

República Bolivariana de Venezuela

Universidad Monteávila

Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información

Escuela de Comunicación Social

Fashion Film ¿Arte o promoción?

Proyecto Final de Carrera como requisito para optar al título de

Licenciado en Comunicación Social

Realizado por:

Lorena Guzmán

Caracas, Marzo 2014.

APROBACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe *SERGIO MONSALVE*, profesor coordinador del Trabajo Final de Grado *FASHION FILM ¿ARTE O PROMOCIÓN?*, elaborado por *LORENA GUZMÁN*, considera que el mismo reúne los requisitos exigidos por la Universidad Monteávila, y tiene méritos suficientes como para ser sometido a la presentación y evaluación por parte del jurado examinador que sea designado.

En la ciudad de Caracas, a los 7 días del mes de MARZO de 2014

Nombre: _____

(Firma) _____

Tutor

DERECHO DE AUTOR

Quien suscribe, en condición de autor originario del trabajo titulado FASHION FILM ¿ARTE O PROMOCIÓN? declara que: cedo a título gratuito, y en forma pura y simple, ilimitada e irrevocable para todos los territorios del mundo a la Universidad Monteávila, el derecho autor de contenido patrimonial que me corresponde sobre el trabajo señalado. Conforme con lo anterior, esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para la Universidad de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que ella así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar mis intereses y derechos morales que me corresponden como autor de la obra antes señalada. La Universidad en todo momento deberá indicar que la autoría o creación del trabajo corresponde a mi persona, salvo los créditos que se deban hacer al tutor o a cualquier tercero que haya colaborado, citado o fuere hecho algún aporte intelectual en la realización de la presente obra.

Autor(es)

Nombre: LORENA

Apellido: GUZMÁN TREJO

En la ciudad de Caracas, a los 07 días del mes de MARZO del año 2014

INDICE

1. Resumen.....	6
2. Introducción.....	7
3. Planteamiento del Problema.....	10
4. Objetivos generales y específicos.....	11
5. Sustento teórico.....	12
5.1 Introducción al concepto de moda.....	12
El proceso y ciclo de la moda.....	13
Características de la moda.....	15
Democratización de la moda.....	16
5.1.2 La moda como producto.....	17
Moda 2.0 como herramienta de publicidad.....	18
5.1.3 La moda en el cine.....	19
5.2 FASHION FILM ¿Arte o promoción?	21
5.3 Justificación estética.....	27
5.3.1. Tratamiento de Guión.....	27
5.3.2. Tratamiento de Dirección.....	28
5.3.3. Tratamiento de Producción.....	31
5.3.4. Tratamiento de Dirección de Fotografía.....	33
5.3.5. Tratamiento de Dirección de Arte.....	34
5.3.6. Tratamiento de Dirección de Casting.....	37
5.4 Temática y descripción de los personajes.....	37
6. Cronograma de las etapas de producción.....	42
7. Sinopsis.....	48

8. Escaleta Final.....	49
9. Guion.....	50
10. Lista de Tomas.....	53
11. Storyboard.....	60
12. Locaciones.....	64
13. Vestuario.....	65
14. Ambientación.....	67
15. Propuesta de musicalización.....	69
16. Desglose.....	70
17. Informe de locación.....	73
18. Casting.....	75
19. Presupuestos.....	76
20. Plan de rodaje.....	77
21. Planillas de script.....	84
22. Informe de pietaje de material de video.....	91
23. Informe de edición.....	93
24. Créditos.....	95
25. Conclusión.....	96
26. Referencias Bibliográficas.....	97
27. Anexos.....	98
28. Glosario.....	106

AGRADECIMIENTOS

A DIOS POR HABER ABIERTO LOS CAMINOS PARA ESTE PROYECTO

MIS PADRES: MARISOL TREJO Y WILLIAM GUZMÁN

RAM MARTINEZ

GERALDINNE ALARCON

SERGIO MONSALVE

ANA MAZZEI

JULIÁN SOTO

REYNALDO ZITRO

JESUS PALENCIA

YENNIFER TROCONIS

EDGAR GUZMÁN

HOLY SEXY BARTARDS

1. Resumen

Como Proyecto Final de Carrera se realizó una investigación acerca del nuevo género audiovisual que está siendo utilizado como herramienta de publicidad en las casas de moda: FASHION FILM. El propósito fue investigar más a fondo acerca de la naturaleza del género y se decidió crear un material audiovisual de 2 minutos de duración para la marca de moda Venezolana VESTIMENTA, donde se expone la visión, esencia y personalidad de la marca bajo un fuerte concepto y estética que lo demuestre.

Un *Fashion Film* es un corto cinematográfico de moda, que generalmente está hecho para ser distribuido por medio del Internet a través de canales como YouTube, Vimeo entre otros, en donde el diseñador o marca expone a través de imágenes en movimiento la esencia y personalidad de sus colecciones por medio de una narrativa y estética fuerte. Es la colaboración entre el director y el diseñador y como se apoyan entre sí para explorar, capturar y transmitir las características de la marca. Por la novedad del género no se ha llegado a un concepto global acerca de lo que es un *Fashion Film* y cuáles son los lineamientos y requerimientos básicos para ser producido y ser considerado como tal. Este proyecto expone una visión personal argumentado por una investigación del género, acerca de los elementos que componen el género, y los requerimientos necesarios para poder realizarlo.

El mundo de la moda está expuesto a mucha información y el consumidor de moda está adiestrado para discriminar y comparar, de igual manera el entorno social tiene un gran peso en la toma de decisiones, por lo tanto las casas de moda buscan incentivar a los consumidores con propuestas novedosas, y creativas para generar una reacción y afianzar el nexo emocional consumidor-marca, resulta atractiva la creación de este material que cada vez más se ha vuelto una opción publicitaria para las marcas de moda.

Este proyecto audiovisual tiene por nombre "Devil woman" y relata una historia de seducción y persecución donde la música y la moda se reencuentran bajo una estética creativa, elemento irreverente e imágenes en blanco y negro.

2. Introducción

Una de las más importantes personalidades de la industria de la moda Anna Wintour, Editora en jefe de la revista VOGUE, expresó una vez *"La moda no es bella, tampoco es fea. ¿Por qué debería ser alguna? La moda es la moda"*, por otro lado el diseñador Karl Lagerfeld afirma: *"la moda es un lenguaje que se crea a sí mismo en la ropa para interpretar una realidad."* La percepción de una persona sobre la moda no la hace definitiva y de la misma manera no llega a convertirse en extremista, tiene matices que debemos apreciar, por eso no podemos decir que es perfecta o imperfecta, simplemente es lo que quieres que sea, y por tanto su realidad depende de cómo es percibida.

Sin embargo para que algo pueda ser considerado moda, debe ser creado como una idea innovadora por las clases sociales poderosas, para luego ser comprendido e imitado por las clases inferiores, una vez que el producto es imitado, se crea un proceso que se conoce como la democratización de la moda.

En el mundo de la moda no existen reglas que puedan controlar lo que sucede, se ha democratizado cada vez más y de esta manera permite que se creen nuevos conceptos e ideas y exista un libre criterio de lo que ves, Anna Wintour lo define como *"La **democratización del lujo** significa que más personas van a tener mejor moda. Y mientras más personas puedan tener moda, mejor"*. Las personas crean una identidad a través de la moda, construyen una realidad que les permite pronunciarse ante el mundo. Así que no existe un criterio general que pueda definir si algo es o no es en el mundo de la moda.

Grandes casas de moda han utilizado diversos canales de comunicación para exponer sus conceptos e ideas, y de alguna manera lograr acercarse al consumidor de manera directa creando un sentimiento que une a la marca con la persona para que adquiera el producto. La nueva era digital y el desarrollo de nuevas tecnologías traen consigo a un nuevo canal de comunicación viral como lo son las redes sociales, donde el contenido llega más rápido, de manera más

directa y personal al consumidor, el cual consigue acercarse a la marca y formar un nexo emocional en cuanto se sienta identificado.

Se ha implementado una nueva modalidad de marketing viral, el cual ha sido promovido y precedido por las grandes casas de moda como Prada, Alexander McQueen, Chanel, Lanvin entre otros; conocido como *Fashion Film*.

Un *Fashion Film* es un corto cinematográfico con una duración entre 1 minuto a 15 minutos en donde las casas de moda muestran la esencia y personalidad de sus colecciones a través de una pieza artística que expone una historia y un concepto complementado por imágenes en movimiento.

Sin embargo, este género no es algo totalmente nuevo y no podemos tomarlo como algo pasajero. Años atrás hemos visto como grandes diseñadores crean el vestuario para piezas cinematográficas, Coco Chanel, diseñó el vestuario para el cine de vanguardia con *The blood of a poet (1930)*, dirigida por Jean Cocteau, Audrey Hepburn y Hubert de Givenchy dejan un legado en la moda con *Breakfast at Tiffany's(1961)*. Yves Saint-Laurent comenzó a diseñar trajes para películas a sus 24 años. Jean-Paul Gaultier también ha prestado su fuerte visión artística para muchas películas, como *The Fifth Element (1997)*. Rodarte diseño los Trajes de ballet de la película *Black Swan (2010)*. Se pueden nombrar muchísimos más ejemplos en donde la industria de la moda tiene un papel importante en el film, como ejemplo más evidente *The Devil wears Prada (2006)* muestra piezas increíbles de diseñadores del mundo y expone la vida y personalidad de uno de los íconos más importantes de la moda, Anna Wintour.

No se ha podido crear una definición general de lo qué es y cómo debe ser un *Fashion Film*, se ha visto asociado y malinterpretado como un video comercial de moda únicamente para presentar un producto al público en un tiempo y espacio determinado. Sin embargo es mucho más que eso, es una pieza artística cinematográfica, es la colaboración entre el director y el diseñador de moda y cómo se apoyan entre sí para explorar, capturar y transmitir la energía, la esencia y personalidad de una colección. Ya no sólo se trata de exhibir el producto del

diseñador sino también de dar a conocer la visión del director, se busca romper con el concepto de una imagen fija para ofrecer un concepto fuerte para la marca, donde se logra mantener el espíritu y esencia del diseñador viva, siendo la moda la fuente de inspiración.

A continuación en este Proyecto Final de Carrera, conocerán los pasos que se llevaron a cabo para realizar un *Fashion Film* de 3 min. de duración para la marca de moda venezolana **VESTIMENTA**. Se analizará la naturaleza del material audiovisual y se formará un criterio que lo diferencie con un video comercial. Se expondrá su función como una nueva herramienta de publicidad y de qué manera afianza la conexión marca-consumidor de las casas de moda.

3. Planteamiento del Problema

El nuevo género cinematográfico conocido como *Fashion Film* busca satisfacer la necesidad creada por las marcas de moda de compartir con sus consumidores su verdadera personalidad y esencia. Por lo que a través de piezas artísticas crea una historia que busca generar un vínculo emocional, identificación y conexión directa con su público.

La idea es profundizar sobre el estudio de este género en la moda y cuáles deben ser los parámetros correctos para que se pueda considerar como un *Fashion Film* y no como un video promocional más. De manera que estudiantes apasionados por esta industria utilicen este proyecto final de carrera como una herramienta que les permita interpretar las diferencias existentes entre ambas producciones, con el fin de saber que activación de marketing implementar para dar a conocer una marca de moda o promover un producto específico.

La actual tendencia del mercadeo busca alcanzar el comportamiento deseado de su target meta a través de la identificación y el sentimiento, es por eso que nos invita a salir de lo cotidiano para buscar nuevas opciones artísticas de promover dar a conocer una marca. La nueva generación ya no se queda con lo que <<ve>> sino con el sentimiento y la emoción que consigue con ello. Surge una necesidad de dar a conocer esta nueva área para los estudiantes y lograr cambiar el mal concepto que poseen algunos de que la moda es algo banal y crear un corto que refleje la esencia de la marca más allá de lo que se puede ver, a través de una historia que la haga memorable.

Es por ello que he decidido seleccionar una marca de moda venezolana y utilizarla como inspiración para realizar el proyecto, la marca será: **VESTIMENTA**. Se profundizará en la investigación de la marca y de esta manera conocer su identidad y personalidad, y al mismo tiempo se ahondará en el proceso creativo de un *Fashion Film* y llevar a cabo una pieza artística que posea un concepto digno de la marca y cree ese nexo emocional con el consumidor a través de una historia que la haga memorable.

4. Objetivos generales y específicos

a. Objetivo general

Crear un “*Fashion Film*” (Corto cinematográfico de moda) con una historia y fuerte concepto, para la marca de moda venezolana **VESTIMENTA**.

b. Objetivos específicos

- Desarrollar un marco teórico que defina que es un “*Fashion Film*” y como funciona como herramienta publicitaria.
- Definir los parámetros y lineamientos necesarios para realizar un corto cinematográfico de moda para dar a conocer una marca.
- Diferenciar un “*Fashion Film*” de un video comercial de marcas.
- Reunir un equipo de trabajo necesario para la realización de la pieza artística.
- Inspirar a los alumnos apasionados por la moda a crear proyectos nuevos para dar a conocer una marca.
- Incentivar a la Institución Académica a crear una materia electiva acerca de moda.

5. Sustento teórico

5.1 Introducción al concepto de moda

“La moda es un fenómeno económico, social y cultural que no se limita a prendas de vestir, sino que abarca todos los campos de acción y comportamiento del hombre como animal social” (Martinez & Vazquez, 2006, pág. 19).

Su raíz radica en la palabra **Modus**, que significa límite, norma; la palabra está atada a la Modernidad. La cultura al igual que la moda es una construcción concebida por el hombre, por tanto se podría considerar como una forma cultural de gran fuerza.

En la antigüedad la primera función de los vestidos era la simple protección y cobertura del cuerpo. Sin embargo, desde el nacimiento de las sociedades, la moda ha actuado como elemento de regularización social. Indica estatus, sexo, posición geográfica, entre otros.

“(..) está ligada directamente con la sociedad, por tanto una afecta a la otra, no hay ser humano ajena a ella ni moda ajena al ser humano, incluso aquellos que intentan alejarse de la moda están interactuando con ella aunque sea por rechazo” (Martinez & Vazquez, 2006, pág. 20).

A su vez gira entorno a la distinción del individuo funcionando como una herramienta de expresión libre, y la de convertirlo en parte de un grupo y ser reconocido por el mismo.

¿Cuál es el propósito de la moda? ¿Qué hace diferente la moda a la simple prenda? De acuerdo con la premisa que plantea Eugene Rabkin en su artículo para el periódico digital *BOF*, *“What is fashion for?”* Refiriéndose a que la moda cuenta con una serie de valores intangibles:

“La moda es sobre la estética, el teatro y el significado, no sólo la comodidad” (Rabkin, 2014)

Lo primero se refiere a que el argumento central de un diseñador de moda es crear un concepto estético fuerte y una propuesta única. Grandes diseñadores lo han logrado, ninguno es original en el sentido estricto de la palabra, pero hay algo que los hace diferentes. En ciertos casos podemos ver como grandes diseñadores como Jil Sander en la época de los 90, convierte su estética en una nueva propuesta sensata, refleja una recién encontrada sobriedad después de una época de excesos.

El segundo elemento es capcioso, porque por desgracia el teatro puede desviarse hacia lo burlesco. Pero lo teatral en la moda es importante, así como han demostrado diseñadores como Alexander McQueen y John Galliano. Crean en sus espectáculos exageraciones intencionadas que hacen la moda más emocionante y sirve de alimento para el pensamiento. Sin duda algunos espectáculos de moda rayan en lo ridículo, pero por otro lado gran parte de lo que se ve es aburrido. La moda es quizás uno de los elementos más capciosos, pero al mismo tiempo el más poderoso.

Muchos consideran el “significado” como una de las tantas estrategias de marketing, el tercer elemento se refiere al significado que cada uno de los diseñadores le da a sus piezas, como expresa a través de ellas la esencia de la colección y lo que quería reflejar en ella.

El proceso y ciclo de la moda

La moda es un fenómeno temporal, ligado a la historia y sociedad. No hay moda sin cambios, Coco Chanel, reconocida diseñadora y creadora de una de las más importantes firmas, expresa: “*Fashion is made to become unfashionable*”, (la moda está hecha para que pase de moda).

El sociólogo Georges Simmel, teórico de la moda, refiere el concepto de *Estrategias de imitación* “al comportamiento que conduce a la burguesía a imitar a la aristocracia en el antiguo régimen” (Simmel, 1985). Existen ansias de imitar a la clase superior, que es la que impone la moda, y lleva a que se hagan cambios en el vestuario para seguir distinguiéndose. Los “imitadores” irán un paso detrás de

los vanguardistas, sin embargo juegan un papel importante: serán ellos quienes provoquen el movimiento de las modas.

Autores como Simmel, Veblen y Spencer describen una teoría de la moda que explica el proceso de funcionamiento de ella. La teoría del *Trickel-down*, esta se resume en: la clase alta impone una moda para diferenciarse del resto de la sociedad, las clases inferiores en su deseo por alcanzar cierto estatus, imitan esa moda hasta que la hacen suya, y es cuando la clase alta implementa cambios e innovaciones para seguir diferenciándose, y a su vez es imitada, y eso sucede una y otra vez. Hoy en día esta teoría funciona sustituyendo la aristocracia por la palabra poder (sectores de poder: empresas, estrellas de cine, modelos etc). A su vez existe la teoría de <<*Trickel-up*>> que se refiere a que son las clases bajas que imponen tendencia, un ejemplo de esto es lo que ocurrió con el punk y el hip-hop. Igualmente describen la teoría que está más adaptada a la actualidad que expone que la moda puede partir y propagarse desde cualquier colectivo social <<*Trickel across*>>.

Conociendo todo esto, apoyándonos en la teoría que expone Elsa Martínez y Ana Vázquez en su libro “*Marketing de la moda*” (Madrid, 2006) se puede decir que la moda posee un ciclo de vida que atraviesa las mismas fases que las modas sociales. La etapa de **innovación**, refiriéndose al momento en el que sale una tendencia que supone una ruptura de lo anterior, es difundida por los medios de comunicación y a su vez es adoptada por personas influyentes en el mundo. Seguido de esto, comienza el proceso de **imitación**, donde esa moda atrae a los consumidores y es comprendida por ellos, se imita lo que no es ajeno a lo propio y contiene elementos de novedad. Ahora la moda entra en una etapa de **democratización**, la moda es aceptada por un colectivo, comienzan a consumir el producto por mimesis y es cada vez adquirido por más y más personas. Por último la moda llega a la etapa de **decadencia**, una vez que la moda ya es demasiado extendida, es momento de lanzar una nueva y dejar de lado la anterior, una vez que se ha masificado no es reconocida por las sociedades poderosas y ven la oportunidad de realizar una nueva tendencia que refuerce al grupo poderoso. La moda está atada al tiempo, y al mismo tiempo en su condición geográfica

influenciada por el clima. Para que la tendencia entre en la última etapa, es necesario que la sociedad ya la haya visto y usado hasta el cansancio y se haya perdido toda característica novedosa.

Características de la moda

La moda posee ciertas características que definen su concepto, partiremos desde la premisa que exponen Elsa Martínez y Ana Vázquez en su libro "Marketing de la moda" (Madrid, 2006) la moda es: cíclica, efímera, desafiante con el pasado, paradójica, reactiva exhibicionista y global.

Es **cíclica**, ya que supone un ciclo de vida y funciona bajo el esquema expuesto anteriormente de cambio-adaptación-decadencia-cambio. Es **efímera** debido a que la moda está sometida a cambios, implica un proceso de cambio e imitación, y se reconoce a las modas como algo que va y viene. **Desafía al pasado**, a pesar de que se nutra de él. La moda significa querer ser producto de un tiempo que va más allá del presente. Implica renovación constante. Es **reactiva** en el sentido que, la moda funciona por reacciones de la anterior, esta reacción la propulsa a un nuevo estadio que atravesará fases y luego decaerá, y de esta manera aparecerá un nuevo elemento que reactivará la cadena. Es **paradójica**, la moda pretende convertir al ser humano en algo diferente, pero a la vez el hombre busca el reconocimiento de la sociedad. De la misma manera la moda lanza productos al mercado que sabe que decaerán, sin embargo en la apuesta radica su interés y permanencia. A su vez, una tendencia tiene que ser innovadora para ser aceptada, pero esto funciona hasta cierto punto, si los consumidores no se identifican con ella no tendrá éxito, y será considerada como una simple extravagancia de las elites. Es **exhibicionista**, la moda solo posee sentido cuando es vista por el mundo. Y por último es **global** debido a que la moda no representa diferencias significativas en los países, a pesar de que algunos países se rigen por tradición. Las tendencias son marcadas internacionalmente, la producción no radica en atender el consumo de localismos.

Democratización de la moda

La moda una vez imitada, es adquirida por distintas clases sociales, y cada vez más y más personas pueden obtener estas tendencias. Sin embargo esto no sería posible sin la presencia de un sistema industrial y de una clase social con capacidad adquisitiva. La producción en masa garantiza la propagación de la moda y la accesibilidad al consumidor. Cada vez más la sociedad se ve afectada por la moda, desde las clases más poderosas hasta las más bajas.

¿Quién impone la moda? Grandes casas de moda como LVMH (Pucci, Dior, Louis Vuitton, Donna Karan, Marc Jacobs, Loewe) , Françoise Pinault (Bottega Veneta, YSL, Balenciaga, Gucci, Alexander McQueen etc.), Richemont (Chloe, Jaeger y Baume Mercier) y Prada (Prada y Miu Miu) , y entre otras empresas cada una con sus correspondientes marcas incluyendo a firmas independientes, son las que lanzan al mundo cada año las tendencias que marcarán en cada temporada. Las firmas textiles ejercen un papel importante a la hora de marcar tendencias, crean la base para numerosos productos, la elección de una u otra marcará la dirección que tomará la moda en el año. Todas estas pueden parecer marcas de lujo, y lo son, pero existe un proceso conocido como *“la democratización del lujo”* que convierte estas propuestas de moda en productos que pueden adquirir todos.

Las marcas cuentan con el apoyo de los medios de comunicación especializados, mayormente en revistas, que son los que seleccionarán entre la oferta de los diseñadores las prendas que aparecerán en sus páginas, y al mismo tiempo estas marcas generarán publicidad a través de ellas, creando una fuerte conexión entre medios y empresas. No todo el mercado puede comprar estas prendas de altos costos, y es cuando la democratización de la moda alcanza su máximo nivel, donde el consumidor busca acceder a estas tendencias pero a precios más accesibles, y es cuando aparecen las empresas de pronto moda y grande distribución, de esta forma logra convertir a la moda en algo masivo a pesar de que se haya tenido que sacrificar aspectos en la calidad del producto y la experiencia de compra.

5.1.2 La moda como producto

Elsa Martínez y Ana Vázquez en su libro "Marketing de la moda", afirman que:

"La moda es un producto que viste y protege, pero también es símbolo de estatus que prestigia, legitima y confirma la posición de un miembro en su grupo." (Martinez & Vazquez, 2006)

Para adentrarnos un poco más acerca de lo que realmente vende la empresa de moda, debemos mirar más allá de los atributos de una prenda, no solo se vende el producto tangible, sino también características que le proporcionan valor, como la frescura, sensualidad, confortabilidad, entre otros atributos. Una prenda posee más allá de lo tangible, abre el paso a un mundo diferente, a una experiencia y forma de expresarse. Todo esto adhiere un valor a los consumidores y se ajusta a sus sueños y deseos.

La diferenciación en la actualidad es un requisito esencial de la moda, Santesmases Mestre en su libro "Marketing: conceptos y estrategias" describe que:

"La diferenciación del producto viene dada por el precio, el envase, la publicidad, la distribución y los servicios añadidos, como por la forma de implementar las estrategias de marketing" (Santesmases, 2004)

Estas estrategias ayudaran al consumidor a crearse una imagen de cada marca y de cada producto.

Las casas de moda han encontrado una nueva herramienta de diferenciación, el internet, es el espacio ideal para expresar su filosofía y su estética, y al mismo tiempo permite conocer a los consumidores y al mismo tiempo crea una audiencia potencial. Esta herramienta permite llega a un público masivo al que se le puede comunicar con fuerza todo el universo de la marca y de esta manera se asentara aún más en las mentes de los consumidores. Las marcas hoy en día buscan ser refugios emocionales, algo que involucre a los consumidores a crear un discurso bilateral entre marca-consumidor, y así lograr su simpatía. El factor emocional es un recurso importante para lograr la adhesión a una marca.

Moda 2.0 como herramienta de publicidad

El internet ha sido uno de los primeros influenciadores en la moda. Permite por una parte el acceso a toda la información disponible sobre marcas y moda por los usuarios y posibilita por otra parte la distribución de prendas sin necesidad de tienda física.

La publicidad tiene un fin comunicativo, y tal comunicación puede conducir a la compra. Aunque los medios impresos es el formato más común de publicidad en moda, se ha producido una pérdida de su eficacia debido a la saturación, es por ello que las marcas buscan nuevas estrategias de comunicación innovadoras, y se afincan en desarrollar formatos que aún no estén agotados, que generen un factor sorpresa, y al mismo tiempo los consumidores se sientan atraídos por el mensaje y el producto. Es por ello que las empresas comienzan a invertir cada vez más en el Internet como herramienta publicitaria.

La plataforma de Internet permite al usuario tener el control acerca de lo que quiere ver o no ver, y si quiere recibir determinados mensajes. Existe una realidad que los usuarios pasan mayor tiempo en internet que ante la televisión y medios impresos. Se permite entablar un diálogo con el consumidor, y con esto se comienza a ver cambios de percepciones sobre el receptor. Con esto se busca afianzar el *branding* emocional, donde la marca recurre a los sentimientos y sensaciones para atrapar al consumidor, que está por un lado desbordado de la oferta, y por otro lado dotado de un sentido crítico. Se busca que el consumidor se identifique con la marca y estas a su vez deben afianzar esa relación y desarrollar herramientas adecuadas para medir la naturaleza de esa relación.

El Internet es el conducto perfecto para comunicar la moda a nivel mundial a través de nuevos medios como los blogs de moda, páginas web con contenido y videos de moda como Style.com y SHOWstudio y la creación del Fashion Film que pueden ser compartidos por canales de YouTube y Vimeo.

5.1.3 La moda en el cine

La moda en el cine no es algo reciente, pues desde hace décadas diseñadores han participado como creadores de vestuarios para crear un fuerte concepto de la película y llevar al espectador al tiempo y al espacio en que se desarrolla. Ambos mundos crean una atmósfera perfecta donde lo estético es el protagonista y se convierten en indisolubles y dependientes.

El cine ha sido uno de los elementos principales usados por los diseñadores para promocionar sus piezas y a su vez influenciaban en la creación de íconos de moda mundiales.

Patrizia Calefato en su libro “Moda y Cine” indica que:

“En el cine mudo algunas historias consistían en poco más que una sucesión de cambios de ropa. Y este carácter significativo de la vestimenta ha continuado codificándose en el cine sonoro, hasta fijarse en sistemas tan cerrados como el que rige” (Calefato, 2003)

Los vestuarios podían determinar y afianzar el carácter de quien lo llevaba, la diferencia entre los personajes malos y los buenos o los tipos fílmicos característicos como el resultante de la simbiosis entre los rasgos de Audrey Hepburn y los diseños de *Givenchy*. En el mundo que construye el cine, el vestuario es una pieza fundamental.

Como dice la autora Patrizia Calefato en el análisis de su libro:

“El vestido es identidad sexual, es el paso del tiempo o incluso la forma como el presente imagina el cuerpo del futuro. Con el gesto de vestirse llenamos el cuerpo de textualidad dentro de una sala de rodaje.” (Calefato, 2003)

Para diseñar el vestuario de las películas habitualmente se toman atributos de la moda situada en la calle, pero para que esos atributos adopten su función cinematográfica indican las autoras Guevara y Magnini que:

“(…) deben ser adaptados, ficcionalizados, puestos en escena. Y esa nueva moda, inspirada en los usos y hábitos vestimentarios de la sociedad, vuelve a esa misma sociedad que la inspiró para terminar generando nuevos hábitos y

comportamientos, nuevas modas, a través de las películas” (Guevara & Mangini, 2006)

La relación entre la moda y el cine se puede ver desde diferentes puntos de vista, se puede afirmar que el cine ha funcionado como medio de difusor de modas, a través de los vestuarios creados por los grandes diseñadores expuestos en el material cinematográfico, se imponen nuevas prendas y se promueven las existentes. Un ejemplo de esto es el Jersey que usa Joan Fontaine en la famosa película *“Rebecca”* de Hitchcock (1940). Otro punto de vista, es los diseñadores que se inspiran en el arte cinematográfico, como *Christian Dior* en 1966 se inspiró en *“Doctor Shvago”* para su colección. Por otro lado también las estrellas del cine forman parte de esto, las personas verán a sus actores favoritos vistiendo piezas únicas y querrán imitarlos y seguir la tendencia. La influencia de grandes diseñadores en las películas funciona como medio para difundir las modas.

Si hablamos de personajes que influenciaron la moda mediante su imagen Maria Boado en su artículo *“Moda y cine: Una mutua atracción”* (2013) afirma que:

“ (...) Holly Golightly es una referencia obligada. Este personaje, interpretado por Audrey Hepburn en “Breakfast at Tiffany’s”, dirigida por Blake Edwards en 1961, se convirtió en un ícono popular cuya influencia impuso un nuevo estilo marcadamente sobrio y elegante. (...)el traje negro de noche diseñado por Hubert de Givenchy —reinterpretación de la petite robe noire creada en la década de 1920 por Coco Chanel— se convirtió en una prenda obligatoria de toda mujer con estilo, gracias a la película.”
(Boado, 2013)

Gracias a la película. Hepburn hizo de Givenchy su diseñador preferido, convirtiendo esta relación en una de las más fuertes colaboraciones entre diseñador y actriz.

Se ha reconocido la importancia y el valor que tienen los diseñadores y vestuaristas en el mundo del cine, un ejemplo claro podemos verlo en las

premiaciones de los Oscars donde existe una categoría que premia a Mejor Vestuario, y es que la vestimenta es una pieza clave para darle vida a cada uno de los personajes de la historia que relatan en el cine.

5.2 FASHION FILM ¿Arte o promoción?

“Vivimos en la era digital (...)Donde lo audiovisual prevalece. Durante décadas, la moda se ha plasmado en fotografías, pero en los últimos tiempos las grandes marcas han optado por los “Fashion Films”. El mercado está en continua evolución y ello requiere nuevos soportes para crear nuevos contenidos que se adapten a los hábitos de la sociedad actual. Por este motivo no es de extrañar que la imagen en movimiento haya cautivado al mundo de la moda.” (Mendez, 2013)

La periodista Sara Mendez, en su artículo *Cuando la Moda es Cine*, escribió un acertado comentario, y es que no cabe ninguna duda que con el desarrollo de nuevas tecnologías y el auge que ha obtenido el Internet en los últimos años la moda ha encontrado una manera más directa, estética y emotiva de dar a conocer su esencia y su nombre.

Es importante considerar como funciona en el panorama actual de los medios de comunicación de moda que han alcanzado un alto nivel en el Internet, cada vez más se ven las imágenes y el video de los desfiles, que son capturados en el momento del lanzamiento de la colección; así como la nueva generación de Fashion Bloggers que manejan una audiencia global de consumidores de moda, en tiempo real, han funcionado como vehículos notables para transmitir la energía de la marca a los consumidores finales. Como complemento de las presentaciones menos elaboradas, los Fashion Films tienen el potencial de ofrecer el arte y la energía de un desfile de modas, con imágenes en movimiento, y música de una manera que sea rentable y de fácil distribución y alcance.

La realización de un film cinematográfico y una pieza de vestir involucran un esfuerzo colectivo en donde un gran número de personas contribuyen en un

proceso creativo importante para realizar una película o una colección de moda guiados por las ideas del autor, en la cual una persona es totalmente responsable de la visión artística, en el caso del cine sería el Director, y en la moda es el diseñador.

Entre el cine y la moda han surgido grandes paralelismos, en donde la moda juega generalmente el segundo papel dentro de los dos mundos unidos. Con el auge del *“Fashion Film”* en el año 2009 esta relación ha sido reconsiderada. Existen quienes piensan que los *“Fashion Films”* son una forma de expresión en la que las casas de moda interpretan el papel de autor, y por otro lado los que piensan que no es más que la colocación de productos en promoción disfrazados de arte.

Se ha visto como la moda y la vestimenta se han usado para mostrar lo estético sobre la narrativa, por tanto este género no es algo totalmente nuevo, y no debe ser considerado como algo pasajero. Con el éxito de las grandes películas de Hollywood, Diseñadores de Moda se han fusionado con Directores para crear una narrativa a través de los trajes y la moda. Algunos ejemplos podemos verlos cuando *Coco Chanel*, diseñó el vestuario para el cine de vanguardia con *“The blood of a poet (1930)”*, dirigida por Jean Cocteau. , como mencionamos en el apartado anterior, Audrey Hepburn y Hubert de *Givenchy* dejan un legado en la moda con *“Breakfast at Tiffany’s(1961)”*. Yves Saint-Laurent comenzó a diseñar trajes para películas a sus 24 años. Jean-Paul Gaultier también ha prestado su fuerte visión artística para muchas películas, como *“The Fifth Element (1997)”*. *Rodarte* diseño los Trajes de ballet de la película *“Black Swan (2010)”*.

¿Qué es un Fashion Film?, esta pregunta ha recorrido las mentes de cientos de personas involucradas con la moda, la respuesta no es clara debido a la novedad del género y aun es experimentado por marcas de moda cada vez más. A través de influencias entre el cine y la moda se dio lugar a un producto más rentable para las casas de moda, sofisticado y elaborado con la mirada fija en la moda, donde la narración es un elemento fundamental pero es la moda quien ofrece la inspiración y comparte la estética. Se trata de vender un estilo de vida,

los Fashion Films cuentan historias que conectan al consumidor con la marca. Estos se han convertido en una estrategia de marketing donde dan a conocer a la marca de una forma más poética y visual alejándose de lo comercial, son cortometrajes que revelan la esencia y energía de la marca en una narrativa respaldada por el Director y el Diseñador. Generalmente son transmitidos por medio del Internet ya que es el canal más directo y permite compartir el material y general una influencia viral, y puede tener una duración de entre 1 minuto a 15 minutos aproximadamente dependiendo de las necesidades y requerimientos de los autores

En el año 2000, se estableció el pionero en los Fashion Film SHOWstudio que supondría la unión y confirmación entre la moda y el Internet. En el 2003 crearon once Fashion Films creados por el fotógrafo de moda Guy Bourdin (1928-1991) nunca antes vistos, atribuyéndole la genialidad que tuvo al traducir la moda en imágenes en movimiento. En 2005, SHOWstudio reunió a fotógrafos, diseñadores de modas, estilistas y modelos reconocidos para crear una película de 30 segundos con una prenda de la colección Otoño/Invierno 2005. Las revistas para ese entonces eran el lugar dominante de la moda, y donde se exhibían esas colecciones, sin embargo este proyecto demostraba cómo la moda se ve mejor a través del movimiento y como da vida a la ésta de una manera que una revista jamás podrá conseguir, y de esta manera el Internet ha llevado moda a un público más amplio que se cautivan más por imágenes que por las palabras.

Por otro lado, las casas de moda comenzaron a tener cada vez más poder y ambición, y contrataron a reconocidos Directores del cine, para dirigir sus propios comerciales como Sofia Coppola en el video publicitario del perfume de la casa Dior "*Miss Dior Cherrie*", Jon Wright dirige en "*Coco Mademoiselle*" el spot publicitario del nuevo perfume de Chanel. Se evidencia que la autoría y creatividad del director pasa a tener el foco secundario, obteniendo el producto y la marca el primero. Por tanto no deben ser considerados como un Fashion Film, como comerciales están en total control creativo del material publicitario.

Sin duda, el año 2009 ha sido el que marco el punto entre un Fashion Film y un video artístico comercial, Tom Ford fue el primer diseñador que llevo a cabo la tarea de realizar un trabajo como Diseñador/Director con el film "A Single Man", a pesar de las malas críticas recibidas, marco pauta para que otros diseñadores se abrieran a la posibilidad de crear cortometrajes con una visión que apunta más hacia el lado de la moda en donde ellos mismos serían los autores.

El director de SHOWstudio Nick Knight, en una entrevista que dio para VOGUE UK (2009) por el lanzamiento de su exhibición "Summerset house" durante la semana de la moda en Londres afirmo:

"Estamos en medio de una revolución en las imágenes de la moda (...) alejarse de la ilustración y la fotografía fija , ahora estamos entrando en el mundo agitado de lo interactivo , de creación propia, la imagen digital accesible, descargable y en constante cambio . Esto es lo que me interesa, trabajar con los creadores grandes creativos de moda, esto abrirá paso literalmente a todo el mundo, en vez de a unos pocos." (Knight, 2009)

Desde ese mismo año se ha visto la proliferación de los Fashion Film para convertirse en el nuevo vehículo de realización de películas de autor, los jóvenes directores se han sentido atraídos por este género. Para las casas de moda de lujo, era una manera interesante y novedosa de presentar sus colecciones y a la vez la identidad de la marca y su esencia, permitiendo alcanzar un público potencial nuevo, especialmente era favorable para los diseñadores que no podían costear el lujo de organizar un gran desfile.

Con la ayuda de los Fashion Bloggers, y a su vez de los Fashion Films, el Internet alcanzó un auge muy significativo para la industria de la moda. En el 2008 se Diane Pernet funda "A Shaded View on Fashion Film Festival (ASVOFF)" , un festival que premiaba los mejores Fashion Films del momento, al inicio estos se distinguían de dos maneras, un grupo llamado "Comunicación" en donde el diseñador o la marca mantienen el control total sobre la película, y el segundo grupo "Reflexión" en donde los cineastas trabajaban de forma independiente desde el diseñador y expresaban su propia visión de la moda. Luego las

categorías fueron eliminadas, sin embargo representaron las dos cadenas principales de la realización de los Fashion Films.

Queenie Chan escritora de moda, en su artículo para web en *Portable TV* “*What is a Fashion Film*” (¿Qué es un Fashion Film?)(2011) afirma que:

“El equilibrio entre el arte y el esfuerzo comercial se encuentra en el corazón de donde el Fashion Film encabeza, ya que se vuelve más dominante. Al final, un Fashion Film es una herramienta de marketing y los directores de cine no pueden seguir lo que están haciendo sin el apoyo (financiero y creativo) de las casas de moda” (Chan, 2011)

Este género seguirá siendo experimental, ya que explora la moda a través de imágenes en movimiento. Sin embargo las casas de moda con presupuestos más grandes acudirán a Directores de cine establecidos para obtener ideas fuertes para su marca y altos valores de producción. Un número de directores de cine de autor ya han dirigido películas de moda que se apartan de los anuncios de la moda, ya que su visión artística sin compromisos es lo que les hace destacar, por ejemplo John Malkovich junto a Bella Freud (2002), Harmony Korine trabajo para Proenza Shoulder (2010-2011), Lucrecia Martel and Zoe Cassavetes junto a Miu Miu (2011) y por último Kenneth Anger trabajo con Missoni (2010) en donde la fusión de la estética de Anger con Missoni es crea uno de los Fashion Films más excepcionales que ha sido hecho.

Queenie Chan también menciona en el mismo artículo mencionado anteriormente, la importancia de la colaboración entre el director y el diseñador o marca y asegura que:

“Lo que importa es la colaboración entre el director y el diseñador de moda y cómo se presionan unos a otros para explorar, capturar y transmitir la energía de una colección. Un Fashion Film ya no se trata sólo de exhibir el producto del diseñador porque se basa en la visión del director, no sólo para utilizar el medio de la película para salir de imágenes fijas, pero también ofrecer un concepto fuerte para la marca..”
(Chan, 2011)

Se mantiene entonces, el espíritu del autor con vida pero es la moda quién ofrece la inspiración para el material.

La expansión del Internet y la popularidad de los sitios para compartir videos como YouTube y Vimeo, han impulsado la creación de Fashion Films por parte de las casas de moda, éste se ha convertido en el nuevo formato más influyente para la editorial de moda en Internet, desplazando a las revistas de moda ya que logra comunicar el poder y la estética de la moda en el uso de la música y el movimiento.

Uno de los atributos que posee la tecnología y el auge de los Fashion Films, es que se puede monitorear el éxito o el fracaso del material en tiempo real, evaluar el contenido con buena precisión, podemos ver lo que al público realmente le gusta. El compartir el material por medio de blogs, los re-tweets de contenido, genera un buen feedback para la marca.

Uno de los puntos más importantes a considerar en la creación de un Fashion Film, es ¿Por qué alguien querría ver esto?, antes de crear el material las marcas deben entender a su público, y como se comportan en línea. El contenido debe ser lo suficientemente bueno para el público de la marca, lo que constituye un buen contenido puede ser subjetivo. Crear un buen contenido es más arte que ciencia, y debe desencadenar emociones. La visualización de un Fashion Film o cualquier video online es una experiencia voluntaria y la mayoría de los videos son abandonados en los primeros 15 segundos. La moda coloca la estética antes que la narración, sin embargo puede ser un arma de doble filo ya que muchos se desvían del camino y la manera en que producen el video se ve bien visualmente pero suele tener una narración banal y aburrida que no liga a la marca con el público.

Es claro que un Fashion Film de éxito debe tener y necesita una narrativa para hacer más fuerte el concepto de la marca. Diane Pernet fundadora de ASVOFF, en una entrevista para Business of Fashion durante la apertura de la 6ta edición del festival afirma:

. *"Para mí, los criterios de lo que es una buena película y lo que es un buen Fashion Film son realmente lo mismo, excepto que en este último la moda tiene que ser el protagonista. Sólo porque alguien se mueve en frente de la cámara, no la convierte en una película. Una película tiene una historia"* . (Pernet, 2013)

El ejemplo perfecto de un Fashion Film exitoso, es el que dirigió Polanski para Prada titulado *"A therapy"* , funciona la narrativa, la estética se ve implícita y se siente la ropa y la marca.

5.3 Justificación estética

5.3.1. Tratamiento de Guión

Syd Field escribe en el Manual del Guionista(1995):

"Escribir un guión es un proceso, un periodo de desarrollo orgánico que cambia y avanza continuamente; es un oficio que de vez en cuando se eleva hasta la categoría de arte. El autor pasa por una serie de etapas concretas al dar cuerpo y dramatizar una idea; el proceso creativo es el mismo para todos los tipos de escritura; sólo cambia la forma." (Field, 1995, pág. 15)

Este proceso debe hacerse paso por paso según Field, primero se busca el tema, luego se estructura la idea, luego se elaboran las biografías de los personajes, luego se realizan las investigaciones necesarias y por último se estructura, ésta es muy importante ya que es la fuerza que mantiene todo unido y la ausencia de ésta implica la pérdida de la historia.

En un Fashion Film no siempre se llegan a conocer los personajes de la historia, y la estructura lineal básica Principio, Confrontación y Final no siempre se cumple a la exactitud, es un género más abstracto que aún continua experimentándose.

La narrativa de Devil Woman viene dada por una secuencia de acciones que transcurren en un tiempo determinado y se desenvuelven en un espacio corto

que contiene diferentes puntos, toda la historia se da en tiempo real durante toda la trama.

En este caso el Fashion Film cuenta una historia breve, con solo 2 personajes, uno principal que será la chica protagonista y el papel secundario que es quién revelara el final de la historia. Se divide en 5 secuencias que a su vez conforman una especie de gran plano secuencia que relata la trama de Devil Woman en 3 minutos.

Secuencia 1: Tocan la puerta de un apartamento. Abre una chica muy hermosa, su actitud es divertida y a la vez posee algo de misterio en su mirada, ella sonríe y se sorprende al abrir, como si se tratara de una visita inesperada. No se puede ver quien está del otro lado. Comienza un juego de seducción entre ella y quien la observa. Trata de escabullirse de quien la observa.

Secuencia 2: Ana sale detrás de una columna, hay un flirteo entre ella y el otro que la observa, camina hacia el sofá de la sala y se sienta en él. Hace unos movimientos, sube las piernas al sofá y gatea para acercarse al que está viéndola.

Secuencia 3: Se dirige hacia la barra que está en la esquina del apartamento, se sienta sobre la silla mira a la cámara con mirada seductora, sonríe y da vuelta a la silla. Se levanta, hace unos movimientos de baile disimulados y camina hacia el pasillo agarrando la cámara y atrayéndola hacia ella como si se tratará de una persona.

Secuencia 4: Comienza a bailar, mira hacia la cámara con una leve sonrisa coqueta y lleva sus manos hacia las paredes, comienza a sentirlas y se va hacia atrás, como escapándose de la cámara y de quien la observa. Se dirige hacia el cuarto principal, mira hacia la cámara con la intención de atraerla hacia ella.

Secuencia 5: Entra a la habitación, agarra la cámara, la atrae hacia ella, se sube a la cama y hace leves movimientos de baile. La cámara apunta hacia el espejo que se encuentra frente a la cama, se ve revela por medio del reflejo del espejo quien ha estado siguiéndola, está una mujer arrodillada en la cama no se le ve la cara, pues tiene puesta una cabeza de conejo.

Cada una de estas secuencias se ven diferenciadas por el vestuario que lleva la modelo en cada una, sin embargo la idea es que se disimule el corte de cada secuencia y haga parecer al público que todo se desarrolla en una sola secuencia y que la modelo se cambia por arte de magia.

En el guión no existen diálogos, lo principal era la estética del material y capturar imágenes que hablaran por si solas y contaran una historia lo suficientemente emotiva y sorprendente para el público. Acompañado de sonidos que dieran vida a las imágenes, en este caso fue utilizada la canción “Devil Woman” de la banda venezolana Holy Sexy Bastards. Creando y afianzando entonces, la sagrada relación entre Moda, Música y Cine.

5.3.2. Tratamiento de Dirección

“El director es el responsable de los aspectos conceptuales y del enfoque global de la película. éste supervisa los términos creativos (...) decide sobre la apariencia de una película y sobre cómo hacer llegar la historia al público. (...) El proceso empieza cuando el director lee el guión y enfoca de un modo estilístico el material” (Barnwell, 2009, pág. 67)

Jane Barwell, autora del libro “Fundamentos de la creación cinematográfica” fue muy acertada con este comentario, pues es el Director el responsable, tanto de los lineamientos visuales como de los actores.

En el caso de un Fashion Film, como se ha dicho en el apartado anterior acerca de su concepto, es el Diseñador quien juega como autor de este material y se fusiona con el Director de Cine para lograr una colaboración mutua donde buscan explorar, capturar y transmitir la energía, la esencia y la personalidad de la marca.

La idea para el tratamiento visual de Devil Woman, era generar una ilusión que pareciera que estamos viendo a través de la vista de una persona que sigue a una chica por todo su apartamento. Jamás se revelaría quien es esa persona detrás de la cámara sino hasta el momento final, y se haría por medio del reflejo de un

espejo colocado en la habitación que disimula y esconde la cámara y pareciera que el que observa es la misma persona que se ve en ese reflejo.

La colección de VESTIMENTA que fue utilizada, tiene influencias en el rock and roll. Por tanto para darle un aire un poco más irreverente en la imagen, se decidió realizar la filmación en color blanco y negro con un alto contraste, donde las piezas utilizadas resaltarían por las texturas y transparencias de sus telas.

En vista de que la historia es filmada desde el punto de vista subjetivo de una persona que sigue al personaje principal, se buscó una manera más creíble en cuanto al rodaje, se grabaría en planos secuencias para que pareciera que existe una verdadera persecución.

Propuesta de Montaje

Una definición breve y fácil de entender de lo que es un montaje la cuenta Enrique Martínez en su blog "El lenguaje del cine" y afirma que:

"Es el proceso que se utiliza para ordenar los planos y secuencias de una película, de forma que el espectador los vea tal y cómo quiere el director. La manera de colocar los diversos planos puede cambiar completamente el sentido, y por lo tanto el mensaje, de una película." (Martínez E. , 2000)

El proceso de montaje es una de los puntos más esenciales en el proceso de post producción, la forma que se le dé a éste creará el sentido de la historia, la creación del suspenso, y el ritmo del material.

La idea principal al momento del montaje es que la unión de las cinco secuencias creen la ilusión de un gran plano secuencia y que los cortes entre cada una sean perfectamente disimulados mediante JumpCuts

Un Jump Cut es según la página web de Glosarios de Alicante, en la sección de temas de cine lo define como: *"efecto de salto que se produce en el montaje al cortar de una posición de cámara a otra más cercana o más lejana en el mismo eje óptico "*. En otras palabras, es un corte entre dos tomas del mismo objeto, personaje o escena donde el ángulo es menos de 45 grados.

De esta manera se disimularía la transición de secuencias, y los cambios de vestuario entre una secuencia a otra se verían menos forzados.

Sin embargo esta planificación de montaje puede cambiar y no debería alterar el proceso de pre-producción y producción del material, ya que el guión es una herramienta flexible que funciona como guía al momento del rodaje, pero este puede variar acorde a lo que suceda en el momento de filmación, por ejemplo si un plano queda mejor de otra manera, o la secuencia debe romperse debido a que no genera buen ritmo en la acción. El montaje es la confirmación ésta teoría, ya que en muchas ocasiones luego de ser grabado todo el material al momento de la revisión del mismo quizás nos damos cuenta de errores que antes no habíamos visto, y volver a realizar la grabación tomaría tiempo y dinero.

5.3.3. Tratamiento de Producción

El proceso de producción involucra la creación del film desde que se elige el proyecto hasta que se distribuye, éste es quién llevara a cabo el proyecto audiovisual, abarca tres etapas: Pre-producción que consta de todas las actividades previas al rodaje del material; Producción que envuelve a todas las actividades del rodaje y la solución de los problemas que vayan surgiendo; y Post-producción que se refiere a las actividades que se llevan a cabo una vez finalizado el rodaje, como el montaje y la distribución.

El productor es la persona que cree en la idea y pone los medios necesarios para realizar el film, en el caso de la moda el equipo de producción puede estar de parte de la marca, ya que el productor es el que reúne el dinero, el equipo y planifica las necesidades del rodaje. Éste también se encarga del desglose del guión y el plan de rodaje. Gestiona los permisos, contacta a los proveedores, coordina el trabajo y el cumplimiento de objetivos durante la filmación, y organiza el casting.

Para la producción de este Fashion Film, se debieron tomar en cuenta los requerimientos de la marca junto con del director para llevar a cabo el proyecto. Primero se debía conseguir la ambientación ideal para que sea creíble el video y

no se vea sobre recargado, un apartamento sencillo y moderno a la vez fue lo primordial para la locación. La producción debía estar encargada de conseguir opciones de sitios posibles y que vayan acorde con los lineamientos, una vez aprobado el lugar se debía tomar en cuenta los requerimientos necesarios para mantener el sitio limpio, con fuente de electricidad, agua, puesto de estacionamiento, y otros.

En segundo lugar se debía reunir el equipo de trabajo para llevar a cabo este proyecto, realizar un casting para elegir al personaje principal, trabajar junto al departamento de arte para conseguir los elementos necesarios, contactar un maquillador, conseguir el encargado de cámara e iluminación y a la vez conseguir los equipos técnicos necesarios para realizar el rodaje. Y a su vez conseguir todos los presupuestos y gastos requeridos, incluyendo viáticos para los gastos del catering y alguna otra necesidad, en este caso todos estos gastos corrían por parte de la marca VESTIMENTA.

La logística de producción y el desarrollo y ejecución del plan de rodaje se construyó junto con el departamento de dirección y fotografía una vez desglosado el guión. Se tomó en cuenta las necesidades estéticas y narrativas del Fashion Film, como la necesidad de grabar sin luz de día, es decir de noche. Al mismo tiempo el departamento de producción es el que colocaría la fecha del rodaje y la hora establecida tomando en cuenta la disponibilidad de todos.

A pesar del corto presupuesto que disponíamos, el departamento de producción logro organizar y llevar a cabo el rodaje de la manera más exitosa posible, tomando en cuenta todas y cada una de las necesidades previamente estudiadas, y contando con posibles escenarios que se podían presentar a la hora del rodaje. Para lograr esto la mayor parte del presupuesto se encontraba en el área de fotografía, donde los equipos eran primordiales para realizar la filmación.

Por ultimo durante el proceso de post producción, se tomo en cuenta los requerimientos de la marca y del director para lograr un buen montaje que tuviera ritmo y coherencia con la historia.

5.3.4. Tratamiento de Dirección de Fotografía

El director de fotografía es el encargado de la estética del material, se toma en cuenta el encuadre y la iluminación que será usada en el rodaje, estudia cada plano individualmente para darle vida a la composición de la pieza, las leyes básicas de fotografía como la ley de los tercios o la ley del horizonte; también considera la temperatura de color y apertura de luz.

En el caso de Devil Woman, se trataba más de movimientos de cámaras y planos secuencias, donde un equipo llamado Steady Cam funcionaba como un estabilizador de cámara, consistente en un sistema de suspensión y brazo recto con soporte para la cámara y la luz, de esta manera compensa los movimientos del operador.

Para este Fashion Film, se trabajó con una cámara digital usada generalmente para fotografías fijas, Canon 5D Mark III junto con un lente 50mm 1.2. Durante todo el rodaje se utilizó el formato ISO 800 con el Obturador 30 y la apertura de Diafragma 4.0., ya que la iluminación natural era completamente oscura debido a que es de noche y se utilizó la ayuda de una luz artificial.

Para el tratamiento de iluminación, se requería que la iluminación natural sea completamente oscura, es decir que fuese de noche de esta manera se podría lograr el efecto de luz entre cenital y frontal que solo iluminara un sitio en la imagen, de esta manera lograr un poco la ilusión de que alguien está mirándola de frente a la protagonista pero con un poco más de exageración en la visual. Para esto se decidió utilizar la luz artificial mencionada anteriormente Shot Gum – 500 HDMI.

Como el material será distribuido por Internet que es el canal de distribución por excelencia de un Fashion Film, se manejó la resolución aspecto 16:9 del HDTV (1920x1080), a 24 cuadros por segundo.

5.3.5. Tratamiento de Dirección de Arte

La dirección de arte juega un papel muy importante en la elaboración de un Fashion Film, ya que involucra los elementos principales de éste como lo es el Vestuario y el Estilismo. Este departamento es el responsable del diseño del espacio, es decir de la ambientación del sitio que contempla el rodaje; y al mismo tiempo en el caso de la moda compone la creación de los looks que le darán vida a los personajes y confirmaran la estética del material.

Set de rodaje

Para el set de grabación, se tomó en cuenta los requerimientos del director y la marca en cuanto a lo que querían proyectar con el interior del apartamento, en este caso, donde sucedería la acción.

Devil Woman propone un espacio moderno y sencillo, que parezca el sitio real donde viviría una chica de 24 años *cool* y amante de la moda. Al mismo tiempo tomando en cuenta que el film se grabaría en color blanco y negro, se debía decorar el lugar de manera que hiciera el menor ruido posible en la imagen y estética del film. Que hubiesen pocos elementos, pero al mismo tiempo que los elementos que existiesen fuesen relevantes de alguna manera, por ejemplo la barra de licores que hay en la sala, el sofá de cuero negro, la lámpara en forma de tubo, las revistas de moda en la mesa, el espejo con marco de madera en la habitación y las sábanas blancas con líneas en la cama.

Vestuario

El vestuario conforma el punto clave y el protagonista de todo el Fashion Film, mediante este revelaremos el comportamiento, la inspiración y emotividad de la marca.

En vista de que el video sería grabado en color blanco y negro, las texturas y tonalidades de sobrios formaban parte de las piezas necesarias para el desarrollo de este film, la idea era jugar con las transparencias, bordados, encajes y otros materiales para darle un ritmo y contraste a cada uno de los looks creados para esta historia

Al escoger los looks para Devil Woman, se debía conocer perfectamente al personaje principal, ya que el vestuario iría ligado a la personalidad de ella y a su estilo de vida. A través del personaje de Ana, daremos a conocer el significado y los atributos de la marca y de la colección que expone. VESTIMENTA combina para este video sus dos capsulas de la colección Otoño/Invierno 2013, Rock and Lace y Camolot, que combina tendencias como el estampado militar, el encaje y las transparencias en telas de color negro. Cada look debía ser fuerte, y debe tener un toque irreverente en las piezas. La inspiración principal fue el rock and roll para la combinación de vestuario, y al mismo tiempo debía involucrar elementos casuales que permitan que sean looks que cualquier mujer podría usar un día normal. A continuación procederemos a describir cada uno de los looks:

Look 1: Crop top lace negro/ Falda tubo con estampado militar/ Collar corto Águila.

Este look sería el primero en aparecer en escena, y debía ser un look que de alguna manera impacte al espectador desde el primer momento, pero no debía ser el más producido, ya que lo mejor siempre está al final.

Look 2: Top malla negro/ Bandeu negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros/ Pulseras doradas/ Anillo dorado/ Zarcillos cruz dorados.

Para este look se tomaron en cuenta elementos del grunge, es un look un poco masculino que al mismo tiempo es sexy y casual. El top de malla conformaría la pieza clave en este look ya que demuestra una pieza básica como lo es una franela, convertida en algo más controversial al ser creada con una tela con perforaciones que da la ilusión que es una red. Y la camisa de cuadros roja, estaría amarrada a la cintura, y daría un contraste absoluto con todo el look.

Look 3: Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros/ Collar placa/ Anillo.

El body negro definitivamente sería la pieza controversial en esta parte del video, este conformaría una ruptura entre el primer y segundo look que eran un poco más resguardados. Al mismo tiempo tiene puesto una chaqueta parka,

que es algo parecido a un atrapa viento, crea un balance entre la parte de arriba y la de abajo que está completamente descubierta con unas medias de malla negra.

Look 4: Vestido asimétrico negro/ franela verde oscura/ Medias malla rotas negras/ Botines negros/ Pulseras doradas/ Anillo.

Este look será usado para darle la apertura al último look del video, por tanto debía ser un vestuario un poco más reservado que el anterior, para romper con el esquema que se venía siguiendo, sin embargo sigue teniendo un toque irreverente con las medias de malla que están rotas en el lado del muslo.

Look 5: Body negro/ Chaqueta de cuero con spikes plateados/ Botines negros/ Zarcillos cruz plateados.

El final siempre es el más importante, donde se reserva el mejor look. La *It Piece* de esta colección de VESTIMENTA es la chaqueta de spikes negra de cuero, la cual ha sido una pieza controversial para la marca. Este look supone el cierre del video y dejando al espectador el deseo de tener todo lo que ella lleva puesto.

Maquillaje y Estilismo

Para esta ocasión debido a las influencias del rock and roll en la colección de VESTIMENTA, se determinó lograr un look descuidado en el cabello y que fuese un cabello oscuro para darle contraste al video. Por tanto se buscó una peluca marrón oscuro, de cabello largo para realizar el estilismo.

Para el maquillaje, se propuso realizar un *Smokey eyes* tradicional, es decir sombra ahumada en los ojos de color negro, con las mejillas definidas, los puntos de iluminación destacados, y la boca de color rojo para darle un aire más sensual.

5.3.6. Tratamiento de Dirección de Casting

Para la selección del personaje principal de Ana, se requería de una chica que tuviera una actitud fuerte para que fuese percibida en el film. ya que el personaje es el que le dará vida a todo el material, y el que expondrá la comunicación de la marca.

El proceso de selección consistió en elaborar un casting en las oficinas de VESTIMENTA, donde se contactó a chicas que cumplieran con el perfil físico de Ana. Es decir, Piel blanca, cabello largo y oscuro, más de 1,70 m y de contextura delgada. Se les pidió a las chicas realizar un casting básico, que consiste en mostrar cada perfil de ellas y dar una vuelta, y luego si resultaba del agrado del equipo, se les grababa un video de 30 seg, donde se le coloco una música y la idea es que bailaran y se movieran al ritmo de la música y al mismo tiempo mirarán a cámara.

La chica seleccionada fue Ana Mazzei, cumplía con el perfil necesario en actitud, y en físico, lo único que no cumplía era con el hecho de que su cabello era corto y de color rubio, sin embargo no iba a ser un problema ya que le colocaríamos una peluca que reemplazaría como cabello oscuro.

5.4 Temática y descripción de los personajes

La temática de un *"Fashion Film"* viene dada en este caso, acorde a los lineamientos del diseñador y la marca en la que se propone realizar el material. Antes de plantear una historia se debe primero conocer de a fondo como comunica la marca, a qué público le comunica y cuál es el propósito de esa comunicación. La manera más sencilla de conocer el diseñador y la marca es realizando un Brief, éste funciona como un resumen para conocer las características de la marca.

Fashion Film:

Caso VESTIMENTA:

BRIEF:

HISTORIA
<p>Si regresamos un poco en el tiempo encontramos a una VESTIMENTA totalmente distinta a lo que es hoy en día. En 1996 inicia en la actividad comercial como una tienda multimarca, donde los compradores podrían encontrar exclusivas piezas de otras marcas reconocidas, traídas de Los Ángeles.</p> <p>Con el pasar de los años la tienda se fue posicionando como una de las mejores referencias de Moda en Caracas, razón por la cual en 2007 se decide emprender con el nuevo proyecto de convertir esta tienda en una Marca pensada en la necesidad de sus clientes y con su nombre en la etiqueta. Luego de varias pruebas y superación de obstáculos, en el 2011 desarrolló sus primeras colecciones y cápsulas. Hoy día sigue creciendo y explorando esta nueva ruta. Pero teniendo el Norte siempre claro, avanzando sin mirar atrás.</p>
MISIÓN
<p>Ser <i>cool hunters</i> de tendencias y estilos de vida que nos inspiran a crear piezas únicas, vanguardistas y diferentes a un precio accesible.</p>
VISIÓN
<p>Buscamos ser reconocidos como la marca <i>trendsetter</i> de pronto moda preferida por hombres y mujeres, que ofrece propuestas de diseño versátiles y diferentes al mejor precio del mercado, realzando el estilo único de nuestros clientes y acompañándolos en cualquier ocasión.</p>
Objetivo de la comunicación
<p>“<i>Fashion for less</i>” (moda a bajos costos) es la filosofía que desea transmitir la marca a través de la creación de nuevos estilos y tendencias que permite a los consumidores estar cada vez más cerca de la moda, convirtiéndose en un nuevo punto de referencia para los conocedores de la moda con un rango de productos exhaustivos a precios muy razonables, y participando como creador de un nuevo estilo de vida.</p>

Grupo Objetivo / Target
Hombres y Mujeres de 18 a 25 años que conocen sobre la moda y sus tendencias, que buscan verse y sentirse diferentes a través de ella. No tienen miedo a atreverse y son fieles creyentes de <i>Fashion for less</i> (Moda a bajos costos).
Foco de la comunicación ¿Qué queremos comunicar?
Vestimenta es impulsor de un estilo de vida que va de la mano con el gusto por la moda, el seguimiento de las últimas tendencias, una actitud irreverente, y que no tiene miedo a atreverse.

Racional / Reason Why ¿Qué hace la idea creíble?
Las mujeres venezolanas buscan lo último en tendencias, nuevas piezas con que atreverse a imponer nuevos estilos que la hagan sentir seguras de sí misma y al mismo tiempo demuestren la sensualidad femenina que las mujeres latinas poseen.
Los hombres buscan comodidad, precio y al mismo tiempo fácil moda sin tener que buscar en demasiados lugares, Vestimenta les ofrece productos de precios accesibles y los educa en el vestir de las últimas tendencias.

Tono de la comunicación / Personalidad de marca
Irreverente, directo, demuestra sensualidad.

Medios a utilizar
Internet, con la difusión de un <i>Fashion Film</i> .

Comentarios / Otros
Competidores Principales: Aishop, Bershka, Suite Blanco.

Una vez que se obtengan todas las características de la marca: **VESTIMENTA**, tenemos un lienzo en blanco para pintar una historia que atrape al público consumidor, y a su vez ayude a atraer a potenciales clientes. Se busca crear una historia que genere una emoción y comparta la esencia del diseñador y la marca en cuestión.

Al realizar la temática de “*DEVIL WOMAN*” se tomó en cuenta tres aspectos claves que han sido desarrollados en el Brief informativo:

1. **VESTIMENTA** es creador e impulsor de estilo de vida.
2. Se comunica de manera irreverente, directa y demuestra sensualidad.
3. Reconoce la importancia de la moda y sigue las últimas tendencias.

Al tomar en cuenta estos puntos, comienza la colaboración entre el Director y la marca apoyándose entre sí para capturar y transmitir la energía, la esencia y la personalidad de **VESTIMENTA**.

DEVIL WOMAN es una breve historia en donde una chica llamada Ana comienza un juego de seducción y persecución con la persona que toca la puerta de su apartamento, y no se revela quién es sino hasta el final de la trama que notamos que es algo totalmente inesperado, es una mujer con cabeza de conejo.

La idea principal fue darle un propósito a cada una de las imágenes y acciones que aparecen en la pieza audiovisual. Debíamos encontrar en la historia donde resaltar los atributos de la marca sin que fuese demasiado obvio.

Ana, sería la *personificación* de la marca, en cómo se comporta, su target, y su visión, la actitud irreverente, misteriosa y pícara que muestra en el video dará a conocer la manera en cómo se comunica la marca. El *apartamento* reflejaría el *estilo de vida* de la marca mediante el tratamiento de dirección de arte, donde el gusto por la moda debe reflejarse en la colocación de revistas de moda, muebles modernos y la decoración debía ser sencilla ya que VESTIMENTA no plantea ser una marca ostentosa. Y por último, la marca gira en torno a la *moda*, y se planteó resaltar los atributos de ella, y a su vez lo *inesperada* que puede llegar a ser ya que gracias a la democratización de la moda no existen parámetros y leyes que indiquen que algo debe ser de una manera u otra, y cada vez más los diseñadores buscan innovar con creaciones inesperadas que generan un factor sorpresa en cada una de las personas, por lo tanto el final debía generar un impacto en el público y que a su vez sea controversial e inesperado tal como lo es la moda, el hecho de que se revele al final la persona que seguía a Ana y resulte ser una

mujer con cabeza de conejo paso a ser considerada para el final, la figura de una mujer representaría el verdadero propósito por el cual las mujeres se visten, ellas no buscan impresionar a los hombres sino a las mujeres, porque son ellas quienes generalmente son las conocedoras de moda, y crean un aire de competencia entre mujeres para destacarse en este mundo.

¿Quién es Ana?

Ana es una chica de 24 años que vive en un pequeño apartamento en la ciudad de Caracas. Tiene contextura delgada, mide 1,70 m, cabello largo castaño oscuro, ojos azules y piel blanca. Ella tiene un gusto impecable por la moda y siempre le han interesado las últimas tendencias, por tanto su trabajo gira en torno a este mundo. Su personalidad es extrovertida, *“easy going”* es decir, fácil de llevar, es irreverente en cuanto a que demuestra actitud, tiene un aire misterioso que la hace sensual y no tiene miedo a atreverse, ella sabe que a donde vaya todas las miradas caerán en ella. Le gusta todo tipo de música, puede pasar toda una tarde escuchándola en su apartamento y baila sin parar. Es una persona que le encanta salir a pasear, a eventos de moda y a sitios nocturnos.

Un día cualquiera, recibe una visita inesperada en su apartamento y es ahí en donde se desarrolla la historia que verán en *“DEVIL WOMAN”*.

6. Cronograma de las etapas de producción.

OC 20
TU
BRE 13

DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
		1 BRAIN STORMING	2 BRAIN STORMING	3	4	5
6	7	8	9 REUNIÓN RAM MARTINEZ	10	11	12
13	14 REUNIÓN EQUIPO VESTIMENTA	15 BRIEF VESTIMENTA	16	17	18	19
20	21	22 REUNIÓN RAM MARTINEZ	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

NOVIEMBRE 2013

DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
					1	2
3	4 REUNIÓN DE GUIÓN	5	6	7	8	9
10	11 REUNIÓN DE GUIÓN	12	13	14	15	16
17	18	19	20 REUNIÓN EQUIPO VESTIMENTA	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

DIC 20
IEM
BRE 13

DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
1	2	3	4 CASTING	5 CONTACTO MAQUILLADOR Y ESTILISTA	6	7
8	9 VISITA A LOCACIÓN OPCIÓN 1	10	11 VISITA A LOCACIÓN OPCIÓN 2	12	13 REUNIÓN EQUIPO VESTIMENTA	14
15	16	17	18	19 VACACIONES	20 VACACIONES	21 VACACIONES
22 VACACIONES	23 VACACIONES	24 VACACIONES	25 VACACIONES	26 VACACIONES	27 VACACIONES	28 VACACIONES
29 VACACIONES	30 VACACIONES	31 VACACIONES				

E NE RO 20 14

DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
			1 VACACIONES	2 VACACIONES	3 VACACIONES	4 VACACIONES
5 VACACIONES	6	7	8 VISITA A LOCACIÓN OPCIÓN 3	9	10	11
12	13	14 REUNION PRODUCCIÓN	15	16 REUNIÓN DE VESTUARIO	17 REUNIÓN DE VESTUARIO	18
19	20	21 PRUEBA DE VESTUARIO	22	23 REUNION MUSICALIZACIÓN HOLY SEXY BASTARD	24	25
26	27	28 VISITA LOCACIÓN FINAL DIR. DE ARTE	29	30 REUNION RAM MARTINEZ	31	

FE BRE RO 20 14

DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
						1
2	3 CONTACTO EQUIPO DE TRABAJO	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13 FECHA ESTIMADA DE RODAJE. POSTERGADA	14	15
16	17	18 FECHA ESTIMADA DE RODAJE. POSTERGADA	19	20 FECHA ESTIMADA DE RODAJE. POSTERGADA	21	22 RODAJE
23	24 ENTREGA DE VESTUARIO	25	26	27 POST- PRODUCCIÓN EDICIÓN	28 REUNION SCRIPT PIETAJE	

MA 20 R 14 ZO

DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
				DIA NO LABORAL	DIA NO LABORAL	1
2	3 CARNAVALES	4 CARNAVALES	5 DIA NO LABORAL	6 POST-PRODUCCIÓN EDICIÓN	7 POST-PRODUCCIÓN EDICIÓN	8
9	10 EXPORTACION IMPRESION DEL MATERIAL.	11 ENTREGA DE PFC	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

7.

Sinopsis

Ana, una chica de 24 años llega a su apartamento después de uno de sus tantos días de eventos de moda en la ciudad de Caracas. Ella no es una chica común, tiene algo que la hace especial y divertida. Alguien toca la puerta, y ella decide abrir, comienza un juego de seducción y persecución entre el sujeto que la observa y ella. Trata de escabullirse de él pero al mismo tiempo lo lleva hacia ella. En su recorrido por todo el apartamento, entra a su habitación y se encuentra con una sorpresa inesperada, se descubre quien era la persona que había llegado a su casa y quién tanto la observaba, resulto ser una mujer que lleva puesta una cabeza de conejo.

8. Escaleta Final

INT. APARTAMENTO / NOCHE

Secuencia 1

Abren la puerta. Ana abre la puerta, sonríe. Detrás de la cámara hay alguien pero no se ve, comienza un juego de seducción entre ella y la cámara. Se dirige a la columna, se esconde en ella.

Secuencia 2

Ana camina hacia el sofá, se sienta y baila sobre él. Se levanta, se quita la camisa que tiene amarrada en la cintura y la lanza hacia la cámara.

Secuencia 3

Ana agarra la camisa, la lanza hacia el piso. Atrae la cámara hacia ella. Y se dirige a la barra, se sienta en la silla da vueltas. Se levanta y atrae la cámara hacia ella tap ndola con la mano.

Secuencia 4

Entra al pasillo, toca y trata de sentir las paredes, baila y se dirige hacia el cuarto principal.

Secuencia 5

Entra al cuarto, hay un flirteo hacia la cámara, se descubre en el reflejo del espejo, que está frente a la cama, quien era el que estaba detrás de la cámara. Resulta ser sorprendentemente una mujer que lleva puesta una cabeza de conejo.

8. Guion

"DEVIL WOMAN"

Written by

[LORENA GUZMÁN]

CARACAS - VENEZUELA

FEBRERO, 2014.

"DEVIL WOMAN"

FADE IN:

INT.APARTAMENTO - DIA

Secuencia de persecución 1

En un edificio en la zona de Caracas, tocan la puerta. Abre una chica muy hermosa de piel blanca con cabello oscuro, su nombre es ANA (24, entra de frente a cuadro. Ana lleva puesto una falda de tubo con estampado militar, un crop top con encaje de color negro, un collar corto con un águila grande en plateado.

Su actitud es divertida y a la vez posee algo de misterio en su mirada lo cual la hace realmente atractiva, ella sonríe y se sorprende al abrir, como si se tratara de una visita inesperada. No se puede ver quien está del otro lado.

Comienza un juego de seducción entre ella y quien la observa detrás de cámara. Ana comienza a bailar, siempre mira de frente, agarra la cámara y la sacude un poco atrayéndola hacia ella. Se dirige a la columna, y trata de escabullirse de quien la observa.

Secuencia de persecución 2

Ana sale detrás de la columna, pareciera que se hubiese cambiado por arte de magia, esta vez lleva un short de cuerina, una franela de red negra con un bandeau debajo, tiene amarrada a la cintura una camisa de cuadros roja y lleva unos botines tipo sneakers negros.

Hay un flirteo entre ella y el otro que la observa, camina hacia el sofá de la sala y se sienta en él. Hace unos movimientos, se levanta da una vuelta y se vuelve a sentar, sube las piernas al sofá y gatea para acercarse a cámara.

Se levanta del sofá, se aleja de cámara y se quita la camisa de cuadros rojos que tiene amarrada en la cintura y la lanza hacia la cámara tapando la vista completamente.

Secuencia de persecución 3

Ana quita la camisa que tapa la vista de la cámara, la lanza al piso. Notamos que lleva otro cambio de ropa, tiene un body negro debajo de una chaqueta parka verde, junto con unas medias pantys de red negras, unas medias de algodón grises hasta la rodilla y unos botines negros, lleva guindando un collar de placas.

Se dirige hacia la barra que está en la esquina del apartamento, se sienta sobre la silla mira a la cámara con mirada seductora, sonríe y da vuelta a la silla. Se levanta, hace unos movimientos de baile disimulados y camina hacia el pasillo agarrando la cámara y atrayéndola hacia ella, tapa la vista completamente.

Secuencia de persecución 4

Quita la mano de la cámara, entra al pasillo, tiene otro cambio de ropa, lleva un vestido negro asimétrico, franela verde oscuro amarrada a la cintura, unas medias pantys de red rotas, y unos botines trenzados negros. Comienza a bailar, mira hacia la cámara con una leve sonrisa coqueta y lleva sus manos hacia las paredes, comienza a sentirlas y se va hacia atrás, como escapándose de la cámara y de quien la observa

Se dirige hacia el cuarto principal, mira hacia la cámara con la intención de atraerla hacia ella.

Secuencia de persecución 5

Entra a la habitación, esta vez lleva puesto un body negro, una chaqueta de cuero con spikes plateados, y unos botines negros. Agarra la cámara, la atrae hacia ella, se sube a la cama y hace leves movimientos de baile.

La cámara apunta hacia el espejo que se encuentra frente a la cama, se ve revela por medio del reflejo del espejo quien ha estado siguiéndola, está una mujer arrodillada en la cama, vistiendo un body negro con medias pantys negras, no se le ve la cara, pues tiene puesta una cabeza de conejo. Ana se recuesta de sus piernas.

[FADE TO BLACK]

10. Lista de Tomas

LISTA DE TOMAS

ESC	P	Ind. Técnicas	IMAGEN	SONIDO	LOCACIÓN	VESTUARIO
1	1	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- Puerta de entrada del apto. En un edificio en la zona de Caracas, tocan la puerta.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
1	2	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC - Tilt Up Abre una chica muy hermosa de piel blanca con cabello oscuro, su nombre es ANA (24), entra de frente a cuadro	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
1	3	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- ...ella sonríe y se sorprende al abrir, como si se tratara de una visita inesperada.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
1	4	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM- Comienza un juego de seducción entre ella y quien la observa detrás de cámara. Ana comienza a bailar, siempre mira de frente.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
1	5	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PPP - agarra la cámara y la sacude un poco atrayéndola hacia ella.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
1	6	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PA- Baila, y se dirige a la columna, trata de escabullirse de quien la observa.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
1	7	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Misma acción que la anterior.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
1	8	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Tilt down- PP Misma acción que la anterior.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
1	9	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- Tilt up- PMC Misma acción que la anterior.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.

1	10	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM- Misma acción que la anterior. Se esconde detrás de la columna	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
1	11	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Tilt down Misma acción que la anterior.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
1	12	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Tilt up Misma acción que la anterior.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
1	13	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- Tilt up- PMC Misma acción que la anterior.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
1	14	Jump Cut/ Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PA - Ana sale detrás de la columna.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
1	15	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Tilt Down Hay un flirteo entre ella y el otro que la observa, camina hacia el sofá de la sala	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
1	16	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Tilt up Hay un flirteo entre ella y el otro que la observa, camina hacia el sofá de la sala	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
1	17	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC - camina hacia el sofá de la sala y se sienta en él	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
1	18	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Tilt down Hace unos movimientos.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
1	19	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM -Tilt up Se levanta y da una vuelta y se sienta	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
1	20	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM - Tilt down Se levanta y da una vuelta	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros

1	21	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC - Se sienta.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
1	22	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Hace unos movimientos.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
1	23	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- Sube las piernas al sofá.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
1	24	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	OS- gatea para acercarse a cámara.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
1	25	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- gatea para acercarse a cámara.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
1	26	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	OS- Se aleja.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
1	27	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC - Contrapicado , Se levanta del sofá	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
1	28	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM- Contrapicado, Se aleja de cámara	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
1	29	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PA- Contrapicado, se quita la camisa de cuadros rojos que tiene amarrada en la cintura y la lanza hacia la cámara tapando la vista completamente	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
1	30	Jump Cut/ Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC - Ana quita la camisa que tapa la vista de la cámara, la lanza al piso.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros

1	31	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM - Se dirige hacia la barra que está en la esquina del apartamento	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros
1	32	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM - <i>tilt down</i> Se sienta sobre la silla mira a la cámara con mirada seductora, sonríe y da vuelta a la silla	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros
1	33	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM - <i>Tilt up</i> Misma Acción que la anterior	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros
1	34	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	OS- <i>Tilt down</i> Misma Acción que la anterior	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros
1	35	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- <i>Tilt up</i> Mirada seductora y sonríe	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados
1	36	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC - da vueltas a la silla hace unos movimientos de baile disimulados	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros
1	37	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM- da vueltas a la silla hace unos movimientos de baile disimulados	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros
1	38	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	OS- hace unos movimientos de baile disimulados sentada en la silla	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros

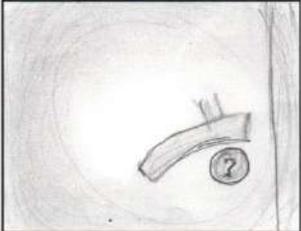
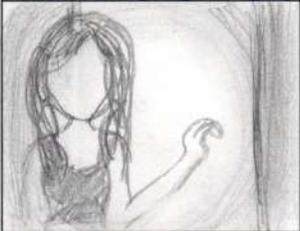
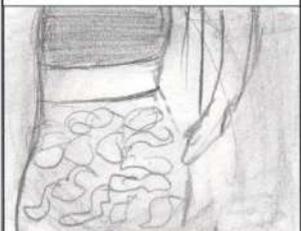
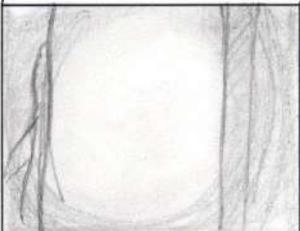
1	39	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	OS - camina hacia el pasillo y tapa la cámara con la mano	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros
1	40	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	<i>PP- Misma acción que la anterior. Tapa la cámara</i>	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros
1	41	Jump Cut/ Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	<i>PP - Quita la mano de la cámara, entra al pasillo.</i>	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Vestido asimétrico negro/ franela verde oscura/ Medias malla rotas negras/ Botines negros/
1	42	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	OS - Misma acción que la anterior	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Vestido asimétrico negro/ franela verde oscura/ Medias malla rotas negras/ Botines negros/
1	43	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	<i>PMC - Comienza a bailar, mira hacia la cámara con una leve sonrisa coqueta y lleva sus manos hacia las paredes, comienza a sentirlas y se va hacia atrás</i>	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Vestido asimétrico negro/ franela verde oscura/ Medias malla rotas negras/ Botines negros/
1	44	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	<i>PM- Tilt Down, Misma acción que la anterior</i>	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Vestido asimétrico negro/ franela verde oscura/ Medias malla rotas negras/ Botines negros/
1	45	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	<i>PMC- Tilt up Misma acción que la anterior</i>	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Vestido asimétrico negro/ franela verde oscura/ Medias malla rotas negras/ Botines negros/
1	46	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	OS- Se escapa de quien la observa.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Vestido asimétrico negro/ franela verde oscura/ Medias malla rotas negras/ Botines negros/
1	47	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	<i>PM- Se dirige hacia el cuarto principal, mira hacia la cámara con la intención de atraerla hacia ella.</i>	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Vestido asimétrico negro/ franela verde oscura/ Medias malla rotas negras/ Botines negros/

1	48	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PD- tilt Down, se ve el piso del pasillo	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Vestido asimétrico negro/ franela verde oscura/ Medias malla rotas negras/ Botines negros/
1	49	Jump Cut/ Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PD- tilt up, se ve el piso del pasillo	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Vestido asimétrico negro/ franela verde oscura/ Medias malla rotas negras/ Botines negros/
1	50	Jump Cut/ Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	OS- Vemos a Ana entrando a la habitación. Agarra la cámara, la atrae hacia ella, se sube a la cámara y hace leves movimientos de baile.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Body negro/ Chaqueta de cuero con spikes plateados/ Botines negros
1	51	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC - Misma acción que la anterior	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Body negro/ Chaqueta de cuero con spikes plateados/ Botines negros
1	52	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC - Tilt, Down Misma acción que la anterior	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Body negro/ Chaqueta de cuero con spikes plateados/ Botines negros
1	53	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- Tilt up, Misma acción que la anterior	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Body negro/ Chaqueta de cuero con spikes plateados/ Botines negros
1	54	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Ana Baila	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Body negro/ Chaqueta de cuero con spikes plateados/ Botines negros
1	55	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- tilt down Ana Baila	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Body negro/ Chaqueta de cuero con spikes plateados/ Botines negros

1	56	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PE - La cámara apunta hacia el espejo que se encuentra frente a la cama, se ve revela por medio del reflejo del espejo quien ha estado siguiéndola, está un hombre recostado del respaldo tiene puesta una cabeza de conejo. Ana se recuesta de sus piernas.	Canción: Devil Woman Holy Sexy Bastards	Res. Country Apto. 10-B	Body negro/ Chaqueta de cuero con spikes plateados/ Botines negros
---	----	--	--	--	----------------------------	--

11. Storyboard

STORYBOARD

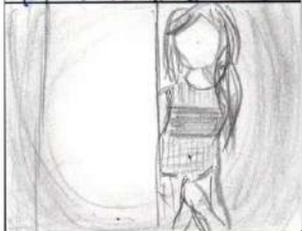
PROYECTO		DEVIL WOMAN		1							
ESC.	1	PLANO	1	ESC.	1	PLANO	2	ESC.	1	PLANO	3
											
EN UN EDIFICIO TOCAN LA PUERTA			ABRE UNA CHICA DE PIEL BLANCA CABELLO OSCURO			SONRIE COMO SI SE TRATARA DE UNA VISITA INESPERADA					
ESC.	1	PLANO	4	ESC.	1	PLANO	6	ESC.	1	PLANO	7
											
COMIENZA UN JUEGO DE SEDUCCIÓN Y PERSECUCIÓN			SE DIRIGE A LA COLUMNA			BAILA					
ESC.	1	PLANO	8	ESC.	1	PLANO	9	ESC.	1	PLANO	13
											
TILT DOWN BAILA			BAILA Y SONRIE			SE ESCONDE DETRÁS DE LA COLUMNA					

STORY BOARD

PROYECTO **DEVIL WOMAN**

2

ESC. **1** PLANO **14**



ANA SALE DTRÁS DE LA COLUMNA

ESC. **1** PLANO **17**



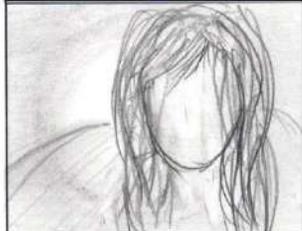
TILT DOWN - CAMINA HACIA EL SOFA

ESC. **1** PLANO **18**



SE SIENTA Y HACE UNOS MOVIMIENTOS DE BAILE

ESC. **1** PLANO **15**



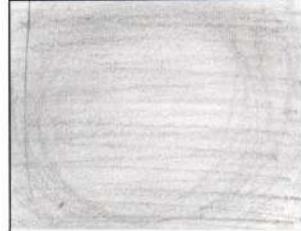
SUBE LAS PIERNAS Y GATEA PARA ACERCARSE

ESC. **1** PLANO **28**



SE LEVANTA DEL SOFÁ Y SE ALEJA. SE QUITA LA CAMISA

ESC. **1** PLANO **29**



LANZA LA CAMISA Y NUBLA LA VISTA DE LA CÁMARA NO SE VE NADA

ESC. **1** PLANO **30**



ANA QUITA LA CAMISA

ESC. **1** PLANO **31**



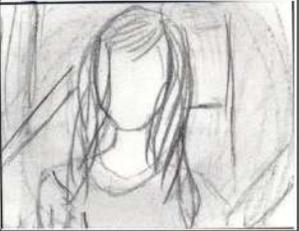
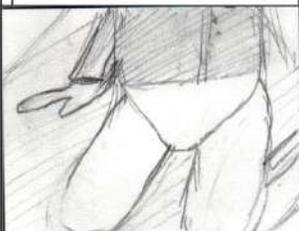
SE DIRIGE HACIA LA BARRA

ESC. **1** PLANO **36**



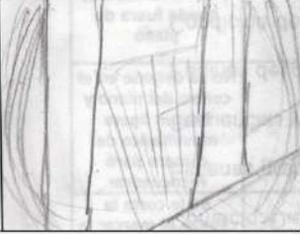
SE SIENTA EN LA SILLA Y LE DA VUELTAS

STORY BOARD

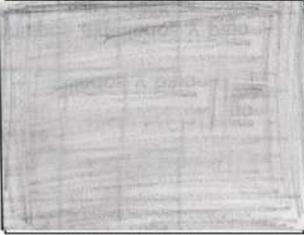
PROYECTO		DEVIL WOMAN		3							
ESC.	1	PLANO	37	ESC.	1	PLANO	39	ESC.	1	PLANO	42
											
HACE UNOS MOVIMIENTOS DE BAILE			TAPA LA CÁMARA CON LA MANO			QUITA LA MANO Y ENTRA AL PASILLO					
ESC.	1	PLANO	43	ESC.	1	PLANO	47	ESC.	1	PLANO	48
											
LLEVA SUS MANOS HACIA LAS PAREDES			SE DIRIGE AL CUARTO PRINCIPAL			TILT DOWN - SE VE EL PISO					
ESC.	1	PLANO	50	ESC.	1	PLANO	52	ESC.	1	PLANO	53
											
VEMOS A ANA EN LA HABITACIÓN			TILT DOWN - ANA SE SUBE A LA CAMA Y BAILA			BAILA Y SONRIE A CÁMARA					

STORY BOARD

PROYECTO	DEVIL WOMAN				4
ESC. 1	PLANO	54			
					
ANA BAILA					

ESC. 1	PLANO	55			
					
TILT DOWN - SE VE LA CAMA Y EL ESPEJO - TILT UP					

ESC. 1	PLANO	56			
					
SE VE EL REFLEJO DEL ESPEJO QUE REVELA QUIÉN SEGUIA A ANA					

ESC. 1	PLANO	57			
					
FADE TO BLACK LOGO VESTIMENTA					

ESC. 1	PLANO				
					

ESC. 1	PLANO				
					

ESC. 1	PLANO				
					

12. Locaciones

Dirección: Av. de Los Naranjos, a la altura del Sport Center. Res.
Country Apto. 10-B



13. Vestuario

COLORES Y TEXTURAS



El material audiovisual será producido en blanco y negro. Por tanto los colores en la paleta son muy sobrios.

Lo importante en el vestuario era conseguir piezas con texturas y estampados fuertes para que exista un interesante contraste en el video.



Look 1: Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.

Look 2: Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros/ Pulseras doradas/ Anillo dorado/ Zarcillos cruz dorados.

Look 3: Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros/ Collar placa/ Anillo.

Look 4: Vestido asimétrico negro/ franela verde oscura/ Medias malla rotas negras/ Botines negros/ Pulseras doradas/ Anillo.

Look 5: Body negro/ Chaqueta de cuero con spikes plateados/ Botines negros/ Zarcillos cruz plateados.



1



2



3



4



5



NIGHT CALL: CATHERINE MCNEIL GETS DARK FOR GREG KADEL IN NUMÉRO #151



KIRSTEN OWEN KEEPS IT SIMPLE FOR MIXT(E) S/S 2014

DOUTZEN KROES IS A BOMBSHELL IN SUNDAY TIMES STYLE

MARTHA, CAMILLA + HENRIETT
LIVE IT UP FOR
GLAMOUR GERMANY 2014



15. Propuesta de musicalización



HOLY SEXY BASTARDS

Canción Devil Woman

Banda de Garage Rock Venezolana, residente en la ciudad de Valencia.

Trio conformado por **Itza** (batería), **Luisle** (bajo y coros) y **Puche** (voz y guitarras).

Devil Woman, es el nombre del sencillo que se decidió utilizar para la musicalización del video, el más reciente álbum de la banda lanzado al mercado en el 2013 lleva por nombre el mismo.

Lo que se buscaba era recrear el trío perfecto: **Moda, Música y Film**. **Devil Woman** es un reencuentro eléctrico casual entre el Rock and Roll y el universo de la moda. La canción demuestra un estilo rebelde y una inusual elegancia, es un juego entre la seducción y la búsqueda.

“She's a devil woman, you're never gonna find her. She's a devil woman and she's gonna find you first.”

16. Desglose

DESGLOSE GENERAL

PROYECTO: DEVIL WOMAN

DIRECCIÓN: RAM MARTINEZ

PRODUCCIÓN: LORENA GUZMÁN

1. Desglose General del Talento

#	PERSONAJE	SEXO	DESCRIPCIÓN	ROL	ESC
1	ANA	F	Mujer, 24. 1,70m	Protagonista	1
2	EXTRA	M	Hombre, 24. 1,80m	EXTRA	1

2. Desglose General de Locación

#	NOMBRE	I/E	DESCRIPCIÓN	D/N	ESC
1	APTO. LOS NARANJOS	INT	Apartamento estilo minimalista, paredes blancas, piso de cerámica, puertas de madera.	Noche	1

3. Desglose General de Utilería

#	ARTÍCULO	DESCRIPCIÓN	PORTADOR	ESC
1	Cabeza de conejo	Cabeza de conejo que aparecerá al final.	EXTRA	1
2	Revistas	Revistas de moda para ambientar	-	1
3	Peluca	Peluca Marrón	ANA	1
4	Espejo	Espejo de pared para el cuarto	-	1
5	Sábanas	Sábanas y almohadas para cama	-	1

CALL SHEET

DIA DE RODAJE N° 1 HORA: 3:00 PM FECHA: 22 FEB 2014

PRODUCTOR: LORENA GUZMÁN DIRECTOR: RAM MARTINEZ

ESCENA	LOCACIÓN	CAST #	PAG.
1	APARTAMENTO LOS NARANJOS	1	1-2

#	PERSONAJE	ACTOR	MAQUILLAJE	VESTUARIO
1	ANA	ANA MAZZEI	Smokey eyes en negro, profundizar mejillas, labios rojos.	FALDA MILITAR, CROPTOP LACE NEGRO. COLLAR ÁGUILA SHORT CUERO, FRANELA DE RED, BANDEAU, CAMISA DE CUADROS ROJA. SNEAKERS BODY, PARKA JACKET, MEDIAS DE RED, MEDIAS ALGODON, BOTINES TRENZADOS, PLACA MILITAR VESTIDO ASIMETRICO, FRANELA FREEDOM, MEDIAS DE RED, BOTINES. BODY, CHAQUETA DE SPIKES, BOTINES.

EXTRAS	EQUIPO DE TRABAJO:
JESUS PALENCIA	RAM MARTINEZ
	REYNALDO ZITRO
	LORENA GUZMÁN
	GERALDINNE ALARCON
	JESUS PALENCIA

INSTRUCCIONES/ EQUIPOS/ UTILERIA
CABEZA DE CONEJO, REVISTAS DE MODA PELUCA MARRÓN, ESPEJO. STEADY CAM - MONITOR ON BOARD SMALL HD - LUZ ARRI 575 HMI.

HORARIO DE AVANZADA:
MAQUILLAJE Y ESTILISMO: 3:30 PM / ENSAYO: 5:00 PM
RODAJE: 7:00 PM
CENA: 9 PM

PUNTO DE ENCUENTRO:
C.C GALERIA LOS NARANJOS.



FECHA: 22/02/2014
INT/ NOCHE

1	DEVIL WOMAN	1
PRODUCCIÓN Nº	TÍTULO DE PRODUCCIÓN	DESGLOSE PAG. Nº
1	APTO INT. NOCHE	1-2
ESCENA Nº	NOMBRE DE ESCENA	GUÓN PAG. Nº
APARTAMENTO, TOCAN LA PUERTA ABRE UNA MUJER, JUEGO DE SEDUCCIÓN Y BÚSQUEDA,		
DESCRIPCIÓN		
RECORRE TODO EL APTO Y TERMINA EN HABITACIÓN.		RES, COUNTRY LOS NARANJOS
		NOMBRE DE LOCALIZACIÓN

CASTING PERSONAJE ANA: ANA MAZZEI	STUNTS NO HAY	EXTRAS/ ATMÓSFERA NO HAY
EFFECTOS ESPECIALES NO HAY	EXTRAS/SILENCIOSO JESUS PALENCIA	
VESTUARIO LOOK 1: FALDA MILITAR, CROPTOP LACE NEGRO. COLLAR ÁGUILA LOOK 2: SHORT CUERO, FRANELA DE RED, BANDEAU, CAMISA DE CUADROS ROJA. SNEAKERS. LOOK 3: BODY, PARKA JACKET, MEDIAS DE RED, MEDIAS ALGODON BOTINES TRENZADOS, PLACA MILITAR LOOK 4: VESTIDO ASIMETRICO, FRANELA FREEDOM, MEDIAS DE RED, BOTINES. LOOK 5: BODY, CHAQUETA DE SPIKES, BOTINES.	UTILERÍA CABEZA DE CONEJO REVISTAS DE MODA PELUCA MARRÓN PORTARETRATOS SABANAS, ALMOHADAS ESPEJO DE PARED.	VEHICULOS/ ANIMALES NO HAY
	MAQUILLAJE/ PEINADO SMOKEY EYES. BOCA ROJA PÓMULOS ACENTUADOS PELUCA MARRÓN LARGA	EFFECTOS DE SONIDO/ MÚSICA DEVIL WOMAN - HOLY SEXY BASTARDS
EQUIPO ESPECIAL STEADY CAM MONITOR ON BOARD SMALL HD LUZ ARRI 575 HMI	NOTAS DE PRODUCCIÓN NO OLVIDAR ACCESORIOS PARA EL VESTUARIO. COLOCAR TIRRO A LOS ZAPATOS PARA NO ENSUCIARLOS PAQUETE DE PILAS AA EXTRA, TIJERAS. TOALLITAS HUMEDAS ALCOHOL Y ALGODÓN	

17. Informe de locación

LOCACIÓN ÚNICA: APARTAMENTO

Dirección: Av. Principal de los Naranjos, bajando hacia el Sport Center, Edf. Country Apto 10 – B. El Hatillo – Edo. Miranda

- a) **Descripción del decorado de la locación:** Paredes Blancas, puertas de madera, piso de cerámica. Alfombras en la sala. Barra de Licores en una esquina. Decoración Minimalista.
- b) **Persona contacto para el alquiler/préstamo del apartamento:**
Mauricio Ochoa: telf. (+58) 4141610432
- c) **Escenas, secuencias, planos y páginas del guión en el que se utiliza la locación:**
Se utilizará durante todo el rodaje.
- d) **Descripción del lugar:** Es un apartamento recién remodelado con ventanas panorámicas grandes; tiene pocos muebles, tienen un mueble *chest long* en la sala principal debajo de una alfombra gris de pelos sintéticos, en frente está un pequeño mueble para el TV con un Plasma en la pared. Hay un pequeño pasillo que dirige hacia las 2 habitaciones y 2 baños.
- e) **Descripción de las condiciones de iluminación**
Entrada abierta de luz en todos los espacios del apartamento. Ventanas panorámicas grandes.
- f) **¿Hay energía eléctrica disponible?**
Si
- g) **Número de tomas de corriente disponibles**
10
- h) **¿Hay o no generadores eléctricos auxiliares? ¿Sí o no?**
No
- i) **¿Hay agua corriente disponible?**
Si

- j) ¿Hay servicios de baño y cocina disponibles?**
SI
- k) ¿Hay espacio para ubicación de equipamiento técnico, de catering?**
SI
- l) Descripción de las condiciones de ruido de la locación:**
Es silencioso, tranquilo.
- m) ¿Hay espacio para ubicar el camerino?**
Sí, hay una habitación que no será utilizada.
- n) ¿Hay estacionamiento? ¿Cuántos puestos están disponibles?**
Sí, pero no están disponibles para el equipo. Hay que estacionar en la calle, de frente al edificio.
- o) ¿La ubicación de la locación es segura? ¿Requiere de apoyo de seguridad?**
Si, es segura.
- p) ¿Existirá público observador al momento del rodaje?**
NO

18. Casting



ANA MAZZEI

22 años

Estatura: 1,70 / Medidas: 80 – 60 – 85

Rubia, Ojos Claros, Cabello Corto.

(+58) 424-288-0301 / (+58) 212-9590129

amazzei@gmail.com

Facebook: Ana Mazzei / Instagram: @annaranjada

Contacto: Directo

19. Presupuestos

PRESUPUESTO FASHION FILM				
FECHA DE GRABACIÓN: SABADO 22 DE FEBRERO DEL 2014				
PRE - PRODUCCIÓN: EN BASE A UN DIA DE TRABAJO				
DESCRIPCIÓN		PRECIO ESTIMADO		PRECIO FINAL
REUNIÓN CON DIRECTOR RAM MARTINEZ: Refrigerios.		Bs. 400,00	Bs.	250,00
Casting: Refrigerios.		Bs. 400,00	Bs.	387,50
REUNIÓN CON DIRECTOR RAM MARTINEZ: Refrigerios.		Bs. 400,00	Bs.	277,50
SUB-TOTAL		Bs. 1.200,00	Bs.	915,00
PRODUCCIÓN: EN BASE A UN DIA DE TRABAJO				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO ESTIMADO		PRECIO FINAL
EQUIPO DE TRABAJO				
MODELOS	1	Bs. 7.000,00	Bs.	-
EXTRAS	1	Bs. 800,00	Bs.	-
MAQUILLADOR	1	Bs. 3.500,00	Bs.	2.500,00
CAMARÓGRAFO	1	Bs. 3.000,00	Bs.	2.500,00
LOCACIÓN				
APARTAMENTO PH EN LOS NARANJOS	1	Bs. 2.000,00	Bs.	-
ALQUILER DE EQUIPOS				
Cámara Canon 5D Mark III	1	Bs. 10.000,00	Bs.	-
Lente 50mm 1.2	1	Bs. 1.500,00	Bs.	-
Steady Cam	1	Bs. 5.000,00	Bs.	3.000,00
Luz Arri 575 HMI	1	Bs. 3.000,00	Bs.	2.000,00
CATERING				
REFRIGERIOS	10	Bs. 1.000,00	Bs.	1.180,00
CENA	10	Bs. 2.000,00	Bs.	1.850,00
TRANSPORTE				
		Bs. 1.000,00	Bs.	500,00
UTILERIA				
		Bs. 2.000,00	Bs.	400,00
IMPROVISTOS				
		Bs. 2.000,00	Bs.	-
SUB-TOTAL		Bs. 41.800,00	Bs.	13.930,00
POST - PRODUCCIÓN				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO ESTIMADO		PRECIO FINAL
EDICIÓN Y MONTAJE	1	Bs. 8.000,00	Bs.	-
MUSICALIZACIÓN	1	Bs. 2.000,00	Bs.	-
SUB-TOTAL		Bs. 10.000,00	Bs.	-
		TOTAL	Bs. 53.000,00	Bs. 14.845,00

20. Plan de rodaje

PLAN DE RODAJE

HORA	ESC	P	Ind. Técnicas	IMAGEN	EN CUADRO	VESTUARIO
3:00PM				LLEGADA A LA LOCACIÓN		
3:30M				MAQUILLAJE Y ESTILISMO		
07:00 p.m.	1	1	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- Puerta de entrada del apto. En un edificio en la zona de Caracas, tocan la puerta.	ANA	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
	1	2	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC - Tilt Up Abre una chica muy hermosa de piel blanca con cabello oscuro, su nombre es ANA (24), entra de frente a cuadro	ANA	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
	1	3	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- ...ella sonríe y se sorprende al abrir, como si se tratara de una visita inesperada.	ANA	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
	1	4	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM- Comienza un juego de seducción entre ella y quien la observa detrás de cámara. Ana comienza a bailar, siempre mira de frente.	ANA	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
	1	5	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PPP - agarra la cámara y la sacude un poco atrayéndola hacia ella.	ANA	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
	1	6	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PA- Baila, y se dirige a la columna, trata de escabullirse de quien la observa.	ANA	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
	1	7	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Misma acción que la anterior.	ANA	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
	1	8	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Tilt down- PP Misma acción que la anterior.	ANA	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.

	1	9	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- Tilt up- PMC Misma acción que la anterior.	ANA	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
	1	10	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM- Misma acción que la anterior. Se esconde detrás de la columna	ANA	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
	1	11	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Tilt down Misma acción que la anterior.	ANA	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
	1	12	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Tilt up Misma acción que la anterior.	ANA	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
	1	13	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- Tilt up- PMC Misma acción que la anterior.	ANA	Crop top lace negro/ Falda tubo estampado militar/ Collar corto Águila.
8:00PM	1	14	Jump Cut/ Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PA - Ana sale detrás de la columna.	ANA	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
	1	15	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Tilt Down Hay un flirteo entre ella y el otro que la observa, camina hacia el sofá de la sala	ANA	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
	1	16	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Tilt up Hay un flirteo entre ella y el otro que la observa, camina hacia el sofá de la sala	ANA	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
	1	17	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC - camina hacia el sofá de la sala y se sienta en él	ANA	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
	1	18	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Tilt down Hace unos movimientos.	ANA	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
	1	19	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM -Tilt up Se levanta y da una vuelta y se sienta	ANA	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros

	1	20	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM - Tilt down Se levanta y da una vuelta	ANA	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
	1	21	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC - Se sienta.	ANA	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
	1	22	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Hace unos movimientos.	ANA	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
	1	23	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- Sube las piernas al sofá.	ANA	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
	1	24	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	OS- gatea para acercarse a cámara.	ANA	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
	1	25	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- gatea para acercarse a cámara.	ANA	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
	1	26	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	OS- Se aleja.	ANA	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
	1	27	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC - Contrapicado , Se levanta del sofá	ANA	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
	1	28	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM- Contrapicado, Se aleja de cámara	ANA	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros

	1	29	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PA- Contrapicado, se quita la camisa de cuadros rojos que tiene amarrada en la cintura y la lanza hacia la cámara tapando la vista completamente	ANA	Top malla negro/ Bandeau negro/ Short Cuerina Negro/ Camisa cuadros roja/ Sneakers negros
09:00 p.m.	1	30	Jump Cut/ Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC - Ana quita la camisa que tapa la vista de la cámara, la lanza al piso.	ANA	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros
	1	31	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM - Se dirige hacia la barra que está en la esquina del apartamento	ANA	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros
	1	32	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM - tilt down Se sienta sobre la silla mira a la cámara con mirada seductora, sonrío y da vuelta a la silla	ANA	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros
	1	33	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM - Tilt up Misma Acción que la anterior	ANA	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros
	1	34	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	OS-Tilt down Misma Acción que la anterior	ANA	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros
	1	35	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Tilt up Mirada seductora y sonrío	ANA	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros

	1	36	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC - da vueltas a la silla hace unos movimientos de baile disimulados	ANA	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros
	1	37	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	OS- da vueltas a la silla hace unos movimientos de baile disimulados	ANA	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros
	1	38	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	OS- hace unos movimientos de baile disimulados sentada en la silla	ANA	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros
	1	39	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	OS - camina hacia el pasillo agarrando la cámara y atrayéndola hacia ella, tapa la vista completamente	ANA	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros
	1	40	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- <i>Misma acción que la anterior. Tapa la cámara</i>	ANA	Body negro/ Chaqueta Parka verde oscura/ Medias malla negras/ Medias algodón gris/ Botines trenzados negros
10:30 p.m.	BREAK PARA COMIDA					
11:00 p.m.	1	41	Jump Cut/ Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP - Quita la mano de la cámara, entra al pasillo.	ANA	Vestido asimétrico negro/ franela verde oscura/ Medias malla rotas negras/ Botines negros/
	1	42	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	OS - <i>Misma acción que la anterior</i>	ANA	Vestido asimétrico negro/ franela verde oscura/ Medias malla rotas negras/ Botines negros/

	1	43	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC - Comienza a bailar, mira hacia la cámara con una leve sonrisa coqueta y lleva sus manos hacia las paredes, comienza a sentirlas y se va hacia atrás	ANA	Vestido asimétrico negro/ franela verde oscura/ Medias malla rotas negras/ Botines negros/
	1	44	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM- Tilt Down, Misma acción que la anterior	ANA	Vestido asimétrico negro/ franela verde oscura/ Medias malla rotas negras/ Botines negros/
	1	45	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Tilt up Misma acción que la anterior	ANA	Vestido asimétrico negro/ franela verde oscura/ Medias malla rotas negras/ Botines negros/
	1	46	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	OS- Se escapa de quien la observa.	ANA	Vestido asimétrico negro/ franela verde oscura/ Medias malla rotas negras/ Botines negros/
	1	47	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM- Se dirige hacia el cuarto principal, mira hacia la cámara con la intención de atraerla hacia ella.	ANA	Vestido asimétrico negro/ franela verde oscura/ Medias malla rotas negras/ Botines negros/
	1	48	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PD- tilt Down, se ve el piso del pasillo	ANA	Vestido asimétrico negro/ franela verde oscura/ Medias malla rotas negras/ Botines negros/
11:20 p.m.	1	49	Jump Cut/ Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PD- tilt up, se ve el piso del pasillo	ANA	Vestido asimétrico negro/ franela verde oscura/ Medias malla rotas negras/ Botines negros/
	1	50	Jump Cut/ Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	OS- Vemos a Ana entrando a la habitación. Agarra la cámara, la atrae hacia ella, se sube a la cámara y hace leves movimientos de baile.	ANA	
	1	51	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC - Misma acción que la anterior	ANA	

	1	52	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC - Tilt, Down Misma acción que la anterior	ANA	
	1	53	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- Tilt up, Misma acción que la anterior	ANA	
	1	54	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- Ana Baila	ANA	
	1	55	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- tilt down Ana Baila	ANA	
11:50 p.m.	1	56	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PE - La cámara apunta hacia el espejo que se encuentra frente a la cama, se ve revela por medio del reflejo del espejo quien ha estado siguiéndola, está una mujer arrodillada en la cama tiene puesta una cabeza de conejo. Ana se recuesta de sus piernas.	ANA YEXTRA	Body negro/ Chaqueta de cuero con spikes plateados/ Botines negros
12:00PM	FIN DEL RODAJE/ COMENZAR A RECOGER					

21. Planillas de script

Director: Ram Martinez/ Productor: Lorena Guzmán Fecha: 22/02/2014

PLANILLA DE SCRIPT

FILE	ESC	P	Ind. Técnicas	IMAGEN	TOMA	OBSERVACIONES
703C4288	1	1	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- Puerta de entrada del apto. En un edificio en la zona de Caracas, tocan la puerta.	1	
703C4288	1	2	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC - Abre una chica muy hermosa de piel blanca con cabello oscuro, su nombre es ANA (24), entra de frente a cuadro	1	
703C4288	1	3	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- ...ella sonríe y se sorprende al abrir, como si se tratara de una visita inesperada.	1	
703C4288	1	4	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	OS- Comienza un juego de seducción entre ella y quien la observa detrás de cámara. Ana comienza a bailar, siempre mira de frente.	1	
703C4288	1	5	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PPP - agarra la cámara y la sacude un poco atrayéndola hacia ella.	1	
703C4288	1	6	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PA- Baila, y se dirige a la columna, trata de escabullirse de quien la observa.	1	
703C4288	1	7	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Tilt down- PP Misma acción que la anterior.	1	
703C4288	1	8	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- Tilt up- PMC Misma acción que la anterior.	1	
703C4288	1	9	Plano secuencia/	PM- Misma acción que la	1	NO SE CONSIGUIO LA ACTITUD QUE SE QUERIA POR PARTE DE LA MODELO

			POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	anterior. Se esconde detrás de la columna		
703C4289	1		'''	'''	2	CASI SE CAE, POR LOS ZAPATOS.
703C4290	1		'''	'''	3	SE QUITO LOS ZAPATOS, Y SE VIO LA TOMA DE LOS PIES DESCALZOS
703C4291	1		'''	'''	4	LA CAMARA SE QUEDO ATRÁS
703C4292	1		'''	'''	5	TOMA MUY RAPIDA
703C4293	1		'''	'''	6	BUENA TOMA
703C4294	1		'''	'''	7	LA MODELO SE ENREDO CON LA COLUMNA
703C4295	1		'''	'''	8	FALTO MÁS ACTITUD
703C4296	1		'''	'''	9	BUENA TOMA
703C4297	1	10	Jump Cut/ Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PA - Ana sale detrás de la columna.	1	NO SE CONSIGUIO LA ACTITUD QUE SE QUERIA POR PARTE DE LA MODELO
703C4297	1	11	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PA- Hay un flirteo entre ella y el otro que la observa, camina hacia el sofá de la sala	1	
703C4297	1	12	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PE - camina hacia el sofá de la sala y se sienta en él	1	
703C4297	1	13	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Hace unos movimientos.	1	
703C4297	1	14	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM -Tilt down Se levanta y da una vuelta	1	
703C4297	1	15	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM - Tilt Up Se levanta y da una vuelta	1	
703C4297	1	16	Plano secuencia/	PMC - Se sienta.	1	

			POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal		
703C4297	1	17	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- Sube las piernas al sofá.	1
703C4297	1	18	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- gatea para acercarse a cámara.	1
703C4297	1	19	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PPP- gatea para acercarse a cámara.	1
703C4297	1	20	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	OS- Se aleja.	1
703C4297	1	21	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC - Contrapicado , Se levanta del sofá	1
703C4297	1	22	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM- Contrapicado, Se aleja de cámara	1
703C4297	1	23	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM- Contrapicado, se quita la camisa de cuadros rojos que tiene amarrada en la cintura y la lanza hacia la cámara tapando la vista completamente	1
703C4298	1		'''	'''	2 SE ACOSTABA MUCHO EN EL SOFA
703C4299	1		'''	'''	3 FALTO MÁS ACTITUD
703C4300	1		'''	'''	4 LA TOMA FUE MUY RAPIDA
703C4301	1		'''	'''	5 SE VEIA MUCHO ROSTRO Y CASI NADA DE CUERPO

703C4302	1		'''	'''	6	FALTO MÁS ACTITUD
703C4303	1		'''	'''	7	LA CAMISA NO CAYO ENCIMA DE LA CAMARA
703C4304	1		'''	'''	8	LA CAMISA NO CAYO ENCIMA DE LA CAMARA
703C4305	1		'''	'''	9	LA CAMARA SE QUEDO ATRÁS
703C4306	1		'''	'''	10	BUENA TOMA
703C4307	1	24	Jump Cut/ Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadiCam / Luz Focal	OS - Ana quita la camisa que tapa la vista de la cámara, la lanza al piso.	1	
703C4307	1	25	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadiCam / Luz Focal	PMC - Misma acción que la anterior	1	
703C4307	1	26	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadiCam / Luz Focal	PMC - Se dirige hacia la barra que está en la esquina del apartamento	1	
703C4307	1	27	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadiCam / Luz Focal	PM - Se sienta sobre la silla mira a la cámara con mirada seductora, sonrío y da vuelta a la silla	1	
703C4307	1	28	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadiCam / Luz Focal	PM - Tilt Down Misma Acción que la anterior	1	
703C4307	1	29	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadiCam / Luz Focal	PP- Tilt up Misma Acción que la anterior	1	
703C4307	1	30	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadiCam / Luz Focal	PPP - Mirada seductora y sonrío	1	
703C4307	1	31	Plano secuencia/	PMC - Se levanta, hace unos	1	

			POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	movimientos de baile disimulados y camina hacia el pasillo agarrando la cámara y atrayéndola hacia ella, tapa la vista completamente		
703C4307	1	32	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	<i>OS - Misma acción que la anterior</i>	1	
703C4307	1	33	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	<i>PP- Misma acción que la anterior. Tapa la cámara</i>	1	
703C4308	1		'''	'''	2	SE ENREDO DANDO LA VUELTA A LA SILLA
703C4309	1		'''	'''	3	LA CAMARA SE QUEDO ATRÁS
703C4310	1		'''	'''	4	LA MODELO HIZO MUY RAPIDO LOS MOVIMIENTOS
703C4311	1		'''	'''	5	BUENA TOMA
703C4312	1		'''	'''	6	SALIA UNA TOMA MUY FEA DE LA ENTREPIERNA CUANDO SE SENTABA
703C4313	1		'''	'''	7	BUENA TOMA
703C4314	1		'''	'''	8	BUENA TOMA
703C4316	1	34	Jump Cut/ Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	<i>PP - Quita la mano de la cámara, entra al pasillo.</i>	1	
703C4316	1	35	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	<i>OS - Misma acción que la anterior</i>	1	
703C4316	1	36	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	<i>PMC - Comienza a bailar, mira hacia la cámara con una leve sonrisa coqueta y lleva sus manos hacia las paredes, comienza a sentirlas y se va hacia atrás</i>	1	LA MODELO CAMINO MUY RAPIDO

703C4316	1	37	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PM- Tilt Down, Misma acción que la anterior	1	
703C4316	1	38	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC- Tilt up Misma acción que la anterior	1	
703C4316	1	39	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	OS- Se escapa de quien la observa.	1	
703C4316	1	40	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP - Se dirige hacia el cuarto principal, mira hacia la cámara con la intención de atraerla hacia ella. Tapa la cámara con la mano.	1	
703C4317	1		'''	'''	2	BUENA TOMA
703C4318	1		'''	'''	3	CASI SE CAE, POR LOS ZAPATOS.
703C4319	1		'''	'''	4	BUENA TOMA
703C4320	1		'''	'''	5	BUENA TOMA
703C4321	1	41	Jump Cut/ Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	OS- Quita la mano, y entra a la habitación. Agarra la cámara, la atrae hacia ella, se sube a la cámara y hace leves movimientos de baile.	1	
703C4321	1	42	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC - Misma acción que la anterior	1	
703C4321	1	43	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PMC - Tilt, Down Misma acción que la anterior	1	
703C4321	1	44	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PP- Tilt up, Misma acción que la anterior	1	EL EXTRA ESTABA MUY CERCA EN LA TOMA

703C4321	1	45	Plano secuencia/ POV Subjetivo/ SteadyCam / Luz Focal	PE - La cámara apunta hacia el espejo que se encuentra frente a la cama, se ve revela por medio del reflejo del espejo quien ha estado siguiéndola, está un hombre recostado del respaldo tiene puesta una cabeza de conejo. Ana se recuesta de sus piernas.	1	
703C4317	1		'''	'''	2	NO CAYO BIEN EN LAS PIERNAS DEL EXTRA
703C4318	1		'''	'''	3	BUENA TOMA
703C4319	1		'''	'''	4	BUENA TOMA

22. Informe de pietaje de material de video

Dirección de Post – Producción: Ram Martinez – Lorena Guzmán

Edición: Ram Martinez

El proceso de edición se realizó mediante el programa de edición FINAL CUT PRO, para el pietaje se tomó en cuenta la selección de las secuencias que cumplían con las exigencias demandadas por el departamento de post-producción. Algunos planos secuencias compartían exigencias similares con otros del mismo plano, por tanto se decidió utilizar en algunos casos la unión de archivos que pertenecen a una misma secuencia de persecución para que el material audiovisual resultara como se quería.

Junto al registro previamente obtenido mediante las planillas de script, adelanta un poco el proceso de edición y pietaje, se revisan y se seleccionan las mejores tomas obtenidas, la organización del material por secuencias fue un poco más sencillo debido a que fueron grabadas en tiempo cronológico igual que como iba a ser editado.

A continuación se puede ver en la tabla el material seleccionado para conformar el video en el momento del montaje final.

Vestimenta Video		Effects					
Name	Duration	In	Out	Media Start	Media End	Vid Rate	
703C4287	00:00:31:22	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:00:31:21	23.98 fps	
703C4288	00:00:57:21	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:00:57:20	23.98 fps	
703C4289-1	00:00:10:17	00:00:05:21	00:00:16:13	00:00:00:00	00:00:45:19	23.98 fps	
703C4291	00:00:46:02	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:00:46:01	23.98 fps	
703C4292	00:00:08:14	00:00:54:09	Not Set	00:00:00:00	00:01:02:22	23.98 fps	
703C4293	00:00:54:08	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:00:54:07	23.98 fps	
703C4294	00:00:49:08	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:00:49:07	23.98 fps	
703C4297	00:00:46:20	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:00:46:19	23.98 fps	
703C4298	00:00:53:16	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:00:53:15	23.98 fps	
703C4299	00:00:51:10	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:00:51:09	23.98 fps	
703C4300	00:00:53:00	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:00:52:23	23.98 fps	
703C4301	00:00:42:18	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:00:42:17	23.98 fps	
703C4302-2	00:00:36:21	00:00:10:19	Not Set	00:00:00:00	00:00:47:15	23.98 fps	
703C4304	00:00:13:04	00:00:07:14	00:00:20:17	00:00:00:00	00:00:51:00	23.98 fps	
703C4305	00:00:44:13	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:00:44:12	23.98 fps	
703C4306	00:00:24:10	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:00:24:09	23.98 fps	
703C4307	00:00:35:03	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:00:35:02	23.98 fps	
703C4308	00:00:31:21	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:00:31:20	23.98 fps	
703C4309(final)	00:00:09:09	00:00:26:02	00:00:35:10	00:00:00:00	00:00:36:19	23.98 fps	
703C4310	00:00:26:12	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:00:26:11	23.98 fps	
703C4311	00:00:18:10	00:00:08:04	Not Set	00:00:00:00	00:00:26:13	23.98 fps	
703C4312	00:00:06:07	00:00:17:03	00:00:23:09	00:00:00:00	00:00:31:19	23.98 fps	
703C4313(inicio)	00:00:28:23	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:00:28:22	23.98 fps	
703C4314	00:00:34:17	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:00:34:16	23.98 fps	
703C4315	00:00:34:15	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:00:34:14	23.98 fps	
703C4316	00:00:41:10	00:00:00:00	00:00:41:09	00:00:00:00	00:00:41:10	23.98 fps	
703C4317 final	00:00:43:02	00:00:00:00	Not Set	00:00:00:00	00:00:43:01	23.98 fps	
703C4318	00:00:02:22	00:00:48:16	00:00:51:13	00:00:00:00	00:00:51:14	23.98 fps	
703C4320	00:00:47:14	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:00:47:13	23.98 fps	
703C4321 inicio	00:00:42:03	00:00:03:09	Not Set	00:00:00:00	00:00:45:11	23.98 fps	
703C4322	00:01:02:08	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:01:02:07	23.98 fps	
703C4324	00:00:36:11	00:00:12:10	00:00:48:20	00:00:00:00	00:00:48:21	23.98 fps	
703C4327	00:00:48:11	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:00:48:10	23.98 fps	
703C4328	00:00:30:06	00:00:00:00	00:00:30:05	00:00:00:00	00:00:30:06	23.98 fps	
703C4329**	00:00:25:13	00:00:03:16	Not Set	00:00:00:00	00:00:29:04	23.98 fps	
703C4331	00:00:30:10	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:00:30:09	23.98 fps	
703C4332	00:00:17:11	00:00:10:02	Not Set	00:00:00:00	00:00:27:12	23.98 fps	
703C4333	00:00:28:18	00:00:00:00	Not Set	00:00:00:00	00:00:28:17	23.98 fps	
703C4334	00:00:03:13	00:00:15:17	00:00:19:05	00:00:00:00	00:00:29:19	23.98 fps	
LogoVestimenta.jpg	00:00:10:00	00:01:00:00	00:01:09:29	00:00:00:00	00:02:10:00	29.97 fps	
Sequence 1	00:02:11:14	01:00:00:00	01:02:11:13	01:00:00:00	01:02:11:05	23.98 fps	
VESTIMENTA - EDIT.aif	00:01:45:15	Not Set	Not Set	00:00:00:00	00:01:45:14		

23. Informe de edición

El proceso de Edición del material se llevó a cabo en un periodo de dos días consecutivos. Antes de comenzar el proceso se tuvo una primera reunión en donde se pudo revisar el material junto con el Director y Editor, Ram Martinez; la Gerente de Mercado de VESTIMENTA: Geraldinne Alarcon y mi persona.

Al editar el material, nos dimos cuenta que el montaje que habíamos planteado no funcionaba de la mejor manera, por lo tanto se decidió realizar un montaje usando varias tomas de una misma secuencia para realizar cambios de planos y JumpCuts durante el video. A pesar de haber planificado los planos secuencias de manera que generara la impresión de ser un gran plano secuencia, en el montaje funcionaba más la opción mencionada anteriormente. Con esto podemos afirmar que los guiones son una herramienta flexible, que puede variar acorde a lo que suceda en la filmación y a los requerimientos del director, y esto se ve más seguido durante el proceso de edición y montaje.

MINUTA I: 25 de Febrero del 2014

Revisión y aprobación de material

Personas involucradas: Lorena Guzmán, Ram Martinez y Geraldinne Alarcon.

Tema conversado:

Una vez importados los archivos de la cámara a la computadora, se revisó el material archivo por archivo para seleccionar las secuencias que más se acercaban a los gustos de cada uno y se borraron aquellas toman defectuosas.

Se acordó que el material tendría una duración de dos (2) minutos, por lo cual la canción debía ser editada para colocarla en el film.

Existieron dudas con respecto al final de la historia en como quedaría plasmado, y se le dio libertad creativa al editor para plasmar su visión.

Se resaltó la importancia de contrastar un poco más la pieza, para que el blanco y negro cobrara más vida.

MINUTA II

Revisión de propuesta de edición 1

Personas involucradas: Lorena Guzmán, y Ram Martinez.

Tema conversado:

Al comenzar a editar nos dimos cuenta que el montaje de los planos secuencias sin ningún tipo de corte quedaba un poco aburrido y no iba acorde con el ritmo de la música.

Se consideró realizar un montaje entre tomas de las mismas secuencias para hacer cortes entre planos y realizar algunos jumpcuts para generar una dinámica más visual y entretenida.

Se envió por correo el logo de VESTIMENTA al editor y los nombres de cada uno del equipo para ser colocado en los créditos finales. Y se acordó que los créditos serian hechos gráficamente de una manera básica y sencilla, con la tipografía de la marca, fondo negro y letras en blanco.

MINUTA III

Revisión de propuesta de edición 2 y aprobación del material.

Personas involucradas: Lorena Guzmán, y Ram Martinez.

Tema conversado:

Se revisó el material editado finalmente, y fue aprobado.

Se hicieron retoques en el color del video, para que tuviese más balance entre blancos y negros.

Se colocó dos recuadros negros en la pantalla arriba y abajo para darle una mejor estética a la imagen.

24. Créditos

Director:

Ram Martinez

Cámara e Iluminación

Reynaldo Zitro

Dirección de Arte:

Lorena Guzmán

Producción:

Lorena Guzmán

Producción Ejecutiva:

Geraldinne Alarcon

Edición:

Ram Martinez

Modelo:

Ana Mazzei

Maquillaje:

Jesus Palencia

Vestuario:

VESTIMENTA

Música:

Devil Woman – Holy Sexy Bastards

25. Conclusión

Llevar a cabo la tarea de realizar la producción de un Fashion Film, presento un desafío para mi persona, ya que nunca había trabajado realizando un material audiovisual. Esto represento un esfuerzo constante por conocer los requerimientos necesarios para llevar a cabo una producción audiovisual.

Un Fashion Film, es un nuevo género que las grandes casas de moda están utilizando para promover y dar a conocer su marca de una manera más estética emocional y creativa. Por tanto la bibliografía es muy reducida, y no se han realizado investigaciones a fondo a conocer y dar un concepto global de lo que verdaderamente es una película de moda.

Se realizó este proyecto con una cantidad corta de presupuesto, y se buscó la mejor manera de realizar un concepto fuerte, con una idea que una a la marca con su consumidor, y al mismo tiempo se realizará de una manera un poco más sencilla y fácil de desarrollar, para así demostrar que no es necesario una gran producción para poder llevar a cabo una tarea como lo es la realización de un Fashion Film.

El resultado obtenido a lo largo del proyecto fueron satisfactorios, se logró obtener un Fashion Film, acorde a los lineamientos de la marca. Devil Woman representa la esencia y personalidad de la marca VESTIMENTA y más aun de la colección. Por tanto el objetivo general fue cumplido por parte del equipo, y fue felizmente recibido por parte de la marca, consiguiendo la satisfacción del cliente.

Al principio no comprendía lo fuerte que sería realizar este trabajo de manera individual y sin ningún miembro más en el equipo, considero que en futuras investigaciones sería de importancia trabajar sumando a más personas para así lograr un mejor apoyo a la hora de desarrollarlo.

Con esto invito a los estudiantes a que se arriesguen a realizar temas diferentes, y salirse de su zona de confort e imaginar más allá.

26. Referencias Bibliográficas

- Barnwell, J. (2009). *Fundamentos de la creación cinematográfica*. Barcelona: Parramon.
- Boado, M. (8 de octubre de 2013). *Azure azure un privilegio de vida*. Recuperado el 10 de febrero de 2014, de azureazure.com: <http://azureazure.com/fashion/moda-y-cine-una-mutua-atraccion>
- Calefato, P. (2003). *Moda y Cine*. VALENCIA: INSTITUTO DE ESTUDIOS DE MODA Y COMUNICACION.
- Chan, Q. (1 de December de 2011). *Portable TV*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2013, de Portable TV: <http://portable.tv/fashion/post/what-is-a-fashion-film/6/>
- Field, S. (1995). *El Manual de Guionista*. Madrid: Plot Ediciones.
- Field, S. (1994). *El Libro del Guion "Fundamentos de la Escritura del Guiones"*. Madrid: Plot Ediciones, S.A.
- Guevara, M. E., & Mangini, F. (Agosto de 2006). Actas de Diseño Nº1. *I Encuentro Latinoamericano de Diseño "Diseño en Palermo" Comunicaciones Académicas* (pág. 265). Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Knight, N. (11 de JUNIO de 2009). Fashion Revolution. 22-24. (L. Milligan, Entrevistador) Londres.
- Martinez, E., & Vazquez, A. (2006). *Marketing de la Moda*. Madrid: ESIC.
- Mendez, S. (Octubre de 2013). Cuando la Moda es Cine. *La Crítica New York City*, .
- Pernet, D. (11 de Octubre de 2013). As Festival Opens, Diane Pernet Discusses the State of Fashion Film. (S. Alaya, Entrevistador) Paris: The Business of Fashion.
- Rabkin, E. (8 de Febrero de 2014). What Fashion is For? *The Business of Fashion*, pág. .
- Santesmases, M. (2004). *Marketing: Conceptos y estrategias*. Madrid: Piramide.
- Simmel, G. (1985). *La moda*. Roma: Riuniti.

ANEXOS

Entre la ciudadana **GERALDINNE ALARCON**, de nacionalidad venezolana, mayor de edad, cedula de Identidad No **V-18.357.137**, soltera y de este domicilio, Gerente de Mercadeo de Vestimenta, actuando en nombre y representación de **INVERSIONES BIAGAR** Inscrita en el Registro Mercantil Quinto de la Circunscripción Judicial del Distrito Federal y Estado Miranda, bajo el Tomo **954 A** Numero 92, en fecha 18 de Agosto de 2004 , quien de ahora en adelante se llamara **LA CONTRATANTE** por una parte y por la otra el ciudadano (a) **RAM MARTINEZ** de nacionalidad VENEZOLANA Cedula de identidad N° **V- 29.506.923** y de este domicilio, quien se denominara **LA CONTRATADA**. Ambas partes convienen en celebrar el presente contrato de servicio bajo las siguientes cláusulas.....

PRIMERA.- LA CONTRATADA se compromete mediante el presente documento a prestar sus servicios de **DIRECTOR CREATIVO**.....

SEGUNDA.- LA CONTRATADA se compromete a llevar a cabo la dirección y post-producción para la marca VESTIMENTA, para un cortometraje cinematográfico el cual será utilizado sin limitaciones por **LA CONTRATANTE** para sus campañas publicitarias por cualquier medio de publicidad audiovisual

TERCERA.- LA CONTRATADA se compromete a ceder a título gratuito, y en forma pura y simple, ilimitada e irrevocable para todos los territorios del mundo a **LA CONTRATANTE**, el derecho de autor del contenido patrimonial que corresponde sobre el trabajo señalado.....

CUARTA.- CUARTA.- Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para **LA CONTRATANTE** de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que ella así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que corresponden a **LA CONTRATADA** como autor de la obra antes señalada.....

QUINTA.- A voluntad de las partes, previo acuerdo se establece que el intercambio de servicios prestados por **LA CONTRATADA** es "gratuita".....

SEXTA.- LA CONTRATADA se compromete a entregar a **LA CONTRATANTE** el material audiovisual en un periodo máximo de (10) días hábiles.....

SEPTIMA.- LA CONTRATADA entregará a **LA CONTRATANTE** el material audiovisual en formato de reproducción: DVD. El video podrá ser visualizado en Real One Player, Windows Media Player u otros programas de reproducción de video.....

OCTAVA.- El horario de la grabación será de doce (12) horas contadas a partir de las 04:00 pm y contara con una (1) hora de almuerzo y un descanso de quince (15) minutos cada dos (2) horas.....

NOVENA.- Queda estrictamente prohibido el uso de los celulares durante las sesiones de fotografía, se podrá hacer uso del mismo en hora de almuerzo y descanso.....

DECIMA.- Queda estrictamente prohibido la presencia de acompañantes o personas que no estén involucradas a la campaña.....

DECIMA PRIMERA.- LA CONTRATANTE se compromete a cancelar todas las comidas de **LA CONTRATADA**.....

DECIMA SEGUNDA.- Ambas partes convienen de mutuo acuerdo en la aceptación de cada una de las cláusulas contenidas en el presente contrato.....

En caracas a los 22 días del mes de FEBRERO de 2013.....

Se hacen dos (2) ejemplares de un mismo tenor y a un solo efecto.....

Firman Conforme.

LA CONTRATADA

LA CONTRATANTE

Entre la ciudadana **GERALDINNE ALARCON**, de nacionalidad venezolana, mayor de edad, cedula de Identidad No **V-18.357.137**, soltera y de este domicilio, Gerente de Mercadeo de Vestimenta, actuando en nombre y representación de **INVERSIONES BIAGAR** Inscrita en el Registro Mercantil Quinto de la Circunscripción Judicial del Distrito Federal y Estado Miranda, bajo el Tomo **954 A** Numero 92, en fecha 18 de Agosto de 2004 , quien de ahora en adelante se llamara **LA CONTRATANTE** por una parte y por la otra el ciudadano (a) **ANA MAZZEI** de nacionalidad VENEZOLANA Cedula de identidad N° **V- 20.123.723** y de este domicilio, quien se denominara **LA CONTRATADA**. Ambas partes convienen en celebrar el presente contrato de servicio bajo las siguientes cláusulas.....

PRIMERA.- LA CONTRATADA se compromete mediante el presente documento a prestar sus servicios de **MODELO**

SEGUNDA.- LA CONTRATADA se compromete a llevar a cabo la dirección y post-producción para la marca VESTIMENTA, para un cortometraje cinematográfico el cual será utilizado sin limitaciones por **LA CONTRATANTE** para sus campañas publicitarias por cualquier medio de publicidad audiovisual

TERCERA.- LA CONTRATADA se compromete a ceder a título gratuito, y en forma pura y simple, ilimitada e irrevocable para todos los territorios del mundo a **LA CONTRATANTE**, el derecho de autor del contenido patrimonial que corresponde sobre el trabajo señalado.....

CUARTA.- CUARTA.- Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para **LA CONTRATANTE** de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que ella así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que corresponden a **LA CONTRATADA** como autor de la obra antes señalada.....

QUINTA.- A voluntad de las partes, previo acuerdo se establece que el intercambio de servicios prestados por **LA CONTRATADA** es "gratuita"

SEXTA.- LA CONTRATADA se compromete a entregar a **LA CONTRATANTE** el material audiovisual en un periodo máximo de (10) días hábiles.....

SEPTIMA.- El horario de la grabación será de doce (12) horas contadas a partir de las 04:00 pm y contara con una (1) hora de almuerzo y un descanso de quince (15) minutos cada dos (2) horas.....

OCTAVA.- Queda estrictamente prohibido el uso de los celulares durante las sesiones de fotografía, se podrá hacer uso del mismo en hora de almuerzo y descanso.....

NOVENA.- Queda estrictamente prohibido la presencia de acompañantes o personas que no estén involucradas a la campaña.....

DECIMA.- LA CONTRATANTE se compromete a cancelar todas las comidas de **LA CONTRATADA**.....

DECIMA PRIMERA.- Ambas partes convienen de mutuo acuerdo en la aceptación de cada una de las cláusulas contenidas en el presente contrato.....

En caracas a los 22 días del mes de FEBRERO de 2013.....

Se hacen dos (2) ejemplares de un mismo tenor y a un solo efecto.....

Firman Conforme.

LA CONTRATADA

LA CONTRATANTE







28. Glosario

Bandeau: Es un top en forma de banda.

Crop Top: Es el nombre que se le da a aquellas camisas, franelas, sweaters, entre otros que llevan un corte que termina antes del ombligo.

Escena: es un fragmento de la narración que se desarrolla en continuidad en un mismo escenario.

Fade In: Aparición gradual de una imagen o sonido.

Fade out: Desvanecimiento gradual de una imagen o sonido.

Fade to black: Desvanecimiento gradual de la imagen a pantalla negra.

Fashion: Moda. Estilo aceptado o popular en un campo determinado.

It Piece: Es un término que fue empleado por las revistas de moda para dar a conocer la prenda del momento, la que todos quieren tener y buscan.

Jump Cut: Un corte entre dos tomas del mismo objeto, personaje o escena donde el ángulo es menos de 45 grados.

POV – Point of View (punto de vista): Una toma en la que parece que se está mirando a través de los ojos de personajes, desde su punto de vista.

Rodaje: Llevar a cabo la producción de escenas y planos en una locación. Comúnmente utilizada cuando se trabaja con film.

Secuencia: es un conjunto de escenas unidas por la misma idea. Posee dentro del guión un sentido completo y puede desarrollarse en distintos escenarios y distintos tiempos.

Set: Locación en la que se lleva a cabo la producción y grabación de escenas y planos.

Steadicam: Es un estabilizador de cámara, consistente en un sistema de suspensión y brazo recto con soporte para la cámara y sistema de contrapesos, permite llevar la cámara atada al cuerpo del operador mediante un arnés. Y compensa los movimientos del operador.

Tilt down: Movimiento de la cámara de arriba hacia abajo.

Tilt up: Movimiento de la cámara de abajo hacia arriba.

Top: Pieza de vestuario que se usa en la parte del torso, por ejemplo: Blusas, Camisas, Franelas.

Planos Cinematográficos y sus Abreviaturas

GPG: Gran Plano General

PS: Plano de Situación

PC: Plano Conjunto

PE: Plano Entero

PA: Plano Americano

PMC: Plano Medio Corto

OS: Over Shoulder (toma de hombros)

PP: Primer Plano

PPP: Primerísimo Primer Plano

PD: Plano Detalle