

**UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS**



**MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE POSTPRODUCCIÓN**

**AUDIOVISUAL DIGITAL**

**TEMA:**

**“Producción de un cortometraje para promocionar los servicios de video de DEOSTUDIO como una productora audiovisual especializada en bodas cinematográficas”**

**AUTOR:**

**DIEGO EDUARDO OSWALDO SALAZAR ROSERO**

**QUITO, noviembre de 2022**

## Índice de contenidos

Introducción .....	1
Abstract .....	3
Capítulo I .....	5
1.1. Planteamiento del problema .....	5
1.2. Antecedentes .....	5
1.3. Situación actual.....	7
1.4. Cifras importantes.....	8
1.5. Análisis de Buyer Persona.....	14
1.6. Mapa de Empatía .....	15
1.7. Benchmarking de la competencia.....	16
1.7.1. Análisis benchmarking .....	17
1.8. Formulación y sistematización del problema de investigación.....	17
1.9. Formulación del problema.....	18
1.10. Objetivos.....	19
1.10.1. Objetivo General.....	19
1.10.2. Objetivos específicos .....	19
1.11. Justificación .....	19
Capítulo II .....	20
2.1. Marco teórico .....	20
2.1.1. Preproducción .....	20
2.1.2. Producción .....	24
2.1.3. Postproducción.....	26
Etapa de postproducción en bodas .....	27
2.1.3.1. Aspect radio .....	27
2.1.3.2. Montaje .....	28
Montaje interno .....	29
Montaje externo.....	29
Según la discontinuidad o modo no lineal.....	29
2.1.3.3. Colorización y Administración del color.....	30
2.1.3.4. Mezcla, sonorización, musicalización: .....	32
2.1.3.5. Renderización .....	33
2.1.4. Distribución .....	34
2.2. Marco Conceptual .....	38
2.2.1. Conceptos preproducción .....	38
2.2.2. Conceptos Producción .....	39
2.2.3. Conceptos de Postproducción.....	42
Conceptos de distribución .....	43
Indicadores útiles a medir en la etapa de distribución.....	43
3. Conclusiones y recomendaciones.....	44
Capítulo III.....	45
Anexos.....	45

3.1. Carpeta de Preproducción .....	45
3.1.1. Guion técnico y guion literario .....	45
3.1.2. Hojas de desglose.....	49
3.1.3. Plan de Rodaje .....	65
3.1.4. Presupuesto Resumido Cortometraje DEO STUDIO .....	66
3.1.5. Presupuesto General Cortometraje DEO STUDIO .....	67
3.1.6. Scouting .....	71
Bibliografía .....	73

**Índice de figuras**

Figura 1.....	8
Figura 2.....	9
Figura 3.....	10
Figura 4.....	11
Figura 5.....	11
Figura 6.....	12
Figura 7.....	13
Figura 8.....	14
Figura 9.....	14
Figura 10.....	15
Figura 11.....	28
Figura 12.....	31
Figura 13.....	31
Figura 14.....	31
Figura 15.....	33
Figura 16.....	36
Figura 17.....	36
Figura 18.....	37
Figura 19.....	40

## Índice de ilustraciones

Ilustración 1. ....	20
Ilustración 2. ....	22

**Índice de tablas**

Tabla 1. ....	16
Tabla 2. ....	39

## Introducción

Nupcias, casamiento o boda, son terminologías referidos a una rito religioso o civil, mediante el cual se festeja el inicio del matrimonio. El matrimonio aparece la antigua Roma, (matrimonium). Luego fue impregnado por la religión cristiana, como un vínculo sagrado ante Dios.

En la actualidad esta celebración típica ha evolucionado hasta el punto de convertirla en uno de los eventos más importantes de una pareja, por ende documentar una boda involucra una alta responsabilidad, coordinación, talento, estilo, sobre todo retratar y capturar los sentimientos de los momentos especiales, así como captar los detalles y momentos requiere una amplia experiencia y estar en el momento indicado con el equipo de fotografía y video adecuado ya que no se puede cortar y repetir la escena.

Si retrocedemos en el tiempo la fotografía era analógica, se disponía de clics con un número limitado lo que hacía que la fotografía sea costosa y necesitaba de laboratorios especializados para su revelado. Hoy en día con la llegada de la era digital, el número de fotografías se multiplica y aún más con la fácil adquisición de equipos de grabación profesionales se puede crear productos audiovisuales de alta calidad.

La fotografía documental de bodas está en pleno auge y ahora combinado del video hace que los fotógrafos de bodas tengan la necesidad de incorporar en su portafolio a la producción audio visual, preparándose para alcanzar esos nuevos desafíos con conocimientos para generar producciones cinematográficas, que vaya más allá que una imagen estática.

Para una producción de boda se necesita de planificación clara de los momentos de una boda, el personal calificado involucrado, así como los equipos necesarios para obtener imágenes y sonido de alta calidad, el productor audiovisual y equipo técnico deben despertar sus sentidos para captar esos momentos únicos y generar una narrativa inolvidable con ángulos,

planos, movimientos de cámara planificados de forma exitosa en el scouting previo, logrando un producto organizado de alta calidad para el cliente.

Es por ello que este proyecto presenta el análisis preliminar para incorporar en un estudio fotográfico el servicio de audio por med logrando contar una historia de amor como una película, para lo cual se ha tomado como punto de iniciación la experiencia del autor de esta investigación como fotógrafo profesional, siendo la investigación con nuestros clientes potenciales, estudio de mercado y el benchmarking metodologías que nos permita entender los gustos preferencias y necesidades, costos, productos para ofrecer un contenido audiovisual que permita generar un servicio integral, posicionándonos como uno de los mejores productoras audiovisuales de bodas del país.



## Abstract

Nuptials, marriage or wedding, are terminologies referring to a religious or civil rite to celebrate the beginning of a marriage. Marriage appears in ancient Rome, (matrimonium). Then it was impregnated by the Christian religion, as a sacred bond before God.

This typical celebration has become one of the most important events for a couple. Therefore, documenting a wedding involves high responsibility, coordination, talent and style to capture feelings and emotions of moments. Capturing details and moments requires broad experience. Being at the right time with the right photography and video equipment is crucial since the scene cannot be cut and repeated.

If we go back in time, photography was limited by the number of shots determined by the “rollo” and the requirement of specialized laboratories for its development, making photography expensive. Today, with the arrival of the digital age, the number of photographers has increasing. In addition, high-quality audiovisual products have been created, helped by an easy acquisition of professional recording equipment.

Documentary wedding photography is booming. Wedding photographers have to incorporate audio visual production into their portfolio, preparing to meet to generate film productions, which goes beyond a static image.

For a wedding production, clear planning of the moments of a wedding is needed, the qualified personnel involved, as well as the necessary equipment to obtain high quality images and sound, the audiovisual producer and technical team must awaken your senses to capture those unique moments and generate an unforgettable narrative with angles, shots, camera movements successfully planned in the previous scouting, achieving a high -quality organized product for the client.

Based on the aforementioned, this project aims to analyze the insertion of audio in a photographic study, managing to tell a love story based on wedding celebrations as a film. The experience of the author of this research has been taken as a starting point. In addition, market research and benchmarking methodologies are proposed to understand tastes, preferences, needs as well as costs and products to offer audiovisual content. This allows us to generate a comprehensive service, positioning ourselves as one of the best weddings audiovisual production companies in the country.

## **Capítulo I**

### **1.1.Planteamiento del problema**

El fotógrafo y el productor audiovisual de bodas debe enfrentarse a diversos retos antes, durante y después del día del evento.

En consecuencia, se deberá considerar las necesidades del cliente para diseñar un concepto claro de lo que se desea lograr. Es así que, en la etapa de preproducción juega un papel preponderante la preparación del guion, el equipo humano y técnico, en la producción los ángulos, planos e iluminación, y en la postproducción el dinamismo en el montaje de los planos, colorización y sonorización.

En este contexto, DEO STUDIO presenta una alternativa integral que conjuga de manera armónica la creatividad, el profesionalismo y la pasión por el arte, para todas aquellas personas enamoradas, y que han tomado la gran decisión de unir sus vidas de inmortalizar ese momento especial, mediante un trabajo arduo que entrega como resultado fotografías y videos de alta calidad, que componen un material audio visual único, que cuenta la historia del amor de una pareja de forma cinematográfica.

### **1.2.Antecedentes**

Para precisar como la fotografía ha ido evolucionando en el tiempo, en nuestro país es importante conocer ciertos momentos de su historia.

Luego de diez años de la creación de la República del Ecuador llegan los primeros fotógrafos a Guayaquil. Las élites ecuatorianas pueden atrapar el tiempo por primera vez en placas de metal y en papel fotográfico. Es solo el inicio de la maravillosa invención que daría pie al cinematógrafo, donde esas imágenes de figuras estáticas ahora podrían verse en movimiento.

En el último año del siglo XIX el público guayaquileño observo a la Reina Victoria de Inglaterra pasearse por Londres mientras festejaba los 50 años de reinado, la última exposición

pictórica de París y también a Jesucristo en movimiento. El cine llega a un Ecuador aún feudal y huasipunguero, luchando entre la dicotomía del liberalismo y el conservadurismo radical.

Las evidencias históricas indican que la fotografía llega a Ecuador con fotos de paisajes y de familias retratadas.

Según estudios de Lucía Chiriboga y Silvana Caparrini la fotografía llega a Ecuador en 1840 (Caparini, 2005), durante esa época, la albúmina y la albumina lumínica son las técnicas más usadas por fotógrafos. Cabe señalar que en 1854 Robert Fenton tomó la primera fotografía de boda a nivel mundial.

En 1868 hasta 1890, se generaron varias expediciones de botánicos y exploradores que aprovecharon para registrar los paisajes de Quito y Guayaquil. (CIESPAL, 2012) En 1920 aparecen en los periódicos de Guayaquil el primer matrimonio documentado en Ecuador de la familia Jiménez- Días Granados. (Caparini, 2005)

En 1940 y 1942 los avances técnicos relacionados con el daguerrotipo fueron usados por los periódicos “La Gacela del Ecuador” y “El Correo de la Semana” de Quito y Guayaquil. Durante el siglo XIX eran aparatos caros y pesados y el obtener un producto fotográfico era poco asequible, por lo que los retratos captados en esa época fueron de personas de la clase social alta. (Caparini, 2005)

En 1959 se introduce la televisión al Ecuador con la iniciativa de Linda Zambrano y su esposo Horts Rosembaum de traer la primera televisión con ello, accesorios, micrófonos pedestales, antenas y cables al Ecuador, todo esto produjo un cambio total en la actividad de la comunicación, generando una nueva necesidad en los consumidores que hasta ese entonces conocían de la fotografía. (CIESPAL, 2012)

### 1.3.Situación actual

*“Paralización de rodajes, cierre de cines, nuevas plataformas de ‘streaming’, cambios en la institucionalidad pública son algunos hechos que marcaron un punto de inflexión en la producción audiovisual ecuatoriana durante el último año.”* (Comercio, 2021)

Actualmente en el mercado de producciones fotográficas y video, es evidente un comportamiento atípico del público en general, debido al bombardeo de material audiovisual amateur, o contenidos espontáneos en redes sociales, aún cuando el producto se refiera a empresas, se puede observar reducciones en los presupuestos apostando por la informalidad, dejando de lado las inversiones en producciones audiovisuales con actores, escenografías y efectos costosos para ser pautados y distribuidos en televisión nacional y cable.

Este incremento de contenido para redes sociales con un engament importante es un fenómeno a analizar, pues son producciones realizadas con tan solo un celular y una narrativa que llama la atención que pasa por todos los géneros, desde drama, acción, ficción o comedia.

*“Hemos entrado en un proceso de transformación en el que hay que empezar a visualizarlo a partir de otras formas de escritura, producción y circulación, que incluso, rebase la pantalla grande para extenderse a lo transmedia.”* (Comercio, 2021)

En el ámbito de las bodas, los clientes buscan una producción audiovisual que vaya más allá de un celular, esto exige un equipo de trabajo preparado con conocimientos profundos de la materia, con equipos de audio y video FHD, HD, 4K, 8K, para que con creatividad se generen contenidos que permitan transmitir los sentimientos que emanan en el gran día de una boda, con un toque cinematográfico.

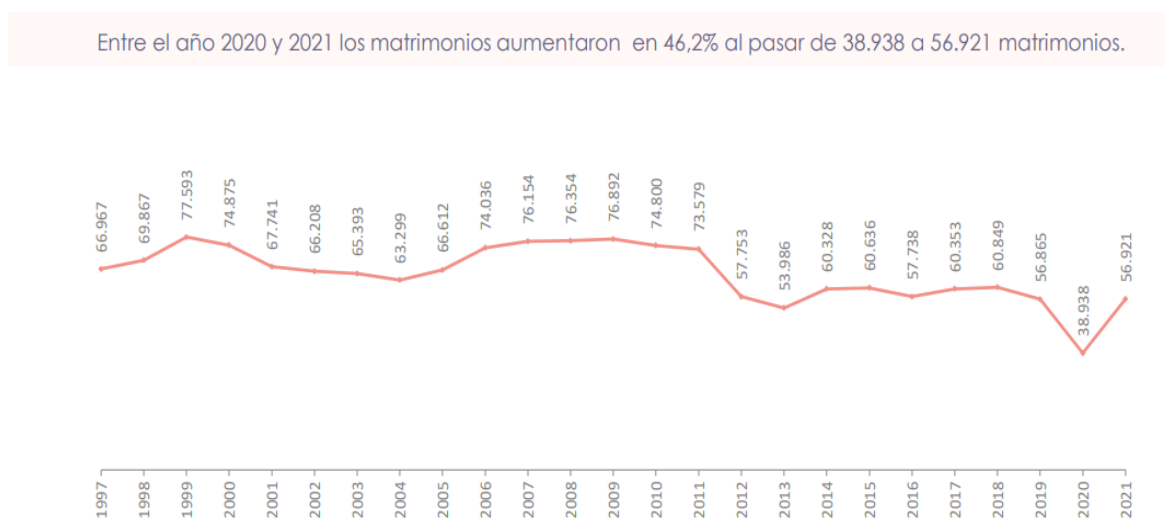
## 1.4.Cifras importantes

A fin de analizar las necesidades del mercado para definir de forma macro la propuesta que persigue la presente investigación, se ha tomado cifras importantes del último estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC en el 2021 y en varios puntos un análisis comparativo según la estadística que arroja la red social en Instagram, un análisis de nuestro buyer persona o cliente ideal para saber sus gustos, necesidades y comportamiento y un benchmarking de la competencia para entender su oferta de valor y precios.

### *Cifras importantes INEC vs Estadísticas de nuestras redes sociales*

#### **Figura 1.**

*Número de Matrimonios en Ecuador, periodo 1977 – 2021*

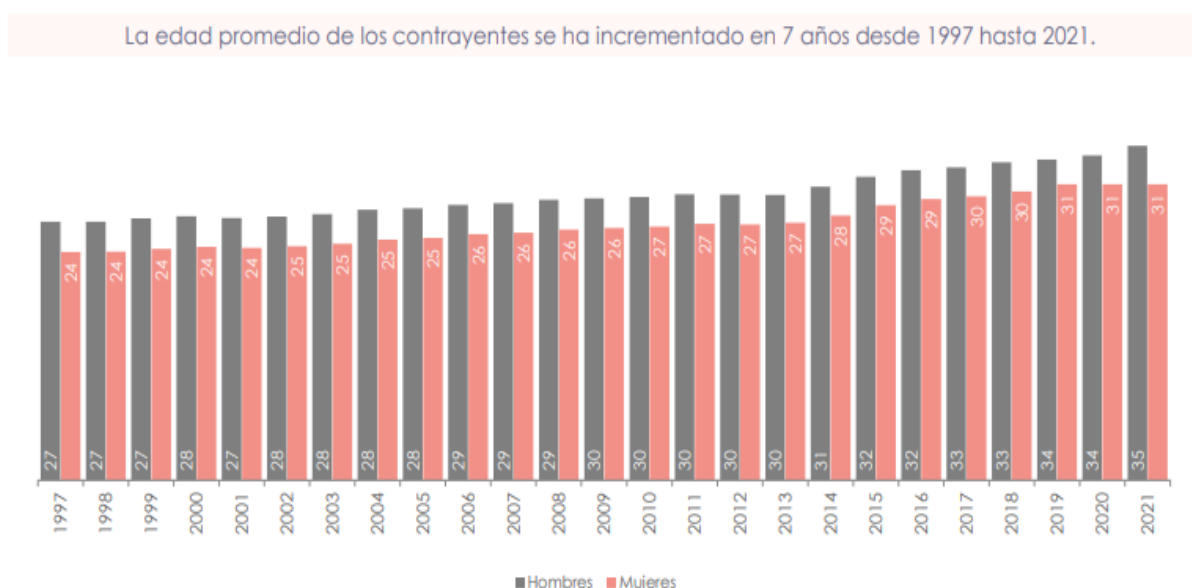


*Nota:* Registro Estadístico de Matrimonios 1977 – 2021

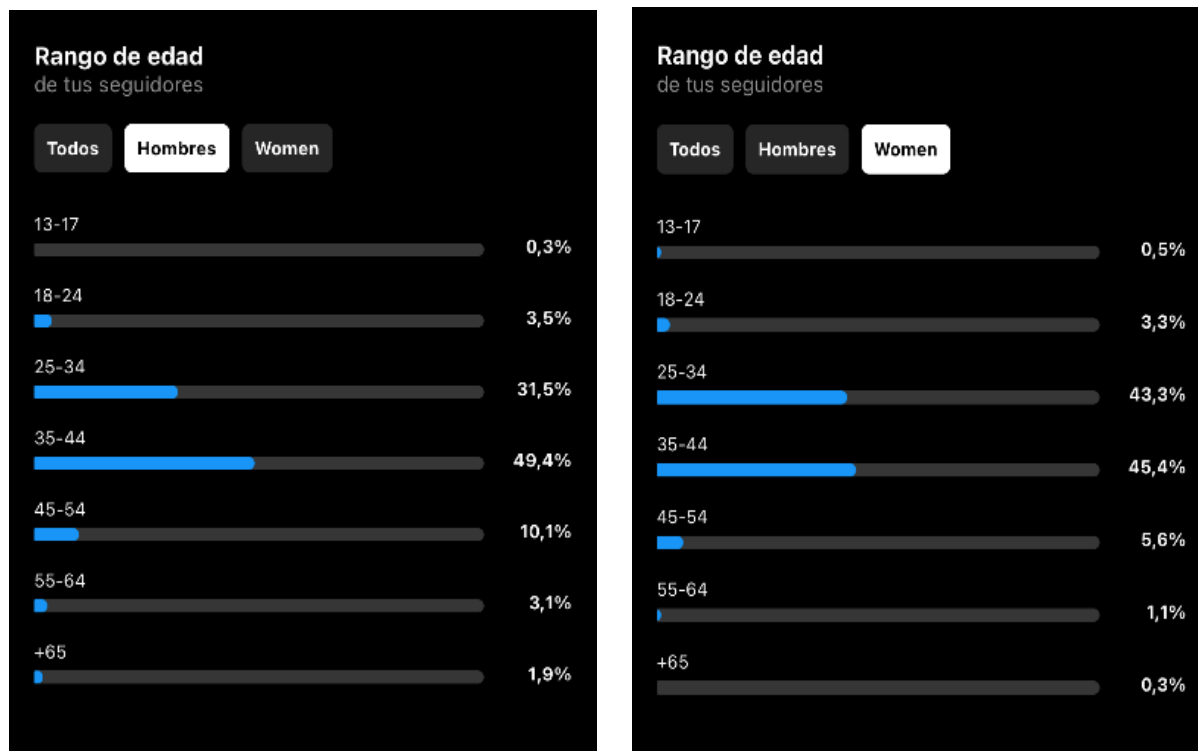
Pese a que se puede observar un descenso importante en el gráfico de número de matrimonios, del año 2020, comparado con el año 2019, de 18.000 bodas, esto se debe a una de las variables más importantes que sacudió la economía mundial, la cual es la pandemia del COVID 19, en la que se pusieron normas de no contacto y posteriormente aforos limitados para eventos sociales, no obstante en el año 2021, el número de matrimonios celebrados en Ecuador nuevamente alcanza el promedio entre el 2012 y 2019, con 56.921 bodas lo que representa un amplio segmento de mercado, para la producción fotográfica y de video de bodas (INEC, 2021)

## Figura 2.

### *Edad promedio de los contrayentes*



*Nota:* Registro Estadístico Matrimonios. Periodo 1977- 2021

**Figura 3.***Rango de edad de fans en Instagram*

*Nota:* Estadísticas de Instagram perfil DEOSTUDIOec al 06/2022

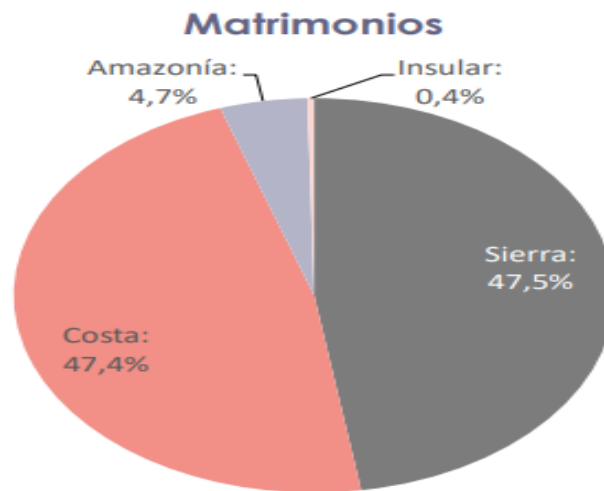
La Edad promedio de los contrayentes de matrimonio en el año 2021, es de 35 años para los hombres y 31 años para las mujeres, en relación al estudio realizado en las estadísticas de Instagram, al ser DEOSTUDIO una empresa que ofrece servicio de fotografía para parejas y bodas se evidencia cierta similitud en las cifras, pues las edades en que las personas contraen matrimonio se encuentran dentro de los rangos de edad de fans de la página entre 25 a 44 años (INEC, 2021).

Este dato permite el desarrollo de productos específicos dirigidos a este segmento especial de la población, y capturar a posibles clientes, generando campañas transmedia.



**Figura 4.**

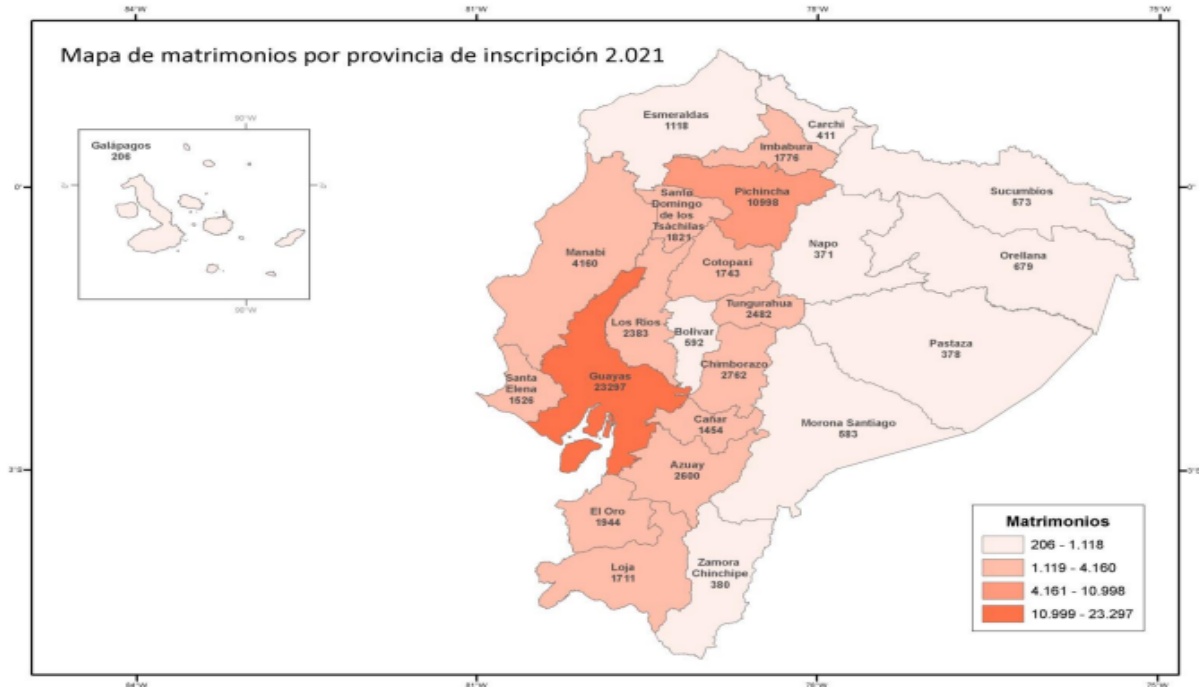
*Matrimonios por región de inscripción*



*Nota:* Registro Estadístico Matrimonios. 2021

**Figura 5.**

*Matrimonios por provincia de inscripción*

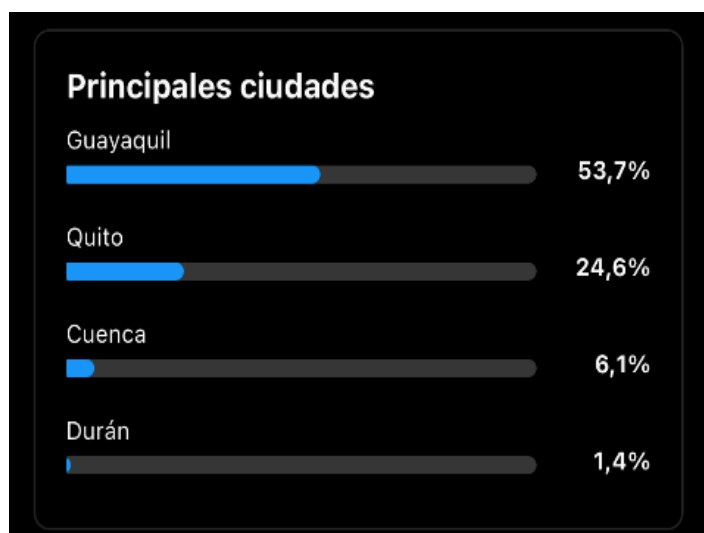


*Nota:* Registro Estadístico Matrimonios 2021

La mayor cantidad de matrimonios se registra en la provincia del Guayas con 28,9% del total de registros seguido de Pichincha con 18,7%. Mientras que la provincia que menos registros tiene es Galápagos con 0,4%. (INEC, 2021)

### Figura 6.

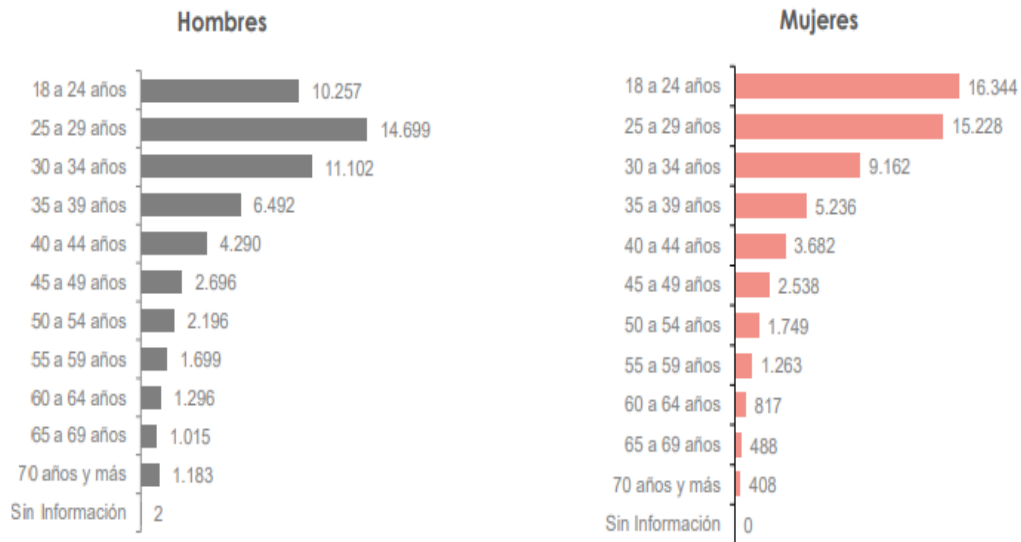
*Matrimonios por región de inscripción*



*Nota:* Estadísticas de Instagram perfil DEOSTUDIOec al 19/02/2022

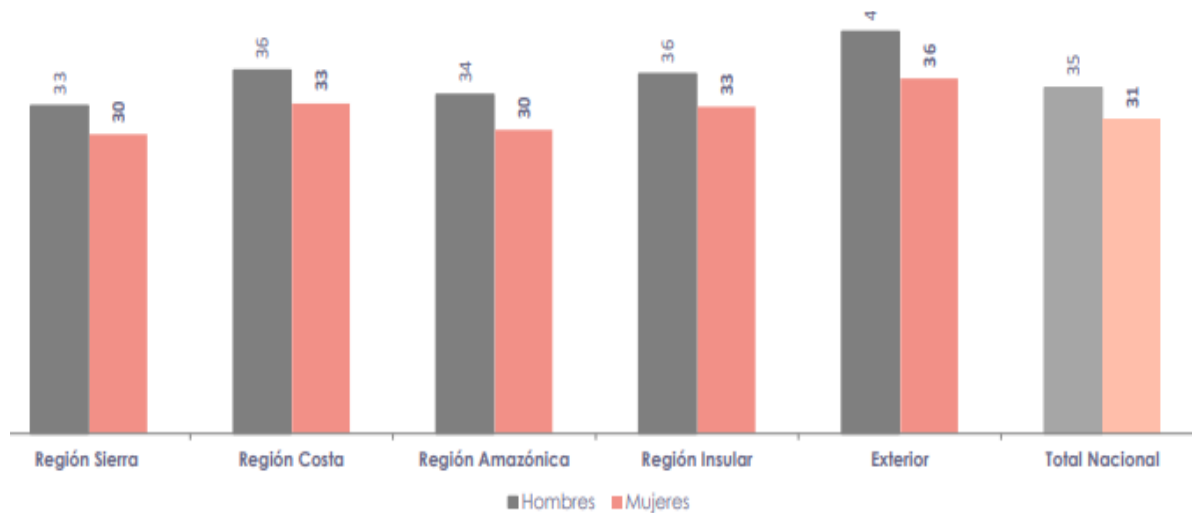
En el año 2021, en la región Sierra y Costa se observa con un porcentaje similar de matrimonios con un 47,5% y 47,4% respectivamente, lo que refleja un nicho de mercado interesante de captación, mientras que en la región Insular se registran el 0,4% de matrimonios, por lo que esta región sería un mercado poco atractivo para los servicios de fotografía y videos de bodas, aunque podrían ser una zona para potenciar el paisaje flora y fauna del lugar para promocionar bodas no tradicionales. (INEC, 2021)

En las estadísticas que proporciona Instagram se ve una gran cantidad de fans en Guayaquil, seguida por Quito, por lo que se podría generar una estrategia de segmentación en esas dos ciudades dentro de las campanas de embudo de conversión en el pautaaje de redes, y planificar ciertos eventos en Guayaquil, potenciar la participación de mercado en ferias, convenciones y eventos.

**Figura 7.***Matrimonios por grupos de edad*

*Nota:* Registro Estadístico Matrimonios. Periodo 2021

El mayor porcentaje de matrimonios en hombres corresponde al grupo de 25 - 29 años con el 25,8%. En el caso de las mujeres, el mayor porcentaje de matrimonios se registra en el grupo de 18 - 24 años de edad con el 28.7% del total de matrimonios. Este indicador es uno de los más importantes en esta investigación ya que las cifras señalan cierta tendencia a contraer matrimonio en los últimos años de la universidad, por esta razón la narrativa de la propuesta audiovisual será ambientada en la UDLA, considerando actores de esa edad para lograr empatía y conexión con la audiencia que mire la producción audiovisual (INEC, 2021)

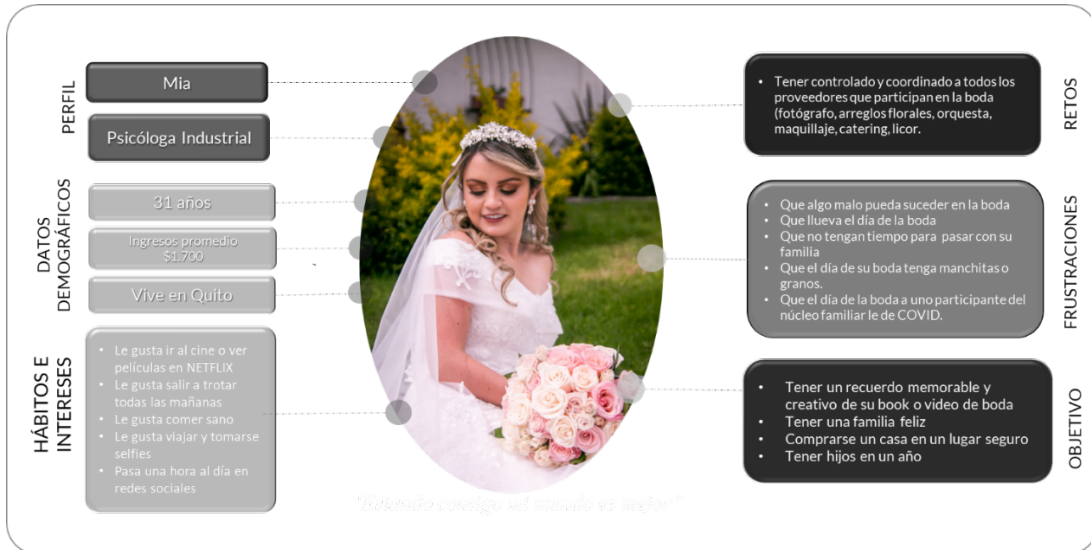
**Figura 8.***Matrimonios por edad y región*

*Nota:* Registro Estadístico Matrimonios. Periodo 2021

En el 2021 se registraron alrededor de 56.921 casamientos en el Ecuador, de los cuales alrededor del 45% de estos no tuvieron una producción audiovisual adecuada, esto debido al desconocimiento general de la gama de servicios de producción fotográfica y audiovisual que se ofrece para cubrir eventos de este tipo.

### 1.5. Análisis de Buyer Persona

**Figura 9.***Entrevista con cliente de servicio de bodas*

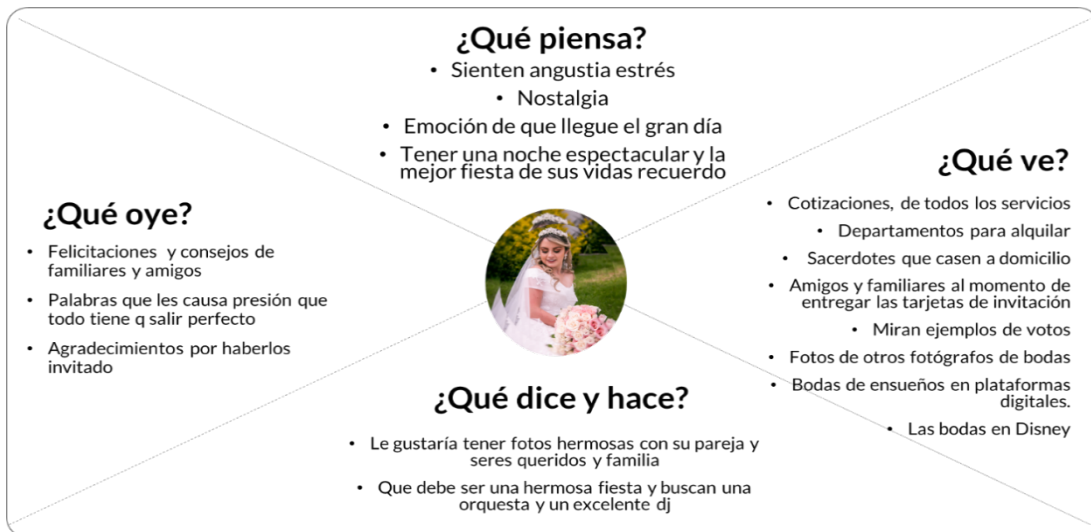


Nota: Elaboración propia (Toro, 2017)

### 1.6. Mapa de Empatía

Figura 10.

Entrevista con cliente de servicio de bodas



Nota: Elaboración propia (Toro, 2017)

## 1.7. Benchmarking de la competencia

**Tabla 1.**

*Benchmarking de la competencia*

NOMBRE DE LA EMPRESA	TIEMPO EN EL MERCADO	TAMAÑO (empleados)	PRECIOS PROMEDIO POR SERVICIO DE BODAS (FOTOGRAFÍA Y VIDEO)	DESCRIPCIÓN	POSICIONAMIENTO (FOLLOWERS RRSS)
DEO STUDIO	Desde 2016	Entre 1 a 4 empleados	\$ 1.300	Empezamos como DEOFOTOGRAFIA ofreciendo servicios de fotografía para bodas, parejas y niños, pero escuchar las necesidades de nuestros clientes potenciales estamos incorporando al audio y video para capturar los momentos únicos e inolvidables del gran día, nos transformamos de DEOFOTOGRAFIA DEOSTUDIO de esta manera nos potenciamos asegurándonos de trabajar con un equipo de profesionales altamente capacitados y con los mejores equipos técnicos de calidad.	<b>Instagram</b> @DEOSTUDIOec 1.000 seguidores en Instagram <b>Facebook</b> deofotografia 865 seguidores
Haiku	Desde 2005	Entre 1 a 5 empleados	\$ 1.500	HAIKU, ofrece cobertura en fotografía y video de las ceremonias de boda y recepciones en Quito y sus alrededores, con la calidad de un equipo profesional formado con los más altos estándares de producción audiovisual, además videos institucionales, videos corporativos, comerciales, entre otros.	<b>Instagram</b> @haiku_av 752 seguidores en Instagram <b>Facebook</b> haikuaudiovisual 962 seguidores <b>YouTube</b> haiku audiovisual 380 suscriptores
Verité	Desde el 2015	Entre 1 y 10 empleados	\$ 2.000	VERITÉ, es un equipo de videógrafos especializados en documentar momentos únicos. Nos apasiona contar historias reales y siempre desde un punto de vista creativo, que viene acompañado de nuestra experiencia y el manejo de distintas técnicas y estilos de montaje.	<b>Instagram</b> @veriteweddingcinema 2.900 seguidores <b>Facebook</b> verite 3700 seguidores <b>LinkedIn</b> Veritefilms
Artistik	Desde el 2012	Entre 1 a 5 empleados	\$ 1.500	ARTISTIK, es un equipo de profesionales en fotografía de bodas y cobertura de eventos con audio y video. Que logran contar una historia a través de una fotografía	<b>Instagram</b> @artistikfotografia 1.909 seguidores <b>Facebook</b> 7.000 seguidores
Brodaju	Desde 2007	Entre 4 a 8 empleados	\$ 1.300	PRODAJU, es un equipo especializado en Cortometrajes, documentales, animaciones 3D, han sido parte de los proyectos realizados, que indudablemente dejan ese gusto de ir por más y siempre pensando en el próximo desafío.	<b>Instagram</b> @brodaju.com_rene 5.000 seguidores <b>Facebook</b> brodajuproducciones 1.500 seguidores

*Nota:* Elaboración propia (Toro, 2017)

### 1.7.1. Análisis benchmarking

- **Estructura:** en el mercado Ecuatoriano existen varias productoras que se dedican a realizar fotografía y video, pero al comparar su estructura orgánica cada uno genera un esquema de trabajo que varía de acuerdo al servicio contratado por el cliente, al igual que el funcionamiento de DEOSTUDIO.
- **Precios:** considerando un precio promedio que se compone del servicio de fotografía y de video DEOSTUDIO maneja precios por debajo del promedio por lo que podría considerarse una ventaja competitiva y de cierta manera se podría analizar que procesos o gastos mejorar, para ser aun más atractivos que la competencia.
- **Redes sociales:** en cuanto al manejo de redes se ve una homogenización en las red de Instagram y Facebook solo se detectó en la investigación que una de ellas manejaba su canal de youtube para cargar sus material audiovisual y el resto manejaba su página web para exponer sus trabajos a sus clientes, en este punto DEOSTUDIO se encuentra diseñando su página web, a fin de que el video que se va a producir, tenga interacción con la ladin page de registro, que conlleve a una estrategia de inbound marketing, y estrategia transmedia hacia los otros canales que se está desarrollando para el ecosistema de la productora.

### 1.8. Formulación y sistematización del problema de investigación

El encontrar clientes que estén planificando su boda y que requieran contratar un servicio de cobertura fotográfica y video implica pasar varios puntos críticos:

1. **Desempleo:** El desempleo, actualmente en el Ecuador se ubicó en 4,3% a escala nacional, según el estudio realizado en la encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo ENEMDU (INEC, 2021). Este es un punto crítico ya que nuestro cliente principal tiene que tener una situación económica estable y esto tiene

relación directa con el presupuesto de una boda ya que en la actualidad la fotografía y videografía sobre pasa una inversión de \$1.300,00 en promedio según el análisis de la competencia realizado.

2. **Pandemia Covid 19:** Un incremento de casos o la aparición de una nueva variante podría hacer que nuevamente el sector de eventos sociales tenga un golpe fuerte y que las personas aplacen o cancelen sus bodas, es decir hasta que la Organización Mundial de la Salud (OMS) no declare el fin de la pandemia, este aun es un punto crítico de riesgo para el negocio.
3. **Protestas Sociales:** La inestabilidad política, genera incertidumbre y de hecho aumenta la indecisión de la pareja en invertir en una producción cinematográfica de bodas eligiendo solo el paquete de fotografía para su boda, para mantener un presupuesto bajo y obtener un producto simple.

### **1.9. Formulación del problema**

Si bien las barreras anteriormente citadas constituyen un obstáculo ante la idea de incrementar y ofrecer un servicio de video cinematográfico de bodas, la investigación en curso va a plantear aspecto general que resuelven las siguientes interrogantes:

- ¿Qué debe tener una producción audiovisual de pre boda o boda para que un cliente pueda contratarlo?
- ¿Qué aspectos técnicos se debe considerar para realizar una producción audiovisual que diferencia a DEOSTUDIO de la competencia?
- ¿Qué etapas son importantes tener claras para generar un producto audio visual de calidad?



## **1.10. Objetivos**

### **1.10.1. Objetivo General**

Dar a conocer a DEOSTUDIO como una productora de bodas, que logra capturar los mejores momentos de la pareja, entregando al cliente un producto audiovisual cinematográfico.

### **1.10.2. Objetivos específicos**

- Investigar y conocer a nuestros clientes objetivo y competencia.
- Obtener un producto audiovisual de calidad que genere sentimientos de empatía y conexión con el público objetivo

## **1.11. Justificación**

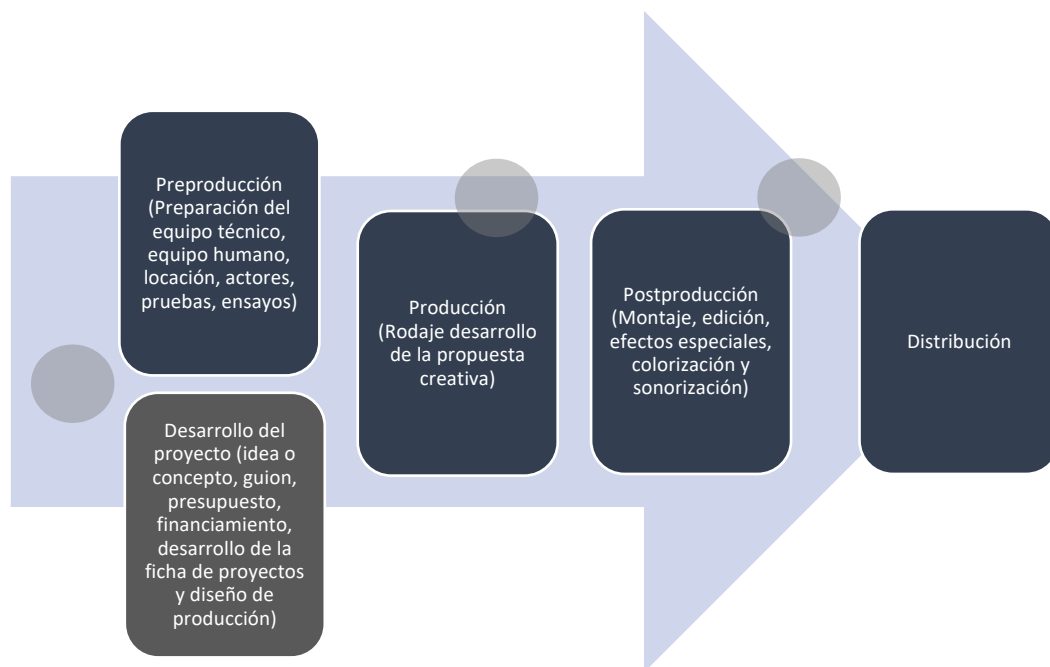
Cambiar el sentido de percepción de DEO STUDIO, pasando de ser un estudio fotográfico, a ser una productora audiovisual. Ofreciendo al mercado un cortometraje romántico en el que las escenas, planos, montaje, colorización, música, foleys, y la narrativa, cuenten la historia de una pareja antes de conocerse, para generar ese sentido de empatía con el espectador el cual conciba en breves segundos una hermosa capsula de cine.

## Capítulo II

### 2.1. Marco teórico

#### Ilustración 1.

*Etapas de una producción audiovisual en una boda, preboda o postboda.*



*Nota:* La ilustración representa el ciclo de una producción audiovisual, la misma que se asemeja al ciclo de trabajo de DEOSTUDIO. Tomado de (Zettl, 2010)

En la siguiente investigación nos centraremos en describir que conceptos y puntos importantes son necesarias para DEOSTUDIO en las fases de preproducción, producción, postproducción, y distribución.

#### 2.1.1. Preproducción

La preproducción es la clave para iniciar la fase de producción, habitualmente esto ocurre en dos etapas: la etapa 1 consiste en tener claro las necesidades del cliente para aterrizar las ideas y sugerencias en un concepto, la identificación de la planificación de la boda para generar un guion, o tener el concepto claro de la preboda o postboda para generar un guion diferente al protocolo de una boda. La etapa 2 consiste en coordinar que

todos los detalles, de equipo de trabajo, equipo tecnológico, procesos internos estén muy bien comunicados y sincronizados para optimizar el tiempo de producción logrando el objetivo propuesto, “el fracaso de una producción se determina en gran medida en la fase de preproducción” (Zettl, 2010)

Para lograr una planificación de la preproducción se debe coordinar y organizar todos los elementos de la producción en el momento y lugar determinado. de tal forma que satisfagan los requerimientos de cada una de las áreas que participan. Considerando que en esta etapa se puede idealizar en tener lo mejor y no lo necesario a un presupuesto que se ajuste al proyecto.

Etapa de preproducción en bodas, prebodas o postbodas:

- Guion
- Equipo de trabajo

#### ***2.1.1.1. Guion***

Para realizar una buena estructura de guion en una pre boda, boda o postboda, es necesario conversar con los novios y más aun con la wedding planner en el caso de una boda, con ellos se podrá entender el concepto de lo que buscan para poder construir el guion literlario y guion técnico para considerar los diálogos, ambientes, utilería, maquillaje, vestimenta, equipos, planos, ángulos y movimientos de cámara, en el caso de la cobertura de la boda se debe estudiar la hoja de planificación de la boda con todos los tiempos y actividades que nos entrega la wedding planer, esta es una herramienta clave para detectar cada aparición de los personaje y el número de veces en que lo hace, además es necesario realizar un scouting de las locaciones para determinar los equipos técnicos que se va a usar.

En bodas tradicionales se tiene normalmente tres momentos:

1. Novia, novio y corte arreglándose

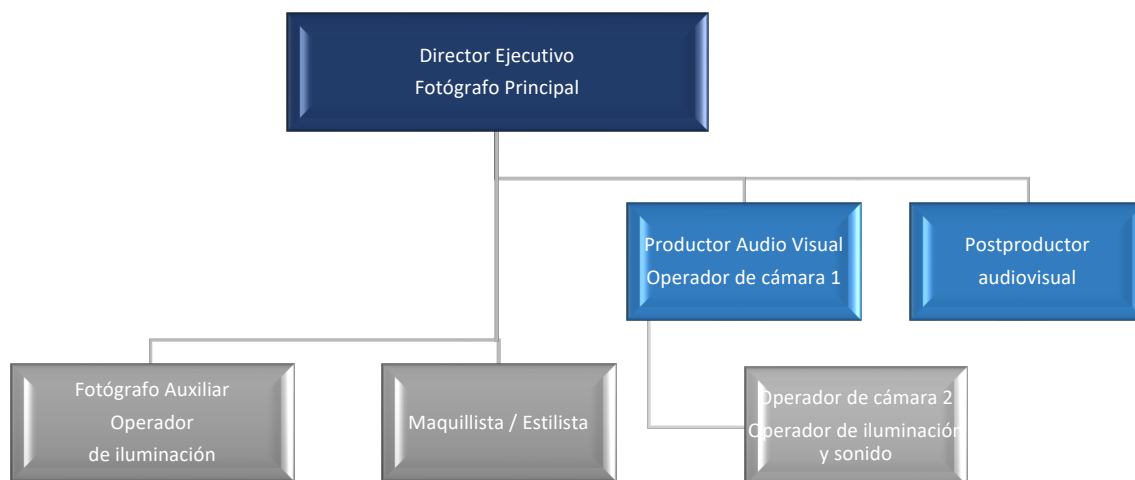
2. Protocolo religioso
3. Protocolo en la recepción. (Valdez, 2015)

Por lo que la producción tendría tres fases, la primera etapa, es el espacio para preparar todo y organizar al equipo, hacer tomas de detalles, de la novia, novio y su corte arreglándose, la segunda etapa o matrimonio religioso tiene la peculiaridad de seguir en la mayoría de los casos un protocolo que hay que estar preparados y situados en el momento justo para lograr captar esa fotografía o toma que es irrepetible, el conocimiento amplio de cada uno de los momentos de la ceremonia ayudará al equipo a estar un paso más delante de los acontecimientos, y la tercera etapa es la recepción y fiesta en la que cada detalle está acordado con en la planificación de la boda.

### ***2.1.1.2. Equipo de trabajo***

#### **Ilustración 2.**

*Organigrama propuesto en DEOSTUDIO*



*Nota: El gráfico representa el esquema organizacional de la productora DEOSTUDIO, en el que se puede ver la estructura base para realizar una producción de bodas tradicional. Tomado de (Zettl, 2010)*

### **Funciones del equipo en DEOSTUDIO**

### ***Director ejecutivo / Fotógrafo Principal***

- Se encarga de realizar todos los acuerdos comerciales con clientes, determina el concepto que requiere el cliente, y realiza los procesos contractuales con el cliente y colaboradores internos, se encarga de la administración de la productora.
- En el día de boda es el fotógrafo principal encargado de estar tras los novios y su corte de honor para captar todos los momentos clave.
- En la fase de preproducción se encarga de desglosar el guion técnico para determinar todos los detalles de la producción.
- En la fase de postproducción trabaja de la mano con el postproductor para realizar ajustes en los montajes de planos, edición, colorización, incorporación de efectos y musicalización.

### **Enfoques clave del Fotógrafo Principal:**

- **Coordinación:** Debe tener planificado con anterioridad todo el guion de una boda, preboda o postboda y un plan de mitigación de riesgos para evitar contratiempos.
- **Velocidad:** Debe tener la habilidad de desplazarse libremente y capturar tomas y fotos de manera creativa que cuenten una historia con los planos suficientes para generar el dinamismo que se quiere transmitir en el montaje en la etapa de postproducción.

### ***Operador de Iluminación / Fotógrafo Auxiliar***

- Se encarga de la iluminación, manejo de softbox, rebotadores, al momento que la iluminación natural es suficiente puede asumir funciones de fotógrafo auxiliar para realizar tomas con los familiares e invitados de los novios si la boda es demasiado amplia para cubrirla con un solo fotógrafo.

### ***Productor /operador de cámara***

- Se encarga de poseer una perspectiva artística y una visión única, para expresar la historia del guionista y la visión del director de acuerdo a la planificación del protocolo del evento y de los planos, ángulos y movimientos de cámara determinados en el guion técnico. En la fase de producción es el encargado de operar los equipos de cámara y estar junto al fotógrafo principal, además es el encargado de guiar al operador de iluminación y sonido.

### ***Operador de video, iluminación y sonido***

- Se encarga de ser el apoyo en cuando a equipos de iluminación y sonido, opera todas las luces continuas, los micrófonos y consola de audio de ser el caso, además es el encargado de operar la segunda cámara con un lente menos angular para captar planos más cerrados con mayor detalle y menor distancia focal.

### **Postproductor Audiovisual**

- Se encarga de montar todo el contenido audiovisual, considerando una narrativa que se adapte a lo planificado en la etapa de preproducción considerando muestras para armar el video con un story telling, editar y reencuadrar escenas, realizar ajustes de color, sonorizar y musicalizar el corto considerando las necesidades del cliente plasmadas en el brief y el concepto del director / fotógrafo principal.

### **2.1.2. Producción**

Empieza en el momento en que se abren las puertas del estudio para grabar una sesión, es decir la producción consiste en llevar a cabo la idea inicial de inicio a fin considerando toda la planificación realizada en la preproducción, coordinando la participación eficiente de todo el equipo técnico para terminar esta etapa que es una de las más costosas a tiempo, en el caso de una boda, la producción empieza una vez que se dispone a los equipos de trabajo a realizar tomas de detalles y locaciones del evento, o a

su vez cuando empezamos a rodar escenas según un guion preestablecido de escenas dramatizadas por el novio y la novia según el concepto de preboda o postboda que haya seleccionado el cliente.

### ***Etapas de producción en bodas***

- Grabación de video y fotografía
- Iluminación
- Grabación de audio
- Control del plan de rodaje

#### ***2.1.2.1. Grabación de video***

Para la grabación de video es importante contar con un check list que permita tener un control previo de todo el equipo que necesita la producción, como son cámaras, drone, lentes, kit de fotografía, iluminación, difusores, trípodes, gimbal, micrófonos, baterías, cargadores y memorias.

Una vez realizado el check list de equipos es importante configurar los equipos de acuerdo a las necesidades previamente identificadas.

#### ***2.1.2.2. Iluminación***

En el proceso de preproducción se debe tener en cuenta toda la planificación de la boda considerando horas y locaciones ya que la luz que se dispone en una producción varía entre luz artificial relativamente baja como se podría tener en una iglesia a pasar en cuestión de segundos a una iluminación natural dura con un sol cenital a medio día.

Es importante considerar que al jugar con los parámetros de la cámara ayudarían a captar imágenes con poca luz no obstante se corre el riesgo de que la imagen tenga ruido, por lo que es relativamente importante que la escena que se quiere captar este correctamente iluminada con iluminación led profesional CRI96, CRI97, e incluso

CRI98 que transmitan la fidelidad de colores, es importante contar con varias fuentes de luz, pues son la materia prima con la cual se logrará obtener un vídeo de boda de calidad.

Los parámetros que se puede configurar a la cámara en un escenario de poca luz, podría ser diafragma abierto considerando que la profundidad de campo se acorta y puede generar cierto desenfoque en el sujeto, subir el ISO asegurándose que no genere ruido y ajustar el obturador a la velocidad más lenta (1/25). Esto sería aplicar un aumento de Ganancia (Gain) sobre la imagen.

En los casos de las escenas con mucha luz se puede usar filtros ND, los mismos que se pueden adaptar fácilmente al lente para reducir la luz solar y la sobreexposición ajustándolos con diferentes pasos de luz.

#### ***2.1.2.3. Grabación de audio***

En el desarrollo de la producción audiovisual del presente proyecto no se realizará la grabación de voces en set, pero si se realizará la grabación de Foley en estudio para ser montado en el video en el proceso de postproducción además se incorporará una voz en off para aportar y enriquecer con la narrativa audio visual.

#### ***2.1.2.4. Control del plan de rodaje***

En pre bodas o post bodas es muy importante tener un control total del plan de rodaje para optimizar recursos.

En bodas el plan de rodaje tiene que estar alineado a la planificación de la boda, para tener un conocimiento general de todos los momentos de cada una de las 3 etapas que la componen.

### **2.1.3. Postproducción**

En esta etapa se monta y edita todo el material audiovisual, considerando lo que se quiere transmitir en el guion de acuerdo a las necesidades del cliente y de la visión del



director, además se realizan ajustes de colorización, efectos especiales, musicalización, montaje y edición de foleys hasta llegar a la renderización final.

### **Etapas de postproducción en bodas**

- Aspect ratio
- Montaje
- Colorización y administración del color
- Mezcla, sonorización, musicalización.
- Rederización

#### **2.1.3.1.Aspect ratio**

- Es la proporcionalidad entre el alto y el ancho de un vídeo. Este punto es muy importante para determinar el tamaño del encuadre y guiar al ojo humano donde queremos que vea, am enudo el Aspect ratio se usa para jugar con la narrativa visual.
- La proporción 16:9 es el aspecto más utilizado en la actualidad, anteriormente en los televisores cuadrados convencionales la proporción era de 4:3 (35mm), mientras que en el cine el aspect ratio es de 2.35:1 o 21:9, también conocido como cinemascope, la solución de no perder información de un formato cine a un televisor tradicional fue la de combinar el 4:3 (cuatro tercios) y el 2.35:1, obteniendo en el ratio 16:9 la solución perfecta para reproducir contenido en los dos tamaños.
- El ratio de aspecto que se utilizará en el cortometraje será (2.35:1). En formatos 35mm, en 2k para no perder calidad y poder realizar un reencuadre en la postproducción.

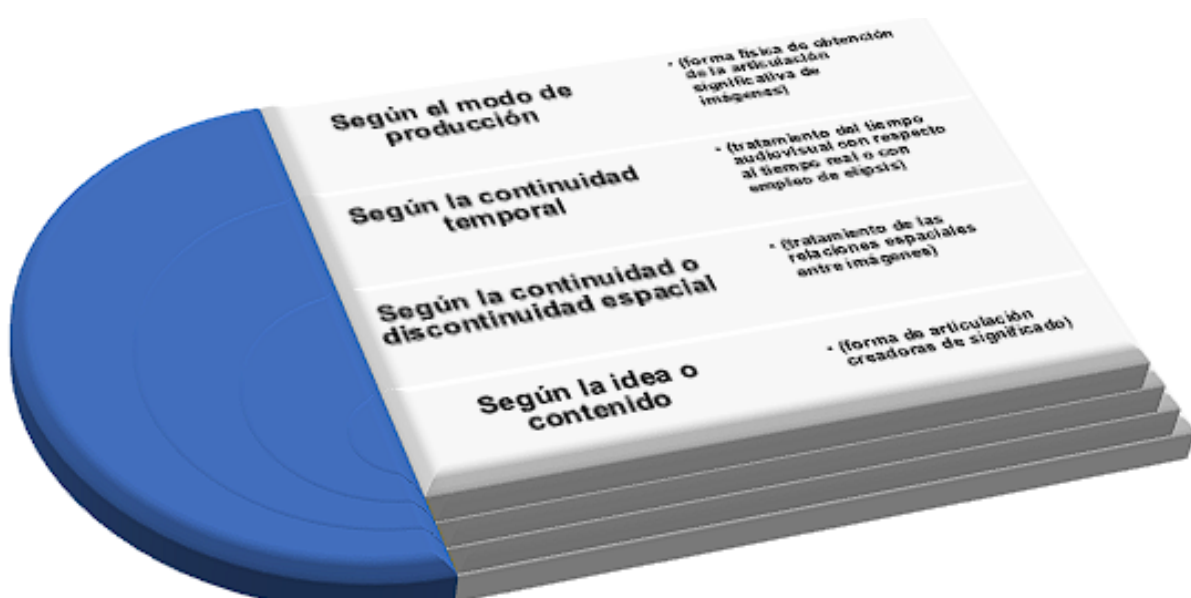
### 2.1.3.2.Montaje

“El dominio de las técnicas del montaje o la combinación expresiva del espacio y la idea es uno de los valores esenciales que caracterizan a un director o realizador. La idea de montaje está presente en todo el proceso de creación de la obra audiovisual, desde el guion literario, pasando por el registro, hasta la edición definitiva o montaje propiamente dicho”(José, 1995).

#### *Clasificación del montaje*

**Figura 11.**

*Gráfica Clasificación del Montaje*



*Nota: El montaje en la producción audiovisual es clave para que la narrativa sea exacta a la idea del director, por eso DEOSTUDIO manejará los siguientes tipos para el cortometraje cinematográfico. Tomado de (José, 1995)*

Para el proceso de montaje que aporte a la narrativa visual del cortometraje se considerarán los siguientes tipos:

#### **Según el modo de producción**

### **Montaje interno**

Son montajes sin movimiento de cámara y con movimiento de cámara o simplemente de óptica sin necesidad de recurrir a la edición.

- **Montaje Internos enfoque retórico:** es decir pasar en una misma escena de un motivo en foco con un segundo motivo desenfocado y posteriormente a desenfocar el primer motivo y pasar al segundo motivo en foco.
- **Montaje interno por acción o movimiento del personaje en campo:** aquí se compondrá la toma con el movimiento del personaje para ir mostrando diferentes cuadros, y con la utilería que tome el personaje y con la dirección de la mirada. (José, 1995)

### **Montaje externo**

Es decir, la edición física de varias partes.

- **Montaje externo en célula de postproducción:** este tipo de montaje se la utilizará ya que las tomas serán archivos digitales almacenados en un disco duro para procesaras posteriormente realizando una transformación digital. Además, se realizará una supresión de tiempos muertos y de todo aquello que no sea necesario para entender la narrativa. (José, 1995)

### **Según la discontinuidad o modo no lineal**

- **Modo elipsis evidente:** Este tipo de montaje será el más utilizado dentro en la producción audiovisual ya que suprimirá tiempos de la acción es decir se utilizará una (elipsis evidente) para que el espectador tenga conciencia del tiempo suprimido. (José, 1995)

Por ejemplo, hay una escena del actor principal poniendo sus zapatos para correr seguida de una escena del mismo actor trotando en la calle.

- **Montaje de elipsis con transición suavizada:** Se utilizará este tipo de transiciones para dar la sensación del paso de los días; en el cual se utilizará fundido negro o un desenfoco al final de una vista y comienzo de desenfoco a foco en la siguiente.
- **Montaje de una acción yuxtapuesta intercalada:** este tipo de montaje se utilizará en la preparación de los dos personajes principales con tomas similares intercaladas de su día a día para ir descubriendo quienes son estos personajes al espectador generando conexión y empatía. (José, 1995)
- **Montaje de acción paralela:** este tipo de montaje se utilizará para demostrar el paralelismo de acciones que realizan los dos personajes en su día a día sin que se crucen hasta la escena final.
- **Montaje narrativo:** este será utilizado para presentar la evolución temporal de los hechos de cómo es la vida de los personajes hasta el día de su primer encuentro. (José, 1995)

### 2.1.3.3. Colorización y Administración del color

La administración de color es importante tener identificado desde el momento de la producción en que cámara se está filmando y el espacio de color que está compuesto por dos elementos, el gamut y la curva tonal o gama, ya que esto es importante para los primeros pasos de ajuste de color, para pasar de una grabación en LOG con imagen lavada con mucha información a una visualización rica en colores, y pasar a realizar una colorización secundaria homogenizada, trabajando en orden con nodos y considerando los waveforms como nuestro tablero principal de indicadores de homologación de color, ajustes de luz sombras entre escenas obteniendo un producto secuencial y armónico. (Blackmagic, 2022), y ajustando en esta etapa la paleta de colores definida .

La paleta de colores a utilizar del proyecto de graduación está inspirada en la película The notebook en España y Latinoamérica “El Diario de una Pasión” película basada en la novela homónima de Nicholas Sparks, dirigida por Nick Cassavetes y protagonizada por Ryan Gosling y Rachel McAdams.

### Figura 12.

*Imagen de la escena “Beso en la playa”*



#8e463c	#ac7f63	#3f1e1b	#be9882	#8d8983	#e2ebea	#d1b197	#b7bbb6
#cbbfbb	#f6f7f6	#646c64	#616464	#d34b5d	#cad3d1	#d2cec1	#d7d2d4
#d9ddd3							

*Nota:* El Diario de una Pasión por Nick Cassavetes

### Figura 13.

*Imagen de la escena “Paseo en bote”*

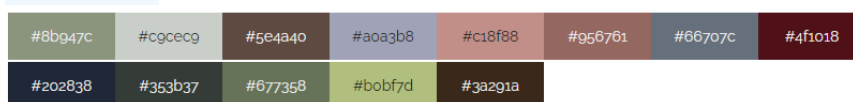
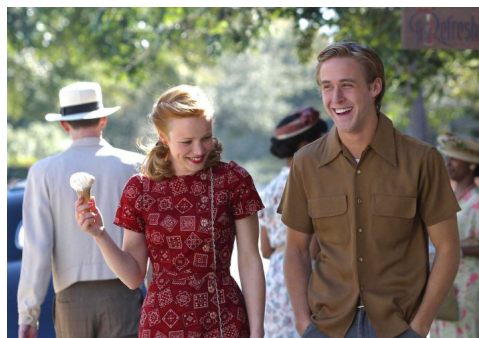


#a7a8d1	#d2d1da	#282124	#787375	#a9a5a4	#c9b39f	#8282ab	#4c3127
#a28278	#61422d	#4f464c	#515b65	#697bc7	#765a47		

*Nota:* El Diario de una Pasión por Nick Cassavetes

### Figura 14.

*Imagen de la escena “Caminata en la ciudad”*



*Nota:* El Diario de una Pasión por Nick Cassavetes

#### **2.1.3.4. Mezcla, sonorización, musicalización:**

“Con la incorporación del sonido a la imagen, el cine experimentó un gran salto expresivo. El sonoro complementa, integra y potencia la imagen visual y contribuye al realismo. Además, en el nivel narrativo, posibilita un importante ahorro de planos y rodeos visuales que la imagen muda tendría que utilizar para comunicar conceptos y situaciones, así se consigue una simplificación en la expresividad”. (José, 1995)

En la mezcla de sonido se debe considerar que la producción audiovisual posea espacialidad es decir que cada uno de los tracks de sonido permitan generar al espectador una idea de lo que sucede en diferentes lugares. Trabajando con ganancia de audio adecuada y paneos exactos.

La musicalización que tendrá la producción audiovisual será romántica la cual marcará el ritmo del montaje, fortaleciendo la conexión con el espectador despertando sentimientos y emociones en segundos.

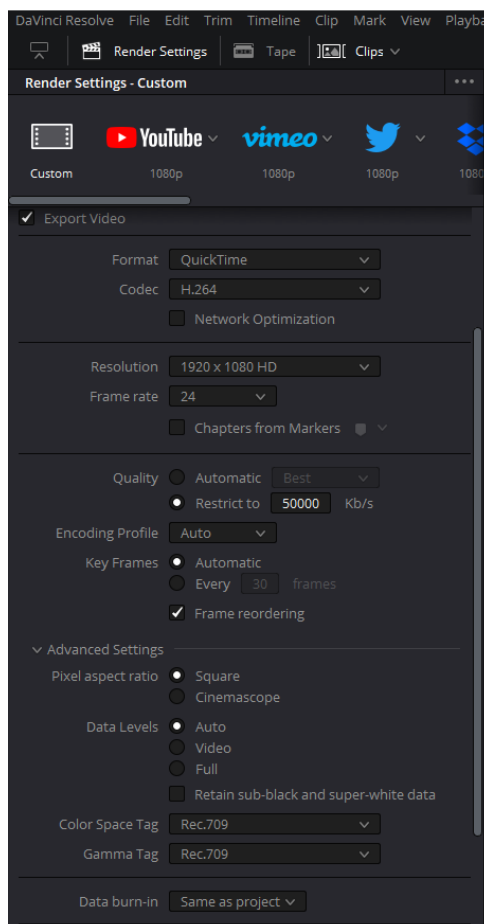
Además, se incorporará sonidos de ambiente, foleys, diálogos sincronizados con imagen.

### 2.1.3.5. Renderización

Cuando se ha terminado toda la edición del material multimedia se debe realizar la entrega de nuestro material, para eso debemos considerar en donde va a ver el video el cliente, y procedemos a configurar las características de la renderización.

**Figura 15.**

*Pasos para renderizar en Davinci*



*Nota:* Se elige el formato Quicktime y el codec H264

- **QuickTime:** es un formato desarrollado por Apple. Que permite reproducir video, en algunos formatos tales como: MPEG-1, MPEG-2, MPEG-4, 3GP, 3GPP2, H.261, H.263, H.264, Quartz Composer Composition, MOV, QT,

RGB, AVI, DV video, Apple Video, Cinepak, Component Video, Graphics y Planar. Además permite reproducir su contenido en varios dispositivos, tales como teléfonos inteligentes, iPhone, iPod, tablets, etc. Además, y los sistemas operativos en los que puede participar son OS, Android, Linux e incluso Windows.

- **Codec:** son los algoritmos que provocan una compresión en los vídeos con mayor o menor pérdida de calidad para evitar que estos pesen más de la cuenta. El codec comprime el vídeo cuando este se crea y se guarda por primera vez y el reproductor con el que se ve, lo descomprime a tiempo real para poder usarlo. (Richardson, 2004)

Para el caso de la producción audiovisual que vamos a entregar se configurará en Codec H.264, ya que este Codec es el más eficiente de todos al momento que vamos a exportar, ya que es un archivo más pequeño que funciona en reproductores web, YouTube.

Es importante señalar que al momento que se necesita editar el material la mejor opción sería Apple Prores para crear un PROXY ya que este nos permite comprimir sin necesidad de perder información y la edición y colorización es fácil de realizar sin tener un PC de alta gama.

#### **2.1.4. Distribución**

Para realizar un lanzamiento de un contenido audiovisual se tiene que tener muy bien marcado la estrategia de distribución es de vital importancia. En el mundo digital, los «buscadores» (o Search Engines) son escaparates absolutamente necesarios para dar «visibilidad» a un negocio. Google, es el buscador líder indiscutible. No tener una buena posición en los resultados de las búsquedas (o un buen ranking) equivale a perder oportunidades de venta o



comunicación con potenciales clientes. Si nuestro negocio no aparece en los resultados de búsqueda, literalmente, no existimos. (Toro, 2017)

Actualmente, en general, más de un 65 % del «tráfico» que va a las páginas web proviene de buscadores. Los buscadores suelen atraer «tráfico cualificado», puesto que responden a una intención concreta que parte del usuario (por ejemplo, informarse, comprar, registrarse, etc.) m Posicionarse entre las primeras posiciones de los buscadores, garantiza CTR (Clickthrough Rate: porcentaje de clics sobre impresiones”) muy superiores, lo que implica «mayor número de visitas a nuestra web», y si está optimizada, mayor número de conversiones (o lo que es lo mismo, mayor consecución de objetivos). Además, posicionarse en las primeras posiciones brinda credibilidad y confianza a los usuarios sobre nuestra empresa. (Toro, 2017)

El SEO (Search Engine Optimization) abarca una serie de técnicas que ayudan a posicionar mejor una web en los resultados de búsqueda de los buscadores con el objetivo de recibir más tráfico (ante una búsqueda concreta realizada por el usuario). Si buscamos fotógrafos de boda en Ecuador en Google, es indiscutible que, para lograr ventas para nuestro negocio, debemos salir en el primer resultado de la búsqueda.

Estas son las preguntas clave que nos plantearemos en la presente investigación:

- ¿Cuáles son los objetivos de DEOSTUDIO?
- ¿Quién queremos que visite nuestra web?
- ¿Qué queremos que nuestro buyer persona realice en nuestra web?
- ¿Qué camino deben realizar para llegar hasta allí?

### 2.1.4.1. Palabras claves para pautaaje

Actualmente a través de herramientas como google trends, puede investigar que palabras clave la gente utiliza en sus búsquedas y su periodicidad, para obtener un embudo de conversión optimo se investigó palabras clave que pueden acompañar al video al momento de realizar el pautaaje en redes.

#### Figura 16.

*Análisis de tendencia del sustantivo Boda*



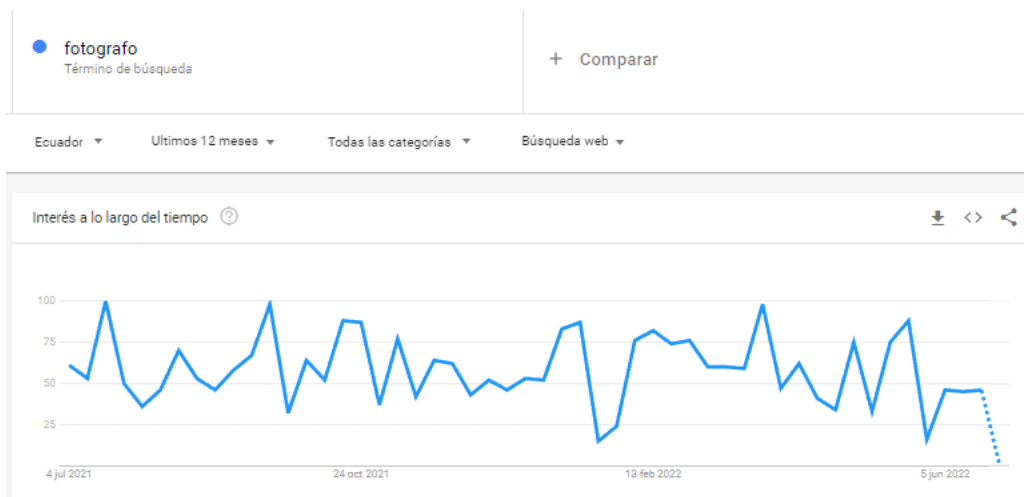
*Nota:* Google Trend

#### *Análisis de la gráfica*

Al analizar la palabra boda en nuestros datos relativos se puede apreciar que la popularidad del término se da en el mes de Septiembre, esto no implica que la gente no busque la palabra boda a lo largo del año sino que simplemente disminuye su popularidad en comparación a otros términos. A esto le llaman “popularidad relativa”

#### Figura 17.

*Gráfica Análisis de tendencia del sustantivo Fotógrafo*



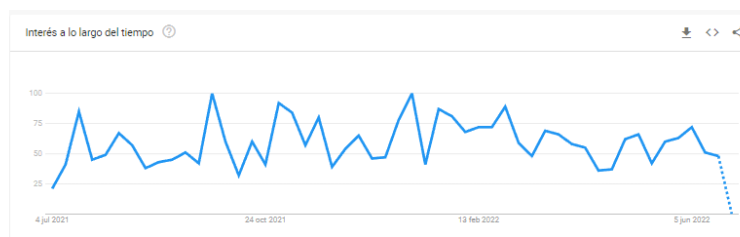
*Nota:* Google Trend

### ***Análisis de la gráfica***

Al analizar la palabra fotógrafo en nuestros datos relativos se puede apreciar que la popularidad del término se da en los meses de julio y septiembre, teniendo relación con los meses de mayor popularidad de la palabra boda.

### **Figura 18.**

*Análisis de tendencia del adjetivo inolvidable*



*Nota:* Google Trend

### ***Análisis de la gráfica***

Al analizar la palabra inolvidable en nuestros datos relativos se puede apreciar que la popularidad del término se da en septiembre, teniendo relación con los meses de mayor popularidad de las anteriores palabra boda, por lo que al momento de realizar el posteo

del comercial se utilizará esta palabra para que en la búsqueda se muestre el video dentro de las primeras opciones que obtiene el cliente.

#### ***2.1.4.2.Estrategia SEO***

Una vez identificadas los keywords en los que vamos a centrar nuestra estrategia SEO, a continuación, se redacta brevemente que técnica se podría aplicar en nuestra web para ganar posicionamiento en los buscadores:

- Se debe Incorporarlas en el código «HTML»
- En la etiqueta title de cada página.
- En la etiqueta “description” de cada página.
- Incorporarlas en la redacción de los textos de las páginas
- Incorporarlas en los anchor text (Toro, 2017)

Una vez parametrizada bajo una estrategia SEO la página se determina las redes por las cuales haremos llegar el contenido audiovisual a nuestros “Buyer” persona y una vez que tengamos su atención, aprovechar el momento para lograr su retroalimentación acerca del contenido existente. El objetivo de todo ello es que el contenido se amplíe por el “prosumidor”, y por tanto obtener mayor engament. (Scolari, 2013)

## **2.2. Marco Conceptual**

### **2.2.1. Conceptos preproducción**

- **Guion:** es el documento que indica a todo el staff de preproducción producción postproducción con ciertos detalles que indique el número de escenas, planos, movimientos de cámara, locaciones, diálogos, actuaciones, vestimenta entre otros, en el caso del proyecto en desarrollo en la carpeta de preproducción se ha desarrollado un guion técnico, un guion literario, además

para tener mayor detalle se ha realizado hojas de desglose de cada escena a producir.

- **Plan de rodaje:** es un esquema que hacemos para visualizar claramente los elementos más importantes del rodaje. Lo prepara habitualmente el ayudante de dirección junto con el director de producción o, en su defecto, con el jefe de producción, para la elaboración de la producción audio visual se ha realizado un plan de rodaje compuesto en dos días de 360 min el primer día y 390 min el segundo día.

### 2.2.2. Conceptos Producción

#### *Plano:*

Es considerado como la unidad básica del lenguaje audiovisual que su uso contribuye a la narrativa audiovisual para hacerla más rica para el público objetivo.

#### **Tabla 2.**

##### *Tipos de producción*

<b>Categorías</b>	<b>Tipos De Plano</b>	<b>Nomenclatura</b>
Planos Generales	Gran Plano General (Da más importancia al paisaje más que al ser humano)	GPG
	Plano general (Da más importancia al ser humano, pero ya se lo ve más cerca)	PG
	Plano entero (Permite ver al personaje de cuerpo completo)	PE
Planos Intermedios	Plano americano (Corta al personaje por las rodillas)	PA
	Plano medio (Corta al personaje por la cintura, es el más utilizado)	PM
	Plano medio corto (Corta al personaje por el pecho)	PMC
Planos cortos Cerrados	primer plano (Corta al personaje por los hombros, permite ver las emociones del rostro)	PP
	primerísimo plano (va desde la frente hasta el mentón)	PPP
	Plano detalle (un utensilio que aporta a la narrativa del personaje)	PD

*Nota:* Elaboración propia.

Los planos a utilizar en la producción audiovisual se detallan en el Guion Técnico en la carpeta de Preproducción.

## Ángulos

Para que la narrativa vaya proyectando diferentes sentimientos en el espectador existen varios.

### Figura 19.

#### Tipos de ángulos



Nota: (Valdez, 2015)

### Movimiento de cámara físicos

Son los movimientos de cámara que se realiza de adelante, hacia atrás, de arriba abajo, de forma lateral, oblicua, utilizando un tripode, gimbal, dolly o a mano. (Valdez, 2015)

Los siguientes movimientos de cámara son los que se usará en cortometraje:

### Movimientos sin desplazamiento

- **Cámara fija:** es simplemente mantener el encuadre de la cámara en un plano sobre un tripode y controlar que el ambiente y personajes actúen según la narrativa que se quiere conseguir.

- **Pan, paneo, panorámica:** es el movimiento de la cámara desde un punto fijo o trípode, este permite descubrir un espacio o seguir al personaje mientras realiza una acción
- Si al paneo se lo hace de forma más rápida se lo considera un barrido, y este se usa habitualmente para realizar comparativos o para realizar una transición física de dos lugares diferentes que está el personaje. (Valdez, 2015)
- **Tilt:** son movimientos usados para revelar algo y este movimiento puede ser de abajo hacia arriba o de arriba hacia abajo, también se lo conoce como panorámica vertical.

#### *Movimientos con desplazamiento*

- **Travelling:** es el movimiento de la cámara con el uso de dron, gimbal o estabilizadores de cámara o steadicam.
- **Travelling in:** es el desplazamiento de la cámara hacia el personaje es para captar más su expresión.
- **Travelling out:** es el desplazamiento de la cámara al opuesto del personaje lo que permite abrir la toma y revelar lo que ve el espectador cambiando a un plano más abierto.
- **Travelling de seguimiento:** es seguir al personaje sin cambiar el tamaño del encuadre.

#### *Tipos de objetivos:*

- Los objetivos angulares de 25mm o 18mm son usados para realizar planos gran general o generales para que el espectador visualice todo lo que sucede

alrededor del personaje y es usado para hacer que un espacio o ambiente parezca más grande de lo que es en verdad.

- Los objetivos 50mm y un sensor de 35mm, tienen un punto de vista más parecido al de la visión humana, que te permite conectarte.
- Los teleobjetivos son los que tienen una distancia focal de más de 70mm. Son objetivos usados para aislar a una persona del fondo, debido a su reducida profundidad de campo, son usados para retrato. (Valdez, 2015)

### 2.2.3. Conceptos de Postproducción

#### *Edición no lineal (NLE)*

“Permite acceder de manera instantánea y al azar a tomas y secuencias, y reacomodarlas fácilmente. La información de audio y video se almacena en forma digital o en discos duros de computadora, o bien, en discos ópticos de lectura/escritura” (Zettl, 2010).

#### *Calidad 2K*

- Esta que se utiliza normalmente en la industria cinematográfica, ya que bajo el paraguas 2K se incluyen CinemaScope (relación de aspecto 2.39:1), la cual se utilizará en el cortometraje.

#### *Bitrate*

- Es la cantidad de información que se reproduce por segundo, es decir si el video tiene mayor información (**Kbit/s** o **Mbps**), mejor será la **calidad del vídeo**.
- Cuando tenemos un video grabado en un formato de mucha calidad y con una resolución muy alta y se ve distorsionado quiere decir que al momento de la renderización se lo hizo modificando el bitrate



- Para el caso de la parametrización de un video de boda se consideran un estándar de 50.000 kb/s

### **Conceptos de distribución**

El SEO (Search Engine Optimization):

Abarca una serie de técnicas que ayudan a posicionar mejor una web en los resultados de búsqueda de los buscadores con el objetivo de recibir más tráfico (ante una búsqueda concreta realizada por el usuario). (Toro, 2017)

### **Indicadores útiles a medir en la etapa de distribución**

#### ***Ratio de conversión***

Cuántas personas acaban realizando la acción que les pedíamos. Útil para landing pages, pero difícil de medir cuando el proceso termina en una tienda física o por teléfono.

#### ***Ratio de engagement***

Cuántas personas interactúan con los contenidos que publicamos. Muy útil principalmente en redes sociales.

#### ***Tasa de clics***

Cuántas personas han hecho clic en el enlace de una campaña. Muy útil para email marketing pero también para publicidad y redes sociales. Lo cierto es que cada canal tiene sus propias métricas y es posible extraer información para mejorar las tácticas.

#### ***Tráfico web***

Número de visitas, páginas vistas por sesión, duración de la visita, ruta de navegación...

#### ***Blog***

Suscriptores (por RSS o correo), visitas, comentarios, compartidos

#### ***Redes sociales***

Seguidores, recomendaciones, comentarios, compartidos.

### **3. Conclusiones y recomendaciones**

Para elaborar un producto audiovisual de bodas se debe tener un conocimiento claro de lo que busca el cliente, asesorándolo con tipos de montajes, planos, ángulos, movimientos de cámara que le den una visión que vaya más allá de sus necesidades, obteniendo un producto cinematográfico de calidad.

Es importante conocer las tres etapas que tiene una boda tradicional, tener una previa de scouting y una conversación con la planificadora del evento para que la etapa de preproducción sea correcta, y no tener imprevistos en producción.

En cuanto a la etapa de postproducción, es importante tener armonía en el montaje que los planos y ángulos captados por la cámara tengan un montaje que fortalezca la narrativa que busca la pareja. La colorización, musicalización, sonido y efectos de sonido son clave para obtener un producto de calidad audiovisual.

Por lo que la producción tendría tres fases, la primera etapa, es el espacio para preparar todo y organizar al equipo, hacer tomas de detalles, de la novia, novio y su corte arreglándose, la segunda etapa o matrimonio religioso tiene la peculiaridad de seguir en la mayoría de los casos un protocolo que hay que estar preparados y situados en el momento según la planificación estudiada y acordada con el equipo, y la tercera etapa es la recepción y fiesta en la que cada detalle cuenta para contar bien una historia.

Al dar a conocer a DEOSTUDIO como una productora de bodas, por medio del presente cortometraje que pretende lograr cambiar la percepción de un estudio fotográfico a una productora audiovisual, al engancharlos en una segunda parte del cortometraje, haciéndolos parte de una historia de amor.

## Capítulo III

### Anexos

#### 3.1. Carpeta de Producción

##### 3.1.1. Guion técnico y guion literario

Esc	Acción	Número de plano	Plano	Angulación	Movimiento	Sonido
1	a. Mía despertándose en su cuarto	1.a	De Americano a medio	Cenital a Picado	Tilt down, travelling in	Foley: Pájaros trinando e inicia una canción romántica fresca y juvenil.
	b. Abre su armario y toma su chaqueta para ir a su primer día de su ultimo año de carrera.	1.b	Medio Plano	Contrapicado	Cámara fija	Ropa, armador, closet
2	Mía acercándose a despedirse de su madre y su hermana menor.	2.a	General	Normal	Travelling in a travelling out	Foley: Cocina, pasos y cuadernos
3	Leo despertándose en su cuarto.	3.a	De Americano a medio	Cenital a Picado	Tilt down, travelling in	Foley: Pájaros trinando, tela
4	Leo se coloca sus zapatos deportivos.	4.a	Detalle	Normal	Cámara fija	Foley: Cordones, pasos
5	Leo trota cerca de su casa.	5.a	General	Normal	Cámara fija	Foley: Ciudad, pasos
6	Mía y Leo llegando a la Universidad.	6.a	Gran General	Cenital	Travelling in	Foley música ambiente
7	Mía saludando con sus amigas y mira a su alrededor, muerde una manzana y sonríe con alegría y nostalgia..	7.a	De Detalle, General	Dorsal, normal	Till up Cámara fija	Foley: pasos, manzana, ambiente
		7.b	Medio Plano	Contrapicado	Paneo	
8	Leo saluda con sus amigos e ingresa a la Universidad.	8.a	Detalle, General	Dorsal Normal, Dorsal, Normal a Contrapicado	Travelling in, rackfocus, Tilt up y travelling in, paralaje	Foley: pasos
9	Mía caminando por el corredor con su cámara de sur a norte y Leo camina llevando unos trípodes en el piso de debajo de norte a sur.	9.a	General	Normal	Cámara fija	Foley ambiente universidad, trípode y clic de cámara.
10	Mía sube las gradas eléctricas leyendo su novela y le lleva una notificación de la universidad	10.a	Plano medio	Picado,	Dolly in	Foley gradas eléctricas
	Leo baja las gradas eléctricas leyendo un mensaje de su novela y le llega un mensaje de texto.	10.b	Plano Americano	Contrapicado	Dolly in	Foley gradas eléctricas
	Les llega una notificación de un programa de graduación de la Universidad, en la cual los dos leen el mensaje con felicidad.	10.c	General	Normal	Cámara Fija	Foley mensajes de texto
11	Mía camina en el hole del auditorio acercándose a la puerta de salida.	11.a	General	Normal	Paneo	Foley ambiente, pasos
12	Leo leyendo su novela concentrado caminando por el jardín, aproximándose al auditorio.	12.a	Plano medio	Normal	Paneo	N/A
13	Mía y Leo chocan en su primer encuentro botando sus novelas al piso, nerviosos y a la vez maravillados del encuentro y toman su libro pero sin querer se toman de la mano.	8,4	General Detalle	Normal Contrapicado	Paneo Till Down	Foley: choque y caída de libros

ESC 1. INT. CUARTO. DÍA

MÍA se despierta en pijama en su novela y celular en su velador, lleno de luz, se despereza sutilmente arreglándose para salir a su primer día

ESC 2. INT. CUARTO. DÍA

Mía acercándose a despedirse de su madre y su hermana menor.

ESC 3. INT. CUARTO. DÍA

Leo se despierta en su cuarto con su novela en su almohada, y revisa su celular.

ESC 4. INT. CUARTO. DÍA

Leo se coloca su ropa para salir a trotar, se inca a colocarse sus zapatos, se amarra los cordones.

ESC 5. EXT. CALLE. DÍA

Leo sale a trotar cerca de su casa.

ESC 6. EXT. UNIVERSIDAD. DÍA

Se ve una toma cenital de la llegada a la universidad de Mía y Leo.

ESC 7. EXT. UNIVERSIDAD. DÍA

Mía ingresa a la universidad por la entrada de su derecha, con sus libros y una manzana en su mano. Mira con ilusión y nostalgia a su alrededor y le da un mordisco a su fruta y saluda con sus amigas, se detiene en el patio principal y mira con nostalgia la universidad, recordando las palabras de su hermano.

ESC 8. EXT. UNIVERSIDAD. DÍA

Leo camina ingresa a la universidad por la entrada de la izquierda, sube las gradas saluda con sus amigo, conversa un momento y continúan caminando.

ESC 9. EXT. UNIVERSIDAD. TARDE

Timelap de la universidad en un plano más cerrado campando el paso del tiempos.

ESC 10. INT. UNIVERSIDAD. DIA

Mia caminando de sur a norte en el pasillo oriental con su cámara de fotos, Leo caminando de norte a sur pasillo occidental del pasillo llevando unos trípodes.

ESC 11. EXT. UNIVERSIDAD. TARDE

Timelap de la universidad en un plano más cerrado campando el paso del tiempos.

ESC 12. INT. UNIVERSIDAD. TARDE

Mia sube las gradas eléctricas leyendo su novela y con su celular en mano, Leo baja las gradas eléctricas con su novela en la mano mientras que mira se resalta una frase que dice "El amor aparece en los lugares menos esperados" y por debajo de la novela su celular, a ambos les llega una notificación del gran evento de graduación, en la cual los dos leen el mensaje con felicidad.

ESC 13. EXT. UNIVERSIDAD. DIA

Timelaps de estudiantes ingresando a la universidad, de varios ángulos y planos.

ESC 14. INT. UNIVERSIDAD. TARDE

Mia camina en el hole de entrada aproximándose a la puerta

del auditorio con su novela favorita llamada Una historia de amor, y se ve al fondo a Leo caminando leyendo su novela.

ESC 15. INT. UNIVERSIDAD. TARDE

Leonado lee fijamente su novela mientras que camina en el jardín dirigiéndose al auditorio.

ESC 16. INT. UNIVERSIDAD. TARDE

Leo choca con Mia y caen sus libros, las dos novelas caen al piso, la una a la vista y la otra se cubre por unas hojas, los dos se agachan a recoger sus novelas y hojas.

Leo mira a Mia y cae rendido ante su \*belleza y ternura\*, ella lo mira \*sonrojada\* y a la vez consternada por el accidente.

Leo trata de coger su libro al mismo tiempo que Mia, se tocan las manos y después de quedar sus manos juntas por un momento y las miradas cruzadas aparece la palabra Continuará.

## 3.1.2. Hojas de desglose

<b>HOJA DE DESGLOSE</b>			
<b>Escena #</b>	1	<b>Fecha:</b>	19/8/2022
<b>Página de Guion:</b>	1/3	<b>Página de desglose #:</b>	1/16
<b>Conteo de páginas:</b>	1	<b>Int/ Ext:</b>	Int
<b>Descripción de la escena:</b>	Mía despertándose en su cuarto ya arreglándose para salir a su primer día de su último año de carrera.	<b>Día/noche:</b>	Día
<b>Set:</b>	Cama	<b>Día de Guion:</b>	
<b>Locación:</b>	Habitación		
<b>Secuencia:</b>	1/16		
<b>Elenco</b>	<b>Figurantes</b>	<b>Extras</b>	
		<b>Utilería</b>	<b>Ambientación</b>
Mía	Celular, novela	Cuarto de mía	
<b>Vestuario</b>	<b>Maquillaje</b>	<b>Fotografía Cámara y Grip</b>	
Pijama, y blusa y vestido	Simple y natural	Luces arri 3000	
<b>Sonido</b>	<b>Vehículos y Animales</b>	<b>Efectos Especiales</b>	
Pajaritos		Nombre de Mía	
<b>Misceláneos</b>	<b>Notas</b>		
	Considerar que para esta escena se debe considerar un gimbal con extensión para realizar el movimiento de cámara que se necesita.		

# HOJA DE DESGLOSE

<b>Escena #</b>	2	<b>Fecha:</b>	19/8/2022
<b>Página de Guión:</b>	1/3	<b>Página de desglose #:</b>	2/16
<b>Conteo de páginas:</b>	1	<b>Int/ Ext:</b>	Int
<b>Descripción de la escena:</b>	Mía acercándose a despedirse de su madre y su hermana menor.	<b>Día/noche:</b>	Día
<b>Set:</b>	Cama	<b>Día de Guión:</b>	
<b>Locación:</b>	Habitación		
<b>Secuencia:</b>	2/16		

Elenco	Figurantes	Extras
	Mamá de Mía y Hermana pequeña	
	<b>Utilería</b>	<b>Ambientación</b>
Mía	Frutas, libros y novela	Cocina
<b>Vestuario</b>	<b>Maquillaje</b>	<b>Fotografía Cámara y Grip</b>
Blusa azul y vestido	Maquillaje de día	Luces arri 3000
<b>Sonido</b>	<b>Vehículos y Animales</b>	<b>Efectos Especiales</b>
<b>Misceláneos</b>	<b>Notas</b>	



# HOJA DE DESGLOSE

HOJA DE DESGLOSE			
<b>Escena #</b>	2	<b>Fecha:</b>	19/8/2022
<b>Página de Guion:</b>	1/3	<b>Página de desglose #:</b>	3/16
<b>Conteo de páginas:</b>	1	<b>Int/ Ext:</b>	Int
<b>Descripción de la escena:</b>	Leonardo despertándose en su cuarto	<b>Día/noche:</b>	Día
<b>Set:</b>	Cama	<b>Día de Guion:</b>	
<b>Locación:</b>	Habitación		
<b>Secuencia:</b>	3/16		
<b>Elenco</b>	<b>Figurantes</b>	<b>Extras</b>	
	-	-	
	<b>Utilería</b>	<b>Ambientación</b>	
Leo	celular y novela	cuarto	
<b>Vestuario</b>	<b>Maquillaje</b>	<b>Fotografía Cámara y Grip</b>	
Pijama	Aplicación de polvo para eliminar brillos	Luces arri 3000	
<b>Sonido</b>	<b>Vehículos y Animales</b>	<b>Efectos Especiales</b>	
Pajaritos			
<b>Misceláneos</b>	<b>Notas</b>		

# HOJA DE DESGLOSE

<b>Escena #</b>	4	<b>Fecha:</b>	19/8/2022
<b>Página de Guión:</b>	1/3	<b>Página de desglose #:</b>	4/16
<b>Conteo de páginas:</b>	1	<b>Int/ Ext:</b>	Int
<b>Descripción de la escena:</b>	Leo se coloca sus zapatos deportivos.	<b>Día/noche:</b>	Día
<b>Set:</b>	Cama	<b>Día de Guión:</b>	
<b>Locación:</b>	Habitación		
<b>Secuencia:</b>	4/16		
<b>Elenco</b>	<b>Figurantes</b>	<b>Extras</b>	
	<b>Utilería</b>	<b>Ambientación</b>	
Leo	Zapatos	Calle	
<b>Vestuario</b>	<b>Maquillaje</b>	<b>Fotografía Cámara y Grip</b>	
	polvo brillos del rostro	Luces arri 3000	
<b>Sonido</b>	<b>Vehículos y Animales</b>	<b>Efectos Especiales</b>	
Foley ciudad			
<b>Misceláneos</b>	<b>Notas</b>		

# HOJA DE DESGLOSE

<b>Escena #</b>	5	<b>Fecha:</b>	19/8/2022
<b>Página de Guion:</b>	1/3	<b>Página de desglose #:</b>	5/16
<b>Conteo de páginas:</b>	1	<b>Int/ Ext:</b>	Ext
<b>Descripción de la escena:</b>	Leo trota cerca de su casa.	<b>Día/noche:</b>	Día
<b>Set:</b>	Calle exterior de su casa	<b>Día de Guion:</b>	
<b>Locación:</b>	Calle		
<b>Secuencia:</b>	5/16		

<b>Elenco</b>	<b>Figurantes</b>	<b>Extras</b>
		Estudiantes ingresando a la Universidad
	<b>Utilería</b>	<b>Ambientación</b>
Mia		Ingreso Universidad exteriores
<b>Vestuario</b>	<b>Maquillaje</b>	<b>Fotografía Cámara y Grip</b>
Ropa deportiva	Maquillaje de día	
<b>Sonido</b>	<b>Vehículos y Animales</b>	<b>Efectos Especiales</b>
Ambiente, pajaros		Deslegar el nombre LEO cuando pasa corriend
<b>Misceláneos</b>	<b>Notas</b>	

# HOJA DE DESGLOSE

<b>Escena #</b>	6	<b>Fecha:</b>	19/8/2022
<b>Página de Guion:</b>	1/3	<b>Página de desglose #:</b>	6/16
<b>Conteo de páginas:</b>	1	<b>Int/ Ext:</b>	Ext
<b>Descripción de la escena:</b>	Mía y Leo Llegando a la Universidad.	<b>Día/noche:</b>	Día
<b>Set:</b>	Universidad	<b>Día de Guion:</b>	
<b>Locación:</b>	Patio de ingreso		
<b>Secuencia:</b>	6/16		

<b>Elenco</b>	<b>Figurantes</b>	<b>Extras</b>
	<b>Utilería</b>	<b>Ambientación</b>
Leo y Mía	Mochila y cuadernos y manzana	Patio de Ingreso UDLA PARK
<b>Vestuario</b>	<b>Maquillaje</b>	<b>Fotografía Cámara y Grip</b>
Camisa, jean caqueta, blusa y vestido	Leo: Polvo sin brillos Mía: Maquillaje de día	Drone
<b>Sonido</b>	<b>Vehículos y Animales</b>	<b>Efectos Especiales</b>
Gente conversando		
<b>Misceláneos</b>	<b>Notas</b>	

# HOJA DE DESGLOSE

HOJA DE DESGLOSE			
<b>Escena #</b>	7	<b>Fecha:</b>	19/8/2022
<b>Página de Guion:</b>	1/3	<b>Página de desglose #:</b>	7/16
<b>Conteo de páginas:</b>	1	<b>Int/ Ext:</b>	Ext
<b>Descripción de la escena:</b>	Mía saludando con sus amigas y mira a su alrededor y sonríe con alegría y nostalgia.	<b>Día/noche:</b>	Día
<b>Set:</b>	Universidad	<b>Día de Guion:</b>	
<b>Locación:</b>	Ingreso al campus		
<b>Secuencia:</b>	7/16		
<b>Elenco</b>	<b>Figurantes</b>	<b>Extras</b>	
Mía	Amigas de Mía	<b>Ambientación</b>	
	<b>Utilería</b>		
	Libros, cuadernos mochila, manzana	Pacios de ingreso a la Universidad	
<b>Vestuario</b>	<b>Maquillaje</b>	<b>Fotografía Cámara y Grip</b>	
Mía: vestido y blusa Amigas de Mía: Jean y blusa	Maquillaje de día	Tripode y Gimbal	
<b>Sonido</b>	<b>Vehículos y Animales</b>	<b>Efectos Especiales</b>	
gente conversando			
<b>Misceláneos</b>	<b>Notas</b>		

# HOJA DE DESGLOSE

<b>Escena #</b>	8	<b>Fecha:</b>	19/8/2022
<b>Página de Guion:</b>	2/3	<b>Página de desglose #:</b>	8/16
<b>Conteo de páginas:</b>	1	<b>Int/ Ext:</b>	Ext
<b>Descripción de la escena:</b>	Leo saluda con sus amigos e ingresa a la Universidad.	<b>Día/noche:</b>	Día
<b>Set:</b>	Universidad	<b>Día de Guion:</b>	
<b>Locación:</b>	Patios y gradas de ingreso a la Universidad		
<b>Secuencia:</b>	8/16		

<b>Elenco</b>	<b>Figurantes</b>	<b>Extras</b>
Leo	Amigos de Leo	
	<b>Utilería</b>	<b>Ambientación</b>
	Libros, mochila, cuadernos y cámara de fotos	
<b>Vestuario</b>	<b>Maquillaje</b>	<b>Fotografía Cámara y Grip</b>
jean y camisa jean y camiseta jean y buso	Polvo para eliminar brillos	Gimbal
<b>Sonido</b>	<b>Vehículos y Animales</b>	<b>Efectos Especiales</b>
Pasos y sonido ambiente y musicalización		
<b>Misceláneos</b>	<b>Notas</b>	

# HOJA DE DESGLOSE

<b>Escena #</b>	9	<b>Fecha:</b>	19/8/2022
<b>Página de Guión:</b>	2/3	<b>Página de desglose #:</b>	9/16
<b>Conteo de páginas:</b>	1	<b>Int/ Ext:</b>	Ext
<b>Descripción de la escena:</b>	Time laps universidad	<b>Día/noche:</b>	Día
<b>Set:</b>	Universidad	<b>Día de Guión:</b>	
<b>Locación:</b>	Exterior ingreso a la Udla		
<b>Secuencia:</b>	9/16		

<b>Elenco</b>	<b>Figurantes</b>	<b>Extras</b>
		Estudiantes y profesores
	<b>Utilería</b>	<b>Ambientación</b>
<b>Vestuario</b>	<b>Maquillaje</b>	<b>Fotografía Cámara y Grip</b>
Ropa informal		DJI Pocket
<b>Sonido</b>	<b>Vehículos y Animales</b>	<b>Efectos Especiales</b>
Foley de mensajes de notificación		Time laps
<b>Misceláneos</b>	<b>Notas</b>	

# HOJA DE DESGLOSE

<b>Escena #</b>	10	<b>Fecha:</b>	19/8/2022
<b>Página de Guion:</b>	2/3	<b>Página de desglose #:</b>	10/16
<b>Conteo de páginas:</b>	1	<b>Int/ Ext:</b>	Int
<b>Descripción de la escena:</b>	Mía caminando por el corredor con su cámara de sur a norte y Leo camina llevando unos trípodes en el piso de debajo de norte a sur.	<b>Día/noche:</b>	Día
<b>Set:</b>	Universidad	<b>Día de Guion:</b>	
<b>Locación:</b>	Solarium piso 4 y 5		
<b>Secuencia:</b>	10/16		

<b>Elenco</b>	<b>Figurantes</b>	<b>Extras</b>
	<b>Utilería</b>	<b>Ambientación</b>
Mía y Leo	Cámara de fotos y tripode	Pasillos intenos de Udla Park
<b>Vestuario</b>	<b>Maquillaje</b>	<b>Fotografía Cámara y Grip</b>
Mía: Blusa Blanca y jean Leo: Camisa Blanca y jean	Mía: Maquillaje de día Leo: Polvo para eliminar brillos	Tripode
<b>Sonido</b>	<b>Vehículos y Animales</b>	<b>Efectos Especiales</b>
		Se debe generar un montaje paralelo horizontal
<b>Misceláneos</b>	<b>Notas</b>	



# HOJA DE DESGLOSE

<b>Escena #</b>	11	<b>Fecha:</b>	19/8/2022
<b>Página de Guion:</b>	2/3	<b>Página de desglose #:</b>	11/16
<b>Conteo de páginas:</b>	1	<b>Int/ Ext:</b>	Int
<b>Descripción de la escena:</b>	Time laps universidad	<b>Día/noche:</b>	Día
<b>Set:</b>	Universidad	<b>Día de Guion:</b>	
<b>Locación:</b>	Gradas electricas		
<b>Secuencia:</b>	11/16		

<b>Elenco</b>	<b>Figurantes</b>	<b>Extras</b>
		Estudiantes y profesores
	<b>Utilería</b>	<b>Ambientación</b>
		Gradas electricas
<b>Vestuario</b>	<b>Maquillaje</b>	<b>Fotografía Cámara y Grip</b>
vestimenta semiformal		DJI Pocket
<b>Sonido</b>	<b>Vehículos y Animales</b>	<b>Efectos Especiales</b>
		Time laps
<b>Misceláneos</b>	<b>Notas</b>	

# HOJA DE DESGLOSE

<b>Escena #</b>	12	<b>Fecha:</b>	19/8/2022
<b>Página de Guión:</b>	2/3	<b>Página de desglose #:</b>	12/16
<b>Conteo de páginas:</b>	1	<b>Int/ Ext:</b>	Int
<b>Descripción de la escena:</b>	Mía sube las gradas eléctricas leyendo su novela y le lleva una notificación de la universidad, Leo baja las gradas eléctricas leyendo un mensaje de su novela y le llega un mensaje de texto.	<b>Día/noche:</b>	Día
<b>Set:</b>	Universidad	<b>Día de Guión:</b>	
<b>Locación:</b>	Gradas Electricas		
<b>Secuencia:</b>	12/16		
<b>Elenco</b>	<b>Figurantes</b>	<b>Extras</b>	
Mia y Leo	<b>Utilería</b>	<b>Ambientación</b>	
	Novela Romántica, celular	Gradas eléctricas	
<b>Vestuario</b>	<b>Maquillaje</b>	<b>Fotografía Cámara y Grip</b>	
Mía: Blusa gris y chaleco azul y jean Leo: Camisa jean y pantalón gris	Mía: Maquillaje de día Leo: Polvo para eliminar brillos	Gimbal	
<b>Sonido</b>	<b>Vehículos y Animales</b>	<b>Efectos Especiales</b>	
Notificación de Celular		Notificación de Mensaje	
<b>Misceláneos</b>	<b>Notas</b>		

# HOJA DE DESGLOSE

<b>Escena #</b>	13	<b>Fecha:</b>	19/8/2022
<b>Página de Guion:</b>	2/3	<b>Página de desglose #:</b>	13/16
<b>Conteo de páginas:</b>		<b>Int/ Ext:</b>	Int
<b>Descripción de la escena:</b>	Time laps universidad	<b>Día/noche:</b>	Día
<b>Set:</b>	Universidad	<b>Día de Guion:</b>	
<b>Locación:</b>	Fachada		
<b>Secuencia:</b>	13/16		

<b>Elenco</b>	<b>Figurantes</b>	<b>Extras</b>
		Estudiantes y profesores
	<b>Utilería</b>	<b>Ambientación</b>
		Fachada
<b>Vestuario</b>	<b>Maquillaje</b>	<b>Fotografía Cámara y Grip</b>
vestimenta semiformal		DJI Pocket
<b>Sonido</b>	<b>Vehículos y Animales</b>	<b>Efectos Especiales</b>
		Time laps
<b>Misceláneos</b>	<b>Notas</b>	

# HOJA DE DESGLOSE

<b>Escena #</b>	14	<b>Fecha:</b>	19/8/2022
<b>Página de Guion:</b>	2/3	<b>Página de desglose #:</b>	14/16
<b>Conteo de páginas:</b>		<b>Int/ Ext:</b>	Int
<b>Descripción de la escena:</b>	Mía camina en el hole del auditorio acercándose a la puerta de salida.	<b>Día/noche:</b>	Día
<b>Set:</b>	Universidad	<b>Día de Guion:</b>	
<b>Locación:</b>	Hole Auditorio		
<b>Secuencia:</b>	14/16		

<b>Elenco</b>	<b>Figurantes</b>	<b>Extras</b>
	<b>Utilería</b>	<b>Ambientación</b>
Mia y Leo	Novelas	Hole auditorio
<b>Vestuario</b>	<b>Maquillaje</b>	<b>Fotografía Cámara y Grip</b>
Mía: Vestido rojo Leo: Camisa Roja y jean	Mía: Maquillaje de evento social	Gimbal, Grabación en 50fps, luces arri 3000
<b>Sonido</b>	<b>Vehículos y Animales</b>	<b>Efectos Especiales</b>
Pasos		
<b>Misceláneos</b>	<b>Notas</b>	

# HOJA DE DESGLOSE

<b>Escena #</b>	15	<b>Fecha:</b>	19/8/2022
<b>Página de Guion:</b>	2/3	<b>Página de desglose #:</b>	15/16
<b>Conteo de páginas:</b>		<b>Int/ Ext:</b>	Int
<b>Descripción de la escena:</b>	Leo leyendo su novela concentrada caminado por el jardín, aproximándose al auditorio.	<b>Día/noche:</b>	Día
<b>Set:</b>	Universidad	<b>Día de Guion:</b>	
<b>Locación:</b>	Jardin de ingreso al hole de auditorio		
<b>Secuencia:</b>	15/16		

<b>Elenco</b>	<b>Figurantes</b>	<b>Extras</b>
	<b>Utilería</b>	<b>Ambientación</b>
Mia y Leo	Novelas y carpeta	Jardin
<b>Vestuario</b>	<b>Maquillaje</b>	<b>Fotografía Cámara y Grip</b>
Leo: Camisa Roja y jean	Leo: Polvo para eliminar brillos	Gimbal, Grabación en 50fps, Luces arri 3000
<b>Sonido</b>	<b>Vehículos y Animales</b>	<b>Efectos Especiales</b>
Pasos		
<b>Misceláneos</b>	<b>Notas</b>	

# HOJA DE DESGLOSE

<b>Escena #</b>	16	<b>Fecha:</b>	19/8/2022
<b>Página de Guion:</b>	2/3	<b>Página de desglose #:</b>	15/16
<b>Conteo de páginas:</b>		<b>Int/ Ext:</b>	Int
<b>Descripción de la escena:</b>	Mía y Leo chocan en su primer encuentro botando sus novelas y tomándose las manos.	<b>Día/noche:</b>	Día
<b>Set:</b>	Universidad	<b>Día de Guion:</b>	
<b>Locación:</b>	Puerta de Ingreso al Auditorio		
<b>Secuencia:</b>	16/16		

<b>Elenco</b>	<b>Figurantes</b>	<b>Extras</b>
	<b>Utilería</b>	<b>Ambientación</b>
Mia y Leo	Novelas y carpeta	Puerta de ingreso al auditorio
<b>Vestuario</b>	<b>Maquillaje</b>	<b>Fotografía Cámara y Grip</b>
Leo: Camisa Roja y jean Mía: Vestido Rojo	Leo: Polvo para eliminar brillos Mía: Maquillaje de evento social	Gimbal, Grabación en 50fps, Luces arri 3000
<b>Sonido</b>	<b>Vehículos y Animales</b>	<b>Efectos Especiales</b>
Pasos		
<b>Misceláneos</b>	<b>Notas</b>	

### 3.1.3. Plan de Rodaje

PLAN DE RODAJE								
#ESCENA	INT / EXT	Horario	LOCACIÓN	DESCRIPCIÓN ESCENA	DIA/ NOCHE	DURACIÓN	MIN	DÍA
ESC6	EXT	8:30 a 9:00	UNIVERSIDAD	Mía y Leo Llegando a la Universidad.	DÍA	1/8	30	1 RODAJE
ESC7	EXT	9:00 a 10:00	UNIVERSIDAD	Mía saludando con sus amigas y mira a su alrededor y sonríe con alegría y nostalgia..	DÍA	2/8	60	
ESC8	EXT	10:00 a 11:00	UNIVERSIDAD	Leo saluda con sus amigos e ingresa a la Universidad.	DÍA	2/8	60	
ESC10	INT	11:30 a 12:00	UNIVERSIDAD	Mía caminando por el corredor con su cámara de sur a norte y Leo camina llevando unos tripodes en el piso de debajo de norte a sur.	DÍA	1/8	30	
				ALMUERZO		3/8	90	
ESC12	INT	13:30 a 14:30	UNIVERSIDAD	Mía sube las gradas eléctricas leyendo su novela y le lleva una notificación de la universidad, Leo baja las gradas eléctricas leyendo un mensaje de su novela y le llega un mensaje de texto.	TARDE	2/8	60	
ESC14	INT	14:30 a 15:30	UNIVERSIDAD	Mía camina en el hole del auditorio acercándose a la puerta de salida.	TARDE	2/8	60	
ESC15	INT	15:30 a 16:30	UNIVERSIDAD	Leo leyendo su novela concentrado caminado por el jardín, aproximándose al auditorio.	TARDE	1/8	30	
ESC16	INT	16:30 a 18:00	UNIVERSIDAD	Mía y Leo chocan en su primer encuentro botando sus novelas al piso, nerviosos y a la vez maravillados del encuentro y toman su libro pero sin querer se toman de la mano.	TARDE	3/8	120	
<b>TOTAL</b>							<b>17/8</b>	
#ESCENA	INT / EXT	Horario	LOCACIÓN	DESCRIPCIÓN ESCENA	DIA/ NOCHE	DURACIÓN	MIN	DÍA
ESC1	INT	7:30 a 8:30	CUARTO	Mía despertándose en su cuarto ya arreglándose para salir a su primer día de su último año de carrera.	DÍA	2/8	60	2 DE RODAJE
ESC2	INT	8:30 a 9:30	CUARTO	Mía acercándose a despedirse de su madre y su hermana menor.	DÍA	2/8	60	
ESC3	INT	9:30 a 10:00	CUARTO	Leo despertándose en su cuarto.	DÍA	1/8	30	
ESC4	INT	10:00 a 10:30	CUARTO	Leo se coloca sus zapatos deportivos.	DÍA	1/8	30	
ESC5	INT	10:30 a 11:00	CUARTO	Leo trotta cerca de su casa.	DÍA	1/8	30	
<b>TOTAL</b>							<b>7/8</b>	<b>210</b>
#ESCENA	INT / EXT	Horario	LOCACIÓN	DESCRIPCIÓN ESCENA	DIA/ NOCHE	DURACIÓN	MIN	DÍA
ESC9	EXT	9:30 a 10:30	UNIVERSIDAD	Time laps universidad	DÍA	2/8	60	3 DE RODAJE
ESC11	EXT	10:30 a 11:30	UNIVERSIDAD	Time laps universidad	DÍA	2/8	60	
ESC13	EXT	11:30 a 12:30	UNIVERSIDAD	Time laps universidad	DÍA	2/9	60	
<b>TOTAL</b>							<b>6/8</b>	<b>180</b>

### 3.1.4. Presupuesto Resumido Cortometraje DEO STUDIO

Cuenta	ITEM	TOTALES
11-00	TOTAL GUION	\$13,20
12-00	TOTAL PRODUCTORES	\$500,00
13-00	TOTAL DIRECTOR	\$500,00
14-00	TOTAL OTROS GASTOS	\$20,00
<b>TOTAL ABOVE THE LINE</b>		<b>\$1.033,20</b>
15-00	TOTAL CAST Y CASTING	\$1.500,00
16-00	TOTAL EQUIPO DE PRODUCCION STAFF	\$1.200,00
17-00	TOTAL UNIDAD DE ARTE	\$542,80
18-00	EQUIPO DE GRIP Y LUCES	\$692,00
19-00	FOTOGRAFIA	\$1.520,00
20-00	SONIDO	\$0,00
21-00	TRANSPORTE	\$40,00
22-00	GASTOS EN LOCACION	\$120,00
23-00	PICTURE CARS Y ANIMALES	\$0,00
24-00	TRAVEL AND LIVING TODOS	\$20,00
<b>TOTAL PRODUCCION</b>		<b>\$5.634,80</b>
25-00	EDICION IMAGEN	\$30,00
26-00	POST PRODUCCION SONIDO Y MUSICA	\$196,50
27-00	LABORATORIO POST	\$196,50
<b>TOTAL POST-PRODUCCION</b>		<b>\$423,00</b>
28-00	SEGUROS Y POLIZAS	\$0,00
29-00	COSTOS LEGALES	\$0,00
30-00	GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$0,00
<b>TOTAL ADMINISTRATIVOS</b>		<b>\$0,00</b>
<b>TOTAL ABOVE THE LINE + PRODUCCION</b>		<b>\$6.668,00</b>
<b>TOTAL ABOVE THE LINE + PRODUCCION-</b>		<b>\$6.668,00</b>
<b>SUBTOTAL</b>		<b>\$6.668,00</b>
Contingencia 5% : 5.00%		\$333,40
IVA: 12.00%		\$840,17
<b>GRAN TOTAL</b>		<b>\$7.841,57</b>



### 3.1.5. Presupuesto General Cortometraje DEO STUDIO

PRESUPUESTO GENERAL: DEO STUDIO								
Cuenta	ITEM	Subitem	CANT	UNIDAD	X	V.UNIT	V.TOTAL	TOTALES
		Option			1		\$0,00	
		Derechos (ya pagos)			1		\$0,00	
11-01	TOTAL	Guión			1			\$0,00
		Registro IEPI (Ecuador)	1	Proyecto	1	\$12,00	\$12,00	
11-02	TOTAL	Registros de derechos de			1			\$12,00
		Fotocopias guión	6	Fotocopias	4	\$0,05	\$1,20	
11-03	TOTAL	Fotocopias			1			\$1,20
		Traducción (inglés y			1		\$0,00	
11-04	TOTAL	Traducción			1			\$0,00
<b>11-00</b>	<b>TOTAL</b>	<b>GUION</b>			<b>1</b>			<b>\$13,20</b>
		Productor	1	Personal	1	\$500,00	\$500,00	
12-01	TOTAL	Productores			1			\$500,00
		varios (gastos			1			
		varios (gastos			1		\$0,00	
12-02	TOTAL	Gastos representación			1			\$0,00
					1		\$0,00	
12-03	TOTAL	Travel and living			1			\$0,00
<b>12-00</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PRODUCTORES</b>			<b>1</b>			<b>\$500,00</b>
		Director	1	Personal	1	\$500,00	\$500,00	
					1		\$0,00	
13-01	TOTAL	Director			1			\$500,00
					1			
13-02	TOTAL	Travel and living DIRECTOR			1			\$0,00
<b>13-00</b>	<b>TOTAL</b>	<b>DIRECTOR</b>			<b>1</b>			<b>\$500,00</b>
					1		\$0,00	
14-01	TOTAL	Teléfono	1	Plan de datos	1	\$20,00	\$20,00	\$20,00
<b>14-00</b>	<b>TOTAL</b>	<b>OTROS GASTOS</b>			<b>1</b>			<b>\$20,00</b>
<b>TOTAL ABOVE THE LINE</b>								<b>\$1.033,20</b>
Cuenta	ITEM	Subitem	CANT	UNIDAD	X	V.UNIT	V.TOTAL	TOTALES
15-01		Elenco PRINCIPAL			1			
		Actriz	1	Actriz	1	\$300,00	\$300,00	
		Actor	1	Actor	1	\$300,00	\$300,00	
					1		\$0,00	
15-01	TOTAL	Elenco PRINCIPAL			1			\$600,00
					1		\$0,00	
15-02	TOTAL	Gastos Casting			1			\$0,00
		actriz y actor	1	Casting	1	\$300,00	\$300,00	
					1		\$0,00	
15-04	TOTAL	Elenco SECUNDARIO			1			\$300,00
					1		\$0,00	
15-05	TOTAL	Talento ADICIONAL			1			\$0,00
		Actores secundarios	1	Actores	4	150	\$600,00	
					1		\$0,00	
15-06	TOTAL	Gastos talento ADICIONAL			1			\$600,00
<b>15-00</b>	<b>TOTAL</b>	<b>CAST Y CASTING</b>			<b>1</b>			<b>\$1.500,00</b>
					1		\$0,00	
16-01	TOTAL	UPMLine Producer			1			\$0,00
					1		\$0,00	
16-02	TOTAL	Asistentes de Dirección			1			\$0,00
					1		\$250,00	
16-03	TOTAL	Coordinación de producción			1			\$250,00
					1		\$0,00	
16-04	TOTAL	Supervisor Script			1			\$0,00
					1		\$0,00	
16-05	TOTAL	Contador			1			\$0,00
			1	Personal	1	\$500,00	\$500,00	
16-06	TOTAL	Asistentes de producción	1	Personal	1	\$450,00	\$450,00	\$950,00
					1			
16-07	TOTAL	Videógrafo	1	Personal	1	\$250,00	\$250,00	\$0,00
<b>16-00</b>	<b>TOTAL</b>	<b>EQUIPO DE PRODUCCION STAFF</b>			<b>1</b>			<b>\$1.200,00</b>

					1		\$0,00	
17-01	TOTAL	Director de Arte			1			\$0,00
					1		\$0,00	
17-02	TOTAL	Investigación/compras			1			\$0,00
					1		\$0,00	
17-03	TOTAL	Escenógrafo y Decoración			1			\$0,00
17-04	TOTAL							\$0,00
		Utileria			1			
		Novela romantica	1	Novelas	2	\$5,00	\$8,00	
		Lentes	1	Lentes	1		\$0,00	
		Manzana	1	Fruta	2	\$0,40	\$0,80	
		Café	1	Café	1	\$4,00	\$4,00	
17-05	TOTAL	Vestuario (alquiler)			1			\$12,80
			1	Ropa Hombre	5	\$50,00	\$250,00	
			1	Ropa Mujer	5	\$50,00	\$250,00	
					1			\$500,00
17-06	TOTAL	Maquillaje y peinados	1	Peinado y Maquillaje	4	25	\$30,00	
	TOTAL							\$30,00
<b>17-00</b>	<b>TOTAL UNIDAD DE ARTE</b>				<b>1</b>			<b>\$542,80</b>
					1		\$0,00	
18-01	TOTAL	Alquiler de equipos GRIP y LUCES			1			\$0,00
		Dayligh PAR 3000W	1	Equipos de iluminación	1	\$200,00	\$200,00	
		Dayligh PAR 1000W	1	Equipos de iluminación	1	\$120,00	\$120,00	
		Set de Difusores	1	Equipos de iluminación	1	\$80,00	\$80,00	
		Set de Tamizadores	1	Equipos de iluminación	1	\$150,00	\$150,00	
18-02	TOTAL	CREW Grips y Luces			1			\$550,00
		Grip para luces	1	Equipos de iluminación	1	\$120,00	\$120,00	\$120,00
					1			
					1			
18-04	TOTAL	Transporte y gasolina GRIP y LUCES	1	Transporte Equipos	1	20	\$22,00	\$22,00
<b>18-00</b>	<b>EQUIPO DE GRIP Y LUCES</b>							<b>\$692,00</b>
		Dolly	1	Equipo de fotografía	1	\$120,00	\$120,00	
		Follow focus	1	Equipo de fotografía	1	\$100,00	\$100,00	
		set de filtros nd	1	Equipo de fotografía	1	\$100,00	\$100,00	
		Set de lentes 24, 32, 50	1	Equipo de fotografía	1	\$400,00	\$400,00	
19-01		Equipo de fotografía	1	Equipo de fotografía	1			\$720,00
					1		\$0,00	
19-02		Alquiler de cámara			1			\$0,00
		Blac Magic Poket	1	Camara de video	1	\$800,00	\$800,00	
					1		\$0,00	
19-03		Transporte de cámara y accesorios			1		\$0,00	\$800,00
<b>19-00</b>	<b>FOTOGRAFIA</b>				<b>1</b>			<b>\$1.520,00</b>
					1		\$0,00	
20-01	TOTAL	Equipo de sonido			1			\$0,00
		Estudio			1		\$0,00	
20-02	TOTAL	Alquiler paquete de sonido			1			\$0,00
<b>20-00</b>	<b>SONIDO</b>				<b>1</b>			<b>\$0,00</b>
					1		\$0,00	
					1		\$0,00	
21-01	TOTAL	Autos y camionetas			1			\$0,00
		Traslados	1	Traslados locaciones	4	\$10,00	\$40,00	
					1		\$0,00	
21-02	TOTAL	Gasolina/mantenimiento			1			\$40,00
					1		\$0,00	
21-03	TOTAL	Gastos transporte adicional			1			\$0,00
<b>21-00</b>	<b>TRANSPORTE</b>				<b>1</b>			<b>\$40,00</b>
					1		\$0,00	
22-01	TOTAL	Personal de locaciones			1			\$0,00

22-02	TOTAL	Costos de scout	1	SCOUTING LOCACIONES	1	10	\$10,00	\$0,00
					1			
22-03	TOTAL	Seguridad en el set			1			\$0,00
			1	Botiquin	1		\$25,00	\$20,00
			1	Materiales de Bioseguridad	1		\$10,00	\$10,00
22-04	TOTAL	Alquileres/limpiezas/bodega			1			\$30,00
		Alquiler Departamento	1	Alquiler	1		\$0,00	
22-05	TOTAL	Catering y craft			1			\$0,00
			1	LUNCH	12	\$5,00	\$60,00	
22-06	TOTAL	Comunicaciones			1			\$60,00
					1		\$30,00	
22-07	TOTAL	Teléfonos			1			\$30,00
					1		\$16,00	
22-08	TOTAL	Compras producción y			1			\$16,00
22-00	<b>GASTOS EN LOCACION</b>				<b>1</b>			<b>\$136,00</b>
					1		\$0,00	
23-01		Autos de pantalla			1			\$0,00
					1		\$0,00	
23-02		Animales			1			\$0,00
23-00	<b>AUTOS DE PANTALLA Y ANIMALES</b>				<b>1</b>			<b>\$0,00</b>
24-01		TRAVEL Equipo técnico			1			\$0,00
24-02		LIVING Equipo técnico			1			\$0,00
24-02-01		Impuestos Hoteles			1			\$0,00
24-03		VIATICOS Equipo técnico			1			\$0,00
					1		\$0,00	
24-04		TRAVEL Elenco			1			\$0,00
			2	MOVILIZACIÓN	1	\$10,00	\$20,00	
24-05		LIVING Elenco			1			\$20,00
					1		\$0,00	
24-06		VIATICOS Elenco			1			\$0,00
24-00	TRAVEL AND LIVING TODOS				1			\$20,00
<b>TOTAL PRODUCCION</b>								<b>\$5.650,80</b>
					1		\$0,00	
25-01	TOTAL	Editores			1			\$0,00
					1		\$30,00	
25-02	TOTAL	Facilidades			1			\$30,00
					1		\$0,00	
25-03	TOTAL	Compras			1			\$0,00
25-00	<b>EDICION IMAGEN</b>				<b>1</b>			<b>\$30,00</b>
					1		\$0,00	
26-01	TOTAL	Diseño y sonorización			1			\$0,00
					1		\$0,00	
26-02	TOTAL	Licencia Dolby			1			\$0,00
					1		\$0,00	
26-03	TOTAL	Música			1			\$0,00
					1		\$0,00	
26-04		Travel/living post			1			\$0,00
26-00	<b>POST PRODUCCION SONIDO Y MUSICA</b>				<b>1</b>			<b>\$0,00</b>
		Voz en off	1	Voz	1	\$140,00	\$140,00	
		Masterización	1	Masterización	1	\$40,00	\$40,00	
		Musica evator elements	1	Foley y Musicalización	1	\$16,50	\$16,50	
27-01	TOTAL	<b>Tape-to-film</b>			<b>1</b>			<b>\$196,50</b>
					1		\$0,00	
27-02	TOTAL	Subtitulación y copias			1			\$0,00
					1		\$0,00	
27-03	TOTAL	Viajes			1			\$0,00
					1		\$0,00	
27-04	TOTAL	Otros procesos			1			\$0,00
27-00	<b>LABORATORIO POST</b>				<b>1</b>			<b>\$196,50</b>
<b>TOTAL POST-PRODUCCION</b>								<b>\$226,50</b>

28-01	TOTAL	Seguros película			1		\$0,00	\$0,00
					1		\$0,00	
28-02	TOTAL	Pólizas			1			\$0,00
					1		\$0,00	
28-03	TOTAL	Seguros equipo técnico y			1			\$0,00
<b>28-00</b>	<b>SEGUROS Y POLIZAS</b>				<b>1</b>			<b>\$0,00</b>
					1		\$0,00	
29-01	TOTAL	Abogados			1			\$0,00
<b>29-00</b>	<b>COSTOS LEGALES</b>				<b>1</b>			<b>\$0,00</b>
					1		\$0,00	
30-01	TOTAL	Casa Productora			1			\$0,00
					1		\$0,00	
30-02	TOTAL	Gastos de oficina			1			\$0,00
<b>30-00</b>	<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>				<b>1</b>			<b>\$0,00</b>
								\$0,00
		TOTAL ADMINISTRATIVOS						\$0,00
		TOTAL ABOVE THE LINE +PRODUCCION						\$6.684,00
		TOTAL ABOVE THE LINE +PRODUCCION+ ADMINISTRATIVOS						\$6.684,00
		SUBTOTAL						\$6.684,00
		Contingencia 5% : 5.00%						\$334,20
		IVA : 12.00%						\$842,18
		GRAN TOTAL						\$7.860,38

### 3.1.6. Scouting

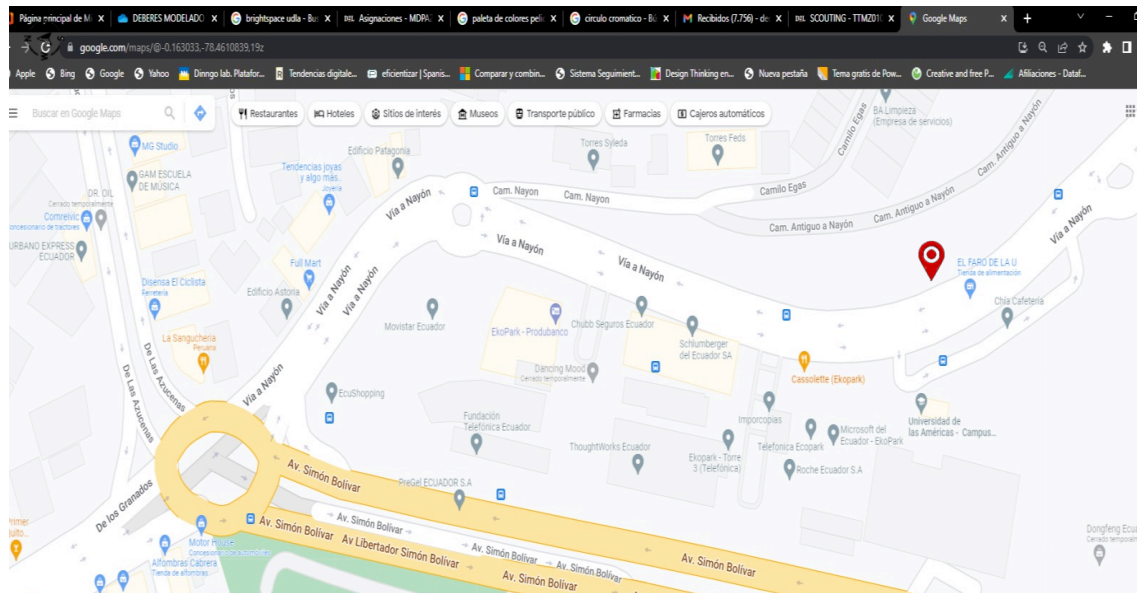
NOMBRE DE LOCALIZACIÓN: ULLA PARK

CONTACTO: (593 2) 398 100 ext. 274

DIRECCIÓN: Redondel de El Ciclista, Antigua Vía a Niyón

UBICACIÓN: NOROCCIDENTE DE QUITO VÍA NAYÓN

COORDINACIÓN: <https://www.google.com/maps/place/Universidad+de+las+Am%C3%A9ricas+-+Campus+ULLAPARK/@0.630249,-78.4593628,17z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x494d438292c29b378m2!3d-0.62895914d-78.4594686>



ESTILO MODERNO

LUGARES A OCLUP: EXTERIORES E INTERIORES DE LA ULLA

PISOS: PB, PATIOS, GRADAS ELECTRICAS, PASILLO INTERIORES PISO 5, HALL, ALDITORIO, JARDINES

# DE PISO A GRABAR: 4 PISOS

ASCENSOR: SI X NO \_\_\_\_\_

CEBOS INMUEBLES

INSTALACIONES Y DECORACIÓN PROPIA DE LA UNIVERSIDAD

REFERENCIAS:

TEL:

PERMISO REQUERIDO

SI X NO \_\_\_\_\_

BARRIO SEGURO SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

ASISTENCIA POLICIAL:

SI \_\_\_\_\_ NO X

ASISTENCIA MÉDICA

SI \_\_\_\_\_ NO X

PROBLEMAS CON VECINOS:

NO

CALOR: CLIMA TEMPERADO

SONDO AMBIENTE CONTROLADO YA QUE NO HAY GRABACIÓN EN VIVO

BREAKERS: SI

GENERADORES: SI

BAÑOS: SI

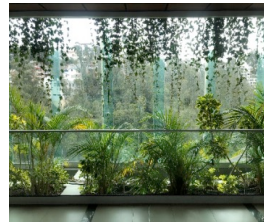
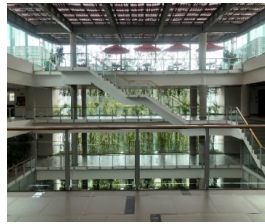
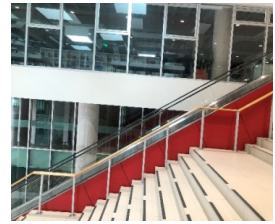
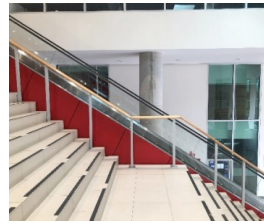
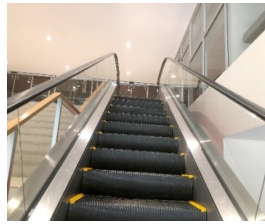
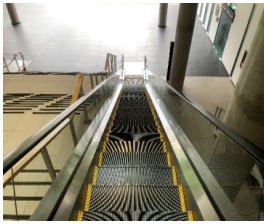
ESTACIONAMIENTOS:

AUTOS: SI

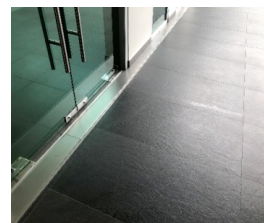
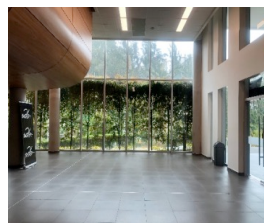
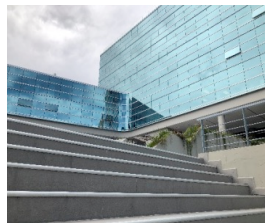
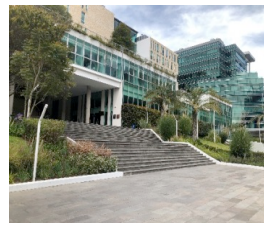
CAMIONES: SI X SI

FOTOS ANEXAS:

Fotos Interior



Fotos Exterior



## Bibliografía

- Blackmagic. (2022). Davinci Resolve 18. Victoria: Blackmagic Design.
- Caparini, C. L. (2005). El retrato Iluminado. Quito: Imprenta Nación.
- CIESPAL. (2012). Orígenes de fotoperiodismos en Ecuador. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasquis, 17.
- Comercio, E. (15 de Febrero de 2021). El reto del audiovisual nacional es sostener las producciones. El Comercio, pág. 16.
- INEC, I. N. (2021). Ecuadorencifras. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/matrimonios-divorcios/>
- José, F. F. (1995). Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual. Barcelona: Paidós.
- Richardson, I. (2004). Video Codec Design. Tottenham: Wiley.
- Scolari, C. A. (2013). Narrativas transmedia. Deusto.
- Toro, J. V.-J. (2017). Marketing Estratégico. Pamplona: IESE Business School University of Navarra.
- Valdez, S. C. (2015). Arte y gestión de la Producción Audiovisual. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Zettl, H. (2010). Manual de producción de televisión. México, D.F.: Cengage Learning.