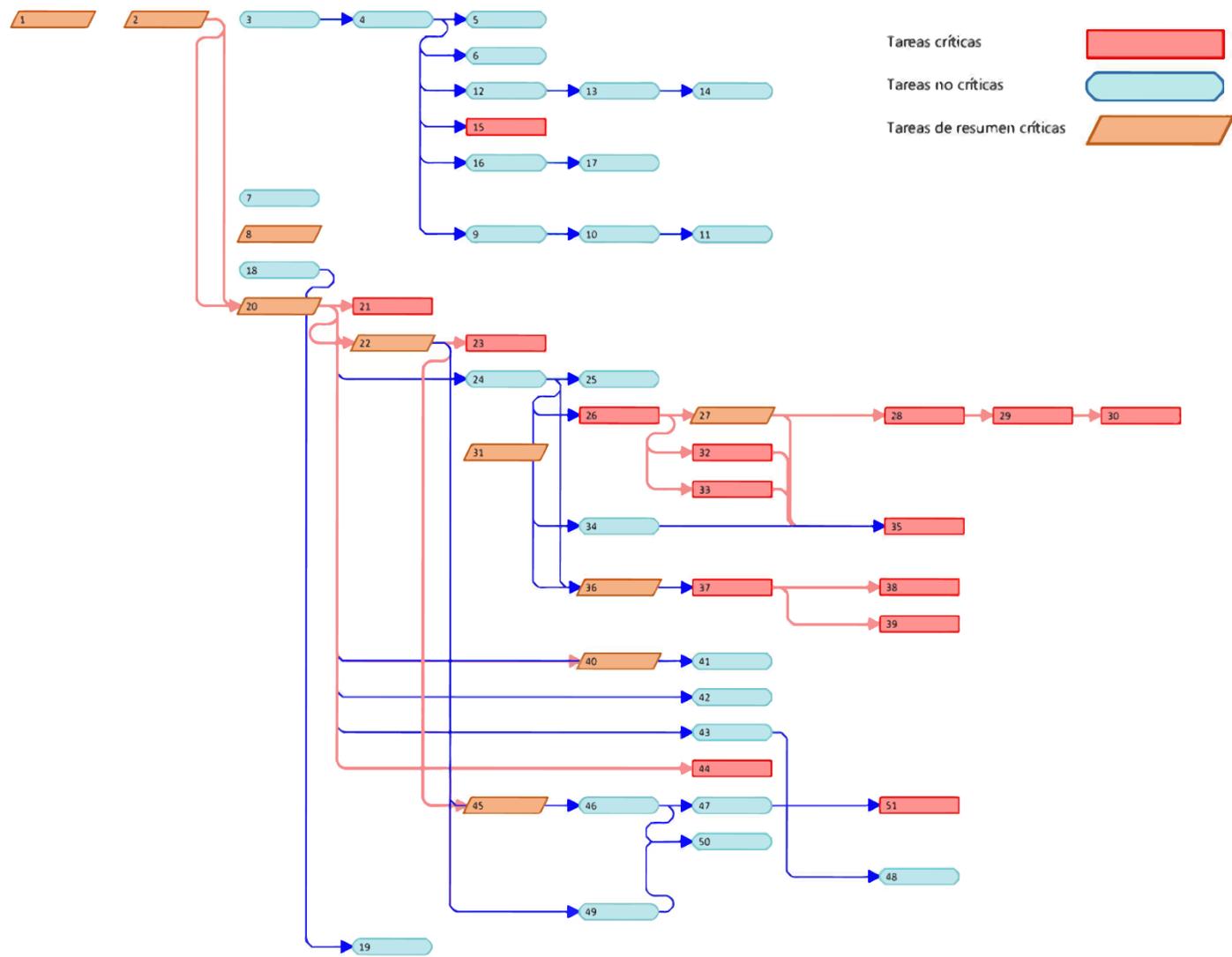


Fig. 7.3 Diagrama de PERT

7.1.3. Cronograma

El cronograma es el calendario exacto de trabajo en el cual se identifican todos los procesos llevados por días, desde reuniones a fases generales.

A través del cronograma se puede valorar la agenda más real que se ha dado durante el proyecto. En el cronograma visto en las figuras 7.4 y 7.5 se analizan los trabajos que han ido vinculando a producción, y las fases generales.

Dar importancia a los tiempos reales de realización de cada producción permitirá un cronograma ajustado y asequible a lo estimado. Un mal cronograma nos costará dinero, nos hará, o bien elevar el presupuesto, o bien perder calidad en el producto final.

Cada departamento cuenta, además, con un cronograma más exhaustivo acerca de sus funciones.

El cronograma es una herramienta que se conjunta con el diagrama de Gantt y el PERT como resolución dada en el proceso de *Numen*.

AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		ENERO	
1		1		1		1		1	Etalonaje	1	
2		2	Reunión Equipo	2		2		2		2	
3		3	Cuestionarios VKM	3		3		3		3	
4		4		4		4		4	Cierre de Diseños Recompensas	4	MEZCLAS DOLBY
5		5	Presupuestos Recompensas	5	EDICIÓN	5		5		5	MEZCLAS DOLBY
6		6		6		6		6		6	
7		7		7		7		7	Recompensas en Taller	7	MEZCLAS DOLBY
8		8		8		8		8	Entrega de Color	8	DCP BLU-RAY
9		9		9		9		9	Foley	9	
10		10		10		10	Sonido Trailer final	10		10	COPIAS BLU-RAY MADRID
11		11		11	Montaje Final	11		11		11	
12	1a Versión Montaje	12		12		12		12		12	
13		13		13	Postproducción Sonido	13	TRAILER	13	Color Tráiler	13	
14		14		14		14		14		14	Entrega TFG
15		15		15		15	Reunión + Tráiler Final	15	Reunión + Tráiler	15	
16		16		16		16		16		16	
17		17		17		17		17	Preparación Grabación BSO	17	
18		18		18		18	BSO	18	Grabación BSO	18	Cierre de Créditos
19		19		19		19		19		19	Edición Créditos
20		20		20		20		20		20	
21		21		21		21		21		21	
22		22		22		22		22		22	
23		23		23		23		23		23	
24		24		24		24		24		24	
25		25		25		25		25	Pruebas Color	25	
26		26		26		26		26	Animación Logo Numen	26	
27		27		27		27		27		27	
28		28		28		28		28		28	
29		29		29		29		29		29	
30		30		30		30		30		30	
31				31				31			

2016

Fig. 7.5 Cronograma: Postproducción y exhibición

7.2. Plan de financiación

El plan de financiación es la resolución de presupuesto. Para un productor un guion obtiene un presupuesto, que requiere de vías de financiación.

Las vías de financiación sobre las que *Numen* trabaja se centran en el crowdfunding, la inversión propia, la coproducción y el uso de recursos alternativos para el cierre del presupuesto.

Para ampliar la información de éste punto, el desarrollo del plan de financiación se puede consultar en el punto 5. Desarrollo del plan de financiación, del Volumen II, *Numen, el diario de producción*, donde se encuentra: cómo se resolvieron los procesos para solventar las necesidades económicas del presupuesto.

7.2.1. Presupuesto Inicial

Inicialmente, el presupuesto se establece bajo el concepto de mínimos y máximos. Ofreciendo unos mínimos de 6000€ de producción, 3000€ para rodaje y 3000€ para postproducción. Y unos máximos de 9500€.

Las vías de financiación permiten aumentar el presupuesto y establecerlo en máximos. En el primer presupuesto se plantea un desglose por departamentos que queda como se observa en la tabla 7.2.

Departamento	Concepto	Partida presupuestaria
Fotografía	Cámara	1.000,00 €
	Eléctrico	1.000,00 €
Sonido	Material	500,00 €
Producción	Catering	1.000,00 €
	Transporte	500,00 €
	Fungible	200,00 €
Arte		500,00 €
Imprevistos		200,00 €
Postproducción		3.000,00 €
BSO		400,00 €
Recompensas		800,00 €
Exhibición		400,00 €
		9.500,00 €

Tabla 7.2 Desglose presupuestario inicial

Cuando ya se ha realizado el rodaje, se ha alquilado material y se ha visto la necesidad real de los departamentos, ajustándose a las partidas iniciales dadas por producción, el presupuesto queda resuelto de la siguiente manera y se avanza a postproducción tal y como se ve en la figura 7.2.1.1.

numen.

PRESUPUESTO: NUMEN.

Productora:	La Casa De La Pradera			
Dirección:	Luca Saavedra			
Jefe Producción:	Irene Camposo		Fecha	09/09/2015
Presupuesto Base:	9.500 €		Presupuesto N°:	#090915
VKM: 6000€ + INV.PRIVADA: 2000€ + INVERSIÓN PROPIA: 1500€				
Departamento	Concepto	Coste		Observaciones
Fotografía				
PRODUCCIÓN	Cámara	850,00 €		
	Estabilizadores	441,00 €		
	Material Eléctrico	378,60 €		
	Porex	60,00 €		
	IVA* Movie-men	136,84 €		
	Camalon	192,00 €		
	Fungibles	100,15 €		
Arte				
PRODUCCIÓN	Atrezzo	159,27 €		
	Grafismo	29,43 €		
	Vestuario	65,87 €		
Sonido				
PRODUCCIÓN	Sennheiser MKH416	38,48 €		
	Inalámbricos	144,00 €		
	Cápsula Sennheiser MKE2	15,00 €		
	Invisilabs	60,76 €		
Producción				
PRODUCCIÓN	Catering	819,58 €		
	Transporte	679,27 €		
	Imprevistos	200,00 €		
TOTAL PRODUCCIÓN				
		4.370,25 €		
POSTPRODUCCIÓN				
	CAPITAL	5.129,75 €		
POSTPRODUCCIÓN	POSTPO SONIDO DOLBY	2.500,00 €		
	Folley Otros Sonido	200,00 €		
	RECOMPENSAS	920,00 €		
	DVD BLU-RAY	500,00 €		
	BSO	300,00 €		
	CARTELERÍA	200,00 €		
	FESTIVALES	400,00 €		
CAPITAL TOTAL		9.500,00 €		
CAPITAL RESTANTE		109,75 €		

Fig.7.6 Presupuesto Inicial a Postproducción

7.2.2. Presupuesto Final

numen.

PRESUPUESTO: NUMEN.

Productora:	La Casa De La Pradera			
Dirección:	Luca Saavedra			
Jefe Producción:	Irene Camposo		Fecha	15/12/2015
Presupuesto Base:	11.500 €		Presupuesto N°:	#15122015DP
VKM: 6000€ + INV.PRIVADA: 2000€ + INVERSIÓN PROPIA: 3500€				
Departamento	Concepto	Coste		Observaciones
Fotografía				
PRODUCCIÓN	Cámara	850,00 €		
	Estabilizadores	441,00 €		
	Material Eléctrico	378,60 €		
	Porex	60,00 €		
	IVA* Movie-men	136,84 €		
	Camalon	192,00 €		
	Fungibles	100,15 €		
Arte				
PRODUCCIÓN	Atrezzo	159,27 €		
	Grafismo	29,43 €		
	Vestuario	65,87 €		
Sonido				
PRODUCCIÓN	Sennheisser MKH416	38,48 €		
	Inalámbricos	144,00 €		
	Cápsula Sennheiser MKE2	15,00 €		
	Invisilabs	60,76 €		
Producción				
PRODUCCIÓN	Catering	819,58 €		
	Transporte	679,27 €		
	Imprevistos	200,00 €		
TOTAL PRODUCCIÓN				
		4.370,25 €		
POSTPRODUCCIÓN				
	CAPITAL	7.129,75 €		
	POSTPO SONIDO DOLBY	4.356,00 €		
POSTPRODUCCIÓN	Folley Otros Sonido	200,00 €		
	Estudio Sonido	750,00 €		No resta
	RECOMPENSAS	880,06 €		
	Chapas Camaloon	86,16 €		
	DVD BLU-RAY	463,50 €	2,99	Unidad
	BSO	100,00 €		
	BSO Catering	61,00 €		
	BSO Externo	700,00 €		No resta
	CARTELERIA	150,00 €		Incluye Recompensas
	FESTIVALES	400,00 €		
CAPITAL TOTAL		11.500,00 €		
CAPITAL RESTANTE		494,03 €		

Fig.7.7 Presupuesto Final

7.2.3. Desviaciones

Durante el presupuesto se desvía dinero entre departamentos, con el objetivo de compensar partidas en función de necesidades reales.

Para el rodaje, la partida de sonido y arte no llega a su total y su presupuesto se reparte en beneficio de fotografía y producción.

Finalmente, en la primera fase de presupuesto, prevista para producción se obtiene un resultado final menor al previsto, de 6000€ planteados se gastan 4370,25€. La diferencia es derivada a las partidas de postproducción, un hecho fundamental para la resolución total de la producción.

Durante la postproducción hay un alto crecimiento en las partidas de mezclas en Dolby ATMOS que supondrá la necesidad de incrementar el presupuesto.

La desviación de partidas es mínima, puesto que sólo la partida de BSO permite reajustes en el presupuesto para otros departamentos.

La situación de la postproducción es que el presupuesto crece, y el presupuesto necesario para realizar movimientos no es suficiente. Las partidas de recompensas y postproducción de sonido incrementan su valor al doble de lo previsto.

Un alto incremento de presupuesto supone replantear nuevos métodos de financiación para conseguir mantener el nivel fijado en la producción y obtener los resultados deseados.

7.2.4. Vías de financiación

Las vías de financiación son los medios a través de los cuales se resuelve el presupuesto. En el caso de *Numen*, se realiza bajo tres grandes vías: una coproducción con la Fundación TecnoCampus Mataró, la inversión propia de los productores ejecutivos, que se rebaja a través de recursos alternativos y una campaña de crowdfunding que consigue 6500€ y ofrece al presupuesto 6000€ limpios.

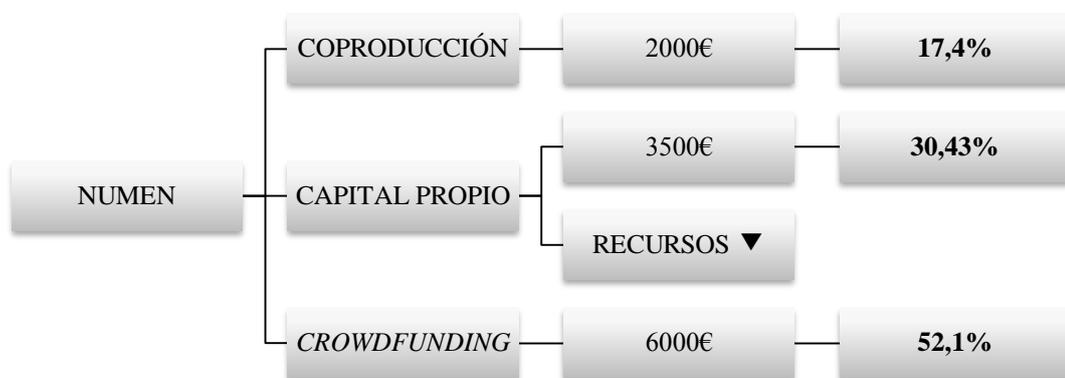


Fig. 7.8 Esquema de las vías de financiación

7.2.4.1. Campaña de Crowdfunding

La campaña de crowdfunding es la iniciativa que el proyecto tiene como esencial para conseguir resolver el presupuesto. *Numen*, se ve en la necesidad de obtener un mínimo de 6000€ para realizar lo que se denominó una producción a mínimos.

El riesgo asumido, al realizar una campaña de financiación colaborativa para un cortometraje solicitando 6000€, es destacable. Con la media de aportación de 30€ por mecenas se requerían de 200 mecenas.

La campaña de *crowdfunding* supone el 50% final del presupuesto.

7.2.4.1.1. Recompensas

Las recompensas son un gasto directo en la campaña de crowdfunding. Inicialmente se prevé en ellas un gasto de 500€ aunque finalmente se ve triplicado ante los presupuestos reales.

Cómo se ha visto en desviaciones, en el punto 7.2.3, las recompensas suponen un alto crecimiento en el presupuesto.

Artículo	Descripción	Cantidad	Precid	SubTotal/Tota
2-3393	BLOC NOTAS KINE negro	50,00	0,7141	35,71
SERIGRAFIA C	Serigrafía a 1 Tinta 1 Posición	1,00	46,4000	46,40
16-32054	BOLIGRAFO NATURE	100,00	0,2018	20,18
SERIGRAFIA A	Serigrafía a 1 Tinta 1 Posición	1,00	64,5480	64,55
192-75002	BOLSO DE ALGODÓN NATURAL	150,00	0,7104	106,56
SERIGRAFIA K	Serigrafía a 1 Tinta 1 Posición	150,00	0,5835	87,53
73-T-1515	CAMISETA ROLY ADULTO COLOR 100% ALGODÓN PACK 10 U. POR TALLA (APERTURA PACK 0,15 €/U.)	150,00	1,6492	247,38
SERIGRAFIA KC	Serigrafía a 1 Tinta 1 Posición	150,00	0,7935	119,03
	todas las producciones pueden tener una pequeña variacion de + o - en las cantidades finales			

Observaciones	Precios validos durante 30 dias, excepto USB y MP3 1	Forma envio	
Forma de Pago	50% Paga y señal + 50% previo envio 1 Plazo/s 0 día/s ,		
IBAN/SWIFT		Dto.Comercial	
Portes	Península:Pagados con Base Imponible apartir de 500 euros/1000 pendriver o voluminosos:parasoles, sombrillas, etc..no incluido fabricaciones	Dto.Pronto pago	
Marcas	Logos en Corel Draw, Freehand, Illustrator o eps textos trazados o a curvas o PDF editable	Portes	
	IVA 21,00%	Base Imponible	727,32
Base Imponible	727,32	Importe IVA	152,74
Importe IVA	152,74	Importe RE	
Recargo		Total Presupuesto	880,06

Fig. 7.9 Presupuesto de las recompensas

7.2.4.2. Coproducción

Numen, como proyecto final de grado de cinco estudiantes, se incorpora a la iniciativa *Talent Lab*. Un proyecto que tiene por objetivo dar viabilidad a trabajos del Grado en Medios Audiovisuales. *Talent Lab* fomenta la oportunidad de recursos para ciertos proyectos.

A través de *Talent Lab*, *Numen* tiene la oportunidad de formar una coproducción con la *Fundación TecnoCampus Mataró*, que por primera vez se incorpora como productor ejecutivo de un proyecto universitario. Ofreciendo el recurso de 2000€ para la realización y financiación del proyecto *Numen*, gracias a su presentación innovadora y pionera en el uso de la tecnología a través del paisaje sonoro mediante el Dolby ATMOS.

7.2.4.3. Capital Propio

Numen, se inicia gracias a la inversión privada de Luca Saavedra, Adrià Olea, Daniel Jiménez, Guillem Cuní e Irene Camoso. Los cinco como productores ejecutivos forman el equipo que permite la creación de *Numen*.

Inicialmente el capital se centra en 1500€, y sube a 3500€ en la fase de postproducción, debido al incremento que supone la mezcla final de sonido en Dolby ATMOS, tal y como se explica en el punto 7.2.2 referente al presupuesto final.

Además, de manera indirecta al proyecto, cada uno, individualmente aporta un pago de 2000€ en concepto de la matrícula universitaria para optar al curso del proyecto final de grado. Este importe supone una inversión necesaria para la realización de *Numen*, aunque no contribuyente al cortometraje.

7.2.4.3.1. Recursos alternativos

Los recursos alternativos son medios a través de los cuáles los productores ejecutivos buscan reducir el capital que deben invertir para la resolución del presupuesto.

Estos recursos consiguen asumir un total de 500€ que se restan al capital determinado como propio.

Los recursos utilizados son la venta de almuerzos solidarios y la realización de un sorteo con los productos de la campaña de financiación.

7.2.4.4. Amortizaciones

La producción de *Numen*, se caracteriza por buscar vías que permitan pactar con empresas o personas físicas, con el objetivo de realizar consensos para que ambas partes se vean beneficiadas y el presupuesto sea reducido gracias al pacto entre empleado.

Las amortizaciones destacables en el proyecto de *Numen* son el servicio de material de TecnoCampus, la obtención de un patrocinio, y el intercambio en las cesiones de localización. Todas ellas son agradecidas mediante la incorporación de la imagen corporativa que las distingue en la producción.

7.2.4.4.1. Servicio de Material

La mayor amortización se realiza gracias al servicio de material, SERMAT, que tiene el Grado en Medios Audiovisuales. A través de este servicio se consigue abastecer al proyecto de material fotográfico y de sonido que permite no acumular un sobre coste al presupuesto.

7.2.4.4.2. Patrocinio

El patrocinio a través de recursos permite obtener un ahorro importante en el presupuesto de la producción. *Numen*, consigue el patrocinio del Grupo Damm, siendo abastecido de 140 botellines de cerveza *Estrella Damm* y 500 litros de Agua *Veri*. El patrocinio es obtenido gracias a la figura intermediaria de Anna Llacher entre el grupo Damm y *Numen*.

Durante la producción se intentó conseguir patrocinio a través de múltiples marcas, que fueron todas denegadas o se encuentran aún pendientes de respuesta.

Pese a todo, el grupo Damm, permitió un ahorro de aproximadamente 150€ a la producción, solamente en aguas.

7.2.4.4.3. Localizaciones

La cesión de la localización del Piso, se firma con la inmobiliaria *La Meva Llar*, la cual se encuentra en producción de su página web y compra de nuevos pisos para alquiler. La inmobiliaria tiene la necesidad de contractar entre uno y dos técnicos para la realización de algún vídeo promocional y las fotos de algunos pisos.

Con ese objetivo se firma un intercambio de recursos con la inmobiliaria. *La Meva Llar* cede un piso en Barcelona durante cinco días y la productora cede a su equipo para la producción de dos vídeos de dos minutos.

Este intercambio permite ahorrar la partida existente en presupuesto para la localización del piso de 200€.

Por otro lado, con el Bar *Mirinda* y la discoteca *Vinizius* se firma una cesión de localización donde se acuerda la cesión gratuita, a cambio de que se visualice en el cortometraje la imagen real de los lugares, no produciendo cambios destacables que varíen la imagen de la localización.

También con la cesión de la localización de la librería *Buc de llibres* se realiza un acuerdo, pero en este caso, la cesión no atribuye ninguna condición externa.

7.3. Conclusiones

El presupuesto es el gran impedimento de una producción si no se sabe luchar por él. El presupuesto marca las posibilidades de una producción, pero debe saberse tratar con el fin de conseguir las vías necesarias para solventarlo.

Un presupuesto requiere de varias vías de financiación para concebirse en su totalidad. El presupuesto no acaba tras el rodaje. La postproducción puede dejar un proyecto inacabado si no se saben buscar alternativas de financiación ante el crecimiento de un presupuesto.

Los imprevistos deben tenerse en cuenta, un imprevisto controlado puede salvar el presupuesto.

El presupuesto debe jugarse entre partidas y sobretodo debe trabajarse en su totalidad para conseguir el 100% de éste.

8. Aspectos legales

Numen, es el primer proyecto de la productora La Casa de la Pradera en coproducción con la Fundación TecnoCampus.

La Fundación TecnoCampus cuenta inicialmente con un año de contrato para la emisión, distribución y explotación de la obra, de manera conjunta con la productora.

Los aspectos legales que se declaran en el siguiente punto se diferencian entre el futuro de la productora y los derechos de la producción, donde se incluyen todos los puntos necesarios vinculados a la ley que requiere un cortometraje.

8.1. La productora

La productora, inicialmente, se encuentra declarada como empresa autónoma de Daniel Jiménez y se plantea de manera futura la posibilidad de constituirse en una PYME (Sociedad de Responsabilidad Limitada), creada en conjunto por los cinco productores ejecutivos, cuyas participaciones dependerán del capital invertido; o bien una sociedad de bienes donde de manera autónoma todos trabajarán para el beneficio de una misma productora.



Fig. 8.1 Logo La Casa de La Pradera

8.2. Derechos de la producción

La producción será registrada en la Sociedad General de Autores y Editores, SGAE tras su primera emisión. SGAE exige que en el momento de registro la producción haya sido emitida. SGAE protege los derechos de autoría y el reconocimiento de la propiedad intelectual del producto desde tres años anteriores al registro.

sgae

DECLARACIÓN DERECHOS DE DIRECCIÓN, LITERARIOS Y TRADUCCIÓN/ADAPTACIÓN

DATOS DE LA OBRA:
(Son imprescindibles para permitirnos identificar si los usos que nos reportan o que detectamos son de su obra.)

Título original de la obra o capítulo N° capítulo

Título original de la serie Temporada

Otros títulos

Nacionalidad Director

Año de producción Productora

Código ISAN Obra adaptada de formato original extranjero: Sí NO

Nacionalidad formato original

Fecha estreno/Emisión - ESTE DATO ES CRUCIAL PARA EL REGISTRO Editada en video: Sí NO

Género: - ESTE DATO ES CRUCIAL PARA EL REGISTRO Telefilm Otras (obligatorio aportar copia para su visionado y clasificación)

Tipo de obra: Ficción Documental

Fig. 8.1 Inscripción SGAE

La producción se declarará como una obra que pertenece a los cinco productores ejecutivos y se incluirá a la Fundación TecnoCampus como productora, para permitir los derechos de distribución y emisión según el contrato realizado.

En SGAE, por defecto se establece un 25% para la dirección, 50% para argumento y guion y 25% para la música. Éstos serán indicados para que queden repartidos también junto con los impulsores de la obra, quedando los beneficios de autoría repartidos de la siguiente manera:

- 10% Dirección
- 25% Guion
- 25% Música
- 40% Producción Ejecutiva

- 10% Director De Fotografía
- 10% Diseñador de Sonido
- 10% Montador
- 10% Productor

A través del registro de la obra quedará registrado el guion a nombre de Adrià Espí, ofreciendo los derechos de distribución, emisión y explotación al resto de la producción ejecutiva y al director.

De la misma manera, La Banda Sonora Original, pertenece al aspecto Música, y recibe un 25% de los derechos. Éstos quedan a nombre de Àngel Valverde, compositor de la BSO.

Mientras que la música del grupo M.A.D se establece como cesión para el uso en la producción, pero no pertenece a la división de beneficio por derechos de la obra.

8.2.1.Cesión de imagen y localización

Los actores principales de la obra realizan la cesión de imagen y voz para la producción de *Numen*, y los extras se comprometen al uso y explotación de su imagen y voz a través del proyecto.

Las localizaciones acuerdan la cesión gratuita o el intercambio para la producción sin obtener beneficio directo de la producción.

Las cesiones de imagen y las cesiones de localización pueden verse en los puntos 3 y 4 del anexo.

9. Análisis de resultados

El análisis de resultados no puede llevarse a cabo hasta que se realice el balance real de recepción con de venta de entradas, festivales, etc.

Con el plan de distribución ejecutado y finalizado se podrá analizar cuál ha sido la recepción del espectador y el sector ante la producción *Numen*.

Como planteamiento a ese análisis se establecen unas premisas sobre las cuales se valorará el resultado del trabajo realizado:

- La respuesta del espectador: ¿Cuál ha sido su sensación final después de ver *Numen*?
- La respuesta del equipo: ¿Qué dicen los integrantes del equipo de rodaje después de ver el producto final en pantalla?
- El recibimiento en los canales de explotación: ¿Cómo se recibe *Numen* en los festivales a nivel de selección y premiación?
- Valoración de mejoras tanto para futuros proyectos o para la propia producción de *Numen*.

El análisis de resultados permitirá ver si el cortometraje funciona o no ante el espectador.

El cortometraje es para un target determinado, y el análisis de las valoraciones que se obtengan permitirá saber si la historia funciona y las expectativas ofrecidas se cumplen.

10. Ampliaciones

La producción *Numen* se presenta como una producción única que tras su estreno inicia un plan de distribución hacia festivales y exhibición del proyecto. Como producción única, no se plantea con una segunda parte, pero si se consiguiese ampliar el presupuesto durante la exhibición, éste se dedicaría a la producción de contenido extra, cómo un nuevo *making of* con entrevistas al equipo y los actores.

Además, se buscaría la realización de nuevos tráileres y la promoción de nuevos carteles.

Numen, cuenta con la opción de realizar una cesión de exhibición a la empresa Dolby ATMOS durante un período de tiempo determinado, para hacer uso del producto como muestra del sistema.

Además, la producción no descarta la exhibición del cortometraje a través de plataformas *payperview* donde mostrar el proyecto mientras se realiza el plan de distribución. Formar parte de una cartelera de cortometrajes sería una gran recompensa tras el plan de distribución.

El plan de distribución de *Numen* busca ser el recorrido de cada uno de los miembros del equipo que han hecho posible esta producción. *Numen* pretende ser un cortometraje que se mueva por un gran abanico de festivales.

Según la recepción que obtenga, se plantea presentarlo a los Goya 2017. Entrar en la selección de estos premios sería conseguir el gran reto del equipo y de la producción.

11. Conclusiones

Este trabajo se inicia con la definición de producción que dice que “La producción cinematográfica se entiende como la gestión de recursos humanos y materiales para poder llevar a cabo cualquier pieza audiovisual, de la idea al producto”.

Llegados a las conclusiones, la producción se presenta como una gestión que tiene un triángulo de conceptos a seguir donde cada productor ejerce su metodología para llevar a cabo el producto final.

El producto final depende del equipo, aunque el productor debe mantener su constancia en el proyecto, y debe estar en todos los procesos de trabajo.

El productor debe saber llevar al director y al equipo, sacando lo mejor de cada uno de ellos y de sí mismo, debe ser responsable de sus decisiones y tener capacidad de resolución.

Saber valorar los tiempos reales necesarios para cada departamento y proceso serán claves para ejercer una buena producción. La correcta preproducción hace fluir un rodaje.

La jerarquía en *Numen* se presenta como un concepto difícil puesto que director, director de fotografía, diseñador de sonido, montador y productor son también productores ejecutivos del proyecto, suponiendo una dificultad en la toma de decisiones por jerarquía.

Numen: Dirección de producción, es el resultado de haber podido ejercer la producción de inicio a fin, es la oportunidad de formación de la autora.

Numen se presenta como un reto que finaliza un proceso para iniciar un plan de distribución que permitirá q en muchos festivales, promocionando al producto y al equipo.

Numen: Dirección de producción, como proyecto y como producto final, cierra este capítulo asegurando que este proyecto es el primero de muchos proyectos audiovisuales que permitirán la total formación de la autora y la continuidad de su carrera en la producción.

12. Referencias

Referencias al pie

[1] Seger, L., 1991. *Cómo convertir un buen guión en un guión excelente.* Octava ed. Madrid: RIALP.

[2] Díaz, J. M. A. & Fernández Díez, F., 2010. *El Manual del productor.* Primera ed. Barcelona: Editorial UOC.

Referencias cinematográficas

Café Para llevar (Patricia Font, 2014)

Carne de Gaviota (Felipe Espinosa, 2014)

Referencias a otros proyectos vinculados

Olea Fernández, A., otoño 2015. Numen: Dirección de fotografía y etalonaje digital.

Saavedra Todd, L., otoño 2015. Numen: Dirección.

Jiménez Torres, D., otoño 2015. Numen: Diseño y posproducción de sonido en Dolby ATMOS.

Cuní Comas, G., otoño 2015. Muntatge audiovisual

13. Bibliografía

Barco, F. F. y. C., 2009. *Producción cinematográfica: del proyecto al producto*. Primera ed. España: Díaz de Santos.

Díaz, J. M. A. & Fernández Díez, F., 2010. *El Manual del productor*. Primera ed. Barcelona: Editorial UOC.

González, P. D., 2005. The profile of the fiction producer in television. *Communication & Society*, Issue 18, pp. 9-30.

Guerrero, E., 2010. Development of audiovisual projects: acquisition and creation of entertainment formats. *Communication & Society*, Issue 23, pp. 237-274.

Pardo, A., 2000. Creativity in film production: the film producer as a creative force. *Communication & society*, Issue 13, pp. 227-249.

Pardo, A., 2003. *El oficio de producir películas: El estilo Puttman*. Primera ed. s.l.:Ariel.

Pardo, A., 2014. *Fundamentos de producción y gestión de proyectos Audiovisuales*. Primera ed. Navarra: EUNSA.

Segeer, L., 1991. *Cómo convertir un buen guión en un guión excelente..* Octava ed. Madrid: RIALP.