



UNIVERSIDADE DA CORUÑA



comunicación
audiovisual+3d+interactiva

Trabajo de Fin de Grado
realizado por
Uxía Quiroga Otero y María Recondo Blanco

Grado en Comunicación Audiovisual

INVOLUCRADOS



INVOLUCRADOS

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	4
¿QUÉ ES INVOLUCRADOS?	4
¿POR QUÉ ESTE PROYECTO?.....	4
PÚBLICO OBJETIVO	4
OBJETIVOS DEL PROYECTO	5
FUNCIONES DE LOS COMPONENTES	5
LA SERIE	6
➤ PLAN DE TRABAJO	6
➤ LA IDEA.....	7
➤ ESTÉTICA Y ESTILO VISUAL.....	14
➤ AMBIENTACIÓN SONORA.....	20
➤ REFERENCIAS NARRATIVAS Y ESTÉTICAS.....	21
➤ PRESUPUESTO	22
➤ BÚSQUEDA DE SOCIOS, COMPRADORES Y OTROS ALIADOS ECONÓMICOS.....	22
EL PILOTO	25
➤ GUIÓN LITERARIO.....	25
➤ GUIÓN TÉCNICO Y STORYBOARD	25
➤ DESGLOSE DE NECESIDADES	26
➤ CASTING	26
➤ EQUIPO TÉCNICO Y ARTÍSTICO	27
➤ PLAN DE PRODUCCIÓN.....	28
➤ RODAJE.....	29
➤ POSTPRODUCCIÓN.....	30
➤ MAKING OF	31
TEASER	32
➤ PRE-PRODUCCIÓN.....	32
➤ RODAJE.....	33
➤ POSTPRODUCCIÓN.....	33
CONCLUSIONES	35
AGRADECIMIENTOS	36

INTRODUCCIÓN

¿QUÉ ES INVOLUCRADOS?

Es una *webserie* de 5 capítulos que tienen a su vez 10 minutos de duración cada uno. Entra en el subgénero de suspense conocido como “misterio del cuarto cerrado”: durante toda la serie los seis personajes estarán encerrados en una misma sala, algo que ayuda a construir y justificar la tensión creciente entre ellos. El tiempo de la historia es de hora y media, por lo que buscamos un estilo tanto en el guion como en el montaje que dé al espectador la sensación de que está viviendo las cosas en tiempo real. Evitamos las grandes elipsis para una dilatación temporal medida y apenas perceptible.

¿POR QUÉ ESTE PROYECTO?

El concepto surgió originalmente como una reinterpretación del *Cluedo*; la primera conceptualización de los personajes, de hecho, se basó en los arquetipos clásicos del juego. Jimena cumple con el papel de la “narradora”, por lo que a través de todas las versiones y cambios que hicimos, ella quedó siempre libre de ser sospechosa siquiera. Su función es la de ser moderadora en las discusiones y mediadora en la resolución del conflicto. El producto final dista bastante de lo que era originalmente, pues nos centramos más en el concepto del *whodunit* que en la narrativa del juego *per se*. Aun así, el trabajo mantiene su esencia, sobre todo gracias a los personajes y sus particularidades al hecho de que lo que queremos contar es, al fin y al cabo, quién fue, dónde, con qué herramientas y por qué.

PÚBLICO OBJETIVO

El target de *Involucrados* son mujeres de entre 22 y 35 años. Se busca llegar a jóvenes con un perfil socioeconómico correspondiente al de la clase media-alta, mujeres que son consumidoras. La persona en la que pensamos es joven, pero con poder adquisitivo como para tener un ritmo de vida lleno de actividades. Cuando compran, lo hacen principalmente online: compran ropa a través de la página web de la marca, compran un cargador nuevo para su teléfono móvil por Amazon, leen en digital porque les resulta más cómodo, etc. Cuando ven series o películas, lo hacen en plataformas digitales de *video on demand*, y si ven contenidos de televisión convencional, que será algo puntual, lo hacen desde el catálogo o con la opción de rebobinar porque no adaptan su horario a lo que quieren ver sino al revés. Tienen un ritmo de vida muy activo.

Omitimos explicaciones sobre la diferencia entre el propietario de la empresa (en este caso la familia Roldán) y el Director General (Jimena), porque consideramos que nuestro target, al ser una mujer trabajadora criada en un entorno urbano y que sigue viviendo en ciudad, ya sabe cómo funciona la propiedad de una empresa. El día a día profesional de nuestro público objetivo también se corresponde con una compañía en la que el ritmo de trabajo tiende a ser acelerado. En este sentido vamos al grano y simplemente se menciona en los rótulos que la empresa es propiedad de la familia Roldán, y que esa misma familia sigue existiendo y dirigiendo

INVOLUCRADOS

la empresa. Esto último se deja ver a través de un comentario de Diego. Es decir, que Jimena no es la dueña de *Roldán Tec. S.A.*, sino la gestora.

En la misma línea, nuestro target fue determinante a la hora de definir al personaje de Jimena. Es una directiva con un cargo muy elevado en la jerarquía de la empresa y claramente los dueños y accionistas depositan en ella mucha confianza. Haciendo que sea joven (aunque no tanto como para que su trayectoria parezca fruto del nepotismo), intentamos que nuestro público objetivo, también mujeres urbanitas y trabajadoras, empaticen y vean reflejadas en ella sus aspiraciones.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Los objetivos de este Trabajo de Fin de Grado son fundamentalmente dos: poner en práctica lo aprendido durante el grado y crear un producto vendible para entrar al sector profesional.

Con “poner en práctica” nos referimos a cumplir con todas las fases de la producción en un sólo trabajo y llevarlo a cabo para experimentar lo que supone. La carrera nos preparó en distintas asignaturas para cada aspecto a realizar, pero no llegamos a producir un producto de ficción no sólo vendible, sino terminado y listo para su venta, hasta este TFG.

FUNCIONES DE LOS COMPONENTES

Decidimos distribuir la carga de trabajo de manera equitativa y que cada una llevase a cabo una de las grandes partes: producción, dirección y postproducción. Aun así, nos ayudamos entre las tres cuando fue necesario. Tuvimos que rectificar sobre lo previsto y ocuparnos de apartados extra pues, a causa del Coronavirus, quien iba a desempeñar alguno de los puestos para ayudarnos no pudo hacerlo. A continuación, mencionamos las tareas llevadas a cabo por cada una:

Uxía Quiroga:

- producción
- script
- auxiliar de audio
- cartelería y creación de contenido para Instagram
- grabación y montaje del Making Of
- maquetación de documentos

María Recondo:

- idea original
- desarrollo de personajes
- desarrollo del mapa de tramas
- escritura del guion literario y técnico
- dibujo del storyboard
- dirección

María Romero:

- dirección de casting
- diseño de producción y dirección de arte
- montaje y postproducción del piloto y del teaser
- mezcla sonora

LA SERIE

SINOPSIS

El ingeniero Luis Guillama, que trabajaba en el desarrollo de un proyecto para la empresa de ingeniería *Roldán Tec. S.A.* es asesinado. Tras su muerte, la copia de los planos que guardaba en su despacho desaparece, obligando a Jimena Martos, Directora General de la empresa, a tomar medidas extremas para recuperarla. Trabajaba en el prototipo de un motor de detonación por pulsos (PDE), un proyecto ambicioso, pero que una vez patentado daría grandes beneficios a la empresa que Jimena dirige, sacándola de la bancarrota. La importancia de este documento recae en que contiene información sensible que podría perjudicar gravemente a la empresa. Jimena tiene cerca de hora y media para descubrir dónde está la copia robada y recuperarla antes de que la policía llegue al edificio. Reúne en una sala de juntas a las 6 personas que tuvieron oportunidad de robar los documentos, fuese cual fuese su vinculación con el proyecto o el ingeniero, y no les permitirá salir de la habitación hasta que tenga lo que quiere: la ubicación de la copia original.

➤ PLAN DE TRABAJO

Decidimos rodar el primer capítulo de la *webserie* y también un teaser para usarlo como elemento de difusión. Se desarrolló un plan de trabajo (véase Anexo 1 – Plan de Trabajo Inicial) para rodar ambos elementos de manera simultánea. Pocos meses después del inicio del proyecto, se decretó el estado de alarma por Covid-19, interrumpiendo el plan de trabajo y obligándonos a modificarlo (véase Anexo 2 – Plan de Trabajo Post-Covid19).

Aun así, de llevarse a cabo el proyecto completo en circunstancias normales y con un equipo profesional, calculamos que el tiempo necesario para completar la temporada sería de 3 meses. El cálculo es aproximado, pues hay factores que harían variar esta previsión, como la disponibilidad de las localizaciones y el clima, que puede afectar a la toma de sonido y a la iluminación.

INSTAGRAM COMO SOLUCIÓN

Originalmente, el uso de redes sociales como herramienta de difusión no se había planteado, pero tras el inicio del estado de alarma y viendo el parón que supuso sobre el plan de trabajo, decidimos redefinir el sistema de trabajo. Decidimos utilizar Instagram como medio de comunicación, pues nos permitía avanzar en el proyecto desde casa.

Tomamos la decisión en abril, cuando (según el plan de trabajo inicial) tendríamos que haber realizado finalizado el casting y estar comenzando la fase de localización. Creamos una cuenta de Instagram (véase cuenta de Instagram) durante el mes de mayo para ponernos al día y anunciar el casting online. La decisión de escoger Instagram y no otra red social se debió a varios motivos: (1) el público objetivo de *Involucrados*, (2) la posibilidad de compartir contenido tanto en formato imagen como en vídeo, y (3) el hecho de que nosotras mismas estamos más familiarizadas con Instagram que con otras plataformas online.

INVOLUCRADOS

Las horas de publicación fueron las 15h del mediodía para las historias y las 22h de la noche para los posts. Esto fue así porque, según los datos y estadísticas de uso proporcionados por Instagram, estas eran las horas de mayor actividad de nuestros seguidores.

Viendo la buena acogida que tuvo el casting online, decidimos seguir utilizando la cuenta para poder mantener una relación más cercana con nuestros seguidores. Para cumplir con ese nuevo objetivo comenzamos a subir contenido relacionado con el proyecto, fotografías tomadas durante el rodaje, etc.

Además, organizamos las historias publicadas en varias secciones destacadas. Así es como las hemos dividido para que se pueda acceder a todo el contenido publicado desde la creación de la cuenta:

- **Info:** sección con información sobre el proyecto (un video de presentación, un fragmento del making of, etc.)
- **Casting:** sección dedicada al casting online que llevamos a cabo y todo lo relacionado con este.
- **Equipo:** sección destinada a dar a conocer al equipo humano.
- **Chats:** sección en la que juntamos todas las historias que buscaban interactuar con nuestros seguidores.
- **Friday Club:** con el fin de crear contenido para mantener cierta actividad durante el verano decidimos crear esta sección. Bajo el título *Friday Club*, cada viernes a las 22:00h de la noche recomendamos un producto audiovisual del género “misterio del cuarto cerrado”. De este modo, además, nuestros seguidores se podían familiar con él antes de ver *Involucrados*.

Al principio, se hizo más uso de las historias que de las publicaciones fijas porque, estando en casa y en distintas provincias, hasta junio no pudimos crear contenido fotográfico como se hizo durante el rodaje.



➤ LA IDEA

Involucrados era originalmente una partida de *Cluedo* en la que varios trabajadores de una empresa eran interrogados a la vez por un narrador. Este trataba de ordenar los hechos para resolver el robo de cierta información clasificada. El primer cambio que se hizo sobre la idea inicial fue añadir el asesinato del anterior poseedor de los documentos robados. Así justificamos en la propia historia la prisa que tiene el mediador y representante de la empresa por recuperarlos, ya que la policía está en camino y debe ocultarlos antes de que llegue. El margen para juntar a todos los sospechosos es escaso y el tiempo apremia también para esta figura neutral que responde a los intereses de sus jefes. Así mismo, añadiendo el asesinato se deja intuir desde el principio que la compañía esconde algo, pues si tan solo se tratase de resolver la muerte del empleado dejarían el asunto en manos de la policía: hay algo más.

El otro gran cambio fue hacer que el personaje de Pablo, que es psicólogo, no trabajase en la propia empresa, sino que fuese miembro de un gabinete asociado, haciendo su presencia en la sala más incómoda para él. Es clave en la personalidad de Pablo el hecho de que es muy introvertido y se encuentra constantemente en equilibrio entre saber que es un profesional competente y no atreverse a hablar.

INVOLUCRADOS

En la biblia de la serie (véase Anexo 3 - Biblia), explicamos de manera más detallada cada uno de los aspectos que tuvimos en cuenta para dar con el concepto que buscábamos y para llevarlo a cabo, teniendo en cuenta el público objetivo y la oferta de contenidos similares ya existente.

PERSONAJES

Involucrados cuenta con ocho personajes: seis protagonistas, el ingeniero asesinado y la secretaria. Para cada uno se pensó una breve biografía y con esta se dio forma a su personalidad, pensando en cómo serían las relaciones interpersonales entre ellos y qué dinámicas se podrían generar estando encerrados en una sala. Los seis protagonistas son:



Jimena



Diego



Estíbaliz

- **Jimena**, la Directora General de la empresa y mediadora encargada de recuperar los documentos robados. Es una mujer joven y con una personalidad orientada a los negocios.
- **Diego**, abogado a cargo del aspecto legal del Motor de Detonación por Pulsos (PDE). Es un hombre de mediana edad ambicioso y altivo.
- **Estíbaliz**, directora del Departamento de Relaciones Públicas y responsable del crimen. Es mayor que el resto de mujeres y está casada con Pablo.



Pablo



Vero



Mario

INVOLUCRADOS

- **Pablo**, psicólogo en un gabinete asociado a la empresa donde sucedió el robo y al que acuden muchos de los altos cargos de esta.
- **Vero** forma parte del departamento de Abogacía de la empresa. Antiguamente ocupaba el puesto de Diego en el desarrollo del PDE, pero fue destituida al descubrir el secreto del proyecto, el motivo por el que Jimena necesita recuperar los documentos.
- **Mario** es un alumno en prácticas que trabajaba con la víctima, Guillama. Estaba en contacto a diario con información sensible.

Los personajes secundarios son la secretaria de Jimena y Luis Guillama, la víctima.

- Luis Guillama es un hombre sin escrúpulos cuya vida gira en torno a su trabajo. Se había obsesionado tanto con el proyecto que se había vuelto paranoico.
- La secretaria es una mujer de mediana edad. Ha trabajado para Jimena y también para su predecesor, por lo que conoce bien la empresa.

También aparecen dos agentes de policía en el último capítulo, que serán interpretados por figurantes.

ESPACIOS

La mayor parte de la *webserie* se desarrolla en un mismo espacio: la sala de juntas del tercer piso. Esta sala está en la sede de *Roldán Tec SA.*, que por ser una gran empresa tendrá un edificio de gran tamaño, aspecto moderno y ubicado en una gran ciudad. Tendrá ventanas en uno de los lados, que cubran la pared de lado a lado o al menos sean de gran tamaño. No se verá el exterior, estarán cubiertas por la persiana o de algún otro modo por estar la sala en obras.

Es un espacio suficientemente grande como para permitir el movimiento de los seis personajes cuando van a sentarse. También será amplio como para permitir el seguimiento de sus movimientos cuando uno de los personajes se levante y cruce la sala.

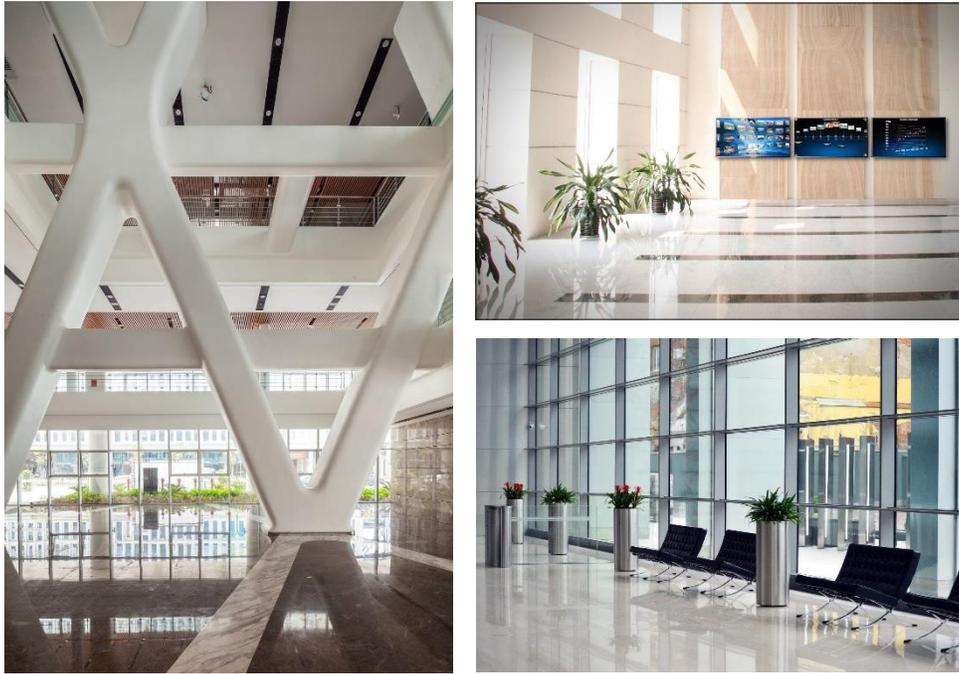


Ejemplo del espacio que se busca desde el punto de vista narrativo: sala de reuniones.



INVOLUCRADOS

Donde más se verá el aspecto moderno, limpio y minimalista de la empresa será en el pasillo y en la entrada por los que llega Jimena en el capítulo piloto y que vuelven a aparecer en el quinto. *Roldán Tec. S.A.* es una empresa de tecnología y este espacio debe reflejar el sector en que trabajan.



Ejemplos del espacio que se busca desde el punto de vista narrativo: hall y pasillos de la empresa

Según los personajes se van adentrando más en el misterio del robo y cuentan sus versiones, se incluirán flashbacks, donde no sólo se verán los pasillos de la empresa sino también el despacho del ingeniero Luis Guillama. Será una habitación de buen tamaño, pues es una persona importante para la compañía que lleva años trabajando ahí. Su aspecto deberá ser acorde al del resto de localizaciones, especialmente al del pasillo, pues la sala está en obras.



Ejemplo del espacio que se busca desde el punto de vista narrativo: despacho de Luis Guillama

INVOLUCRADOS

También para incluir en los flashbacks, hará falta un espacio que sea la vivienda de Guillama, una casa de gran tamaño y aspecto lujoso, pero que es habitada por un matrimonio de mediana edad. Tendrá escaleras para su caída.



Ejemplo del espacio que se busca desde el punto de vista narrativo: vivienda de Luis Guillama

ELEMENTOS NARRATIVOS Y/O ESTÉTICOS DISTINTIVOS Y CARACTERÍSTICOS

El elemento más característico de la *webserie* son los personajes. El relato transcurre casi por completo en una sala de colores neutros y de aspecto genérico, por lo que serán los seis protagonistas quienes destaquen en todo momento tanto en lo estético como en lo narrativo. En el nivel de la historia, serán las dinámicas que se generan entre los personajes las que mantengan el interés de nuestro público objetivo.

Entre los protagonistas hay personalidades muy fuertes, como las de Vero y Diego, que chocan constantemente y están enfrentadas tanto en sentido figurado como físicamente en cada lado de la mesa. Pablo y Estíbaliz son un frente unido, por lo que no solo están sentados al lado, sino que con frecuencia se los encuadra juntos para reforzar la idea de que funcionan como uno. De este modo, las relaciones de la trama se traducen también al plano visual. Hay un trabajo consciente en el posicionamiento de los personajes para que esto sea así, y por tanto lo consideramos un elemento característico de la *webserie*.

También el vestuario de los personajes es particular, dado que nos inspiramos en el *Cluedo* y en como cada personaje es representado por un color. Para utilizar correctamente la psicología del color, nos basamos en un artículo publicado por la revista *Psicología y Mente* ([véase Artículo sobre la Psicología del color](#)).

- Jimena, que es una figura neutra en la discusión, viste de gris.
- Vero, que es una persona llena de resentimiento y enfado, de negro.
- Estíbaliz vive en un mundo de algodones, así que las prendas que viste son en tonos claros y elegantes.
- Diego viste de azul por la concepción que tiene de sí mismo: se ve como más inteligente que el resto y es muy seguro de sí mismo.
- Mario no lleva chaqueta ni corbata porque está “desprotegido” frente al resto, y su camisa es blanca por ser el único personaje que no había entrado en los chanchullos de la empresa.
- Pablo viste de verde, un color que en principio simboliza serenidad, lo que es irónico. El verde también es asociado con el veneno, pues la relación de Pablo con su mujer y consigo mismo es tóxica.

Como elemento de refuerzo dramático que también hace distintivo nuestro producto, es el reloj de pared que hay en la sala. Representa la tensión que están viviendo todos, especialmente Jimena, pues trabaja a contrarreloj. Ese tic tac estará presente en la ambientación sonora durante todo el montaje.

TRAMAS PRINCIPALES DE LA PRIMERA TEMPORADA Y MAPA DE TRAMAS

Trama arco

La trama arco consiste en identificar al ladrón de los planos que Luis Guillama guardaba en su despacho. Corresponden a un motor de detonación por pulsos que la empresa estaba desarrollando y contienen información sensible que quieren mantener oculta. Guillama, además de ser víctima del robo, también ha sido asesinado, por lo que la policía está de camino a la sede de la empresa. Jimena Martos, Directora General de *Roldán Tec. S.L.*, hace de mediadora entre los seis sospechosos, que han sido reunidos en una sala y no podrán salir hasta que se descubra el paradero de los documentos. Los seis han tenido oportunidad, pues se los ha visto rondando cerca del despacho de la víctima, donde estaban los planos antes de ser robados.

Jimena no tiene autoridad legal para hacerles nada, sólo puede conducir las declaraciones de cada uno y hacer las preguntas adecuadas para presionarlos hasta que alguno confiese. Hay una cuenta atrás para que cumpla su trabajo marcada por la llegada de la policía. Esto hace que Jimena sienta la presión temporal más que nadie. Para reforzar el efecto y acercar a nuestro público objetivo a Jimena es por lo que decidimos que el tiempo diegético y el de la narración sean lo más similares posible.

Es Estíbaliz quien ha robado los planos tras asesinar a Guillama en su domicilio. Fue allí con la intención de enfrentarse por haber estado chantajeando a Pablo, su marido, pero de manera accidental lo tiró escaleras abajo, matándolo. Decidió ir a su despacho y coger los planos sabiendo que, en último caso, podría venderlos a la competencia a cambio de ayuda.

Subtrama 1: La rivalidad entre Vero y Diego

La primera de las subtramas trata la relación entre Vero y Diego Soto y es el mayor generador de discusiones, tensión y controversia a lo largo de los capítulos. Los dos personajes trabajaban en el mismo departamento y en puestos de igual importancia en la jerarquía de la empresa hasta que a ella la ascendieron. Vero fue designada como abogada responsable en el proyecto del PDE, y al darse cuenta de que las fuentes de financiación no eran coherentes con los fondos de la empresa ni con las cantidades estimadas para el desarrollo en los papeles, acudió a sus superiores. Al hacerlo, la familia Roldán, que no sólo estaba al tanto de la malversación, sino que habían tomado ellos mismos la decisión, la relegaron del puesto y nombraron a Diego en su lugar. Desde entonces, Vero siente su orgullo herido y guarda rencor a su compañero. Diego, por su parte, no tiene problemas por trabajar sabiendo que el proyecto oculta movimientos ilegales de capital. Durante el encierro, Vero intentará hundir la reputación de Diego como hicieron con la suya al destituirlo, y él tratará de evitarlo.

Dado que ninguno es culpable del asesinato y robo, dedican gran parte de su tiempo a atacarse mutuamente. Ella se siente frustrada por no poder marcharse y quiere resolver el caso, pero no a costa de culpar al sujeto equivocado. Por esto cuestiona cada una de las palabras de Diego, obligándolo a confesar lo que sabe sobre la financiación del PDE y revelar el auténtico motivo por el que la destituyeron.

Aunque Diego también es sospechoso, es considerado por el resto como una fuente de información fiable hasta que Vero les llama la atención. Es ella quien hace ver el doble rasero que se aplica constantemente a su rival: los demás sospechosos basan su acusación a Mario en que tenía a su disposición toda la información relativa al PDE, mientras que Diego es tomado como una autoridad por el mismo motivo.

INVOLUCRADOS

Él también quiere descubrir quién asesinó a su amigo, pero a diferencia de su compañera, cuenta con gran credibilidad entre los presentes. Utiliza sus habilidades como abogado para evadir las preguntas que Vero le lanza. No es culpable del asesinato ni del robo, pero sí de un chantaje a Pablo y cómplice del fraude, por lo que trata de evitar salir perjudicado de la sala.

Finalmente, Vero consigue que Diego confiese haber sido partícipe de la malversación de fondos, obteniendo su primera “victoria”. Aun así, su reputación en la empresa como persona rencorosa y con la que es complicado trabajar, sigue existiendo y nada cambia para ella. Diego, que ha resultado ser una persona sin escrúpulos, ha sido descubierto y se encuentra en una posición comprometida, pero cuenta con el respaldo de la familia Roldán y los directivos de la empresa. Qué pasa con cada uno y sus futuros en la compañía queda en el aire.

Subtrama 2: El chantaje a Pablo

Finalmente, la segunda subtrama refleja lo que le puede pasar a alguien si se pasa de la raya y se centra tanto en sí mismo que pierde el sentido de la realidad hasta cometer una locura. La familia de Estíbaliz intervino para conseguirle un trabajo a Pablo antes de que estuviera preparado para desempeñarlo. Con esto, todos pensaron que les estaban haciendo un favor, afianzando su futuro, pero no fue así.

Luis Guillama, que es cliente en el gabinete donde Pablo ha trabajado siempre, y además es amigo de los dueños, descubre que ejerce sin las credenciales pertinentes y decide pedirle dinero a cambio de mantener su silencio. Pablo no sabe quién está detrás de la extorsión, pero se lo cuenta a Estíbaliz y deciden ceder. Diego Soto, que también es amigo del ingeniero, se suma al chantaje un mes antes del asesinato, y al aumentar la cantidad exigida para repartirla entre los dos seguir ganando, Estíbaliz y Pablo se replantean qué hacer. Antes de que puedan tomar una decisión, Estíbaliz descubre que es su propio compañero de trabajo quien los extorsiona y acude a su casa para enfrentarse a él.

Sabiendo que su mujer no estará en el domicilio, Estíbaliz queda allí con él poniendo una reunión a última hora como excusa. Guillama acepta y ella va sin decirle nada a su marido. Pablo, que siempre se ha sentido dependiente de su mujer, al enterarse de que ha llegado al asesinato no puede soportarlo más. El límite del amor y la presión que puede llegar a suponer para alguien es lo que vemos a través de Pablo y Estíbaliz.

Los “chanchullos” que ella hace por él a través de los años van *in crescendo* hasta que cruza la línea. Pablo decide entregarse a la policía en su lugar, y al hacerlo está tomando también una decisión que lo marcará, pues ya no es sólo Estíbaliz la que llega a lo absurdo “por amor”, sino que él cae en el mismo pozo. Es una relación muy profunda y enfermiza, pero ellos no lo ven como tal.

➤ ESTÉTICA Y ESTILO VISUAL

DISEÑO DE PRODUCCIÓN

Como se puede ver al comparar el anexo de diseño de producción inicial (Véase Anexo 4 – Diseño de Producción Inicial) con el creado una vez decretado el estado de alarma (Véase Anexo 5 – Diseño de Producción Post-Covid), la idea original dista bastante de lo que terminamos llevando a cabo. La sala de juntas en la que se desarrolla la trama iba a estar ambientada con plantas, archivadores, un dispensador de agua y demás elementos frecuentes en espacios de este estilo.

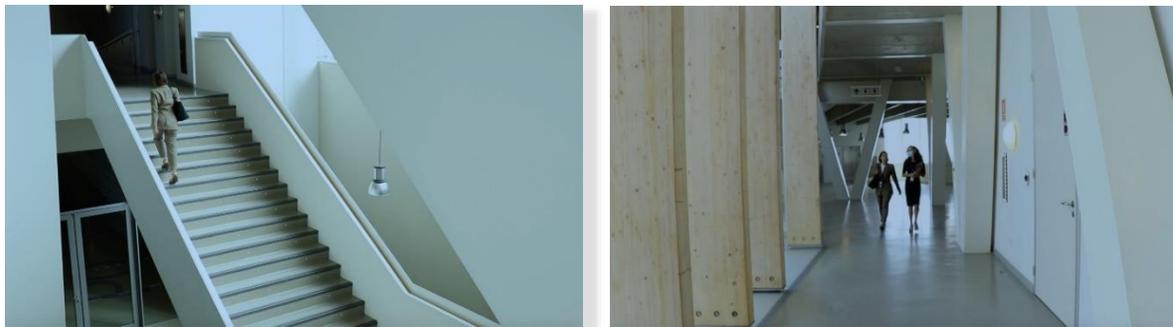
La pandemia nos obligó a hacer cambios en el guion para justificar el uso de mascarillas, y esto a su vez nos forzó a cambiar el concepto previsto para el diseño de producción. Algunos de los elementos que hacían falta para plasmar nuestra visión no se podían obtener debido a las restrictivas medidas de seguridad, y locales con los que ya se había acordado el préstamo de vestuario, decidieron echarse atrás.

Como solución, se nos ocurrió que la sala de juntas en la que tiene lugar la historia estuviese en obras, concretamente, en la fase de pintura. Así, los actores pudieron llevar la mascarilla. Esto lo explica la secretaria a Jimena antes de que entre en la sala, y cuando lo hace, todos los que están dentro la tienen ya puesta. Se usaron mascarillas quirúrgicas por razones estéticas, ya que no son tan aparatosas como otros modelos y tapan menos la expresión de los actores. Otro factor que llevó a esta decisión, aunque no sean el tipo de mascarilla que se emplea al pintar, es que esas dejan pasar peor la voz y dificultarían la toma de sonido.

Localizaciones

El espacio en el que se desarrolla la *webserie* es un edificio moderno y con fachada de vidrio y aluminio. Está ubicado en una gran ciudad, por lo que el interior también refleja el mismo estilo urbano y minimalista. Los colores serán neutros con gran presencia del gris como elemento unificador de las distintas localizaciones que, en lo que a la historia se refiere, se encuentran en el mismo edificio.

La primera localización que nos encontramos en orden cronológico es el pasillo de la empresa por el que Jimena y su secretaria aparecen en el primer capítulo. Concuere con el estilo mencionado anteriormente en cuanto a diseño y arquitectura, así como con la paleta de color definida.



Centro Ágora (Lugar da, Av. Gramela 17, 15010 A Coruña)

INVOLUCRADOS

La segunda localización, también en orden cronológico de aparición, es la sala de juntas en la que se desarrolla el resto de la serie. Está ubicada en una zona de la empresa alejada del resto de oficinas, por lo que no hay más empleados cerca. La sala, como ya se ha explicado, está en obras.

La localización que usamos para este espacio es la sala de juntas de la Facultad de Sociología y Ciencias de la Comunicación, en el Campus de Elviña de la Universidade da Coruña.



Sala de juntas de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UDC)

Decorado y atrezzo

Al tratarse de una sala en obras se cubrieron los muebles con plástico en vez de añadir los ya mencionados archivadores y dispensadores de agua. Aprovechamos materiales de fácil obtención, como botes de pintura, brochas y rodillos y una escalera de mano manchada de pintura. Lo que sí se mantuvo fue la idea de una sala alargada con ventanas en una de las paredes. Buscábamos paredes color blanco roto, y la localización que usamos finalmente tenía paredes de color blanco puro. Esto, sumado al uso de plásticos, nos obligó a ser muy cuidadosas con los posibles reflejos originados por los focos.

Las sillas que se usaron eran simples, negras y sin ruedas. Así evitamos fallos de *raccord* por el desplazamiento de las sillas entre tomas. En cuanto a la mesa, la queríamos ovalada y la que ya había en la sala era rectangular, pero tras probar los distintos tiros de cámara, decidimos mantenerla por ser, además, del color que buscábamos. Aún con las sillas ocupadas y la mesa en el centro, había espacio suficiente como para permitir el movimiento de los actores al levantarse. A continuación, se puede observar el resultado final de la sala tras la colocación del decorado:



Paleta de color



La paleta de color de la sala es muy neutra, tal y como se puede anticipar con la descripción de los muebles y la mencionada elección de pintura. Entre los colores que la conforman están el negro, el gris, el blanco roto, el beige, el marrón grisáceo y el verde oscuro.

- Gris

El color gris, que se ve en el suelo y las paredes del edificio, está muy asociado con la neutralidad, la confianza, la madurez y la responsabilidad. Más allá del PDE no nos adentramos apenas en la empresa, por lo que se ve como un espacio grande e impersonal formado por pasillos grises que parecen todos iguales.

Usamos gris en el etalonaje, pero en este caso no por las cualidades mencionadas sino por la psicología del color. Al utilizar el gris pretendíamos crear una atmósfera impersonal, lejana e incómoda, pues es como se sienten los personajes en la sala. También se incorporaron tonos azules y fríos para simbolizar el ambiente tenso y lo impersonales que son las relaciones entre algunos de los personajes.

- Negro

En el vestuario de Vero y Diego y también en algunos elementos del decorado encontramos el color negro. Se utilizó en estos dos personajes que son extremos, con una personalidad potente pero que al mismo tiempo están solos. Vero consigue que la gente no se acerque a ella por su carácter irascible, y Diego por su egocentrismo y el desdén con que trata a los demás. Vistiéndolos de negro queremos transmitir la fuerza de los dos frente al fondo neutro, y al resto de personajes.

- Beige y marrón

El color de la madera ofrece amplitud a la sala. Muchas empresas utilizan madera clara porque, según algunos estudios, transmite serenidad y es buena para el ambiente de trabajo.

INVOLUCRADOS

- Verde

El color verde lo podemos ver en el vestuario de Pablo. Se incluyó porque no desentona con el resto de elementos de la paleta y aporta un poco de color y personalidad. De hecho, decidimos que el personaje vistiera de verde nada más crearlo, pues la psicología del color encaja con su personalidad. Además, es un tono de verde oscuro bastante grisáceo, por lo que sigue estando el gris como hilo conductor.

Vestuario

Como mencionamos anteriormente, el vestuario está pensado para reflejar la psicología de los personajes. Además, el color en las prendas debe destacar sobre la sala de colores neutros. Al desarrollarse todo en la misma sala y centrarse todo en las discusiones y acusaciones entre los personajes, queríamos que estos destacasen por encima de cualquier otro elemento de la sala.

Para la obtención de las prendas, originalmente habíamos llegado a acuerdos con varias tiendas locales para el préstamo de ropa, pero durante el estado de alarma se echaron atrás. El escaso margen de tiempo hasta el inicio del rodaje no nos permitió contactar con otros negocios para nuevos acuerdos, por lo que finalmente hablamos con los actores para buscar el vestuario entre su propia ropa. De entre sus opciones seleccionamos un vestuario lo más parecido posible al descrito en el Anexo de diseño de producción. Como excepción, la chaqueta de Pablo Diezma la compramos nosotras.

- Jimena

El vestuario que finalmente usó la actriz en el rodaje fue un traje pantalón verde apagado, una camisa blanca y unos botines marrones con tacón. La diferencia respecto a lo ambicionado fueron el calzado y el color del traje, que debía ser gris.

Su traje debía ser sobrio y de dos piezas, con pantalón y no falda. Así, su imagen se corresponde con la de una mujer ambiciosa y centrada en su trabajo. Se arreglada lo justo y necesario para mantener el equilibrio entre las ventajas de ser percibida como atractiva y las desventajas de ser percibida como demasiado atractiva por sus compañeros. Vistiendo con un estilo masculino, serio y formal, busca proyectar una imagen imponente. La importancia de que el color del traje sea sobrio es que nada distraiga a los demás de su trabajo.

- Vero

La actriz vistió un mono largo color negro con pinzas y bolsillos. También una blazer negra y unos botines de tacón del mismo color. En el caso de Vero se llegó al resultado que buscábamos originalmente, aunque en el documento inicial de diseño de producción consta un mono con escote de pico y el que usó lo tenía redondo.

Vero viste de negro para resaltar carácter negativo y rencoroso. Su atuendo es sobrio pero elegante. El mono, al ser entallado, nos hace ver que indica que cuida su imagen.

INVOLUCRADOS

- Estíbaliz

Finalmente usó un vestido de punto largo color verde botella y una chaqueta de lana de color beige. En los pies llevaba bailarinas oscuras, y como complemento un collar de abalorios. También llevó una alianza que tenía la propia actriz.

La idea que teníamos en mente para este personaje eran un vestido a media pierna y una chaqueta estilo Chanel, y si no de tweed, al menos con ese corte para reflejar su estatus social. También ideamos, en cuanto a los accesorios, que llevase un pañuelo o un collar con abalorios grandes y vistosos. Aunque la actriz tenía chaquetas y vestidos, ninguno era del estilo del personaje, así que en vez de tonos pastel se emplearon tonos tierra en su vestuario y tejidos más orgánicos.

- Diego

En el caso de Diego, también logramos el resultado que buscábamos. Llevó un traje negro (aunque originalmente debía ser azul), camisa blanca, zapatos de traje estilo *derby* y una corbata granate. La corbata no fue lisa como queríamos sino con rayas diagonales azules.

Va correctamente vestido para su puesto en la empresa. Se toma muy en serio su trabajo y le gusta mantener las apariencias. Con cómo se viste busca distanciarse de los demás y reforzar su sentimiento de superioridad. Consideramos que el llevar una corbata ancha concuerda con su estilo.

- Pablo

Con Pablo también conseguimos el resultado que queríamos. Llevó unos pantalones de pana marrones, zapatos cómodos del mismo color, una camisa azul claro y un jersey de lana verde oscuro. Su alianza la buscamos nosotras, pues el actor no tenía, y así nos aseguramos de que fuese de un estilo coherente con la de Estíbaliz.

Usó ropa cómoda y con tonos tierra. Cuando Pablo piensa en cómo vestir, busca prendas que le ayuden a pasar desapercibido, por eso viste con tonos neutros y fáciles de combinar. La prenda más característica del personaje es la chaqueta de lana, ya que representa a los hombres como Pablo, moderados, correctos, amables, etc.

- Mario

El actor que lo interpretaba llevó una camisa blanca y unos pantalones de traje azules. Las prendas son las que buscábamos, pero tuvimos que ceder un poco con los colores. LA camisa que buscábamos sí era blanca o azul claro, pero pantalones los habríamos preferido grises o negros. Aun así, nos pareció que el resultado era bueno.

Mario es el personaje que viste de manera más sencilla, ya que es un chico joven realizando sus primeras prácticas. Aunque trata de cuidar su imagen, no tiene tantas referencias a la hora de vestir como Diego, por ejemplo.

INVOLUCRADOS

- Secretaria

Queríamos que llevase un vestido o falda negras de corte midi, tacones altos y blazer de este mismo color. Conseguimos todo menos la chaqueta, pero como el vestido de la actriz era de manga larga, no dudamos en omitir la blazer.

Maquillaje

Respecto al maquillaje y dado que los actores tienen la mascarilla puesta en todo momento se emplearon recursos. Se maquillaron los ojos a los personajes femeninos y se aplicaron polvos translúcidos a todos los actores.

DIRECCIÓN DE FOTO

Planta de cámara

Dividimos y numeramos los planos en grupos según la proximidad entre la cámara y los actores. Agrupamos aquellos en que el trípode tenía una posición cercana. De esta forma, optimizamos el tiempo a la hora de grabar y realizamos un Plan de rodaje más preciso. La siguiente imagen se corresponde con la planta de cámara y la numeración de los planos a realizar.



- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Primer Plano de Mario | 8. Plano de Vero (contraplano Diego) |
| 2. Primer Plano de Diego | 9. Plano de Mario, Diego y Jimena |
| 3. Primer Plano de Vero | 10. Plano de Mario y Diego |
| 4. Primer Plano de Pablo | 11. Plano de Jimena, Diego y Mario |
| 5. Primer Plano de Estíbaliz | 12. Plano de Vero, Pablo y Estíbaliz |
| 6. Plano Máster de todos | 13. Plano de Pablo y Estíbaliz |
| 7. Plano de Diego (contraplano Vero) | |

INVOLUCRADOS

Iluminación

Para la iluminación utilizamos principalmente luz artificial y un esquema en tres puntos con focos led. Para determinados planos, la propia distribución de la sala imposibilitaba mantener el esquema normal, por lo que se modificó para utilizar retroiluminación. En los planos más abiertos se dio que uno de los focos debía desplazarse para no entrar en plano, por lo que recurrimos a la luz natural procedente de la ventana subiendo un poco la persiana para compensar. En cualquier caso, todos los planos fueron grabados con luz principal y otra de relleno por lo menos. La estética que buscábamos era la siguiente:

:



Ejemplo de estética en relación a la iluminación

Flashbacks

A pesar de que en el primer capítulo no hay ninguno, por ser una introducción de los personajes y la trama, a lo largo de la temporada se incluyen varios *flashbacks*. Para distinguirlos de la historia principal, la estética que buscamos para estos incluye una iluminación en clave baja, con influencias del cine negro americano. Los planos en los *flashbacks* también tendrán más movimiento para evocar la idea de que son narraciones no fiables de los personajes, recuerdos o mentiras. Nuestras referencias para el aspecto visual son las películas de Quentin Tarantino u obras como la *Naranja Mecánica* por el uso de colores saturados y este esquema de iluminación.

➤ AMBIENTACIÓN SONORA

En cuanto al sonido, queríamos que fuese sonido directo natural. Como los planos son muy cortos y hay mucho diálogo, buscamos evitar que el ambiente fuese una distracción. Al hablar con las mascarillas puestas, que amortiguan la voz, no queríamos que el ambiente dificultase la comprensión, y es imprescindible que se entienda quién está hablando.

Construimos un ambiente partiendo del grabado en la propia localización y añadiendo detalles para enriquecerlo. Usamos Foley de golpes en la mesa, sillas, respiraciones y rozaduras de ropa. Sobre esto, llama la atención el tic-tac del reloj que añadimos a la hora de hacer la mezcla de sonido. Dependiendo de la tensión que se está viviendo en la sala se escucha con más o menos intensidad.

➤ REFERENCIAS NARRATIVAS Y ESTÉTICAS



Como se mencionó anteriormente, la idea de esta webserie nació del juego de mesa *Cluedo*, por lo que este se puede considerar una referencia narrativa. La premisa del juego es que un grupo de personas están reunidas en un espacio limitado, una de ellas es un asesino, y deben descubrir entre ellos quién es.

Cuando empezamos a darle vueltas a la idea, pensamos en traducir el asesinato como un robo en la empresa *Roldán Tec S.A.*, justificando así que los presentes no estuvieran del todo familiarizados unos con otros. También quisimos incluir la figura del narrador, un personaje imparcial en la historia que nos sirviese para conducirla: Jimena Martos.

A la hora de perfilar los personajes, otra referencia que consideramos fueron los arquetipos en novelas de Agatha Christie, extrayendo a la “escritora de novelas de misterio” y a los “amantes locos de amor”, dos arquetipos que usa con frecuencia.

Llegando al plano audiovisual, a la hora de pensar cómo se comportarían los personajes recurrimos a la película *Doce hombres sin piedad* (1957), dirigida por Sidney Lumet. Los protagonistas de esta historia, discuten sobre la culpabilidad de alguien acusado de asesinato. Son 12 miembros de un jurado, así que durante la película analizan las pruebas que tienen y vuelven una y otra vez sobre la misma historia para encajar las piezas y confirmar que están tomando la decisión correcta. Nuestros seis sospechosos no tienen que culpar a nadie, realmente lo que piensen unos de otros no llega a tener relevancia sobre lo que determine la policía, pero las constantes acusaciones en *Involucrados* buscan generar la misma tensión que acumulan los 12 jurados.



Con esta película como referencia decidimos que los personajes debían levantarse de sus asientos de vez en cuando para agilizar el ritmo. También nos fijamos en los movimientos de cámara y cómo hacen para no romper el eje y desorientar al espectador, concretamente en su uso del plano general.

Referencias para el diálogo en el pasillo entre Jimena y su secretaria fueron varias escenas de *Anatomía de Grey* (2005) en las que Meredith y Cristina hablan en el pasillo. Lo hacen a la distancia apropiada para dos compañeras de trabajo, por lo que los encuadres que usan en la serie para capturar la conversación sirvieron para decidir cómo lo haríamos nosotras. También para el ritmo del montaje, consideramos la escena en los juzgados de *Historia de un Matrimonio* (2019), por la agresividad de unos personajes al hablar y la pasividad de otros en encuadres que permitían verlo todo a la vez.



➤ PRESUPUESTO

Realizamos una estimación del coste de la primera temporada de *Involucrados* basándonos en los precios que conocemos tras el rodaje del primer capítulo y del teaser. Nos guiamos por las cuantías oficiales del BOE y el convenio negociado por la Unión de Actores y Actrices para definir el sueldo del equipo técnico y artístico.

Tras esto, el coste total estimado para la primera temporada es 29.273€, y así ha sido reflejado en el presupuesto (véase Anexo 6 - Presupuesto). También se ha creado un documento de justificación (véase Anexo 7 – Justificaciones del Presupuesto) de cada uno de los apartados del presupuesto. Los dos documentos están pensados para ser visualizados al mismo tiempo para entender el origen de las cifras.

➤ BÚSQUEDA DE SOCIOS, COMPRADORES Y OTROS ALIADOS

ECONÓMICOS

Nos sería imposible asumir el coste de producción estimado para la primera temporada sin ayuda externa. Con el fin de poder sacar adelante el primer capítulo y el teaser, recurrimos a las siguientes técnicas para cubrir gastos: (1) colaboraciones con el personal técnico y humano, (2) uso de material de la UDC, y (3) aportación de capital propio. Si bien es cierto que hemos conseguido sacar adelante el rodaje del teaser y el piloto, la pandemia nos presentó ciertos obstáculos y dificultades con las que no contábamos.

Aunque somos conscientes de que les ha pasado a todos nuestros compañeros, en el caso de *Involucrados* afectó fundamentalmente al diseño de producción. Tuvo que ser modificado, pues se cancelaron los acuerdos hechos con distintas empresas para el préstamo de atrezzo y vestuario. También afectó a nuestra presencia en redes sociales y nos llevó a estar más activas para poder llevar a cabo un casting online.

Tenemos en mente la búsqueda de financiación para la temporada completa. Nuestra opción principal es hacerlo participando en distintos Festivales de Cine y Webseries. A continuación, se enumeran algunos de estos festivales en los que tenemos planeado participar:

- **Día de Internet (Madrid, España)**. Sería necesario presentar el piloto. Este festival no exige el estreno de los productos que participan.
- **Premios Mestre Mateo (A Coruña, España)**. Sería necesario presentar el piloto, el cual debería ser publicado anteriormente en una página web propia o en una plataforma genérica como Youtube o Vimeo.
- **Working Zinema (Bilbao, España)**. Sería necesario presentar el guion junto con una memoria explicativa del proyecto.
- **European Crossmedia Market (París, Francia)**. Sería necesario presentar el teaser junto con un dossier con imágenes promocionales, y no sería obligatorio el estreno del producto.
- **Web Series & Short Film Competition (Online)**. Sería necesario presentar el piloto con subtítulos en inglés. Este festival no exige el estreno de los productos que participan.
- **Carballo Interplay (Carballo, España)**. Sería necesario presentar los 2 primeros capítulos de la webserie junto con fotografías promocionales. Como no tenemos el segundo capítulo grabado, podríamos participar presentando el proyecto a través de una memoria explicativa.

INVOLUCRADOS

Las fechas de inscripción de estos festivales se han visto aplazadas o canceladas debido a la pandemia actual, por lo que actualmente no se saben los plazos exactos de las próximas ediciones, motivo por el cual tampoco sabemos cuál sería el primero al que asistiríamos. Por ello, nos mantendremos informadas diariamente para no perdernos posibles actualizaciones acerca de estos eventos.

Como se puede ver, también estamos considerando la posibilidad de llevar nuestro proyecto al extranjero. Consideramos que *Involucrados* es un producto audiovisual que reúne los elementos necesarios para ofertarse en un contexto internacional. Cuenta con valores y temas universales, como las distintas vías que las mujeres pueden adoptar para triunfar en su entorno laboral, la ambición o el amor. Tampoco toma ningún tema tabú que pueda limitar su trayectoria. La gran barrera que podría encontrar sería el idioma, pero hemos empleado un lenguaje sin demasiados tecnicismos. Además, el género al que pertenece es popular en el mercado internacional, pues investigando hemos encontrado un nicho apropiado.

También tenemos presente la posibilidad de vender nuestro proyecto a agentes de la industria audiovisual que puedan estar interesados, decidimos realizar una investigación donde además estudiamos características, estilo, enfoque o narrativas de cada uno. Tras esto, los canales o plataformas online externos que consideramos que podrían ser buenos destinos en los que ofertar nuestro producto audiovisual se encuentran:

1. **Playz de RTVE:** plataforma digital del canal de televisión RTVE donde el usuario puede encontrar contenidos como *webseries*, podcasts, música, etc. Algunas de las *webseries* que han triunfado en esta web son *Si fueras tú*, *Inhibidos*, *Limbo* o *Dorien*; todas ellas galardonadas con algún premio en el Fidewà Fest, el Festival Internacional de Webseries de L'Alfàs del Pi.

Esta plataforma está orientada a una audiencia joven, habituada al mundo digital y las redes sociales.

En cuanto a los contenidos que oferta, Playz cuenta con una amplia propuesta que en cuanto a temáticas y géneros, además de explorar diferentes fórmulas de consumo y acceso. En relación a esto, destaca que la media de la duración de su capítulo se encuentra entre los 12 minutos o inferior, siendo los 20 minutos su mayor metraje. Asimismo, dependiendo del contenido se pueden encontrar elementos de interacción, así como presencia de contenidos transmedia.

2. **Flooxer, de Atresmedia:** canal online de contenidos audiovisuales integrado en ATRESplayer, la plataforma vídeo online con estándar óptimo de calidad perteneciente a uno de los principales grupos de comunicación en España, Atresmedia. La marca joven del grupo está especializada en la producción de entretenimiento y ficción de máxima calidad destinada a un público de entre 14 y 35 años. Dentro de Flooxer podemos encontrar exponentes de entretenimiento como youtubers, influencers o cómicos entre los que se encuentran AuronPlay o Logan G, en formatos o programas como *Fuera de mi cuarto* o *Problemas del primer mundo*.

Esta plataforma también apuesta por ficción de manera constante, con productos de alta calidad reconocidos por el público y la crítica especializada. En términos de *webserie*, uno de los títulos que ofrece es el de *¿Por qué esperar?*, que cuenta ya con dos temporadas compuestas por episodios de 5 minutos.

INVOLUCRADOS

Existen otras plataformas y canales donde nuestro producto audiovisual encajaría a la perfección, pero que son gratuitas. Aquí, los contenidos serían compartidos por nosotras mismas. Así no tendríamos que vender el producto a ninguna persona ajena a nuestro equipo. Algunas de estas son:

3. **Youtube:** sitio web de origen estadounidense destinado a compartir videos, el cual presenta una amplia variedad de contenidos que van desde clips de películas, videoclips o videoblogs, hasta contenidos con una producción mayor como puede ser programas de televisión, documentales o *webseries*.

Esta plataforma está orientada a una audiencia con un rango de edad bastante amplio, pero contenidos como el nuestro van dirigidos principalmente a gente entre 20 y 30 años.

Entre algunas de las *webseries* que se han dado a conocer a través de Youtube están *Whatever* que ha llegado a alcanzar casi 100.000 visualizaciones o, *El Contacto Cero*, la cual ha llegado a los casi 49.000 suscriptores. En relación a la duración de los capítulos de estas *webseries*, ésta es mucho más variada que en otras plataformas o canales. Dentro de Youtube se puede encontrar desde *webseries* que cuentan con una duración media de 5 minutos, a otras que tienen un metraje medio de 25 minutos.

Cabe mencionar que a pesar de que compartir contenido en esta plataforma es gratuito, cuenta con una alternativa de pago para promocionar tus videos y así obtener una mayor cantidad de visualizaciones.

4. **Vimeo:** se trata de una plataforma basada en la oferta de vídeos de distinto género, calidad y duración, que a diferencia de Youtube no cuentan con publicidad.

Esta plataforma cuenta con una audiencia particularmente joven teniendo en cuenta la madurez en contenidos similares a Involucrados que se distribuyen en la plataforma, esto se debe a que en su audiencia encontramos perfiles más profesionales y artísticos que buscan contenidos de mejor calidad. Cabe mencionar que en España esta plataforma no está muy asentada, pero en otros países de Europa y América sí, lo que la hace ideal para internacionalizar nuestro producto en un ambiente más profesional.

Aunque *a priori* subir contenido a Vimeo es gratuito, si el peso del producto en cuestión pesa mucho será necesario comprar una de las versiones de pago para poder subirlo. La lista de ventajas es aún mayor, ya que si cuentas con una versión de pago obtendrás también mejores estadísticas, calidad de subida, etc. Algunas de las *webseries* que se han promocionado mediante esta plataforma son *RED*, *Tuppeware*, *Hustling* o *Hawken*.

EL PILOTO

➤ GUION LITERARIO

El guion del piloto (véase Anexo 8 – Guion Literario) tenía la misión de dejar clara de manera inmediata la personalidad de cada personaje, su papel en la empresa, su relación con esta, y el hecho de que cualquiera de los presentes sería capaz de cometer el crimen, sea por una vendetta personal o sencillamente por tener una ambición sin límites. Introducir tanta información sin forzarla y tratando de mantener la tensión supuso un gran esfuerzo.

Hubo un escaletado previo al primer guion en el que organizamos qué se iba a decir, cuándo y con qué intención para asegurarnos de que lo incluíamos todo, por lo que solo hubo 4 versiones del guion literario en las que se fueron corrigiendo elementos para mejorarlo. Un ejemplo es que debíamos mencionar con más frecuencia los nombres de cada personaje para entender mejor quién es quién, o hacer más naturales las interrupciones entre personajes. También nos dimos cuenta de que ante determinadas situaciones, los personajes no hacían preguntas que alguien en su situación debería hacer.

Un ejemplo de esto último es que, originalmente, Jimena anunciaba a los sospechosos que “habían encontrado el cuerpo”, y nadie preguntaba cómo había muerto, daban por sentado que había sido un asesinato. Otro ejemplo sería que, originalmente, se daba por sentado que el asesino era también el ladrón sin justificar cómo Jimena llegaba a esa conclusión o por qué el resto no la cuestionaba. Aclarar este tipo de lagunas fue el objetivo principal de las revisiones y reescrituras.

➤ GUION TÉCNICO Y STORYBOARD

Para visualizar los planos y su duración, la referencia audiovisual principal fueron los montajes audiovisuales utilizados en la serie *Cómo defender a un asesino* (2014) durante escenas de juicio e interrogatorio, y el estilo de planos usados en un capítulo de *Anatomía de Grey* (2005) en el que la protagonista se enfrenta a un tribunal. Tras ello se creó el guion técnico de *Involucrados* (véase Anexo 9 – Guion Técnico). En cuanto a trama y estilo son dos productos que gustarían a nuestro público objetivo, por lo que los consideramos buenas referencias en cuanto a estilo visual, aunque adaptándolo al hecho de que *Involucrados* es una *webserie* de duración reducida.

El storyboard (véase Anexo 10 - Storyboard) fue dibujado por la directora también, que se basó en imágenes reales para asegurarse de no estar forzando perspectivas. Al haberlo llevado a cabo durante el confinamiento, resultaba imposible visitar las posibles localizaciones. Esto se vio reflejado en la primera secuencia, que en el storyboard y guion técnico originales representaba la entrada al edificio por parte de Jimena, pero posteriormente, ya visitado el espacio en que se grabaría, fue sustituido por ella subiendo las escaleras hasta encontrarse con la secretaria.

La toma de estas imágenes de referencia fue a través de pequeños clips de vídeo de escenas similares a las que se pretendían grabar. Dos referencias clave fueron obtenidas de la película *El diablo viste de Prada* (2006), y estas son la entrada de Jimena al edificio y su paseo junto a la secretaria, y los primeros planos y planos

medios de Jimena una vez sentada, así como el contraplano de Diego y Mario para estos. Otra referencia, en este caso utilizada para la breve conversación que Jimena y la secretaria tienen antes de que la primera entre a la sala, fue sacada de un intercambio similar en *Anatomía de Grey (2005)*. Las actrices no solo estaban en un pasillo, sino que también mantenían cierta distancia entre ellas. El resto de las referencias sí se pudieron tomar de fotografías hechas en casa.

➤ DESGLOSE DE NECESIDADES

Durante el proceso de preproducción del piloto, la productora se encargó de identificar las necesidades que existían en cada departamento, así como de controlar que ninguno excediera el presupuesto con el que contaba.

Las necesidades provenían principalmente de los departamentos de producción y dirección, quienes además debían de trabajar en conjunto. Algunas de estas necesidades hacían referencia a attrezzo, vestuario, e incluso, a partes del decorado para solventar problemas de última hora, etc. También se prestó mucha atención a las necesidades planteadas por otros departamentos, como el de sonido. Estos solicitaron un material determinado para la grabación del audio en el rodaje para cumplir los objetivos planteados.

Finalmente, tras aunar lo solicitado por todos los departamentos, se realizó un desglose de necesidades (véase Anexo 11 – Desglose de necesidades) para el rodaje del piloto y del teaser.

➤ CASTING

El estado de alarma afectó al proceso del casting de dos formas: en primer lugar, nos retrasó un mes, pues no sabíamos cuánto se iba a prolongar el confinamiento y si sería posible grabar. Por otro lado, cuando realizamos el casting, tuvo que ser de modo no presencial. A través de Instagram (todavía en la fase 0) publicamos el casting online (véase Anexo 12 – Cartel Promoción Casting). Además del propio anuncio, se subieron versiones resumidas de las fichas de personaje para que los actores interesados tuviesen ciertas nociones sobre estos.

Los interesados contactaron con nosotros mediante correo electrónico. Respondimos a cada uno de ellos y adjuntamos dos archivos: una hoja para cubrir con sus datos personales y la separata del personaje a interpretar (véase Anexo 13 – Inscripción Casting y Anexo 14 – Separatas, respectivamente). En cuanto al texto de la audición, todos salvo los que se presentaban para interpretar a Pablo y Estíbaliz recibieron un fragmento del guion del piloto. Para las dos excepciones, que no intervienen demasiado en el primer capítulo, preparamos dos textos a mayores.

El propio casting consistió en una videollamada individual con los participantes por Skype. Aquellos aspirantes que por su disponibilidad horaria o por su conexión deficiente a internet no pudieron realizar el casting así, enviaron un vídeo. A los seis seleccionados les mandamos el guion completo y acordamos ir informándoles de las novedades de rodaje, pues nos encontrábamos en la fase 1 y no sabíamos con exactitud cuándo sería posible una reunión presencial.

➤ EQUIPO TÉCNICO Y ARTÍSTICO

Las fases de preproducción y postproducción las llevamos a cabo nosotras sin ayuda externa. Como ya mencionamos al inicio de este documento, cada una se centró en unas tareas concretas, pero todas echamos una mano en el resto de apartados en caso de ser necesario. Durante el rodaje sí que contamos con ayuda de un equipo de personal artístico y técnico. A continuación, se muestra una tabla con el nombre completo de cada actor o actriz, junto con el papel que interpretó:

NOMBRE ACTOR / ACTRIZ	PERSONAJE
Sara García Santamaría	Jimena Martos
Álvaro Novo Lens	Diego Soto
Montse Capelo Casas	Verónica Linares
Salustiano Fera Llera	Mario Andújar
Olga González Vilas	Estíbaliz Ortiz
Miguel Ángel González Escapa	Pablo Diezma
Pilar Vázquez Iglesias	Sonia

En cuanto a personal técnico, realizamos una búsqueda de posibles compañeros que pudiesen ayudarnos. Tuvimos en cuenta tanto la experiencia que tenían en el puesto, así como su disponibilidad. A continuación, se muestra una tabla con el nombre completo de cada uno junto con el puesto que cubrió (algunos ayudaron de manera puntual en otras funciones, como se puede ver en la hoja de script):

NOMBRE	PUESTO EN EL RODAJE
Uxía Quiroga	Productora y Making Of
María Recondo	Directora
María Romero	Dirección de arte
Alejandro Segura	Dirección de fotografía y operador de cámara
Ana María San Miguel	Operadora de cámara
Hugo Vales	Jefe de sonido
Valeria Santiago	Ayudante de sonido
Antía Vázquez	Iluminación
Nerea García Menéndez	Script (un día)
Mariña Carricoba	Script (un día)

➤ PLAN DE PRODUCCIÓN

Creamos el Plan de Producción para el capítulo abarcando todos los aspectos desde el proceso de preproducción hasta el de postproducción.

En primer lugar, realizamos el Plan de Trabajo (véase Anexo 1 – Plan de Trabajo), para tener claros los plazos en los que realizar cada tarea y las fechas de entrega. Originalmente, esto debía llevarse a cabo entre enero y julio de 2020, pero debido al Covid 19, estuvimos un mes paradas. El Plan de Trabajo tuvo que ser modificado (véase Anexo 2 – Plan de Trabajo Post-Covid) y adaptado a nuevos plazos (acabando finalmente en agosto de 2020). Gracias a haber cumplido con lo previsto en el Plan de Trabajo vigente, en cuanto el equipo de producción tuvo a su disposición las primeras versiones del guion literario y del mapa de tramas, comenzó a estimar el presupuesto. Se realizó el desglose de necesidades para poder cubrirlas, además de para cerciorarse de que todo se ajustaba al presupuesto planteado.

El siguiente paso fue llevar a cabo un casting online en lugar del presencial que teníamos pensado realizar. Con los actores confirmados y con el proyecto encauzado de nuevo, procedimos a confirmar las reservas o acuerdos para asegurar las dos localizaciones. Originalmente se iba a grabar en una sala de juntas real, pero la sucursal de la empresa estaba cerrada (pues se habían adaptado al teletrabajo), y decidieron cancelar el acuerdo. Por este motivo grabamos en una sala de reuniones de nuestra Facultad que tenía un aspecto similar al que buscábamos. La segunda localización fue, tal y como estaba previsto, uno de los pasillos del Centro Ágora de A Coruña.

Finalmente, se realizó el Plan de Rodaje, tanto del capítulo como del teaser de la temporada (véase Anexo 15 – Plan de Rodaje), pues se grabaron ambas cosas al mismo tiempo. Decidimos unificar las dos cosas en un mismo plan de rodaje para optimizar el tiempo. Resultaba mucho más cómodo así que citando al equipo varias veces más para planos con el mismo encuadre o similar. También se hizo una orden de rodaje para cada día (véase Anexo 16 – Orden de Rodaje).

Durante el rodaje cumplimos todas las medidas de seguridad posibles. Algunas de ellas son: (1) el uso de mascarillas por parte de todos los presentes; (2) el uso de gel desinfectante y (3) la desinfección del equipo de sonido con herramientas específicas. Además, para mayor seguridad decidimos llevar a cabo el rodaje en 5 días en lugar de en 3, citando a los actores en grupos en vez de convocarlos siempre a todos. La excepción a esto fue la jornada en que se grabó el plano máster, pues acudieron los seis actores. Tomamos esta decisión sabiendo que aumentaría el coste de producción sólo por las circunstancias excepcionales en que nos encontrábamos.

También, el primer día de rodaje de cada uno de los actores se les proporcionó una autorización para que nos cediesen el derecho a usar su imagen tanto para el rodaje como para la fase de difusión del proyecto (véase Anexo 17 – Permiso de Imagen).

➤ RODAJE

DIRECCIÓN

Antes de la primera jornada de rodaje, hicimos un ensayo con los actores para confirmar que no tenían dudas sobre el texto, lo interpretaban con el mismo enfoque que había sido escrito, y que además existía química entre ellos. Decidimos seguir trabajando de manera telemática hasta comenzar la grabación en sí por mayor seguridad, ya que durante la grabación habría mucha gente en la sala y así se minimizaron los riesgos.

Durante el rodaje, los primeros planos fueron muy rápidos de grabar y apenas requerían dos tomas como máximo, mientras que los planos conjuntos supusieron más tiempo y esfuerzo para todos. Al estar utilizando mascarillas que tapaban casi la mitad de su rostro tuvieron que exagerar algo más las expresiones faciales. Además, muchos planos eran de reacción, por lo que coordinar su actuación para un buen resultado fue quizás lo más difícil. Aun así, el trabajo de dirección de actores fue bien, todos se mantuvieron receptivos a las notas de la directora y tuvieron buena química, no solo entre ellos sino también con el equipo técnico.

La posición de la cámara para los planos más importantes y los más complicados ya había sido marcada durante el trabajo de localización. También el ángulo y cercanía de los primeros planos quedó delimitada en la fase de preparación del rodaje, por lo que trabajar con los dos operadores de cámara que nos ayudaron fue un proceso orgánico de quizás reencuadrar ligeramente. Alejandro y Ana María aportaron su opinión sobre algunos planos y ayudaron a la directora, sobre todo en la primera secuencia, a ejecutar los planos en movimiento que se habían planteado en el guion técnico.

Al no haber ayudante de dirección, la directora llevó junto con la script la cuenta de qué planos se habían hecho y dirigió al equipo técnico y artístico para asegurarse de que todo el mundo estaba preparado y contaba con el material necesario. También revisó el orden de rodaje para optimizar el tiempo.

SONIDO

El sonido lo grabamos con dos micrófonos de cañón con sus respectivas pértigas. En los primeros planos grabamos solo con uno de los micrófonos. En los planos más abiertos, planos generales, grabamos con los dos.

Únicamente grabamos los diálogos y los pasos o golpes en la mesa de los actores que se encontraban en la sala. El resto de sonidos, como el del reloj o el sonido ambiente se introdujeron en postproducción.

SCRIPT

En las hojas de script (véase Anexo 18 - Script) no solo apuntamos la validez de las tomas, sino también detalles informativos que podrían ser útiles en montaje para no tener fallos de record, así como pequeñas notas que deberían ser recordadas en la fase de postproducción.

El modelo de la hoja contaba con una columna para indicar si el plano pertenecía al piloto o al teaser, pues el rodaje de ambos se realizó en paralelo.

➤ POSTPRODUCCIÓN

VÍDEO, MONTAJE

El montaje no se aleja demasiado del guion técnico. Queríamos que fuese dinámico para compensar que toda la acción tiene lugar en la misma sala; consideramos que al hacer esto creamos un refuerzo para el guion, que de este modo no carga todo el peso de la serie. Al decidir el tipo de montaje tuvimos en cuenta el estilo de vida de nuestro target, que tiene un día a día lleno de actividades. Es posible que la mujer a la que va dirigido vea los capítulos mientras hace algo más, como aprovechar el trayecto en autobús. Queremos que *Involucrados* exija toda su atención, así que no solo tratamos de hacer que cada línea de guion cuente, sino que también buscamos mantener su interés con el montaje.

No hay apenas transiciones ni efectos visuales para que sea limpio, y se entienda quién está hablando en cada momento, aunque no se le vea la boca. El montaje no puede dificultar la comprensión, tiene que ser invisible. Introdujimos el plano máster o planos más amplios para que la espectadora tenga una idea global de cómo está cada personaje y para recordarle el ambiente en la sala más allá del intercambio en que se pueda estar centrando la narración. No queremos que el espectador pierda ni un segundo en intentar ubicarse para que pueda prestar atención a lo realmente importante: el diálogo.

SONIDO, MONTAJE

En cuanto al sonido, mezclamos los archivos de las dos Tascam utilizadas (una para cada micrófono). En el caso de los planos grabados con uno solo, se editó el sonido para hacerlo más agradable en Adobe Audition. Para efectos no grabados por nosotras, como el tic tac del reloj, se usó un banco de sonidos gratuitos y posteriormente fueron editados en Adobe Audition.

Una vez conseguido el resultado deseado, se insertaron los archivos en Adobe Premiere, sincronizando los archivos grabados en el rodaje con sus planos correspondientes, y se comentó el montaje del piloto.

ETALONAJE

Fue necesaria una corrección de color para igualar la temperatura de color de todos los planos. Cambiamos la tonalidad de los planos originales a colores muy fríos para provocar desconfianza y reforzar la idea de que los personajes no están cómodos en este entorno, es un ambiente ajeno. Nuestra intención era que esto calase también en el espectador.

INVOLUCRADOS

En las siguientes imágenes se puede observar la diferencia de color entre el plano original y el final:



EFFECTOS SONOROS Y VISUALES

Como mencionamos anteriormente, no hay demasiados efectos visuales, tan solo fundidos en contadas ocasiones. Queríamos cortes en acción muy limpios para mantener el estilo de montaje imperceptible que permite seguir bien la historia. En cuanto a efectos sonoros, encontramos el refuerzo dramático del tic tac en momentos clave de la acción y otros apenas perceptibles que se usaron para la creación de un ambiente sonoro más completo.

➤ MAKING OF

Originalmente no pensábamos realizar un Making Of, pues no teníamos prevista tanta actividad en redes sociales. Sin embargo, cuando decidimos convertir Instagram en nuestro canal de comunicación principal tuvimos que pensar nuevas propuestas de contenido apropiado para él. Viendo la buena acogida que tuvo el casting, decidimos seguir adelante con la idea de grabar también un Making-Of ([véase Anexo 19 - Making Of](#)). Nos pareció una forma dinámica y amena de presentar al nuestro equipo técnico, además de acercar al espectador al propio rodaje.

En cuanto al equipo utilizado para grabarlo, se empleó una cámara Canon EOS 80D. No se usó material adicional para la captación de audio, pues la idea era añadir música libre de derechos como único sonido. Esto último es porque queríamos mantener un tono divertido y *una* estética informal como un mensaje de positividad en nuestras redes sociales. *Involucrados* sufrió un gran parón a causa del Covid-19, sin embargo, nos comprometimos con el trabajo y lo llevamos a cabo con buena actitud y la ayuda de amigos. Por ello, la elección de la canción resultó decisiva.

TEASER

➤ PRE-PRODUCCIÓN

GUIÓN LITERARIO

En lugar de escribir un guion por secuencias como se hizo para el capítulo, el del teaser se planteó más bien por escenas o planos. Primero se pensó en qué decir, de modo que se viese a todos los protagonistas y se diese a conocer el objetivo de reunirlos a todos ahí: localizar los documentos. También queríamos dejar claro que tuvo lugar un asesinato, pero más adelante, para que no parezca el punto de interés.

Decidimos no incluir nada sobre la subtrama de Pablo para que apareciese como una sorpresa para todos el descubrir qué hace realmente ahí. Por el contrario, sí quisimos mostrar la rivalidad entre Diego y Vero, pues su tira y afloja será muy significativo en distintos momentos cuando los presentes tengan que tomar decisiones y elegir a quién creer.

No hay un narrador a lo largo del teaser sino frases sueltas, ya que al consultar referencias vimos que es lo que se suele hacer en este género y pensamos que quedaría bien con el estilo *cut on action* de la *webserie*.

GUIÓN TÉCNICO Y STORYBOARD

El guion técnico (véase Anexo 20 – Guion Técnico Teaser) se hizo pensando más en dejar claro cada plano y su duración a la montadora, que, para servir de directriz a la hora de grabar, pues tanto el guion literario, como el técnico y el storyboard fueron hechos por la directora. En cualquier caso, tiene toda la información necesaria para poder ser usado por cualquier otra persona que no tuviese el resultado final en mente, pues contiene todos los datos precisos.

Al igual que el del capítulo, el storyboard (véase Anexo 21 – Storyboard Teaser) se hizo en base a fotografías para no forzar ningún ángulo al dibujar. Al tratarse de planos muy similares para diferentes personajes, además de aclarar bajo el plano en sí quién aparece como parte de la descripción de la acción, también se personalizó el diseño de cada personaje para que quedase claro quién era cada uno. En el storyboard del capítulo no se hizo por ser mucho más extenso.

PLAN DE PRODUCCIÓN Y RODAJE

Como ya mencionamos anteriormente en el apartado de Plan de Producción del piloto, por comodidad y eficacia en el rodaje decidimos grabar el primer capítulo y el teaser en conjunto. Esto se debe a que la localización y escenografía eran la misma y que algunos de los planos que aparecen en el teaser son también parte del piloto. El desarrollo, tanto del Plan de Producción como del Plan de Rodaje, está explicado en el apartado del Plan de Producción del piloto con sus respectivos anexos.

➤ RODAJE

DIRECCIÓN

Grabamos los planos del teaser intercalándolos con los del capítulo. El procedimiento a seguir consistía en aprovechar el posicionamiento de la cámara, y tras grabar los planos del piloto, hacer los del teaser, optimizando así nuestro tiempo y el de los actores. Aquellos planos que no se correspondían con ninguno de los tiros de cámara del capítulo en sí se grababan o antes de empezar con estos o al terminar. Es decir, que, si habíamos estado grabando el plano conjunto de Vero, Pablo y Estíbaliz y necesitábamos uno también conjunto desde una posición distinta para el teaser, esperábamos a tener todos los del primer tiro de cámara y después procedíamos a rodar los otros.

Al ser poco texto, los actores recibieron la frase que debían decir en cada plano y un poco de contexto en el momento de grabar.

SONIDO

El sonido del teaser lo grabamos de la misma forma que el del piloto: con dos micrófonos de cañón y sus respectivas pértigas. También, dependiendo de la amplitud del plano y del número de personajes que se encontraban en él, utilizamos uno (si solo había un personaje o dos muy juntos) o dos micrófonos para captar el sonido de partes diferentes de la sala.

SCRIPT

Se diseñó una hoja de script (véase Anexo 18 - Script) para tener más organizado el material de rodaje, tanto de imagen como de audio, pero dado que la grabación de ambos productos se realizó de manera entrelazada, el documento de script de ambos es el mismo.

En cuanto a la información que podemos encontrar en esta hoja, figuran: el número de secuencia, de plano, de toma, el código de la toma de sonido, el código de la toma de cámara o si la toma es válida o no. Asimismo, se mencionan detalles útiles para evitar fallos de record o necesarios para postproducción, y si el plano es parte del teaser o del piloto.

➤ POSTPRODUCCIÓN

VÍDEO, MONTAJE

En cuanto a la edición del teaser no hay apenas diferencia estilística con respecto a la del capítulo. Lo único que hay que destacar es que los planos son mucho más cortos y se salta de una conversación a otra dejándola en el aire.

INVOLUCRADOS

SONIDO, MONTAJE

La mezcla sonora creada para el teaser es un elemento crucial para que funcione. Se hizo a partir de tres canciones sin derechos obtenidas en un banco de sonidos. Con Adobe Audition mezclamos tres partes de canciones existentes cambiándoles el tempo y el tono, adecuándolas así al ritmo del teaser y convirtiéndolas en una sola pieza musical. Los momentos en que queríamos provocar más tensión se sincronizaron con los golpes de compás en la música. Del mismo modo, hicimos coincidir el clímax del teaser con el de la pieza.

ETALONAJE

El procedimiento a seguir con la corrección de color no varía demasiado respecto a lo hecho en el capítulo. La diferencia es que aumentamos ligeramente la tonalidad fría y bajamos la exposición para contribuir a generar esa atmósfera que embauque al espectador. En las siguientes imágenes podemos observar dos planos antes y después de la corrección de color:



EFFECTOS SONOROS Y VISUALES

En el teaser hay más efectos sonoros que acompañan a la acción, pero van acompañados con la música y parecen parte de ella. En el teaser encontramos también el tic tac del reloj a un volumen mucho más alto que en el capítulo. La diferencia en esto último es que el capítulo usa el recurso dramático de manera sutil, un leitmotiv, mientras que su uso en el teaser pretende marcar este efecto como elemento distintivo de Involucrados.

Cuando situamos en pantalla el título de la webserie, aparece acompañado del efecto (también editado), de un cuchillo cortando el aire. En la historia no hay ningún arma blanca, el objetivo de esto es sólo contribuir a la atmósfera que rodea el proyecto.

CONCLUSIONES

Una vez desarrollado el proyecto consideramos que, a pesar de los obstáculos encontrados por el camino, hemos sido capaces de alcanzar nuestros objetivos iniciales de manera óptima. Gracias a *Involucrados*, hemos conseguido aplicar gran cantidad de conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, pero desde luego lo que más satisfacción nos produce es el de haber finalizado el grado con un proyecto de suficiente calidad para ser vendido y difundido a través de diferentes canales.

Aunque la pandemia nos haya impedido presentar nuestro proyecto en festivales este año (como habrían sido el *Carballo Interplay* o *Cinema Jove*) no quita que lo podamos hacer el próximo año. De hecho, es una de las tareas pendientes para cumplir el objetivo de aprovechar *Involucrados* para darnos a conocer en el ámbito profesional.

Finalmente, mencionar que los conocimientos que hemos aplicado para llevar a cabo *Involucrados* han sido obtenidos a lo largo de todo el grado. Desde asignaturas de segundo, como pueden ser *Guion* o *Audio*, hasta asignaturas de cuarto, como *Postproducción*, han sido clave para la realización de nuestro TFG. Hemos tenido la suerte de poder centrarnos cada una en la parte del proceso productivo que más nos interesaba y mejorar en él, así que estamos, además de contentas con el resultado, agradecidas por la experiencia.

AGRADECIMIENTOS

A nuestros padres, porque sin ellos no habríamos llegado hasta aquí.

A Mariña, Antía, Nerea, Valeria, Hugo y Ale por habernos apoyado siempre y hacer de este grado, una etapa inolvidable.

A nuestros amigos de Santa Cruz, Vigo y Ourense.

A Sara, Olga, Montse, Noelia, Miguel, Álvaro y Salustiano porque sin vosotros este proyecto no podría haber salido adelante.

A todos los profesores que nos han dado clase durante el grado, porque sin vosotros no hubiésemos sabido cómo llevar a cabo Involucrados, y, especialmente, a Teresa Nozal, por ayudarnos y aconsejarnos en todo momento.

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 – Plan de Trabajo Inicial

ANEXO 2 – Plan de Trabajo Post-Covid

ANEXO 3 – Biblia

ANEXO 4 – Diseño de Producción Inicial

ANEXO 5 – Diseño de Producción Post-Covid

ANEXO 6 – Presupuesto

ANEXO 7 – Justificaciones del Presupuesto

ANEXO 8 – Guion Literario

ANEXO 9 – Guion Técnico

ANEXO 10 – Storyboard

ANEXO 11 – Desglose de necesidades

ANEXO 12 – Cartel Casting

ANEXO 13- Inscripción Casting

ANEXO 14 – Separatas

ANEXO 15 – Plan de Rodaje

ANEXO 16 – Orden de Rodaje

ANEXO 17 – Permiso de Imagen

ANEXO 18 – Script

ANEXO 19 – Making Of

ANEXO 20 – Guion Técnico Teaser

ANEXO 21 – Storyboard Teaser