



**UNIVERSIDAD JUAN AGUSTÍN MAZA  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO  
LICENCIATURA EN REALIZACIÓN AUDIOVISUAL**

**TESINA DE LICENCIATURA EN REALIZACIÓN AUDIOVISUAL**

**AIRE:  
CAMINO A UNA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL SUSTENTABLE**

**Estudiante: Lautaro Martín Maldonado Herrera**

**Tutor Disciplinar: Lic. Matías Rojo**

**MENDOZA**

**2020**

**Mediante la presente Tesina y la defensa de la misma aspiro al título de Licenciado en Realización Audiovisual.**

**-Estudiante: Lautaro Martín Maldonado Herrera -DNI:34256859 Matrícula:2839**

**Fecha del examen final:**

**Docentes del Tribunal Evaluador:**

**Calificación:**

## ***Resumen:***

Esta tesis se compone de dos grandes bloques, el primero una investigación sobre la contaminación audiovisual y el contexto mendocino de producción. En esta parte también abordamos la realización audiovisual desde una visión de resistencia a la homogenización de la imagen y en contra de los modelos impuestos. Busco un camino auténtico dentro de una industria que tiene que reinventarse.

En la segunda parte propongo un desarrollo de proyecto audiovisual sustentable que se piensa y plantea desde una concepción ambiental amplia. El proyecto se llama Aire y trata de un niño que vive en un futuro próximo en alguna parte de Latinoamérica. El niño; Enzo tiene 5 años y se queda solo por una situación particular en su casa. Tendrá que “sobrevivir” en un futuro que automatizó todo hasta lo que se tiene que sentir. Con la intensidad de un niño vivirá ese rato en soledad con imaginación y forzado tendrá que desarrollar habilidades humanas comunes adormecidas por la comodidad propuesta por la tecnología de la época. A este proyecto audiovisual lo acompaña una aplicación para celulares y un juego que serán parte del universo transmedia que pretendo construir.

Creo que el camino para reinventarnos como realizadores audiovisuales es el reciclaje y traslado el modelo exitoso de sustentabilidad a la producción audiovisual local.

## ***Palabras claves:***

Ciencia Ficción, serie de un minuto y medio, producción audiovisual sustentable, respeto al medio ambiente, descolonizar las mentes. Producir en equilibrio, Reciclar.

**Correo: [lmaldonado@profesores.umaza.edu.ar](mailto:lmaldonado@profesores.umaza.edu.ar)**

## INDICE

INTRODUCCIÓN.....	2
PREGUNTAS.....	3
OBJETIVOS.....	6
JUSTIFICACIÓN Y RELEVANCIA.....	7
HIPÓTESIS.....	8
MARCO TEÓRICO.....	9
PROYECTO.....	20
JUEGO.....	21
GUION.....	39
PRESUPUESTO.....	40
EQUIPO TÉCNICO.....	50
CONCLUSIÓN .....	51
BIBLIOGRAFÍA.....	53

## INTRODUCCIÓN

Esta tesis consta de dos partes, la primera una investigación donde se propone un nuevo modelo alternativo de producción audiovisual y la segunda un proyecto donde se manifiesta de forma concreta la propuesta.

En cuanto a la investigación, se propone una forma de producción alternativa basada en los nuevos modelos de desarrollo sustentable. Esta nueva forma de producción es una resistencia a la homogenización de la imagen, desde su concepción como idea, hasta la post producción de la misma. Esta cosmovisión busca romper con el paradigma de consumo/producción del audiovisual tradicional y proponer una manera diferente. Este nuevo pensamiento tiene 3 aspectos en las que se apoya. Por un lado “el consumo” solo gasto lo que necesito, “lo que produzco” lo pienso para reutilizar, “lo que utilizo”, la materia prima, es reciclado. Este modelo es una cadena de reciclaje donde cada eslabón se plantea desde la sustentabilidad. Esta idea de auto sustentabilidad como modelo de producción audiovisual es la que profundizará esta investigación siguiente. Este modelo está situado en Mendoza, Argentina en el 2020.

Entonces desde este pensamiento entiendo al “Consumo” como todos aquellos materiales que no podemos reciclar y que necesariamente tenemos que proveernos de otras industrias, electricidad, materiales tecnológicos, servicios, nafta, etc. para poder producir. De la misma manera lo que “Producimos” son todos los procesos industriales que realizamos para convertir un material en un producto audiovisual; el rodaje, la pre producción y la post producción, pero también la distribución hasta que llega al espectador. En cuanto a la “Materia prima” o lo que utilizo son todos aquellos audios y videos que conforman un producto audiovisual.

Siendo consciente de que la industria a la que pertenecemos no es directamente responsable del calentamiento global pero sí replicadora de conductas que sí lo son, en primer lugar, intentaré replantearme la forma de producción audiovisual entendiendo que todo material que no llega al espectador es material contaminante, sobrante, que en algún lugar ocupa espacio, y que simplemente usando materiales que ya existen, se podrían contar algunas de nuestras historias.

Como realizadores audiovisuales también nos vemos inducidos a reflexionar la producción audiovisual desde un lugar más sustentable, que no provoque derivados contaminantes, y a la vez se pueda auto abastecer, generando nuestras propias energías de producción. La idea es generar un sistema que sea amigable con el medio ambiente y que busque reparar las contaminaciones propias de nuestra sociedad. Además, hay que buscar la manera para que nuestros materiales audiovisuales generen trabajo pero también se consuman. Intentando formar así una cadena virtuosa donde esta nueva industria se comprometa con el medio en el que está y pueda ser una alternativa desde lo particular.

Tenemos que conectarnos con nuestro público para saber que necesitan, para poder producirlo bajo esas necesidades, y para apropiarse de este nuevo concepto ecológico. Necesitamos de manera urgente una nueva cadena de producción donde se pueda producir, distribuir y exhibir. Los mecanismos actuales de las tres partes antes mencionadas nos marginan desde varias perspectivas. ¿Podemos acercar al espectador a nuestras producciones y por comunidades? ¿Podemos satisfacer las necesidades concretas de esos espectadores? ¿Es conveniente para el realizador mendocino pensar al espectador local desde los parámetros de la industria global?

Creo que las nuevas pantallas alternativas son el mecanismo para que podamos crear el tan deseado puente. En ningún mercado del mundo pueden saber las necesidades concretas de nuestra comunidad, nosotros como parte de esa sociedad las conocemos y si pretendemos ser productores de contenidos tenemos que atender primero esa demanda. Construir ese puente entre la comunidad

y el realizador local es fundamental ya que nos brinda la posibilidad de producir. Entonces tenemos que producir para esa comunidad a la cual pertenecemos y somos parte, es una ilusión mercantilista generar contenidos para alguien que no conocemos y que los operadores del mercado nos cuentan como son. Operadores del mercado que proponen reglas que no se ajustan a las realidades locales. No podemos llegar a producir a la velocidad de consumo requerida, ni dentro de los costos esperados, ni de las maneras que nos proponen. Es inminente que generemos nuestras propias cadenas de producción/distribución/ exhibición que seguramente no va a ser igual a las hegemónicas, y que, por otro lado, necesitan ser diferentes.

Veo en el reciclaje el camino alternativo al mercado para poder satisfacer las necesidades de nuestros espectadores para generar contenidos rápidamente, de calidad y dentro de las expectativas de la comunidad. Las nuevas tecnologías y comodidades modernas necesitan espacios cotidianos y masivos de reflexión donde individualmente decidamos el espacio que ocuparán en nuestra vida. Esta tesis intenta empezar ese camino, sustentable, productivo y responsable.

## RECONOCERNOS EN DESVENTAJA

Retomando la idea de los tres pilares donde se apoya esta investigación comenzaremos por la idea del consumo. Los hábitos de consumo están cambiando de manera permanente que se relacionan con las maneras en las que estamos viviendo. La situación de confinamiento vivida a finales del 2019 y principios del 2020 manifiesta la contaminación que conlleva la forma de vida actual. Por ejemplo, en el caso de China, con el cierre de industrias y las restricciones de viajes, medidas impuestas para afrontar el Covid-19, se logró una caída de al menos el 25% (aproximadamente 200 millones de toneladas) en sus emisiones de dióxido de carbono uno de los gases causantes del desequilibrio en la capa de ozono, según cálculos de Lauri Myllyvirta (2020), del Centro de Investigación en Energía y Aire Limpio, con sede en Estados Unidos. La contaminación y el daño en el planeta es evidente y como realizadores audiovisuales tenemos que considerarlo y trabajar para crear conciencia sobre el cuidado de los bienes comunes. Pero también como parte de la industria nos debemos la reflexión de cómo podemos producir para revertir el daño que ya le hicimos al planeta y concreto a los bienes comunes. Esto en un contexto global nos exige repensar los hábitos de consumo, pensamiento transversal a cualquier industria o productor. La contaminación audiovisual entonces también es un hecho y como realizadores locales también nos dificulta la tarea a la hora de poder filtrar materiales útiles de los inútiles. Como industria solo debemos consumir lo necesario. Debemos de manera colectiva reflexionar en cómo y dónde estamos siendo excesivos en lo que consumimos, no por un ahorro capitalista, si no por cuidar el ambiente. Entonces considerando que toda acción humana contamina, la producción audiovisual también, es fundamental pensar en los bienes comunes no solo entre los grupos sociales contemporáneos si no justamente el compromiso intrínseco con las futuras generaciones. A las que les debemos construir la posibilidad de vivir en equilibrio dejando un ambiente saludable desde todos los aspectos posibles. Entonces desde esta cosmovisión hay que repensar todas las partes de una producción audiovisual desde la búsqueda de locaciones hasta la última proyección en pantalla.

En cuanto a la producción, los realizadores audiovisuales locales mendocinos nos encontramos en desventaja ya que con mucha menos inversión “tenemos que posicionar” (pensamiento que más adelante pondremos en duda, pero que se impone como una verdad absoluta) nuestras películas, series, cortometrajes en un mercado internacional. Para ello tenemos que alquilar

cámaras y equipamiento en Buenos Aires, o en el exterior gastando fletes y alquileres lógicamente más costosos. La posición de Argentina con respecto a los grandes centros urbanos posterga aún más nuestras posibilidades. El español como idioma de las producciones cinematográficas no puede competir contra el inglés que se posicionó como el idioma de las nuevas plataformas y de la “industria cinematográfica”. Esto acota aún más a los pequeños productores audiovisuales, por ejemplo una empresa Mendocina que quiera salir al mercado internacional con un video de un producto, o publicidad le sale más caro realizarlo desde Mendoza que desde el exterior donde tienen más facilidades de equipos y manejo de las plataformas. La hazaña es aún mayor si el productor audiovisual local pretende posicionar un producto de ficción, serie o película, donde las distribuidoras tienen precios en dólares y ni hablar de los vuelos y viajes para que la película se venda en el exterior. Para posicionar nuestros productos en el exterior nos van a cobrar en dólares, publicidad, distribuidores, copias, plataformas digitales etc. Esto deja afuera a cualquier posibilidad de producción audiovisual local, solo algunos realizadores cinematográficos dispuestos a inmolarse logran posicionar su producto en las plataformas o espacios internacionales, que lejos están de construir industria audiovisual.

La única alternativa de bajar los costos de producción es la misma que históricamente se propone “como modelo ejemplar de crecimiento”. Modelo ejemplar conocido por todos nosotros y que se basa en simplemente bajar los gastos de mano de obra pagando menos por ella, simplemente por ser una sociedad pobre que necesita del capital. Por ejemplo, en Mendoza no existe una tarifa definida para los trabajos audiovisuales, y todo se basa en la capacidad de negociación del productor para con el trabajador. Recién ahora se están empezando a organizar algunos grupos de trabajadores para poder hacer valer los convenios de SICA (Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina). Convenios que son del año 1975 ahora completamente olvidados en la provincia. Si no podemos construir una industria local y sustentable nuestros productos no pueden llegar a nuestros espectadores. Todos los realizadores audiovisuales esperamos que nuestros productos se vean, si no llegamos a los espectadores esperados nuestros esfuerzos se mezclan con la infinita cantidad de imágenes desechadas que abundan en internet. Considerando este hecho es que nos vemos forzados a repensar nuestras producciones para sumarles la posibilidad de ser reutilizadas. Concretamente no producir bajo las pautas de la industria. Por ejemplo, un guion en este contexto debe ser flexible para adaptarse a diferentes formatos. Un antecedente que consiguió adaptarse de manera exitosa es “La educación del rey” (2017) de Santiago Esteves que se adaptó de ser una serie a un largometraje.

Por lo anteriormente mencionado es fundamental que consideremos la posibilidad de utilizar materias primas recicladas. El material audiovisual es excesivo, situación que reconocemos todos los realizadores y a la vez se siguen grabando videos de maneras más simples de prácticamente todo. Creo que la tarea entonces ahora como realizadores es buscar en ese infinito basural audiovisual que materiales son lo que se pueden adaptar a nuestras necesidades de producción. Y además considerar el uso de las nuevas tecnologías como herramienta no solo de difusión o publicidad si no como espacios concretos para poner nuestros productos. La tecnología como mediador de las relaciones y la ciencia como rector de conciencias hace cada vez más difícil los espacios de esparcimiento sociales como el cine, los espacios de debate o los centros culturales. En cambio, se propone un consumo individualizado y personalizado, cine y televisión a la carta. A cada persona del planeta y de manera individualizada se le presenta un menú en función de anteriores elecciones y algoritmos del mercado. Esto provoca productos masivos para públicos individualizados donde el principio de popularidad manda y los estándares se establecen en función de los países de mayor producción. La información de los hábitos de consumo queda en manos de las mismas empresas multinacionales que imponen los principios por los cuales se catalogan los productos. Por dar un ejemplo en el documental “Nada es privado” (2019) de Karim Amer y Jehane Noujaim se pone en evidencia el negocio de la información de Facebook, WhatsApp, Youtube y

demás plataformas que disponen de esa información para el poder de turno, que usan para manipular, engañar y ganar elecciones.

Reciclar es entonces la revolución que nos debemos y las nuevas tecnologías nuestra principal arma. Necesitamos producir menos para consumir solo lo necesario y a la vez cuidar los bienes comunes.

## POR ESO NOS PREGUNTAMOS

-¿De qué manera las empresas audiovisuales mendocinas pueden producir materiales cinematográficos sin atentar contra su propia industria local?

- ¿Cómo se puede integrar la idea de reciclaje en la industria audiovisual?

- ¿Cómo producir audiovisual de manera profesional sin el mecenazgo de algún particular o bien del Estado?

## SUBPREGUNTAS

-¿De qué manera se puede llegar al espectador local?

-¿Cómo se logra producir a la velocidad que esos espectadores consumen?

-¿Cómo bajar el costo de una serie sin desmejorar su calidad?



## OBJETIVOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

- Delimitar los nuevos hábitos de consumo.
- Revelar una nueva cadena de producción audiovisual local.
- Generar una cadena de sustentabilidad.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROYECTO

- Producir una serie basada en los nuevos hábitos de consumo.
- Determinar un sistema de trabajo que sea eficiente basado en las nuevas tecnologías.
- Rastrear banco de imágenes y sonidos gratuitos de donde se puede adquirir material.
- Adaptar las ideas a los presupuestos.
- Proponer un canal alternativo de distribución del contenido que esté relacionado con el uso de las nuevas tecnologías.

## JUSTIFICACIÓN Y RELEVANCIA

Este proyecto es relevante porque plantea la necesidad de rever los paradigmas de la industria local audiovisual y con ello plantear nuevos criterios de producción. Los hábitos de consumo del público y las transformaciones tecnológicas hacen que los realizadores mendocinos no encuentren espacios reales de conexión con el público. Otro de los motivos es la fragmentación de las redes y la velocidad de la tecnología que provoca que la distancia entre los realizadores locales y el público sea cada vez mayor. Por citar en el año 2018 se estrenaron 223 películas de las cuales la mayoría de los espectadores no tuvo la posibilidad de llegar a consumir.

Por último, este proyecto plantea la necesidad de generar un espacio donde los espectadores se encuentren con los productos locales de manera más rápida y fácil. Los realizadores necesitan producir, pero es inminente aumentar el volumen de producción para satisfacer las necesidades de las comunidades a las cuales cada realizador pertenece pero no se debe desmerecer la calidad, y así generar una nueva forma de producir que se convierta en la resistencia a una industria con la que no podemos competir.

## VIABILIDAD DEL PROYECTO

En cuanto a la financiación del proyecto vendrá del espacio privado, de las productoras que servirán de espacio de estudio como también para recabar los datos que sean necesarios. Como también del espacio público, INCAA y CONTAR que desearios de crear espacios industriales en el país encontrarán en este modelo una guía factible para productoras que ellos acompañan. Este proyecto pretende ser el primer eslabón de una cadena sustentable que en un principio necesita del apoyo del Estado pero que en los próximos eslabones pretende independizarse. Consiguiendo este primer estímulo el trabajo será como concatenar los diferentes proyectos como para auto reciclarnos y construir nuestro propio banco de imágenes.

En cuanto a la investigación es viable ya que plantea la reutilización de material audiovisual grabado por la misma productora como por otras que se sumen este banco de imágenes de derecho libre. A la hora grabar las productoras locales podrán evitar grabar algunos videos ya que serán recicladas de otros grabaciones propias y ajenas. Esto bajará el costo de producción como demostraremos en el presupuesto adjuntado del proyecto de serie, lo que provocará una mayor posibilidad de competencia y así conseguir competir en velocidad y volumen de producción en los mercados.

La propuesta es entonces armar un banco de imágenes en la provincia de Mendoza en el marco de la Mesa audiovisual Mendoza (agrupación del sector privado y público de la producción audiovisual, constituida recientemente por la nueva ley de cine de Mendoza) con un principio productivo, pero sin olvidar la idea de la sustentabilidad y reciclaje que lo fundamentan. El fin del banco de imágenes no es hacer negocios capitalistas y debemos generar una regulación coherente para que eso no suceda. La inversión de cada productora será mínima y por única vez sumado a técnicas modernas de montaje y de desarrollo de cuerpos en 3d convertirá a cada banco de imágenes propio en una fuente de material de donde se puedan recuperar crudos y bajar los costos de próximos trabajos. Esto posicionará al modelo en los mercados por su calidad, velocidad y costo, construyendo en Mendoza una industria sustentable y eficiente.

## HIPÓTESIS:

El reciclado de materiales audiovisuales permitirá realizar nuevos productos que permitan generar una resistencia cultural local, creando una conexión real con las diferentes comunidades de la provincia de Mendoza. Esta nueva forma de producir cuida el ambiente y además genera una cadena industrial sustentable.

## FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Retomando la idea sobre la cual se sostiene la investigación; el consumo, la producción y el material reciclado, propongo entonces algunos autores que abordan el tema desde distintas perspectivas, comienzo por los autores que analizan el consumo desde una perspectiva más ideológica. Por ejemplo, voy a comenzar citando a Martín Barbero en su libro *Comunicación Masiva - Discurso y Poder*, CIESPAL 2009, dice:

*“Toda imagen encarna un modo de ver y los modos de ver también tienen historia, al igual que los modos de hablar son parte de la historia del significar. Mal podemos comprender el papel que la imagen juega en la actual massmediación, especialmente en la publicitaria y televisiva, sin comprender su valor en la moderna economía de la imagen. (...) Esas pinturas revelan una escala de valores y esos valores no son los de verosimilitud sino los de vitalidad, vivacidad y fuerza emotiva”. Estando ligadas al trabajo y a la celebración del mundo también, al sexo, o mejor al deseo, es imposible hacer –ni hablar de– imágenes sin que ello sea desde un imaginario. Todo ver implica un recíproco mirar, un mirar ser mirado, y en esa relación en que se instituye lo visible están mezclados, entretejidos, el esfuerzo por existir, el modo de vivir y trabajar tanto como el de representar, la teatralización, la máscara y el rito; esa puesta en escena que es a la vez búsqueda y construcción del sentido, o del sinsentido del vivir.”* Introduzco esta cita por lo que aporta desde la semiótica de las imágenes que cada imagen desde su concepción está cargada de paradigmas con las que se concibieron esas imágenes.

Continuo la cita: *“Respecto al modo de significar que emerge con el modo de producción mercantil trazamos ya algunas líneas generales que es necesario concretar ahora respecto a la imagen. (...) La verosimilitud de la pintura al óleo incita al espectador a suponer que está cerca de cualquier objeto, que éste se encuentra al alcance de sus dedos (...) La imagen no es la de una ventana que se abre al mundo, sino la de una caja fuerte en la que se ha depositado lo visible”. Lo que la sociedad mercantil inaugura –y las nuevas imágenes, a su modo realizan– no son nuevas propiedades (por el momento), nuevos objetos, sino una nueva manera de poseer. De ahí que en las nuevas imágenes las mercancías no sean únicamente el tema iconográfico sino la inscripción de lo visual en el mercado. No se trata únicamente de que los objetos adquieran la categoría de lo “pintable”, que los objetos se tornen admirables y por tanto visibles, sino de que lo visible se objetive, esto es, se convierta en objeto, en objeto-signo, en mercancía. Todo deviene igualmente admirable, igualmente visible, igualmente poseíble, igualmente comercializable. Incluso los sujetos: en el retrato al óleo los rostros se convierten en máscaras que acompañan los trajes, que son en muchos casos los verdaderos protagonistas de la escena.”* Martín Barbero analiza el proceso de la imagen en el Renacimiento como son la representación de paradigmas hegemónicos impuestos y como eso se modifica a medida que la necesidad de la nueva sociedad de consumo empieza a proponer.

Luego de algunos párrafos Barbero propone entonces un análisis de las imágenes en la televisión y sus derivados como la publicidad haciendo un paralelismo con el renacimiento y dice: (...) *“O digamos mejor: es en el espacio y el tiempo televisivos que la publicidad ha encontrado la plenitud de sus posibilidades estéticas. Lo cual nos remite a una serie de continuidades y coherencias entre el discurso publicitario y el de la pintura al óleo, a una misma economía: desde la estereotipación de los gestos y las poses de las modelos, al tratamiento exótico-nostálgico de la naturaleza. Y esa particular compenetración erótica de la mujer con su imagen y de esa imagen con cualquier objeto: pose y desnudo como exhibición, placer especular, es decir, espejismo de placer, placer que sólo vive de signos y erotización no tanto del objeto sino del espectáculo mismo, del ver. Se me responderá que esa continuidad entre pintura al óleo y publicidad no tiene en cuenta las rupturas que introduce la fotografía, y en el caso de la televisión el movimiento. Y es cierto que*

la fotografía y el cine introducen discontinuidades y rupturas en el discurso de la imagen, pero ellas afectan sólo relativamente a la economía de que estamos hablando y en cierto sentido son su desarrollo, ya que tanto en la foto como en el cine llega a su cumbre la ilusión de la objetividad, la “impresión de realidad”. Entonces Barbero se propone entender el paradigma del cine desde esta perspectiva que propone: “La fotografía y el cine afectan por igual las condiciones de producción y de circulación de la imagen al transformar la función social del arte y desplazarla del ámbito del ritual al de la praxis política. De ahí que le parezca especialmente ridículo el debate en torno a si la fotografía es o no arte, cuando el problema es que ella ha transformado el sentido de éste. Lo que no resulta tan claro es que la reproducción técnica arranque por completo la imagen artística de su existencia al interior de un ritual. Ello puede ser cierto si se refiere a que el valor de la obra artística reproducida ya no depende del ritual de la autenticidad, pues al multiplicarse se autonomiza de él y se funcionaliza. Pero ni siquiera la praxis política está exenta de ritualización (y el arte sigue siendo uno de los espacios claves del ritual político), ni otros rituales han dejado de atrapar a la obra de arte y a la imagen... o quizá sólo uno en distintas versiones: el ritual del consumo.”

La imagen en movimiento, el cine, son también funcionales a este ritual de consumo que dice Barbero y continua: “(...) Sociológicamente, en la medida en que la imagen artística sale del coto cerrado de la élite que puede comprar cuadros, invade la ciudad y su estatus cambia. Pero como esa invasión y democratización son regulados por la mercancía, que es la que origina el intercambio, resultamos sumidos en una economía de la imagen que a pesar de no ser la misma se mueve en la misma dirección. Lo verdaderamente expandido –y esto no es pesimismo sino constatación– es el mercado de la imagen y su consumo. Y es desde el discurso del consumo que la imagen nos habla hoy masivamente, ya sea en la forma de publicidad “de marca” o en la del rostro del Che Guevara decorando camisetas. Aún hay otro aspecto en que el valor de la imagen se ha visto radicalmente afectado. Me refiero a la disolución del espacio de la perspectiva por la cámara cinematográfica. Con ella ya no serán las copias lo que se multiplique sino el punto de vista, todo el entramado geométrico de la luz y el ojo, su fijación y su ilusión de inmovilidad, esto es, de eternidad.”

El cine entonces nuevo estereotipador según las necesidades de la sociedad de consumo y su “economía” impone modelos, tiempos y formas, con el agravante de la masividad de la réplica de una película, Barbero continúa: (...) “Hasta la aparición del cine la cámara trabajaba desde la perspectiva del ojo y las coordenadas de una escena con un solo foco. Y no desde el primer momento, pero sí desde que la cámara cinematográfica echa a andar y se pone en movimiento, el espacio euclidiano queda disuelto –al igual que pasaba entonces en la pintura y la literatura–, y empieza a hacer visible “el caos de los fenómenos visuales que llenan el espacio”. Como dirá Dziga Verton: “Yo, cámara, me acerco y me alejo de los objetos, paso por debajo, me encaramo encima, corro junto al hocico de un caballo al galope, me sumerjo en la multitud, corro ante los soldados que cargan, caigo de espaldas, me elevo al mismo tiempo que el aeroplano, caigo y me levanto con los cuerpos que caen y se levantan”. De esa disolución surge precisamente el nuevo modo de narrar y la nueva poética, pues es a través de ella que el cine rompe con el discurso naturalista que lo amenaza, con el espacio pictórico al que admira y con la estética teatral de la que ha nacido. Sólo entonces comenzará a gestarse el lenguaje cinematográfico, hecho no sólo de movimiento de cámara sino de este otro movimiento invisible que es el montaje, como articulación, como posibilidad de escritura, como discurso y relato. Pero para que la imagen se despliegue en relato habrá que fragmentar aún más el tiempo y el espacio introduciendo nuevos tipos de distancia, nuevos códigos entre el mirar y el ver que durante largo tiempo plantearán serios problemas de percepción y de reconocimiento, de comprensión. Piénsese en la perturbación emocional que durante mucho tiempo provocó el primer plano en los espectadores habituados al espacio teatral; o en el desconcierto que producen a algunos hoy los movimientos de cámara,

*especialmente los travelling; o en la dificultad de entender las traslaciones temporales, los desplazamientos, las condensaciones.”*

Barbero finalizando el capítulo reconoce algunos méritos revolucionarios del cine pero sostiene que no alcanza con la crítica suave desde la comodidad de algunos pensamientos y dice: *“(…) Introduciendo profundas rupturas, los nuevos medios no han logrado sin embargo romper con la vieja economía de la imagen. Y es que la civilización de la imagen no es solamente la del consumo masivo de imágenes sino la del imaginario mercantil, y éste sólo ha cambiado para renovarse. Esto es algo que la corriente mcluhiana y a su modo la semiología tiende por igual a negar o a olvidar: por más que se la amplíe, la problemática del ícono es demasiado estrecha. Y decir esto no es desconocer en modo alguno la validez que pueda tener el desbroce del campo realizado por Peircey sobre todo por Eco. Antes, al contrario, la crítica de Eco al iconismo ha puesto al descubierto las raíces epistemológicas y en cierto sentido políticas de la concepción que se niega admitir que la imagen esté codificada cultural, social, históricamente. Lo que critico al iconismo es su tendencia a perderse en las diferencias olvidando que desde donde ellas hablan es desde la lectura de las equivalencias, esas que entretajidas a los códigos, incorporadas a las formas, hacen de la televisión el modelo del discurso-espectáculo en el que las imágenes objetivan incesantemente la visión del mundo que propone el Poder. Por eso, antes de entrar a analizar las imágenes que hace la televisión, es necesario reseñar la imagen a cuya semejanza está hecha ella misma, la imagen de que ella está hecha: la publicidad.”*

En cuanto a los modelos de consumos de las redes propongo un autor que es esclarecedor de algunas situaciones particulares del modelo de lo que llamamos; “las nuevas plataformas”, que nos venden como “el dorado”. En “La cultura de la conectividad” Jose Van Dijck, Siglo Veintiuno Editores, 2016, hace un análisis de diferentes plataformas y propone: *“(…)El direccionamiento de los usuarios de las redes sociales hacia la actividad comercial se organiza de manera constante como un fluido movimiento de botones: pasar de Google+ a YouTube, de allí a la Google Music Store y por último a la Google Wallet exige tan sólo cuatro clicks, que llevan al usuario de la recomendación de un amigo a ver un clip de video y de allí a la compra de una descarga. De esta forma, el consumidor se ve atraído y “atrapado” dentro del flujo algorítmico programado por Google. Pero aun si ese usuario decidiera escapar de la comodidad del flujo de Google y hacer click en iTunes, por ejemplo, Google continuaría interesado en él, porque en un sistema conectivo todas las plataformas se benefician del incremento en el tráfico de usuarios. Los algoritmos que promueven la intervencionalidad no sólo aseguran “una experiencia online sin fricciones”; también hacen que esa experiencia sea manipulable y vendible. En escasos diez años, los algoritmos han logrado calificar y puntuar todos los actos sociales. EdgeRank, PageRank, GraphRank y sus múltiples equivalentes convierten, en el mundo de la informática, comportamientos pasados en acciones futuras. Contactar a un amigo al que no se ha visto desde la escuela secundaria tal vez sea un acto completamente humano, pero si se lo realiza online, por lo general será a través de un algoritmo de “Personas que tal vez conozcas”. Un adolescente al que nunca se le ocurrió “seguir” a su cantante favorito puede querer hacerlo por la transversalidad de los microsistemas que conectan los videos virales en YouTube, Twitter y Facebook. La presión tecnológica de las múltiples plataformas por elegir a la persona o idea más popular o más conectada se ve, a su vez, reforzada por la presión de los pares en la vida real. Esta se convirtió en una fuerza híbrida, social y tecnológica; las conexiones entre las personas dan forma a otras automatizadas, y viceversa. Algunos celebran esta evolución bajo el término de “humanidad aumentada” –tecnologías que incrementan la acción social humana–, mientras que otros, críticos del “inconsciente tecnológico”, consideran a esta capa codificada como una caja ciega que influye sobre la socialidad de manera directa.”*

Introduzco la cita anterior dado que pone en evidencia como, para bien o para mal, las plataformas en línea están condicionando las relaciones sociales y a la vez también las transforman en función de algoritmos. Continuo la cita: (...) *“Desde luego, estas evaluaciones divergentes del mismo fenómeno están relacionadas con perspectivas ideológicas disímiles. Si bien cada algoritmo supone una inscripción ligeramente distinta de la socialidad y cada interface muestra variantes distintivas –un “me gusta” no es un retuit–, el conjunto de las tecnologías que estructuran las plataformas funciona sobre normas sociales y lógicas culturales similares. El algoritmo detrás del botón “me gusta”, por ejemplo, mide el deseo de la gente por cosas o su afinidad con determinadas ideas. No es casualidad que Facebook haya elegido incorporar un botón “me gusta” y no otro de “difícil pero interesante”, o “importante”. Los “me gusta” no son sólo termómetros de deseo, sino también generadores de potenciales tendencias de consumo. Cuando una persona ve que otros quieren algo, puede quererlo también –como otra consecuencia de la presión de los pares–, y saber qué quieren las personas es la base para la construcción de necesidades, como bien aprende la mayoría de los expertos de comercialización en su primera semana de trabajo. Una lógica similar sostiene la función de “seguir” en Twitter: una persona será más importante a medida que obtenga más seguidores; cuantas más personas retuiteen una cita, más impacto tendrá en el universo twitter. El mecanismo de videoránking de YouTube sigue un principio rector idéntico: los videos que reciben un “favorito” conquistan mejores posiciones en el ránking y por ende mayor visibilidad. La mayoría de las plataformas son compatibles porque sostienen los mismos valores o principios: popularidad, orden jerárquico, neutralidad, crecimiento rápido, grandes volúmenes de tráfico y ganancias rápidas. Por otra parte, las actividades sociales están inextricablemente ligadas a emprendimientos económicos, en el marco de una cultura de recomendaciones “personales” automatizadas”. Me parece fundamental que como realizadores audiovisuales creadores y formadores de contenidos para las plataformas seamos conscientes de “para quién estamos trabajando”. Ser inocentes nos vuelve funcionales a este sistema de ranking o popularidad del ME GUSTA que sabe bien, a quien o que, responde.*

Van Dick continúa analizando el funcionamiento de las plataformas para fundamentar y debelar los tejidos en las redes funcionales a un solo paradigma. (...) *“Y así como antes se habían sentido empoderados por los medios sociales, muchos sintieron que ahora tenían menos control sobre lo que alguna vez había sido una actividad informal: su vida social. Peor aún, estas reacciones ambiguas pueden provenir incluso de una misma persona, y por ello merecen que se les preste atención. Las tempranas expectativas de que la tecnología web 2.0 diera lugar a una socialidad en plataformas signada por la equidad entre los usuarios y un acceso igualitario resultaron utópicas. Como vimos en los capítulos anteriores, para todas estas plataformas algunos de sus usuarios son más iguales que otros, debido al sistema jerárquico inscripto en el diseño de su interface. Facebook, Twitter, Flickr, YouTube y hasta Wikipedia recompensan a aquellos que se hayan demostrado aportantes de contenido exitoso o confiable. Poco a poco, el estratificado star system de los viejos medios se vio complementado por un ecosistema igualmente estratificado, que impulsa a algunos usuarios hacia la cima de los medios conectivos. Los colaboradores profesionalizados de YouTube o los wikipedistas experimentados y habilidosos tienen una influencia mucho mayor dentro de sus respectivos microsistemas que los amateurs y los colaboradores esporádicos. La socialidad online necesita de la existencia de influyentes y de seguidores, de personalidades y admiradores, de creadores y consumidores, de profesionales y amateurs, de editores y lectores. Y es por ello que se identifica a los tuiteros con una gran base de seguidores para distribuir tuits promocionados y que los adolescentes con muchos amigos en Facebook reciben ofertas especiales a cambio de respaldar productos. Los rankings de popularidad determinan qué personas son menos “valiosas” que otras. Lejos del principio igualitario alguna vez atribuido a los medios sociales, las plataformas disciplinan a sus usuarios para que cumplan determinados roles y patrones de comportamiento. De esta forma, el potencial empoderamiento a*

*través de los medios sociales se transforma en un arma de doble filo. Para algunos, la participación de los usuarios en los medios sociales se volvió un acto enteramente comercial o de consumo (Terranova, 2004, Fuchs, 2011b). Otros señalaron el hecho de que los usuarios tal vez disfruten de sus papeles como seguidores, consumidores y espectadores, aun conscientes de los mecanismos comerciales que todo ello involucra. Más aún, la manipulación del flujo de datos no es privilegio exclusivo de sus administradores; los usuarios también pueden aprovecharse del sistema y organizarse para sumar adhesiones y apoyo. Las plataformas dotan a sus usuarios de instrumentos que les permiten influir en los flujos de datos a través del click, el etiquetado, el “me gusta”, la tendencia o con la viralización de determinados temas. De hecho, en su mayoría los usuarios son conscientes de la función de los botones en la manipulación de la opinión pública y la difusión de tendencias. Si bien los propietarios y también los usuarios pueden manipular el aparato de filtrado de los medios sociales, resulta de suma importancia advertir que su poder tiene distinto alcance. Una categoría que permite apreciar los distintos matices del empoderamiento es la distinción entre usuarios implícitos y explícitos. Mientras los implícitos pueden ser “atrapados” por los microsistemas y su flujo programado, los verdaderos usuarios pueden hacer el intento de modificar de manera activa los papeles inscriptos para ellos en las tecnologías de codificación o bien resistírseles. Como vimos en los capítulos anteriores, los usuarios individuales y los grupos de usuarios lograron organizar distintos tipos de protesta a la hora de enfrentar cambios en la interface de un sitio o en sus Condiciones de servicio. Grupos de miembros indignados o inquietos de Facebook, YouTube y Flickr respondieron a los movimientos de las plataformas mediante blogs críticos, peticiones y videos de protesta. Algunos usuarios de Wikipedia han criticado abiertamente los procedimientos disciplinarios de “su” sitio. En términos generales, estas protestas y críticas suelen dirigirse contra una plataforma y se ven disparadas por una acción específica de los propietarios de un sitio, como cuando Facebook introdujo nuevas cláusulas en sus Condiciones de servicio o YouTube modificó su interface. Sin embargo, un número cada vez mayor de usuarios comienza a mostrarse crítico de los mecanismos inherentes a los medios conectivos y a buscar las respuestas adecuadas a ello; en última instancia, tienen aún la posibilidad de desplazarse hacia otras plataformas que ofrecen al usuario más control sobre sus datos o a sitios que son más transparentes en cuanto sus modelos de negocios o políticas de privacidad, si bien el cambio de medio puede tener un costo elevado.”*

Como analiza Van Dick las diferentes plataformas, en principio estimulantes de horizontalizar la información; son funcionales al mismo paradigma de mercado. Aristocrático en función de una sociedad que “aporta”; los que pagan, o simplemente, los que disponen de su tiempo para que otros consuman sus mercancías. Pero así mismos usuarios comprometidos que conocen el funcionamiento son de alguna manera los que les obligan a las diferentes plataformas a torcer su funcionamiento a una función social de resistencia, y lo logran.

Entonces para cerrar esta idea creo que debemos replantearnos como consumidores de una industria a la cual intentamos pertenecer cual es el lugar para nosotros. Entendiendo el modelo de consumo que nos margina o nos deja afuera es fundamental no ser funcionales a esa modelo. Lo primero entonces es replantearnos como consumidores, qué y donde lo consumimos para ser funcionales a modelos en los que tenemos lugar como Latinoamericanos. Para en segundo lugar empezar a generar una cadena alternativa de consumo que nos permita autoabastecernos en un futuro próximo.

Para la idea es crucial pensar en la idea como producir y de alguna manera reflexionar desde el concepto ideológico, propongo un autor que hace un análisis sobre las imágenes, su forma de generarlas y el paradigma de las redes. Joan Fontcuberta en su libro *La furia de las imágenes*, Galaxia Gutenberg, 2016, introduce la idea de la producción de las imágenes y dice: “(…) Parece



obvio que padecemos una inflación de imágenes sin precedentes. Esta inflación no es la excrecencia de una sociedad hipertecnificada sino, más bien, el síntoma de una patología cultural y política, en cuyo seno irrumpe el fenómeno post- fotográfico. La postfotografía hace referencia a la fotografía que fluye en el espacio híbrido de la sociabilidad digital y que es consecuencia de la superabundancia visual. Aquella aldea global vaticinada por Marshall McLuhan se inscribe ahora en la iconosfera, que ya no es una mera abstracción alegórica: habitamos la imagen y la imagen nos habita. Debord lo expresó con distintas palabras: «Allí donde la realidad se transforma en simples imágenes, las simples imágenes se transforman en realidad». Estamos instalados en el capitalismo de las imágenes, y sus excesos, más que sumirnos en la asfixia del consumo, nos confrontan al reto de su gestión política. Lo que ocurre, sin embargo, es que las imágenes han cambiado de naturaleza. Ya no funcionan como estamos acostumbrados a que lo hagan, aunque campen a sus anchas en todos los dominios de lo social y de lo privado como nunca antes en la historia. Se han confirmado los augurios de advertencias como aquéllas de McLuhan y Debord. La situación se ha visto agudizada por la implantación de la tecnología digital, internet, la telefonía móvil y las redes sociales. Como si fuesen impelidas por la tremenda energía de un acelerador de partículas, las imágenes circulan por la red a una velocidad de vértigo; han dejado de tener el papel pasivo de la ilustración y se han vuelto activas, furiosas, peligrosas...” Introduzco esta cita por qué esta furia de las imágenes que propone Fontcuberta de alguna manera nos ubica a nosotros como una imagen en tanto y en cuanto esa imagen exista en alguna plataforma en la red. Reflexiono entonces bajo este pensamiento quienes “existen” los que tienen de alguna manera imágenes en las redes y acceso a ello. Simplemente me da escalofríos pensar que en Potrerillos en Mendoza, hay muchas familias que ni siquiera tienen acceso a la electricidad, ni hablar del acceso a las redes. Entonces siendo nosotros productores de esas imágenes y lo más preocupante aún, replicadores de este mensaje, debemos replantearnos el modelo industrial propuesto. No podemos seguir produciendo imágenes que repitan este modelo que excluye a todo aquel que no existe en esas imágenes. Y por otro lado imponer modelos diferentes que le den lugar a las personas que “no existen” por no tener sus imágenes en las redes. Retomando un poco la idea del autor anterior en nuestras imágenes tienden a existir solo los modelos de construcción socialmente aceptados, por lo tanto y en consecuencia desaparecemos todo lo que se considera feo de nuestras imágenes. Por lo tanto, somos parte de una construcción que poco tiene que ver con la democratización y mucho tiene que ver con la homogenización de conceptos y modelos.

Continúo la cita ya que está última frase me parece esclarecedora: “Sucesos como el de las caricaturas de Mahoma y la tragedia de Charlie Hebdo en París demuestran hasta qué punto su fuerza puede llegar a constituir casusbelli: matamos y nos matan a causa de imágenes. La instantánea de un niño sirio ahogado en las costas de Turquía es capaz de desatascar acuerdos internacionales sobre refugiados e inmigración, que la burocracia y la desidia de los dirigentes políticos paralizaban. Las fotografías siguen impactando en nuestra conciencia, pero ahora su número ha crecido exponencialmente y son mucho más escurridizas y, por tanto, también más difíciles de controlar.”

Pensando en la producción desde una idea pragmática me parece interesante trasladar el concepto de extractivismo a la producción audiovisual en las palabras de Joan Martínez Alier en su libro “Ecología política del extractivismo y justicia socio-ambiental”, Interdisciplina 2015, dice: (...)“ El capitalismo, escribió K. W. Kapp (1950), es un sistema de costos sociales no pagados. Hay que ver las externalidades no como “fallos del mercado” sino como lamentables “éxitos” en transferir costos a las generaciones futuras, a otras especies, y a la gente pobre de nuestra propia generación. Varios países, en la coyuntura de descenso de precios de 2014-15, no alcanzan a equilibrar su balance comercial en dinero.

*Después de varios años de mejorar los términos del intercambio, muchos países sudamericanos atraviesan una nueva situación, caracterizada por déficits en la balanza comercial (mayores importaciones que exportaciones, en valores monetarios), al tiempo que persisten los déficits en sus balances comerciales en términos físicos (las exportaciones en toneladas son mucho mayores que las importaciones en toneladas, condición conocida como “déficit” físico, pues significa que se exportan más materiales de los que se importan, agotando o degradando los recursos naturales). Así, a la desfavorable situación histórica estructuralmente persistente (que continuó en las décadas de 1990 y 2000, hasta hoy) de negativos términos del intercambio (una tonelada de importaciones es tres, cuatro y hasta cinco veces más costosa que una tonelada de exportaciones, según el país), situación que fue levemente aliviada en la última década, se añade ahora (una vez más) un nuevo deterioro en los términos de intercambio. Como los déficits comerciales conducen a déficits en la cuenta corriente, existen necesidades de financiamiento externo. El extractivismo está pues en crisis no sólo por los daños ambientales y sociales sino también porque la sobreoferta de productos primarios a la vez que un leve descenso del ritmo de aumento de la demanda en China, arrojan a Sudamérica a un nuevo periodo de deterioro de la relación de intercambio y por tanto a déficits comerciales que pueden llevar a nuevos episodios de endeudamiento (Vallejo et al. 2014). Como el endeudamiento externo se incrementará una vez más, existirá una nueva necesidad de exportaciones adicionales de materias primas para pagar la deuda, agotando recursos, contaminando el ambiente y causando más y más conflictos socio-ambientales.” No podemos seguir buscando insertarnos en mercados con materia prima por qué como menciona Martínez Alier no es una forma de generar industria. Buscar financiamiento externo no genera un camino sustentable sino todo lo contrario, deteriora la industria y propone una competencia desigual. Entonces entiendo el extractivismo audiovisual como el proceso de extraer de esta sociedad; demos, proyectos, desarrollos de proyectos, guiones, o simplemente buenas ideas para venderlas en los mercados internacionales audiovisuales por precios ínfimos. Ellos se enriquecen nosotros trabajamos y además pagamos los gastos socio ambientales del extrativismo. Situación que se replica en todas las industrias relacionadas con la producción de materia prima.*

Sumo algunos autores que proponen una reflexión sobre la producción cultural/audiovisual.

-Umberto Eco: En su libro *apocalípticos e integrados 1964* propone una reflexión sobre los productos culturales desde la perspectiva del hacedor cultural que tiene que conocer lo que comunica, tener conciencia del mensaje y recodificarlo en función de las mayorías y no del mercado.

-Martín Barbero: En su libro *discurso y poder 2009* hablar de cómo se utilizan las nuevas tecnologías para homogenizar al espectador, tienden a replicar de manera incansable el discurso del mercado y así manipular gustos y tendencias que le sean funcionales a medio colonizador, destrozando las minorías y produciendo monopolios.

-Debor Guy: En su libro *La sociedad del espectáculo 1967* propone un estudio sobre las imágenes y su repercusión en los espectadores. Así pues dice que las imagen resinifican al espectador y lo condicionan en tanto el espectador deja de ser singular para pasar a pertenecer al consumo masivo, que además replica el mensaje del espectáculo.

Planteando la última pata de esta investigación la de repensar nuestros productos para que sean reciclados y reciclables propongo los autores; Hernán Gustavo Cortés Mora/ José Ismael Peña Reyes en el libro “De la sostenibilidad a la sustentabilidad. Modelo de desarrollo sustentable para su

implementación en políticas y proyectos” Redayc 2015. En esta tesis doctoral proponen un modelo sustentable en las diferentes industrias y dice: “*El Mandato de Siete Generaciones (MSG) era el paradigma de la responsabilidad con las generaciones futuras de las tribus indoamericanas. Las reuniones del Consejo Tribal se iniciaban con la siguiente petición (oración) de orientación: “Oh Gran Espíritu, guíanos en las decisiones que vamos a tomar para que las consecuencias de la aplicación de nuestras definiciones sean positivas para nosotros y para nuestros hijos, ahora y por siete generaciones en el futuro” (Huisingh, 2006). El Desarrollo Sustentable (DS) se ha convertido en un concepto aceptado a nivel mundial, para guiar las interacciones entre la naturaleza y la sociedad, con el fin de dominar los cambios locales y globales como cambio climático, inequidad social, pobreza, pérdida de biodiversidad, sobrepoblación y falta de recursos. En tal sentido, se hace un llamado a un cambio de paradigma en todos los niveles, incluida la educación (Disterheft et al., 2013). No obstante, algunos estudiosos reconocen que por sus vagas características, el concepto de DS permite que coexistan varias definiciones e interpretaciones (Waas et al., 2011).* 1. INTRODUCCIÓN *En la sociedad actual, las inquietudes ecológicas y las preocupaciones sociales son cada día más importantes. El DS ha tomado impulso para mantener su vigencia. Sin embargo, la penetración de nuestras prácticas insustentables sugiere que se están haciendo progresos insuficientes para cambiar de insustentable a vías sustentables ...*

*Para avanzar hacia el desarrollo sustentable se necesita:*

- *Eliminar las rigideces y obstáculos acumulados.*
- *Identificar y proteger la base de conocimientos y experiencias acumulados que son importantes como los cimientos para avanzar.*
- *Sostener las bases sociales y naturales de adaptación y renovación, e identificar y acrecentar la capacidad necesaria de renovación que se ha perdido.*
- *Estimular la innovación, la experimentación y la creatividad social.*

*Se puede entender la sustentabilidad como un paradigma para pensar en un futuro en el que las consideraciones ambientales, sociales y económicas se balanceen en la búsqueda del desarrollo y una mejor calidad de vida . Finalmente, se enfatiza en que el concepto de desarrollo sustentable debe tener unas bases éticas, como pueden ser la justicia intergeneracional, la equidad intrageneracional o la preocupación ecocéntrica de preservación de la diversidad biológica . La sustentabilidad es un proceso de manejo adaptativo y pensamiento sistémico, que requiere creatividad, flexibilidad y reflexión crítica . El Desarrollo Sustentable y las exigencias que esto pone a particulares y profesionales, está en constante evolución.*

*En concreto me parece fundamental pensar que es un modelo de crecimiento y no solo un modelo ecológico. Entendiendo el concepto de crecimiento como un concepto amplio, y no solo de un desarrollo económico. Para esclarecer el concepto continuo la cita “En el plano socio-comunitario, los proyectos de educación intercultural deben diseñarse y comprenderse en línea de relación directa con los proyectos de sustentabilidad. Es necesario, por ello, impulsar el compromiso social y la participación, establecer compromisos de acción en los centros educativos y de trabajo, en las ciudades, en las propias viviendas para poner en práctica algunas de las medidas y realizar el seguimiento de los resultados obtenidos. Estas acciones, debidamente evaluadas, se convierten en el mejor procedimiento para una comprensión profunda de los retos y en un impulso para nuevos compromisos. La celebración de la Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro en 1992, supuso un punto de inflexión en el reconocimiento del papel de la educación, y en particular, de la educación universitaria, para contribuir a la solución de los problemas globales que afectan además de avanzar hacia un desarrollo sustentable. En dicha Cumbre se hizo un llamamiento para que los educadores de todos los niveles y disciplinas contribuyeran a que la ciudadanía adquiriera una visión adecuada de los problemas y desafíos que afectan a la humanidad y pudieran participar así*

*en la necesaria toma de decisiones fundamentadas. Se adoptó la sustentabilidad como principio fundamental para apoyar el desarrollo de la humanidad en todos los niveles.*

*Se reafirmó la importancia de la educación para la sustentabilidad y la necesidad de considerar los aspectos sociales, económicos y políticos del desarrollo sustentable. En un entorno de crisis como el actual, se recuerda más las funciones sustanciales de la universidad, la formación y la investigación, como parte importante de las soluciones a los problemas que enfrenta nuestra sociedad, entre ellos, el de su insustentabilidad. Es necesaria entonces la sustentabilidad del sistema socioecológico total. A largo plazo, la única opción que tiene sentido, es procurar alcanzar la sustentabilidad del sistema socioecológico completo. Las razones que justifican tener en cuenta el sistema como un todo, es la existencia de importantes vinculaciones entre sociedad y naturaleza. Se entiende por sistema socioecológico, un sistema formado por un componente (subsistema) societal (o humano), en interacción con un componente ecológico (o biofísico). La Carta de la Tierra es una declaración de principios fundamentales para la construcción de una sociedad global justa, sustentable y pacífica en el siglo XXI. Los principios fundamentales de la Carta de la Tierra son:*

- *Respeto y cuidado de la comunidad de vida.*
- *Integridad ecológica.*
- *Justicia social y económica.*
- *Democracia, no violencia y paz.”*

Para finalizar me sumo a las reflexiones del autor que consideran que no podemos como ciudadanos de esta tierra seguir pensando en un modelo de industria que produce de forma masiva. Producir de forma consiente con la situación socio ambiental y económica requiere tener en cuenta el reciclaje.

## HACIA UN MODELO DE PRODUCCIÓN SUSTENTABLE

Los medios masivos actuales; entiéndase por redes sociales, cadenas de televisión on demand (netfilx) tienden a por un lado trabajar los productos audiovisuales como mercancía y por otro homogenizar el contenido. Esto produce en el medio local el deterioro de la industria y deja sin alternativas productivas a los realizadores locales. La imagen nos controla y nosotros no controlamos la imagen, busco una alternativa de producción en recuperar el control de las imágenes que ya están hechas, apropiárselas como realizadores y utilizarlas para contar nuestras historias.

La producción de estas imágenes/audios es el mecanismo de mayor discriminación de los productos culturales locales frente a extranjeros. Ya que por distancias, falta de desarrollo tecnológico y pobreza no podemos producir las imágenes/ audios dentro de los estándares de las cadenas de difusión dejando sin ventana de exhibición a muchas producciones. Sea cual sea la plataforma como vemos en la cita de Van Dick. Escasos casos son los de realizadores que llegan a las cadenas de distribución de contenido ejerciendo esfuerzos que desmenuzan los desarrollos industriales.

Propongo entonces por un lado entender el momento de hiperproducción y sobrevaloración de la imagen/audio y considerar la manipulación del mercado a través de las redes. Entender estos mecanismos nos va a brindar la posibilidad del RECICLAJE de estos productos para resignificarlos y transformarlos en productos, por un lado, locales y por otro estimuladores de una resistencia que al corto plazo se convierta en una forma de producción.

Entonces fundamentándome en los autores antes citados me veo interpelado a construir, a pensar una alternativa concreta a este modelo industrial hegemónico que no tiene lugar para la pequeña industria local y por otro lado destruye el ambiente y los bienes comunes. Propongo entonces aplicar en la investigación el modelo tradicional de las tres “R” ecológico. No solo por lo importante que significa que cuidemos el ambiente sino también por qué es necesaria la resistencia al paradigma del mercado. REDUCIR, REUTILIZAR, RECICLAR. Reducir el consumo, reutilizar materiales para producir solo lo necesario y generar productos reciclables que puedan seguir generando la cadena hacia adelante.

## AIRE, PROYECTO DE DESARROLLO SUSTENTABLE

La propuesta entonces es construir una cadena de producción sustentable audiovisual, en armonía con la comunidad a la cual pertenece y además funcional para los realizadores locales. Lo materializaremos en un proyecto audiovisual de una serie corta llamada Aire. Esta serie está pensada para celulares, no cuenta con el sonido como recurso narrativo y dura 1 minuto y ½. Existen actualmente series cortas con conceptos similares, como pueden ser la serie de Malena Pichot “La Pande” que es bastante similar en el formato, pero no en los recursos ni en el mecanismo de difusión. Aire propone una forma de producción local diferente a los sistemas de producción tradicionales.

En concreto y continuando con la propuesta de la investigación especificando las tres aristas que trascienden toda la tesis; consumo/producción/reciclaje fundamento por qué este proyecto pretende ser sustentable desde la visión planteada.

En cuanto al consumo, lo entendemos desde dos miradas en este proyecto. La primera nosotros como consumidores pretendemos solo consumir lo necesario, no movilizar grandes cantidades de gente ni hacer un despliegue del espectáculo cinematográfico. Entonces no hay búsquedas de locaciones físicas, la productora y yo hicimos un análisis profundo de diferentes imágenes grabadas por nosotros. Y elegimos lugares que ya conocemos para contar esta historia, además está decir que solo se ven 3 espacios reales en la serie y ya están definidos de ante mano. También vamos a trabajar con equipo reducido, la menor cantidad de gente posible donde se justifique cada persona desde la necesidad concreta y no a partir de supuestos. Contando siempre como criterio general del arte, dirección de foto, utilizar lo que hay, lo que se consiguió o lo que tenemos de otras grabaciones. Estoy dispuesto como director del proyecto a adaptar la historia a los elementos que sean necesarios, siempre que sean fundamentales en la historia. Por otro lado, la planificación y la colaboración mutua entre las personas del rodaje esperamos dé como resultado un trabajo cómodo de jornadas cortas y muy útiles. La búsqueda de material libre de derechos para poner en las diferentes pantallas de la casa está prevista. Lo que va a generar que no necesitemos grabar el 50% de la serie. La búsqueda de este material no es una tarea simple por lo que una persona de la producción solo estará abocada a eso. En los bancos de imágenes consultados ("<https://www.pexels.com>, <https://es.videezy.com/>, <https://pixabay.com>, <https://pixabay.com>, <https://free3d.com>, <https://es.3dexport.com>) sacaremos los planos de las pantallas y el modelo 3d.

La segunda concepción de la idea de consumo es como esperamos que el espectador “consume” nuestra serie la idea es llegar al público de las comunidades a las cuales pertenecemos los integrantes del equipo entonces no vamos a responder las lógicas tradicionales del mercado audiovisual. La serie no busca salir por televisión ni estar en las salas de cine, ni en festivales que le den prestigio, esperamos llegar a las pantallas de consumo popular, los celulares, las pantallas de los

micros de línea, una pantalla ocasional en una municipalidad, banco o bar. La idea es fidelizar un espectador desde otra lógica de consumo, una lógica que genere nuevos públicos y que haga que la serie tenga una respuesta real. Pretendemos entonces desarrollar una App que sirva de espacio de encuentro de estos espectadores donde la persona interesada se encontrará con otros productos además de la serie. Esperamos que este público luego de ver la serie en alguno de los dichos espacios busque o descargue la app para que le llegue el material a su celular. La app brindará además de un nuevo capítulo por semana de la serie, juegos uno para niños y otro para adultos y material adicional; grabaciones del rodaje, material del desarrollo de los juegos, entrevistas con los protagonistas y todo material audiovisual que apoye el proyecto. Si se consigue el financiamiento también se adjuntará en la app un comic digital.

Desde la idea de la investigación de producir solo lo necesario, como mencionamos párrafos atrás solo grabaremos lo indispensable, los planos de Laura y Enzo. Estos planos intentaremos los vamos a ir encontrando en los ensayos. Todos los ensayos serán con cámara y en la locación ya iluminada para si es posible adelantar algunos planos y además para que niño se familiarice con la técnica. Los niños que encarnen a Enzo serán 3 para solo utilizar ya que con la máscara se le taparan la mayoría de las facciones exceptuando los ojos. Todo plano que cuente lo necesario será utilizado, sin posibilidades de retomas ni repeticiones. Además, la idea es plantear una economía de la imagen que haga que los planos que produzca sirvan para futuras producciones propias o ajenas.

En cuanto a la última pata sobre la que se apoya esta tesis debemos hablar del reciclaje el proyecto de Aire está pensado para ser flexible desde el guión hasta su puesta en escena. El formato corto moderno y fragmentado brinda la posibilidad de separarnos de conceptos clásicos narrativos. La idea es relacionarse con las nuevas generaciones y podamos saber sus reales necesidades prescindiendo a los intermediarios de las industrias hegemónicas. Será indispensable proponer la idea de un banco de imágenes libre y mendocino a las diferentes agrupaciones y productoras audiovisuales. Este banco de imágenes funciona de manera solidaria y bajo el principio del aporte. Cada realizador que requiera contenido tiene que donar al banco una cantidad igual de imágenes de las pretende utilizar, y además mencionar que se utilizaron imágenes de ese banco. Del rodaje de Aire se reciclarán planos para el material adicional de la App, los juegos. Pero también de salir esta posibilidad concreta con el financiamiento del instituto debemos buscar la manera, antes de grabar, plantear próximos proyectos donde sirvan los planos que grabaremos en el rodaje de Aire. Así podremos ir concatenando proyectos, y generar la cadena de autosustentabilidad deseada.

# Aire

Si todavía puedes respirar,  
aún hay esperanza.

If you can breathe, there is still hope.



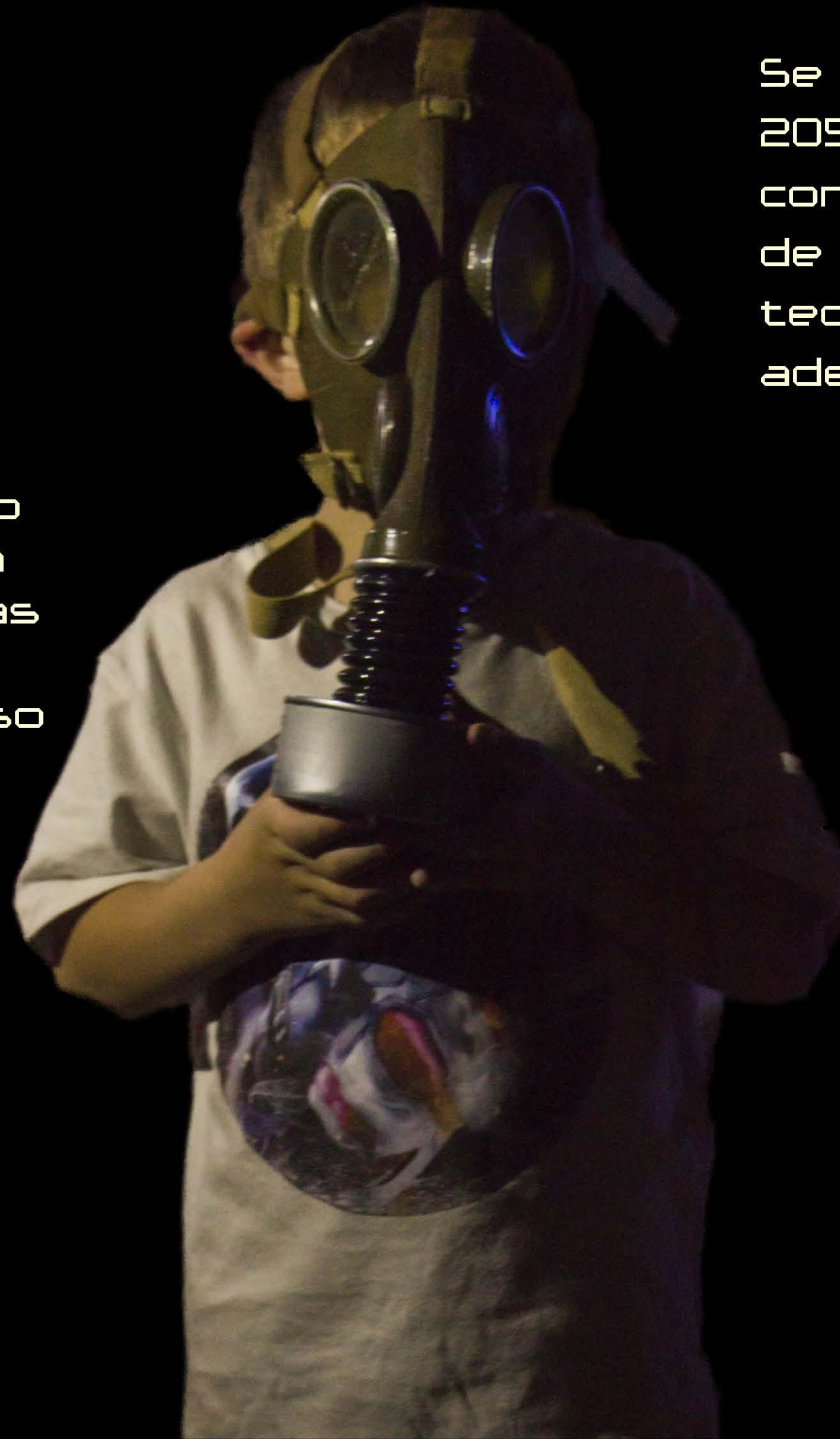
La serie es de ciencia ficción  
Cada capítulo durara un  
minuto y medio, y constará  
con 10 episodios.

La serie es una pieza  
de un universo  
transmedia que estamos  
desarrollando





Los personajes no hablan, ya que como está pensada para múltiples plataformas no cuenta con el sonido como recurso narrativo.



Se sitúa en Argentina 2055. La serie está contada con las cámaras de los aparatos tecnológicos que existen adentro de un espacio.

Veo la necesidad de reflexionar sobre la sociedad que estamos construyendo, me motiva la ilusión de transformar las cosas. Me gustaría que la serie sea una bocanada de AIRE, un grito de esperanza, de rebelión. La serie es un pedido a una sociedad enferma que no escucha por estar aturdidos con la tecnología y no ve por tener la mirada ocupada detrás de una pantalla.





### Sinopsis:

Enzo un niño de 6 años vive con su madre en el año 2055. Su casa está enterrada y el aire está contaminado. Laura tiene problemas económicos y no pudo pagar este mes el sistema de aire domiciliario. La empresa de aire del estado quien les proporciona el servicio les corta el suministro hasta que se pague. Laura se ausenta por algunas horas para pagar el dicho suministro. Durante esas 4 horas transcurre la serie, desde el momento en que Laura se va hasta que regresa. Enzo solo y con una máscara para poder respirar va a enfrentarse a sus necesidades humanas mediadas por las pantallas. La relación de Enzo con las pantallas es fluida y cómoda. Para Enzo la ausencia de la madre no será significativa en un principio. Laura y Enzo como parte de esta sociedad fragmentada no se comunican por sus propios medios, nunca se han hablado y tienen problemas para el contacto afectuoso. En ausencia de Laura y con el correr de las horas Enzo comienza a sufrir necesidades, se aburre, tiene hambre, se siente solo y las máquinas no bastan para satisfacerlas. Enzo comienza a descubrir su cuerpo, se mueve y el reducido espacio de su casa le resulta pequeño y escenario ideal para el avasallamiento del sistema. La invasión mediática logra su cometido y parece someter al niño. Pero al regreso de Laura Enzo por primera vez intentará hablar con su Madre, situación que desconcierta a Laura y transforma el pequeño lugar en un remanso donde respirar.



DISTRIBUIDORA DE GAS DEL CENTRO S.A.  
 I.V.A. Responsabilidad Insólita  
 CUIT 33-6576627-9  
 ANSES 6576627  
 Ingresos Brutos (CMB) 904-987126-9  
 No. de Agente Percap. 188 Cba 300015471

Lugar de emisión: AV. JUAN B. JUSTO 4301 - 5000 CORDOBA  
 Liquidación de Servicios Públicos "B" cod (18) :0400-01008663  
 Fecha de emisión: 27/06/2018  
 Nº de medidor: 91318  
 - 27/06/2018  
 5009 CORDOBA CORDOBA  
 Nro P.R.: 3750  
 Ruta: B-CORDOBA - R-6 D

**Ecoaire informa**

Des. ENRG desde el 01/04/18. Si Ud. es cliente Residencial categoría R1, ECOGAS le financia sin interés el aumento correspondiente al componente Distribución. Recibirá este beneficio en la presente factura automáticamente sobre el aumento que rige a partir del 1 de abril por los consumos realizados entre el 1/04 y el 31/05. El monto financiado se abonará en tres cuotas iguales y consecutivas en las próximas facturas.

El monto de IVA no puede computarse como Crédito Fiscal.

**Periodo de Consumo 2018/03**



**MEDICION Y CONSUMOS**

Medidor	Fecha	Estado	Lectura	Lectura Anterior	Consumo	
	20/06/2018	41715	Real	21/04/2018	40780	935
Consumo Medido					935 m³	
Calorías suministradas					9077	
Consumo en m³ de 9300 calorías					935 x 9077 / 9300 = 912,57 m³	

**TARIFAS APLICADAS**

Resol ENARGAS	Periodo	Dias	Cargo fijo factura	Factura mínima	Cargo por m³ consumido
307	01/04/2018	61	712,134666		7,84043
Tarifa ponderada			712,134666		7,84043

Gestión y envío de Aviso de Deuda \$ 65,00, más impuestos.  
 Cargo por reconexión medidor menor a 10 m³ \$ 456,00, más impuestos.  
 Cargo por reconexión medidor mayor a 10 m³ \$ 848,00, más impuestos.

**DETALLE DE INTERESES SOBRE DOCUMENTOS ANTERIORES**

Tasa de Interés promedio mensual vigente a la fecha de emisión: %	\$ 0
---	------

**DETALLE DE DOCUMENTOS VENCIDOS NO ABONADOS AL 27/06**

Tipo comprob	Nº de débito	Periodo	Fecha de vencimiento	Importe Original
FC		02/2018	26/05/2018	1723,50
Total				\$ 1723,5

A este monto debe adicionarse los intereses previstos en el reglamento de servicio hasta la fecha de efectivo pago

C.E.S.P Nro: [ ] - Fecha de vto. 30/06/2018

**NÚMERO DE CUENTA:**

TOTAL: \$ 100978.16

Para pago total. Vencimiento: 12/07/2054

Para pago en cuotas: Ver talón de Pago

**Códigos para pago electrónico de factura:**

PAGOS ELECTRONICOS LINK PAGOS: RED BANELCO:

Los intereses correspondientes a este período serán incluidos en la próxima factura.

**DOMICILIO DE CONSUMO**

Calle Nº Pta. C. Pta. Torre Piso Depto. Opus

Barrio Departamento Localidad Provincia

Tipo de Consumo Tarifa Pos. IVA CUIT Cliente Nº de Cliente

DOMESTICO R3-4 CONS F CORDOBA CORDOBA

**CONCEPTOS FACTURADOS FACTURA**

Conceptos	m³ 9300 cal.	Tarifa	Imp. Parc.
CARGO FIJO		712,14	
CARGO M3	912,57	7,84043	7124,94
IMPUESTO LEY 25413			24,30
IMPUESTO SOBRE LOS L.I.B.D TRANSPORTE			36,25
IMP SOBRE L.I.B.D.SOBRE GAS RET TRANSPOR			3,74
CONT. COM. E IND-CORDOBA Cst12021		0,00770	61,07
IMPUESTO SOBRE LOS L.I.B.D DISTRIBUION			420,87
INTERESES POR INGENIA			11,85
IVA ALICUOTA GENERAL 21%			1769,29
PERCEPCION IMP MUNICIPAL			673,07
FOO FIDUCIARIOS CONS R APIT 75 LEY 25565			130,55

**TOTAL A PAGAR: \$ 100978.16**

Ud. puede abonar el importe de la factura en 2(dos) cuotas:

<b>CUOTA 1 VENCIMIENTO:</b>	12/07/2054	
<b>IMPORTE \$54890.08</b>		
<b>CUOTA 2 VENCIMIENTO:</b>	13/08/2054	
<b>IMPORTE \$54890.08</b>		

**Estado del proyecto**

El proyecto está en etapa de desarrollo, los guiones están escritos y empezamos a buscar al protagonista de la historia. Estamos también con la búsqueda de financiamiento y pantallas diversas. El 20% del presupuesto estará brindado por aportes voluntarios del equipo por lo que estamos buscando el 80 % restante. La intención es conseguir la mayor cantidad de ventanas posibles. El total del costo de la serie es 20000 \$USD ya que son 15 minutos de ficción. En cuanto a las otras piezas del universo transmedia estamos en etapa de desarrollo de la aplicación, como así también el video juego. Pero la pieza escrita, el libro, y el material de apoyo de la serie están listos para su publicación.

## Motivación

Todo empezó con un sueño, a raíz de una historia que me contó un amigo. Soñé un futuro próximo donde teníamos que pagar si queríamos respirar aire limpio. Me levante y salí a la calle tratando de convencerme que eso sería imposible, busqué miradas cómplices que me lo confirmaran pero solo encontré miradas perdidas detrás de las pantallas.

Hace un tiempo atrás conversaba con un niño de 6 años y le propuse un juego, que imaginara un día sin electricidad, unos meses sin Internet, el celular sin señal, la antena de televisión no funciona. Y él me respondió, que podía tener de divertido ese juego. Ahí me surgió la necesidad de replantearme la forma de vida que estamos llevando sin darnos cuenta el lugar fundamental que le estamos dando a la tecnología como regente de por lo menos en ese niño, de su propia diversión.

Me propuse entonces hacer una observación, quería descubrir cuanta contaminación visual hay por ejemplo en el KM 0 de la ciudad de Mendoza en concreto cuantas pantallas y si la gente les prestaba algo de atención. Recordaba que en ese lugar hay unas 10 pantallas, cuando llegué al lugar me sorprendió contar de manera concreta al menos unas 52 pantallas visibles con información decodificable estando parado en un lugar determinado. Después comencé a contar las personas que le prestaban atención a las pantallas y me sorprendían más de solo contar 3 personas en el transcurso de 2 hs que miraran alguna de las pantallas. El 90 % tenía el celular en la mano o en la oreja y el otro 10% caminaban absortos en alguna dirección. Vivimos rodeados de pantallas, son nuestra flora y nuestra fauna, y este evento se está replicando a lugares más alejado de las ciudades. Las pantallas nos invaden el sistema quiere de nuestra atención, solo consumidores y como replicantes de las publicidades.

Este proceso violento y deshumanizante está naturalizado en nosotros y el impacto en las nuevas generaciones me sorprende. No veo de manera preocupante la situación, pero esta vida mediada por pantallas es algo que está pasando y tenemos que reflexionar para ver que sociedad es la que estamos construyendo. "Yo no puedo vivir sin celular", "Siento la ausencia de mi teléfono" " la compu es mi vida" son algunas de las frases que decimos diariamente cuando conversamos de nuestros aparatos. Creo que hay que replantearse el tiempo y con eso reflexionar en que lo invertimos, decía José Mujica en alguna de sus entrevistas.

De eso quiero hablar, del tiempo que llevamos despiertos pasamos muchas invirtiendo a las pantallas, lo que vemos, como lo miramos y cómo impacta en las relaciones personales. Las pantallas como intermediarias de nuestra vida actual han motivado a replantearme la vida, no solo los vínculos y las nuevas formas de relacionarnos sino también las nuevas formas de descubrirnos, ya sea en nuestra relación con el cuerpo o bien en nuestro "perfil público" ahora cibernético y manipulable. La imagen como centro de la vida de estos tiempos. Lo importante es mostrar y mostrarse en el doble rol de protagonista y director es lo que de alguna forma me invitó a reflexionar sobre el tema. Me gustaría poder mostrar un poco lo que seremos si no nos ocupamos de nosotros, o lo que yo veo sin una mirada peyorativa si no pensando que "la naturaleza se va a abrir camino" a pesar de la invasión mediática y tecnológica.

La serie es un pedido de aire, un llamado que reclama humanidad, un reclamo a no permitir que nos ensucien nuestros vínculos, nuestras emociones, con pantallas que solo satisfacen necesidades del mercado.



### *Propuesta estética:*

La serie es de ciencia ficción y en particular ciencia ficción minimalista. Es un drama con vestigios cómicos. Cada capítulo durara un minuto y medio, y constará con 10 episodios.

El tiempo es un factor central dentro de la historia y como construcción global del proyecto, en concreto solo transcurren 4 horas de la ausencia de Laura pero Enzo en su perspectiva de niño lo vive mucho más dilatado. En la serie vamos a contar el tiempo como lo vive Enzo variando la cantidad de estados, cada estado con intensidad lúdica e infantil y lo vivimos como si fuera el último. Y la multiplataforma del proyecto brindará un espacio atemporal donde la aplicación para celular será el punto de encuentro, entre el juego, la serie y la aplicación.

La serie va a estar contada con los planos que pudieran hacer las maquinas que están en ese espacio y cada elemento de la casa con pantalla tendrá una cámara que nos brinde un punto de vista. Dichas cámaras son todas diegéticas para generar una sensación de espacio multi/cámara, saturar de perspectivas hasta elementos que no se justifiquen tener cámaras. Cada punto de vista tomado por la serie estará justificado narrativamente, no habrá puestas que denoten la intencionalidad estética. El primer plano de Enzo será justificado por la Tablet, donde los reflejos en la máscara se vuelven centrales como elementos expresivos. Es importante destacar que Enzo estará luego del primer capítulo siempre con la máscara para distanciarnos un poco del personaje pero a la vez también generar una pantalla en el rostro de Enzo. Los planos serán en gran mayoría fijos, salvo el de la Tablet y de algún otro elemento que mueva Enzo esto para generar atención en el personaje. Todos los planos serán angulares, es fundamental deformar la realidad y desproporcionar los espacios para hacer la historia extraña y a la vez no poder delimitar los espacios de manera objetiva. Enzo parece sumergido en un espacio extraño y deformado.





En cuanto a la dirección de actores los personajes van a estar contruidos desde la neutralidad en la energía, con cuerpos como anestesiados miradas cansadas, y movimientos torpes. Esto para mostrar la enajenación del sistema y el sometimiento de estos personajes. Son personajes sin emociones, que parecen no sentir, la violencia del espacio y contraste al que están sumergidos les ha creado un anticuerpo que les provoca que se vean así.

Enzo irá avanzando capitulo a capitulo con sus expresiones, de alguna manera irá descubriendo y sintiendo, desde el dolor hasta la alegría. Paulatinamente y al final veremos algunas risas naturales. El código actoral de la serie es realista si bien es una ciencia ficción está construido de manera realista. En cuanto al vínculo entre ellos, la relación entre Laura y Enzo está rota y se emparcha con pantallas que los conectan y construyen un espacio cómodo para ambos. Laura con la pantalla de la heladera y Enzo con la pantalla de su tablet.

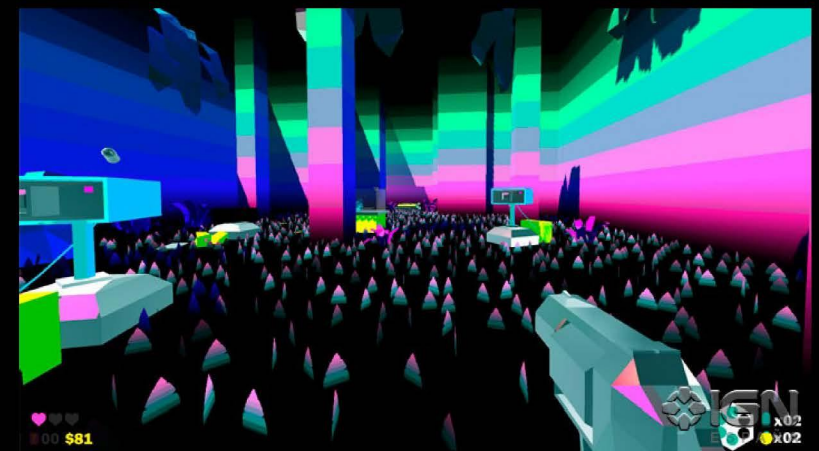
La serie no cuenta con el sonido para narrar, ya que está pensada para ser una serie que se pueda contar en las pantallas de los micros, WhatsApp, y plataformas actuales que presiden del sonido. De igual manera la serie tiene sonido, crea climas y termina de construir los espacios.

Los protagonistas nunca se hablan solo al final que Enzo saludará a Laura que será subtulado. Las cosas suenan pero ese sonido no cuenta, solo termina de completar el sentido del elemento. La aplicación si tendrá sonido y dentro de ella se podrá jugar y ver los capítulos con sonido. Para sintetizar la idea la serie puede verse sin sonido y se entenderá igual, pero tiene sonido.

La serie es de alto contraste desde sus colores hasta su estilo escenográfico. La casa de Enzo es un sótano el espacio es precario y rústico pero está repleto de pantallas que contrastaste con lo gris del espacio. La máscara que tiene puesta Enzo es vieja y le tapa la cabeza y también una parte del cuerpo. Las pantallas muestran una realidad totalmente opuesta a la realidad de Enzo. Las realidades de las pantallas son saturadas con personajes felices, llenos de simetrías y bien armónicos. En la casa de Enzo, no entra el sol, por lo que la luz es la de los elementos pantallas diegéticas, tubos led, esto para generar un escenario apocalíptico donde lo que más brilla son las pantallas que iluminan a Enzo casi como un sol que le da el calor de la vida. Cada capítulo será el clímax de un conflicto simple donde nos centremos en la humanidad de Enzo y en como la tecnología combate contra la naturaleza de un niño que intenta ser libre. El montaje será fragmentado, centrándonos en el corte directo y el plano fijo de larga duración.

Para contar los espacios de manera parcial construyendo así el mismo espacio de manera diferente. Cada capítulo está contado con el punto de vista de una maquina diferente.

El universo que muestran las pantallas será psicodelico, de alto contraste con letras orientales, el Maestro Oso pertenece a ese mundo y tiene esa estética.







## *Tratamiento*

Enzo es un niño 5 años que vive con su mamá Laura. Laura tiene 40 años y viven en un futuro en algún lugar de Latinoamérica. En este futuro el aire está contaminado con sustancias tóxicas y varios tipos de virus por lo que no es conveniente respirarlo. Por eso en los diferentes domicilios las empresas prestan un servicio de aire puro para evitar usar máscaras de oxígeno.

Laura y Enzo son una familia de las consideradas "tipo" en este futuro ya que las personas están cada vez más separadas y viven en pequeños espacios como sótanos para gastar menos energía ya que es un bien cada vez más caro y escaso. A pesar de los problemas energéticos la casa de Enzo está llena de pantallas, todos los muebles y electrodomésticos tienen una pantalla y una cámara. Los servicios en general están sobre exigidos por falta de inversiones y la cantidad de gente que los usa. La casa de Enzo y Laura no es la excepción por lo que un corte de luz generalizado provoca un problema con el servicio de aire domiciliario.

Laura intenta solucionar el inconveniente con las herramientas tecnológicas que tiene a mano pero fracasa y ante la urgencia se ve sobrepasada. Enzo y Laura se relacionan mediante tecnología ya que las relaciones se construyen en este futuro mediante pantallas. Si las pantallas es casi imposible encontrarse y comunicarse Enzo y Laura se relacionan de esta manera también. Laura se le ocurre que yendo a la empresa proveedora del servicio podrá solucionar el problema entonces le coloca una máscara de oxígeno a Enzo y se va de la casa. Laura antes de irse activa una "aplicación niñera" un sistema que cuida a Enzo mientras ella no esté presente. Este sistema se presenta con un personaje en 3d con poca definición llamado el Maestro Oso.

Cuando Enzo se queda solo juega con la tablet con la máscara de oxígeno puesta, pero la aplicación del Maestro Oso le controla los tiempos, le corta el juego y aparece en la pantalla de la tablet. Le indica con gestos para que se ponga a hacer ejercicios. Enzo no quiere hacer lo que el Maestro Oso le impone, y con infantil rebelión evita al Maestro Oso. Por accidente reconoce que puede dejar la tablet para evitar la imposición de la aplicación, se incorpora triunfal al descubrirse independiente pero el Maestro Oso controla todas las pantallas de la pequeña casa. Y justo cuando Enzo supone haber ganado, el Maestro Oso ocupa todas las pantallas de la casa. Enzo se ve avasallado por un enemigo muy poderoso que le impone lo que tiene que hacer. El Maestro Oso con el control absoluto de la tecnología de su casa le dice que haga ejercicio.

Enzo solo en su casa y con la máscara de Oxígeno puesta, hace ejercicio. El Maestro Oso le marca el ritmo y Enzo obedece. El Maestro Oso luego de algunos ejercicios le muestra publicidades de chocolates y productos de consumo para niños. Enzo mira enajenado como absorbiendo todo lo que mira. Luego de algunos segundos el Maestro Oso retoma la actividad física pero siempre intentando venderle algo a Enzo. El inocente niño no puede con las publicidades e intenta comprar lo que le ofrecen, pero justo en ese instante se corta la luz. Todas las pantallas se apagan a la vez algunos led quedan prendidos, Enzo queda en penumbras y siente que fue su culpa el corte de luz. Haciendo puchero agarra la tablet. La tablet tiene batería baja.

Ya a pasado 1 hora de la ausencia de Laura, y Enzo está incomodo preso de la tecnología. El jugar con la tablet ya no le es tan divertido. Enzo deja la tablet algunos segundos improvisa una pelota. Con la pelota descubre que se puede mover y lo disfruta e ignora por un largo rato la invasión mediática y tecnológica del sistema. Algo está pasando con Laura y Enzo empieza a notar la ausencia de su mamá. Una publicidad cautiva a Enzo y le dan ganas de comer chocolate.



## Proyecto Transmedia

El proyecto consta de 4 piezas transmedia donde la aplicación para celulares es la plataforma de encuentro de dichas piezas.

Pantalla inicial de la App

-JUGAR: Cuando presionemos esta pestaña se nos abre otra pantalla donde dice: Niños- Adultos.

Niños: (Juego infantil de 4 a 7 años)Esta pestaña abre el juego infantil, que consiste en una búsqueda del tesoro, donde la intención central es que el niño se mueva. El juego le propone al niño que busque una forma y cuando la encuentre le saque una foto, cuadrados, círculos, líneas, etc. El celular por reconocimiento de las formas le dará la prueba como superada si la forma a la que el niño le saco la foto se parece a la pedida y le dará premios.

Adultos: Este juego es un puzale de acertijos tecnológicos. Donde el acertijo será un desafío de audacia con la tecnología y si no superamos la prueba, el celular quedará inutilizado por algunos segundos, a medida que avanza el juego los acertijos se complejizan y los castigos son mayores. La intención de este juego es que dejen de usar el celular.

-VER SERIE: En esta pestaña van a poder ver el capítulo de la serie, solo se podrá ver uno por semana el contador de tiempo bajo esta pestaña nos avisará cuando tenemos otro capítulo disponible.

servirá como aceleradores de tiempo tanto del contador de tiempo de la serie como la del comics.

-MATERIAL ADICIONAL: Cuando entren en esta pestaña nos abrirán otras nuevas dos pestañas: Comics- Videos.

Cómics: Esta es la pieza literaria del proyecto transmedia y se conforma de una revista de cómics que cuenta este futuro distópico, como se contaminó el aire, y las historias de distintos personajes dentro de ese mundo. La revista es on line y solo se podrá leer una por semana con un contador de tiempo similar al de la serie que nos habilite la siguiente revista.

Videos: Esta pestaña nos abrirá una videoteca donde podremos encontrar desde el detrás de escena de los juegos y la serie, hasta Youtubers jugando los juegos, entrevistas con los protagonistas y todo material audiovisual adicional. Cada hora que veamos de este material



Enzo entonces va a intentar abrir su heladera para comerse los chocolates que tenga adentro. Pero Enzo no sabe abrir la heladera vio a Laura abrirla muchas veces pero no conoce el procedimiento exacto para abrirla. Coloca un banco alto para lograr tocar la pantalla imitar el procedimiento que hace Laura. Luego de varios intentos logra abrir la heladera pero la puerta empuja el banco donde está subido Enzo desestabilizándolo, pero con un poco de suerte se logra sostener y no se cae. Triunfal abre la heladera y busca su preciado premio, la tristeza lo secuestra al darse cuenta de que no hay chocolates ni nada parecido a lo que quería encontrar dentro, que vio en la publicidad que había en las heladeras.

Mientras tanto Laura está en la puerta de la empresa del aire con una computadora autoservicio intentando demostrar que ella ya pagó la factura. El sistema del auto servicio está completamente colapsado y hace imposible usarlo. Laura intenta comunicarse con Enzo pero no lo va a lograr. En la empresa del aire no hay otras personas a la vista y Laura no tiene a quien pedirle ayuda. En la casa sigue Enzo custodiado por las maquinas. Enzo ya no se divierte con los juegos de la tablet, le inquieta que Laura no vuelva aún. Una publicidad dentro del juego provoca que Enzo deje la tablet y se ponga a jugar con una botella como pelota. En el mejor momento del juego de Enzo aparece el Maestro Oso imponiendo la actividad que le tocaría hacer a Enzo. El Maestro Oso es completamente ignorado por Enzo que continúa pateando la botella con la máscara de oxígeno puesta. En un movimiento brusco la máscara de oxígeno se cae al piso y Enzo no le da importancia.

Ya pasaron 2 hs y Enzo extraña a Laura, está sin la máscara de oxígeno puesta por lo que en todas las pantallas vemos al Maestro Oso hacer señas de que se coloque la máscara. Enzo ignora todas las pantallas, el Maestro Oso aparece por todas las pantallas a la vez. Enzo se ve indefenso pero decidido y triste a la vez. Una pequeña pantalla en la casa que parece que el Maestro Oso no controla es un retrato digital donde se ven unas secuencias de fotos de Enzo y Laura. Enzo concentrado la agarra nostálgico la mira fijamente, pero después de algunas fotos comienza a verse una publicidad también en el retrato.

Enzo sigue solo intentó abrir la heladera nuevamente para sacar algo para comer pero esta vez se cae del banquito y se golpea fuerte la cabeza. Está llorando, por el dolor y por la tristeza de extrañar a Laura. Resignado agarra la máscara de oxígeno se la coloca y el Maestro Oso festeja, y se empiezan a ver unas publicidades en todas las pantallas de la casa. Enzo se recuesta en su cama con la máscara puesta.

Luego de 4 horas Laura regresa a su casa, Enzo está dormido con la máscara de oxígeno puesta, el Maestro Oso le muestra a Laura lo sucedido durante su ausencia. Laura apaga la aplicación y se acerca a hacerle una caricia torpe a Enzo. Ya que habitualmente no se acarician, Enzo se despierta contento de ver a Laura y por primera vez en su vida le habla a Laura que se emociona sutilmente al escucharlo.



# CONCEPTO DEL JUEGO

## DESCRIPCIÓN

EL JUEGO ES UNA PIEZA DEL UNIVERSO TRANSMEDIA LLAMADO 'AIRE' ESTA PIEZA SE TRATA DE UN JUEGO DE PUZZLE TECNOLÓGICO BASADO EN ADIVINANZAS ESCRITAS, SONORAS, VISUALES Y FÍSICAS. ES UN JUEGO SOCIAL PARA CELULARES. EL JUEGO CONSISTE EN UNA PANTALLA CON UN FONDO DONDE SE PLANTEA LA ADIVINANZA Y DONDE HAY UN CONTADOR DE AIRE QUE CUANDO SE AGOTA SE TERMINA LA POSIBILIDAD DE ADIVINAR. PARA RESPONDER CADA ADIVINANZA SE PODRÁ ABRIR UN CUADRO DE TEXTO PARA ESCRIBIR, MOVER EL CELULAR PARA RESPONDER O PULSAR EN LA PANTALLA. LA IDEA DEL JUEGO ES COMPLETAR EL CONCEPTO DEL PROYECTO GENERAL QUE SE TRATA DE REFLEXIONAR SOBRE EL USO DE LA TECNOLOGÍA.

PANTALLA INICIAL DE LA APLICACIÓN:

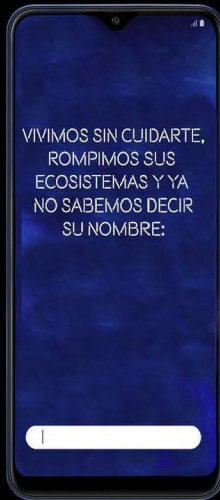


- PRESIONANDO EL BOTÓN DE JUGAR SE INICIARÁ EL JUEGO.



## MECÁNICAS PRINCIPALES

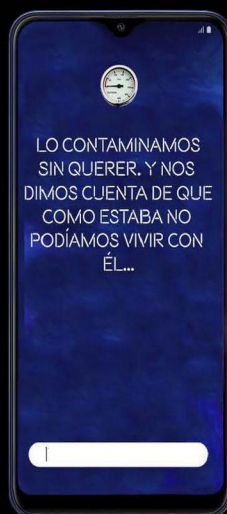
EL JUEGO COMIENZA CON UNA PANTALLA INICIAL DONDE COMIENZAN LA HISTORIA:



SERÁ EL PRINCIPIO DEL TUTORIAL DONDE VAMOS A IR MOSTRANDO LAS POSIBLES MANERAS DE CONTESTAR LAS ADIVINANZAS. LUEGO DE ESTAS PRIMERAS 4 ADIVINANZAS QUE CONTARAN EL INICIO DE LA HISTORIA Y ADEMÁS EXPLICARÁN QUE SE PUEDE CONTESTAR DE FORMA ESCRITA, DE FORMA FÍSICA (MOVIENDO EL CELULAR), PULSANDO EN LA PANTALLA, O EN CIERTOS MOMENTOS CON LA CÁMARA. LAS ACCIONES CON LA CÁMARA SERÁN SIMPLES COMO TAPAR LAS DOS CÁMARAS, UNA O ACERCARLAS A UNA FUENTE DE LUZ.



SI FALLAN EN LA RESPUESTA A LA ADIVINANZA SE ACCIONA UN CASTIGO, QUE CONSISTE EN 5 SEGUNDOS LA PANTALLA DEL CELULAR COMPLETAMENTE EN NEGRO Y EL TIEMPO DE CASTIGO EN EL MEDIO DE LA PANTALLA DESCONTÁNDOSE EN TIEMPO REAL. . SI CERRAMOS EL JUEGO Y LO VOLVEMOS A INICIAR EL TIEMPO SE VUELVE A CARGAR EVITANDO CUALQUIER MANERA DE SALTARSE LA PENITENCIA.



AL FINAL DEL TUTORIAL LA ÚLTIMA ADIVINANZA LA RESPUESTA DEBERÁS APRETAR EN EL MANÓMETRO QUE DICE OXÍGENO Y A PARTIR DE ESE MOMENTO SE ABRIRÁ EL CONTADOR DE AIRE, QUE DEPENDIENDO DE LA COMPLEJIDAD DE LA ADIVINANZA TE DARÁ UN DETERMINADO TIEMPO PARA CONTESTAR.



A PARTIR DE ESA ADIVINANZA SE COMPLICARÁN LAS RESPUESTAS, CADA 3 ADIVINANZAS SE AVANZA DE NIVEL Y SE MUESTRA UN DIBUJO CON UN TEXTO QUE CUENTA LA HISTORIA Y ADEMÁS BRINDA AYUDAS PARA LAS PRÓXIMAS RESPUESTAS.



CADA DIBUJO CON CADA NIVEL VA A IR DESENTRAMANDO LA HISTORIA HASTA LLEGAR AL FINAL DE LA MISMA.

## HISTORIA:

### UNIVERSO

EN ESTE FUTURO EL AIRE ESTÁ CONTAMINADO CON METALES PESADOS Y ALGUNAS ENFERMEDADES POR LO QUE NO ES ACONSEJABLE RESPIRARLO. ESTO A SIDO COMO CONSECUENCIA DE LA DEFORESTACIÓN POR EL AVANCE INDUSTRIAL Y LA NECESIDAD CRECIENTE DE INSUMOS. TODOS LOS PERSONAJES VIVEN EN LATINOAMÉRICA Y COMO LA MAYORÍA DE LA POBLACIÓN DE AHÍ ES DE CLASE MEDIA, O CLASE BAJA. LA GENTE ESTÁ ACOSTUMBRADA A VIVIR EN PEQUEÑOS ESPACIOS SIN VENTANAS QUE HAN SIDO REMPLAZADAS POR PANTALLAS O TELEVISORES. ESTOS PEQUEÑOS ESPACIOS ESTÁN



ENTERRADOS TIPO SÓTANO YA QUE POR EL CRECIENTE CALENTAMIENTO GLOBAL ES EL LUGAR MÁS PRUDENTE PARA SOPORTAR LAS TEMPERATURAS ABRUPTAS. LA MAYORÍA DE LA GENTE ESTÁ SOLA, EL CONCEPTO DE FAMILIA SE HA PERDIDO, NO SE ENCUENTRAN NI SE REÚNEN DE MANERA REAL. LA MAYORÍA DE ESTÁS RELACIONES SE HAN REMPLAZADO Y SON MEDIADAS POR PANTALLAS DONDE LAS PERSONAS ESTÁN MÁS SEGURAS Y SOBRE TODO MÁS CÓMODAS. LA PROVISIÓN ENERGÉTICA DEBIDO AL CRECIENTE CONSUMO Y A LA FALTA DE INVERSIÓN ES DEFECTUOSA POR LO QUE PERMANENTEMENTE HAY CORTES EN TODOS LOS SERVICIOS, PERO AÚN ASÍ LA GENTE ES CADA VEZ MÁS DEPENDIENTE.

LOS DIBUJOS ANTES MENCIONADOS VAN A HACER REFERENCIA A ESTE UNIVERSO PERO A LA VIDA PARTICULAR DE UN PERSONAJE LLAMADO VALENTINA. VALENTINA ES LA QUE ESCRIBE LA ADIVINANZAS Y HACE LOS DIBUJOS, A AVANZAR EN LOS NIVELES DESCUBRIREMOS QUE VIVÍA SOLA, PERTENECE AL COMANDO REVOLUCIONARIO QUE QUIERE DE ALGUNA MANERA VOLVER A CONSTRUIR UNA SOCIEDAD MÁS HUMANA. AVANZANDO MÁS NIVELES DESCUBRIREMOS QUE LAS ADIVINANZAS SON EL CONCRETO MENSAJES OCULTOS QUE ELLA INFILTRA EN EL SISTEMA PARA VOS. EL MENSAJE OCULTO SOLO SE VA A PODER FORMAR CON TODAS LAS ADIVINANZAS Y CON TODOS LOS DIBUJOS Y SERÁ: SI PUDIERA VOLVER EN EL TIEMPO APAGARÍA EL CELULAR. VALENTINA ENCONTRÓ LA MANERA DE VOLVER EN EL TIEMPO Y NOS ESCRIBE ESTE MENSAJE SECRETO.

## CARACTERÍSTICAS ESPECIALES

- EL JUEGO PERTENECE A UN UNIVERSO TRANSMEDIA OPORTUNO PARA EL EL MOMENTO EN EL QUE SE PRETENDE PRESENTAR.
- EL JUEGO DE DE FÁCIL JUGABILIDAD PERO DE COMPLEJIDAD ESTÉTICA Y NARRATIVA

## ARGUMENTOS ÚNICOS DE VENTA

EL JUEGO ES ATRACTIVO POR SU ESTÉTICA Y SIMPLEZA. LA COMBINACIÓN DE ESTAS CARATERISTICAS CON UNA MECÁNICA QUE LA JUSTIFIQUE Y CONVIERTA HACE DEL JUEGO UNA EXPERIENCIA DIFERENTE.

EL MISTERIO Y LA INTRIGA MEZCLADAS CON UNA MUJY BUENA MÚSICA QUE GENERA CLIMAS HACEN DEL JUEGO UN OASIS EN TANTA INVASIÓN MEDIÁTICA COMPLEJA.

LO PARTICULAR DE LA SITUACIÓN QUE VIVIMOS Y LO GLOBAL DEL PROBLEMA SON ESCENARIO IDEAL PARA UN PROYECTO DIFERENTE QUE PRETENDE REPENSAR CIERTAS ESTRUCTURAS.

EL JUEGO LLAMA LA ATENCIÓN TANTO DE EXPERTOS COMO DE AFICIONADOS YA QUE NO HAY EXISTEN ANTECEDENTES DE JUEGOS QUE ABORDEN ESTA PROBLEMÁTICA DESDE EL MISMO LUGAR DEL QUE SE CRITICA.

## PÚBLICO OBJETIVO





EL PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE ES A MUJERES DE 30 A 50 AÑOS QUE CONSUMAN JUEGOS SOCIALES Y PASEN VARIAS HORAS JUGANDO. TAMBIÉN PRETENDEMOS LLEGAR A HOMBRES DEL MISMO RANGO ETÁRIO.

## **FORMA DE MONETIZACIÓN**

LA FORMA DE MONETIZAR EL JUEGO SERÁ CON EL MODELO FREEMIUM. DONDE EL PRINCIPAL RECURSO DE VENTA DENTRO DEL JUEGO SERÁN LOS ACELERADORES DE TIEMPO YA SEA PARA PENITENCIAS MÁS CORTAS COMO TAMBIÉN PARA OTROS PRODUCTOS DE LA APP DONDE ESTÁ INMERSO EL JUEGO .

## **PERSPECTIVA GENERAL**

### **OBJETIVOS DE CORTO, MEDIO Y LARGO PLAZO**

#### **LOS OBJETIVOS A CORTO PLAZO:**

-RESPONDER LAS ADIVINANZAS EN EL TIEMPO POSIBLE.

#### **LOS OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO:**

- PASAR DE NIVEL PARA DESCUBRIR EL DIBUJO Y SABER LA HISTORIA
- CANJEAR EL 'AIRE' SOBRANTE POR MATERIALES ADICIONALES DENTRO DE LA APP

#### **OBJETIVOS A LARGO PLAZO:**

- CONOCER LA HISTORIA
- DESCUBRIR EL MENSAJE OCULTO ATRÁS DE LAS ADIVINANZAS Y LOS DIBUJOS

## **SOCIAL MEDIA**



EL UNIVERSO TRASNMEDIA SE CONSTRUYE DE MANERA COMPLETA EN LA APP PARA CELULARES. PERO LA IDEA ES ABARCAR TODO EL ABANICO DE POSIBILIDADES DE LAS REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS VIRTUALES. ENTONCES POR EJEMPLO PARTE DEL MATERIAL ADICIONAL DEL BACK DEL RODAJE DE LA SERIE O DEL ARMADO DEL JUEGO VA A ESTAR EN YOUTUBE Y VIMEO. EL UNIVERSO TRASNMEDIA SE COMPLETARÁ CON UN COMIC QUE SERÁ PLANTEADO DESDE LA PLATAFORMA DE INSTAGRAM. LA SERIE MENCIONADA ES PARA WHATSAPP Y FACEBOOK PERO TAMBIÉN PARA PANTALLAS DE CENTROS URBANOS CALLEJEROS, O BANCOS, O CUALQUIER ESPACIO PÚBLICO.

## COMPETENCIA

THE ROOM THREE  
SHADOWMATIC  
LIMBO  
BLEK

## LICENCIA

ES UNA NUEVA PROPIEDAD INTELECTUAL PROTEGIDA POR LA LEY ARGENTINA ANTE LA DIRECCIÓN NACIONAL DEL DERECHO DE AUTOR. LA MARCA SE ENCUENTRA REGISTRADA ANTE EL INSTITUTO NACIONAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.

## METAS DE DISEÑO

LA IDEA ES QUE EL JUGADOR SIENTA NERVIOSISMO E INTRIGA. CON CADA JUGADA IR CONSTRUYENDO LA ANSIEDAD POR SABER LA RESPUESTA.

## DATOS DE CONTACTO

CALLE CERRO RINCÓN S/N VALLE DEL SOL LUJAN DE CUYO  
LAUTARO MALDONADO  
[TINLAUTAMAR@GMAIL.COM](mailto:TINLAUTAMAR@GMAIL.COM)  
+542615791900

GUIÓN:

Capitulo; 1.  
El mundo ordinario; La Tablet.

## ESC 1: EXT. BARRIO PARAISO XCVII DÍA

En un desierto tipo salitre que se funde en el horizonte solo un cartel. Un cartel solitario tipo informador de ruta es lo único que se ve sobre la superficie a lo lejos la ruta. El cartel señala 2 direcciones y dice Barrio Paraiso XCVII y con una flecha a la izquierda y con una flecha a la derecha dice Barrio Paraiso XCVIII. Luego del cartel para la izquierda vemos en el suelo como agujeros y puertas de entradas. Es un complejo de casas pequeñas enterradas una al lado de la otra con callejones pequeños que las separan. Miles de casas enterradas bastante parecidas que en el umbral de la puerta tiene el nombre de la familia. Nos detenemos en una puerta que tiene el nombre de Familia:Font. Nos acercamos a la puerta.

## ESC 2: INT. CASA DE ENZO DÍA

En una habitación pequeña sin ventanas, solo hay una puerta que da al baño, no entra luz del exterior. Entre dos columnas hay un nylon con un cierre en el medio similar a una puerta hermética. Una cama de una plaza y una heladera con una pantalla y una pequeña cámara. Un equipo de música que también tiene una pantalla y una pequeña cámara, el horno también tiene lo mismo. Un gran televisor de led curvo con otra cámara integrada. Al costado de la puerta del exterior un portero blanco con una pantalla y cámara. Desde la puerta del exterior vienen unos caños similares a los de gas, que se conectan a una garrafa que tiene unos visores. La garrafa tiene una inscripción como una marca que hace referencia a la empresa de AIRE del estado. La Habitación tiene unos pocos muebles, que tienen aspecto viejo. Colgada en una de las paredes hay una máscara de gas algo deteriorada. ENZO ( 5 AÑOS) muy pálido, juega con una tablet que es similar a un pedazo de vidrio transparente. Esta tablet está trizada. Laura ( 40 años) mira la pantalla de la heladera donde están pasando una publicidad. Suena una alarma en la pantalla, Laura mira la heladera, en la pantalla de la Heladera aparece un cartel que dice corte del suministro de Aire por falta de pago. Laura aprieta un botón en la pantalla que dice, PAGAR, luego aparece un cartel que dice usted no posee fondos para realizar el pago. Luego de algunos segundos aparece un cartel que dice: Se procederá al corte del suministro. Por todas las pantallas aparece el logotipo de una empresa del Aire del

estado. Laura se para inquieta, y mira a Enzo. Laura vuelve a tirar a Enzo, se acerca al nylon con el cierre, lo abre hasta la mitad. La pantalla se pone toda roja, y una barra en el centro de esta marca que se está acabando el aire puro similar a la de los teléfonos celulares cuando se quedan sin batería. Laura se queda inmóvil, con el cierre en la mano, luego de algunos segundos mira a Enzo, suelta el cierre.

Laura descuelga la máscara de gas de la pared y se acerca a Enzo. Vemos por la pantalla de la Heladera que comienza a salir una publicidad de compañías financieras que prestan dinero. Mientras la barra que marca que se está agotando e aire puro está llegando a cero. En la publicidad vemos gente feliz. La garrafa con luces hace un pitido y se le apagan todas las luces lentamente. Laura se acerca a Enzo y le intenta colocar la máscara de oxígeno, este se resiste, Laura lo agarra con torpeza y Enzo se sigue resistiendo sin dejar la tablet y sin detener el juego. Luego de varios intentos y aplicando más fuerza Laura logra colocarle la máscara a Enzo. La barra está en 0 y titila en rojo. Enzo con fuerza se saca la máscara. Y vuelve a jugar con la tablet. Laura se queda inmóvil nuevamente baja la mirada y levanta la máscara. En la tablet el juego se detiene y en todas las pantallas de la casa aparece el MAESTRO OSO (de ahora en más M.O.). El M.O. es un oso en 2 dimensiones con un logo del ministerio de educación de la nación. El M.o. se coloca una máscara de gas, señala la dirección donde está Enzo y se coloca la máscara lúdicamente. Enzo aprieta como para cerrar la ventana de la tablet donde aparece el M.O.. El M.O. no desaparece y le indica nuevamente la acción de colocarse la máscara. Laura acerca la máscara a Enzo, el M.O. sigue repitiendo la acción incansablemente. Enzo sede a que Laura le coloque la máscara. Al hacer esta acción, el juego de la tablet de Enzo se activa y sale una publicidad de gaseosas, muy saturada llena de colores y con actores asiáticos. Luego de algunos segundos vemos a Enzo con la máscara puesta en el reflejo vemos la tablet y el juego que está jugando, atrás de el vemos que Laura saca de un cajón otra máscara de gas y se la coloca ella. Escuchamos el sonido de la respiración mezclado con el del juego que está jugando Enzo. Luego de colocarse la máscara Laura se acerca a la heladera abre la aplicación del M.O. coloca una contraseña, y pulsa una figura del M.O. vestido como niñera, en la pantalla aparece una gráfica que dice: MODO NIÑERA ACTIVADO. Laura junta algunas cosas las pone en una cartera y sale de la casa. Enzo la mira disimuladamente y baja la tablet y la apoya en sus pies.

Escuchamos que Laura se aleja mientras Enzo la continua mirando disimuladamente.

Aire Cap 2 :  
La llamada de la aventura.  
V0.3



## ESC 1 INT CASA DE ENZO DÍA

Enzo está solo sentado en el suelo de su casa con la máscara puesta, tiene la tablet en sus manos, vemos el reflejo de la pantalla de la tablet en la máscara, vemos el juego que está jugando. Luego de algunos segundos el juego se corta y aparece Maestro OSO. El Maestro Oso tiene problemas de conectividad y se ve cortada su animación y por momentos se corta. Vemos que el Oso señala el reloj y se coloca una musculosa y comienza a hacer ejercicio. Enzo frunce el ceño, el oso hace un gesto con la mano como de que es el momento ahora de hacer ejercicio. Enzo intenta cerrar al Oso del ministerio de Educación, pero no se cierra. El oso hace un gesto con el dedo de negación y comienza a hacer los mismos gestos que al principio. Enzo intenta fervientemente cerrar al Oso y continuar jugando. Enzo comienza a mover su mano con más energía, intenta cerrar al Oso pero no lo logra. Luego de varios intentos le coloca la mano en la cabeza al Oso y se queda unos segundos mirando el oso aparece por el costado de donde tiene la mano apoyada y saluda, Enzo intenta variar veces lo mismo sin éxito. Luego deja la tablet sobre sus pies y lo tapa con las dos manos, pero el Oso se aparece entre las manos nuevamente. Repite esta acción pero el Oso se logra escapar, Enzo enojado golpea con sus manos la pantalla de la tablet. Enzo se queda algunos segundos inmóvil mientras el Oso repite la acción del ejercicio, Enzo se mueve y la tablet se cae boca abajo, y se apaga. Enzo se queda mirando, la levanta y cuando la da vuelta aparece el Oso, rápidamente la vuelve a dar vuelta boca abajo. Luego de algunos segundos repite la acción y vuelve a suceder lo mismo. Enzo deja con la pantalla apuntando al piso la apoya sobre el piso. Luego de algunos segundos Enzo se queda quieto e inmóvil todo parece tranquilo la tablet sigue apagada, Enzo comienza a pararse, con dificultad como quien se para por primera vez, se apoya sobre una pierna luego sobre la otra y se incorpora. Enzo está parado y mira todo a su alrededor, luego de algunos segundos y sin preverlo todas las pantallas de la casa se prenden y aparece el Oso del ministerio de educación negando con la mano, luego el Oso comienza a hacer los ejercicios y señala a Enzo para que lo imite. El monitor central de la casa se divide y en un lado de la pantalla vemos al Oso y en el otro una publicidad. Enzo mira atentamente.

## ESC: 2 EXT. PARQUE DÍA(publicidad)

En un parque todo verde vemos una familia todos rubios de tez blanca dentro de una pelota transparente gigante, van de la mano y con una sonrisa en su rostro. Por detrás vemos unos autos que van planeando por encima de la calle.

Subtítulos  
sobreimpresos  
en la pantalla

Para que disfrutes de tu familia  
como debe ser.

La familia comienza a correr dentro de la pelota transparente,  
vemos que tiene como un tubo de gas en la orilla con luces.

Subtítulos  
sobreimpresos  
en la pantalla

Disfrutá de tu círculo  
de confianza sin tener que  
llevar máscaras, disfrutá de  
la libertad sin límites.

La familia se ríe, el padre de la familia le da un beso a la madre  
de la familia.

Subtítulos  
sobreimpresos  
en la pantalla

Importantes descuentos con tarjetas.

Aparece el logo de una marca.

Aire

Cap 3: Rechazo de la llamada  
V0.2

ESC: 1 INT. CASA DE ENZO DÍA

Enzo está parado mirando al Oso del ministerio de educación que sale por la pantalla del televisor. Todo está oscuro. La tablet de Enzo está tirada boca abajo en el piso. En la pantalla del televisor leemos un zócalo que dice hora de educación física. El Oso se mueve haciendo unos ejercicios, Enzo parado solo lo mira, el Oso señala a Enzo, como para que lo imite, Enzo se queda parado inmóvil el Oso continua haciendo ejercicios. Luego de algunos segundos el Oso hace una seña con los dos dedos gordos como de felicitaciones, luego saluda y sale del encuadre. Enzo agarra la tablet del piso rápidamente pone el juego, pero la tablet se apaga por falta de batería. Enzo busca en un cajón viejo el cargador de la tablet, luego de revolver unos segundos busca en otro cajón enfrente de ese. Revuelve y no lo encuentra. Enzo frustrado mira los enchufes y vé que en uno de esos está el cargador de la tablet. Espera mirando la pantalla en negro, luego de algunos segundos la pantalla se prende, Enzo pone el juego, se sienta en el piso. Se posiciona para jugar, pero se comienza a ver en la pantalla de la tablet una publicidad.

ESC: 2 EXT. CASA FELIZ AMANECER

Una familia asiática en una mesa comparten un chocolate. El comedor está muy iluminado, todo se vé de colores muy saturados. Vemos en cámara lenta al niño asiático comer el chocolate por varios segundos, el NIÑO (5 años) sonríe mientras come el chocolate.

Subtítulos:

La felicidad en un chocolates

Luego de algunos segundos aparece una gráfica sobre impresa que dice:

黎明 mucho más que un chocolate

ESC: 3 INT. CASA DE ENZO DÍA

Enzo mira fijamente la pantalla y aprieta un un botón rojo que titila. Al apretarlo sonríe, luego de algunos segundos se corta toda la luz de la casa. Enzo queda iluminado por la pantalla

de la tablet algunos led rojos en las paredes prenden y titilan. La tablet comienza a mostrar un cartel que dice batería baja, Enzo comienza a llorar suavemente. La batería de la tablet comienza a agotarse y comienza a disminuir la luz de su pantalla. Enzo y todo queda a oscuras.

## Diseño de producción

Tarea	Sem.1	Sem.2	Sem.3	Sem.4	Sem.5	Sem.6	Sem.7	Sem.8	Sem.9	Sem.10	Sem.11	Sem.12	Sem.13	Sem.14	Sem.15
Desarrollo de la App															
Desarrollo del Juego de niños															
Desarrollo del Juego de adultos															
Grabación de material Snack															
Preproducción de la serie															
Desarrollo del material 3d de la serie															
Desarrollo del comic															
Rodaje de la serie															
Edición de la serie															
Presentación de la App															
Testeo de los Juegos															
Estreno del cap. 1 de la serie y los Juegos															
Estreno de material Snack y adelantos del comic															
Estreno del cap 2															
Estreno del cap 2 y el comic															

(Sem.= Semana)

**ANEXO I**

**Presupuesto económico desglosado**

**Serie-ficción-: Aire**

							PRE PRODUCCIÓN	PRODUCCIÓN	POST PRODUCCIÓN
° RUBRO	DENOMINACION DEL RUBRO	Unid.	Tiemp. Contra	iva	Par	Subtotal			
<b>1</b>	<b>LIBRO - ARGUMENTO - GUION</b>								
1.1.	LIBRO ORIGINAL								
1.2.	GUION CINEMATOGRAFICO	0	0	1,21	0	\$ 30.000,00	<b>\$ 30.000,00</b>		
1.3.	STORY BOARD	0	0	1,21	0				
1.4.	TRADUCCIONES	0	0	1,21	0				
1.5.	COPISTERIA	0	0	1,21	0				
1.6.	OTROS				0				
tot rubro						<b>\$ 30.000,00</b>			
<b>2</b>	<b>DIRECCION</b>					\$ 24.048,79			<b>\$ 24.048,79</b>
2.1.	DIRECTOR	0	1	1	0				
tot rubro						<b>\$ 24.048,79</b>			
<b>3</b>	<b>PRODUCCION</b>								
3.1.	DIRECTOR DE PRODUCCION	0	1	1	0	\$ 46.048,79	<b>\$ 11.000,00</b>	\$ 24.048,79	<b>\$ 11.000,00</b>
3.2.	PRODUCTOR EJECUTIVO	0	1	1	0				
3.3.	PRODUCTOR DELEGADO	0			0				
tot rubro						<b>\$ 24.048,79</b>			

<b>4 EQUIPO TECNICO</b>								
4.1.	S.A.T 634	0	0	1	0			
	JEFE DE PRODUCCIÓN							
	ASISTENTE DE PRODUCCIÓN							
	AYUDANTE DE PRODUCCIÓN							
	JEFE DE LOCACIONES							
	ASISTENTE DE LOCACIONES							
	ASISTENTE DE DIRECCIÓN					\$ 35.048,79	\$ 11.000,00	\$ 24.048,79
	CONTINUISTA/SCRIPT							
	1°AYUDANTE DE DIRECCIÓN							
	2°AYUDANTE DE DIRECCIÓN							
	DIRECTOR DE CASTING							
	ASISTENTE DE CASTING							
	DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA					\$ 35.048,79	\$ 11.000,00	\$ 24.048,79
	TÉCNICO HD							
	CAMARÓGRAFO					\$ 22.767,70		\$ 22.767,70
	PRIMER AYUDANTE DE CÁMARA							
	SEGUNDO AYUDANTE DE CÁMARA							
	KEY GRIP							
	ASISTENTE DE GRIP							
	VIDEO ASSIST							
	FOTOGRAFO DE FILMACIÓN							
	GAFFER					\$ 22.767,70		
	JEFE REFLECTORISTA							
	CAPATAZ REFLECTORISTA							
	REFLECTORISTA							
	OPERADOR DE GENERADOR							
	DIRECTOR DE ARTE					\$ 35.048,79	\$ 11.000,00	\$ 24.048,79
	ESCENÓGRAFO							
	AMBIENTADOR							
	AYUDANTE DE ESCENOGRAFÍA							
	VESTUARISTA							



	AYUDANTE DE VESTUARIO														
	MODISTA														
	UTILERO/CARPINTERO														
	ASISTENTE DE UTILERO														
	REALIZADOR														
	JEFE DE MAQUILLAJE														
	PEINADOR														
	ARTE DE MAQUILLAJE														
	DIRECTOR DE SONIDO												\$ 35.048,79	\$ 24.048,79	\$ 11.000,00
	AYUDANTE DE SONIDO												\$ 22.767,70	\$ 22.767,70	
	DIRECTOR DE SONIDO POST / MEZ.														
	EDITOR DE DIÁLOGOS														
	EDITOR DE AMBIENTES Y EFECTOS														
	COMPAGINADOR														
	AYUDANTE DE COMPAGINACIÓN														
	CONTADOR DE NEGATIVOS														
	APRENDIZ														
	4.2. COOPERATIVA DE TRABAJO												0		
	4.3. OTROS												0		
	pt rubro											\$ 208.498,26			
° RUBRO	DENOMINACION DEL RUBRO	Unid.	Tiemp. Contra	iva	Par										
Subtotal															
<b>5</b>	<b>ELENCO</b>														
5.1.	ELENCO PRINCIPAL	0	0	1	0								\$ 60.000,00	\$ 20.000,00	\$ 40.000,00
5.2.	ELENCO SECUNDARIO	0	0	1	0								\$ 22.000,00		\$ 22.000,00
5.3.	BOLO MAYORES	0	0	1	0										
5.4.	BOLO MENORES	0	0	1	0										
5.5.	EXTRAS comunes	0	0	1	0										
5.6.	OTROS				0										
pt rubro											\$ 82.000,00				

<b>6</b>	<b>CARGAS SOCIALES</b>										
6.1.	ASOC. ARGENTINA DE ACTORES	82000	21 %					\$17.220,00			
6.2.	S.A.T.	0	35 %					\$72.974,39			
6.3.	S.A.de M.	0	0 %					0			
6.4.	S.U.T.E.P.	0	0 %					0			
6.5.	OTRAS CARGAS SOCIALES							0			
Subtotal rubro								<b>\$90.194,39</b>			<b>\$ 90.194,39</b>
<b>7</b>	<b>VESTUARIO</b>										
7.1.	COMPRA DE MATERIALES	0	0	1,21				\$ 10.000,00			<b>\$ 10.000,00</b>
7.2.	CONFECCION DE VESTUARIO	0	0	1				0			
7.3.	ACCESORIOS	0	0	1,21				0			
7.4.	ALQUILERES	0	0	1,21				\$ 10.000,00			<b>\$ 10.000,00</b>
7.5.	MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	0	0	1,21				0			
7.6.	OTROS							0			
Subtotal rubro								<b>\$ 20.000,00</b>			
<b>8</b>	<b>MAQUILLAJE</b>										
8.1.	COMPRA DE MATERIALES	0	0	1,21				\$10.000,00			<b>\$ 10.000,00</b>
8.2.	REALIZACIONES Y EFECTOS	0	0	1,21				0			
8.3.	ALQUILERES	0	0	1,21				0			
8.4.	OTROS							0			
Subtotal rubro								<b>\$ 10.000,00</b>			
<b>9</b>	<b>UTILERIA</b>										
9.1.	COMPRA DE MATERIALES	0	0	1,21				\$ 3.000,00			<b>\$ 3.000,00</b>
9.2.	REALIZACIONES	0	0	1,21				0			

9.3.	ALQUILERES	0	0	1,21	0			
9.4.	OTROS				0			
ot rubro						\$ 3.000,00		
<b>10</b>	<b>ESCENOGRAFIA</b>							
10.1.	COMPRA DE MATERIALES	0	0	1,21	0	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	
10.2.	REALIZACIONES	0	0	1,21	0			
10.3.	OTROS				0			
ot rubro						\$ 5.000,00		
<b>11</b>	<b>LOCACIONES</b>							
11.1.	ALQUILERES	0	0	1,21	0			
11.2.	PERMISOS	0	0	1,21	0			
11.3.	OTROS Estudio	0	0	1,21	0			
ot rubro						\$ 0,00		
° RUBR	DENOMINACION DEL RUBRO	Unid.	Tiemp. Contra	iva	Par	Subtotal		
<b>12</b>	<b>MATERIAL DE ARCHIVO</b>							
12.1.	CONTRATACIONES DE ARCHIVO	0	0	0	0			
12.2.	OTROS				0			
ot rubro						\$ 0,00		
<b>13</b>	<b>MUSICA</b>							
13.1.	COMPOSITOR	0	0	0	0	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	
13.2.	MUSICOS	0	0	0	0	\$ 3.000,00		\$ 3.000,00
13.3.	SALA DE GRABACION	0	0	0	0			
13.4.	DERECHOS	0	0	0	0			
13.5.	S.A.D.A.I.C.	0	0	0	0			

13.6.	OTROS					0						
bt rubro										\$ 23.000,00		
<b>14</b>	<b>MATERIAL VIRGEN</b>											
14.1.	NEGATIVO Tarjetas	0	0	1,21		0				\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	
14.2.	POSITIVO	0	0			0						
14.3.	INTERNEGATIVO	0	0			0						
14.4.	NEGATIVO SONIDO	0	0			0				\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	
14.5.	OTROS MATERIALES DE SONIDO	0	0			0						
14.6.	FOTO FIJA	0	0	1		0						
14.7.	VIDEO	0	0			0						
14.8.	OTROS hd cam	0	0	1,21		0						
bt rubro										\$ 6.000,00		
<b>N° RUBRO</b>	<b>DENOMINACION DEL RUBRO</b>	<b>Unid.</b>	<b>Tiemp. Contra</b>	<b>iva</b>	<b>Par</b>	<b>Subtotal</b>						
<b>15</b>	<b>PROCESO DE LABORATORIO</b>											
15.1.	REVELADO DE NEGATIVO	0	0			0						
15.2.	CAMPEON	0	0			0						
15.3.	REVELADO DE SONIDO	0	0			0						
15.4.	TRANSFER	0	0			0						
15.5.	REALIZACION DE TITULOS y animación	0	0	1,21		0						
15.6.	TIRAJE COPIA "A"	0	0			0						
15.7.	FOTO FIJA	0	0	1		0						
15.8.	OTROS proceso completo con 2 DCP	0	0	1,21		0						
bt rubro										\$ 0,00		
<b>16</b>	<b>EDICION</b>											
16.1.	SALA DE EDICION	0	0	1,21		0				\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	
16.2.	ALQUILER DE AVID	0	0			0						

16.3.	OTROS equipo comp off line	0	0	1,21	0				
ot rubro							\$ 25.000,00		
<b>17</b>	<b>PROCESO DE SONIDO</b>								
17.1.	TRANSCRIPCION MAGNETICO	0	0		0				
17.2.	TRANSCRIPCION A OPTICO y	0	0		0				
17.3.	REGRABACION	0	0		0				
17.4.	DOBLAJE	0	0		0				
17.5.	SONORIZACION Armado de bandas	0	0		0				
17.6.	EDICION EFECTOS y Foley	0	0		0	\$ 15.000,00		\$ 15.000,00	
17.7.	REGALIAS	0	0	1,21	0				
17.8.	OTROS Paquete optico mezcla	0	0	1,21	0				
ot rubro							\$ 15.000,00		
<b>° RUBR</b>	<b>DENOMINACION DEL RUBRO</b>	<b>Unid.</b>	<b>Tiemp. Contra</b>	<b>iva</b>	<b>Par</b>	<b>Subtotal</b>			
<b>18</b>	<b>EQUIPOS DE CAMARA Y LUCES</b>								
18.1.	EQUIPOS DE CAMARA	0	0	1,21	0	\$ 20.000,00		\$ 20.000,00	
18.2.	EQUIPOS DE LUCES y lentes	0	0	1,21	0	\$ 80.000,00		\$ 80.000,00	
18.3.	EQUIPOS DE SONIDO	0	0	1,21	0				
18.4.	REPOSICION DE LAMPARAS	0	0	1,21	0				
18.5.	EQUIPOS DE COMUNICACIÓN	0	0	1,21	0				
18.6.	OTROS Grip y accesorios	0	0	1,21	0				
ot rubro							\$ 100.000,00		
<b>19</b>	<b>EFFECTOS ESPECIALES</b>								
19.1.	CONTRATACIONES DE FX	0	0	1,21	0				
19.2.	DISEÑO 3D					\$ 60.000,00		\$ 60.000,00	
19.3.	ANIMACION 3D					\$ 60.000,00		\$ 60.000,00	

19..	OTROS					0			
ot rubro							\$ 120.000,00		
<b>20</b>	<b>MOVILIDAD</b>								
20.1.	VEHICULOS DE PRODUCCION	0	0	1,21	0	\$ 15.000,00		<b>\$ 15.000,00</b>	
20.2.	TAXIS	0	0	1	0				
20.3.	REMISES	0	0	1	0				
20.4.	OMNIBUS. TRENES LOCALES.	0	0	1	0				
20.5.	PEAJES. GARAGE, ESTACIONAMIENTO	0	0	1	0				
20.6.	MOTHOR HOME, TRAILERS Y CAMIONES	0	0	1,21	0				
20.7.	PASAJES AL INTERIOR DEL PAIS	0	0	1	0				
20.8.	PASAJES AL EXTERIOR DEL PAIS	0	0	1	0				
20.9.	FLETES DE EQUIPOS Y UTILERIA	0	0	1,21	0				
20.10.	OTROS Viajes de reconocimiento	0	0	1,21	0				
ot rubro							\$ 15.000,00		
<b>20</b>	<b>DENOMINACION DEL RUBRO</b>	Unid.	Tiemp. Contra	iva	Par	Subtotal			
<b>21</b>	<b>FUERZA MOTRIZ</b>								
21.1.	ALQUILER DE GENERADOR	0	0	1,21	0				
21.2.	COMBUSTIBLE PARA GENERADOR	0	0	1,21	0				
21.3.	COMBUSTIBLE PARA RODADOS	0	0	1,21	0				
ot rubro							\$ 0,00		
<b>22</b>	<b>COMIDAS Y ALOJAMIENTO</b>								
22.1.	SERVIC DE CATERING EN FILMACION	0	0	1,21	0	\$ 5.000,00	<b>\$ 1.000,00</b>	<b>\$ 3.000,00</b>	<b>\$ 1.000,00</b>
22.2.	COMIDAS EN COMISIONES DIVERSAS	0	0	1,21	0				
22.3.	ALOJAMIENTO EN FILMACION	0	0		0				
22.4.	OTROS				0				
ot rubro							\$ 5.000,00		

<b>23</b>	<b>ADMINISTRACION</b>																			
3.1.	ALQUILER DE OFICINA	0	0	1,21		0														
3.2.	ADMINISTRACION	0	0	1,21		0														
3.3.	CADETERIA Y MENSAJERIA	0	0	1,21		0														
3.4.	UTILES DE OFICINA, PAPELERIA	0	0	1,21		0														
3.5.	TELEFONIA POR LOCUTORIOS	0	0	1		0														
3.6.	TELEFONIA FIJA BASICA	0	0	1,27		0														
3.7.	TELEFONIA MOVIL	0	0	1,27		0														
3.8.	HONORARIOS LEGALES	0	0	1		0														
3.9.	HONORARIOS PROF CONTABLE	0	0	1		0														
.10.	OTROS bajadas color y simil	0	0	1		0														
t rubro							0													
<b>RUBRO</b>	<b>DENOMINACION DEL RUBRO</b>	<b>Unid.</b>	<b>Tiemp. Contra</b>	<b>iva</b>	<b>Par</b>	<b>Subtotal</b>														
<b>24</b>	<b>SEGUROS</b>																			
4.1.	SEGUROS EQUIPOS	0	0	1		0														
4.2.	SEGUROS PERSONAL	0	0	1		0														
4.3.	OTROS					0														
t rubro																				
<b>25</b>	<b>SEGURIDAD</b>																			
251.	SEGURIDAD PARA FILMACION	0	0	1,21		0														
5.2.	SEGURIDAD EN BIENES	0	0	1,21		0														
5.3.	OTROS					0														
t rubro							\$ 0,00													
<b>Total presupuesto hasta copia A</b>							<b>\$805.790,23</b>	<b>\$ 159.000,00</b>	<b>\$ 555.973,74</b>	<b>\$ 90.048,79</b>										

## Cronograma de grabación

Última semana de Preproducción					Primer semana de rodaje					Segunda semana de rodaje				
Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5
Ensayo	Ensayo	Ensayo	Ensayo	Ensayo	Grabación Capítulo 1	Grabación Capítulo 2	Grabación Capítulo 3	Grabación Capítulo 4	Grabación Capítulo 5	Grabación Capítulo 6	Grabación Capítulo 7	Grabación Capítulo 8	Grabación Capítulo 9	Grabación Capítulo 10
					Búsqueda material de las pantallas	Búsqueda material de las pantallas	Búsqueda material de las pantallas	Búsqueda material de las pantallas	Búsqueda material de las pantallas					

La idea es grabar los ensayos y usar el material que sirva de esas grabaciones. Es por eso que se cita una semana antes al equipo técnico, y tanto el arte como la fotografía tienen que estar listos antes de empezar con los ensayos.



## ELENCO TENTATIVO

Laura: Laura Lopez

Enzo: Enzo Lopez

Julia: Claudia Raconto

### EQUIPO TÉCNICO:

Asistencia de dirección: Bernardo Cara

Ayudante de dirección: Gisela Lucero

Dirección de fotografía: Diego Rosales

Cámara: Leo Abba

Foquista: Kimberly Burgos

Eléctrico: Agustín Moyano

Dirección de Arte: Victoria Cabrera

Vestuario: Matías Balmaceda

Sonido: Carlos Alcalde

Microfonista: Diego Moureira

Producción: Luli Salvo

Jefe de producción: Juan Cruz Torok

## CONCLUSIÓN

La investigación propone durante todo su recorrido repensar la industria audiovisual desde tres fundamentos que son estructurales. Primero repensarnos "**como consumidores**" no debemos gastar más de lo que necesitamos. Es fundamental convertirnos en seres conscientes como trabajamos en cuidar nuestros encuadres tenemos que trabajar en cuidar el medio y los bienes comunes. Tenemos que hacer rodajes que "no sobre nada" y que claramente tampoco falte, cosas por las dudas, malos cálculos, movimientos innecesarios y montar el espectáculo del rodaje, no van más. Tenemos que reducir el impacto en el ambiente al máximo posible y además reparar los daños ocasionados al mismo producto de nuestra actividad. Pero esta idea de consumo responsable se debe plasmar desde el guion y desde la forma de pensar en el desarrollo del proyecto como pasa con "Aire". Años y años sosteniendo proyectos viejos buscando alguna ventana o financiamiento milagroso ya no son posibles. Este cambio de paradigma donde se plantea un uso responsable de los recursos, pero pensando en la estructura global de consumo. Por eso no es solo una utopía ambientalista es una forma de pensar una industria que tiene en cuenta a las futuras generaciones. Hoy es el momento de cambiar el pensamiento, sobran ejemplos en esta situación de cuarentena mundial para demostrar lo obsoleto de algunos pensamientos financieros e industriales. Estas nuevas formas de consumo usan la tecnología como herramienta central para vencer ciertas limitaciones humanas ahora si dependemos de la tecnología para subsistir es cuando la herramienta se vuelve a operador y el operador se convierte en herramienta. Esta idea es la que funda el proyecto de Aire, hoy estamos tratando de recuperar el control de nuestra vida lejos del celular y las pantallas que nos someten.

Como una fábrica de hamburguesas, hoy, se ve interpelada en pensar que se hace con su empaque luego de que la hamburguesa es consumida nosotros los realizadores debemos pensar qué hacemos cuando nuestros materiales son "consumidos". Eso da lugar al segundo pilar sobre el cual se sostiene esta tesis reconocernos "**como productores**" de los productos de esas pantallas que están hechos para que el espectador no piense y consuma. Productos audiovisuales que "estupidizan" a la gente y cargados de paradigmas impuestos por el mercado. Que a la vez somos funcionales a una industria que nos deja producir solo para los espacios sobrantes. Digamos que nos llaman solo cuando les queda un espacio al final de la góndola en el último pasillo oscuro del centro comercial.

Creo que el camino es entonces seguir produciendo, pero con conciencia social y solo producir lo que consideremos que nuestra comunidad o los espectadores necesitan. Y evitar los sistemas de mercadeo fenicio del cine actuales. Los festivales y los mercados son una industria en si misma donde las mismas potencias de siempre controlan e imponen su mirada colonizadora sobre Latinoamérica. Como productor de contenidos no me interesa hacer realizaciones audiovisuales exóticas. Realizaciones que terminan siendo el oro que cambiamos por espejos de colores sosteniendo el modelo colonial ahora más maquillado. Con Aire propongo recuperar el control de la tecnología, buscar las pantallas populares y crear un público. Ir construyendo una relación con el público, que seduzca a nuevos espectadores. Teniendo en cuenta siempre las pretensiones modestas del proyecto, que buscan una transformación y no solo un negocio. Simplemente dejar el mensaje que considero necesario para la sociedad de la cual soy parte. Valorizar el trabajo y respetar las ideas son los deberes que tenemos todos los realizadores que pretendamos construir una industria sustentable en Mendoza.

Comenzando el recorrido de esta tesis introduje la problemática local a la hora de querer producir. Si intentamos hacer películas o series y queremos que los productos se vean en los cines o en las cadenas de difusión de la industria tenemos que atentar contra la propia industria mendocina. Las alternativas para poder producir son o el INCAA o la ya conocida "Lluvia de inversiones" que no suele aparecer cuando la necesitamos. El INCAA entonces parece ser el único camino posible

con las problemáticas de distribución del financiamiento, burocracia, crisis que no permiten por lo menos para el pequeño productor del interior poder planificar y generar una industria que perdure. Pero por otro lado una industria real audiovisual no podemos depender solo del Estado para producir. Aire por eso busca el apoyo en otras casas productoras que deseen sumarse a la construcción de un banco de imágenes colectivo y mendocino. De donde pretendemos sacar una gran parte de las imágenes de este proyecto sumado a banco de imágenes por internet internacionales. Esta etapa de crisis muestra las fisuras de los distintos sistemas de producción y tenemos que hacer una buena lectura para poder reinventarnos. Pasar a ser materiales audiovisuales “retornables” es la propuesta de Aire, pensando en la reutilización y economía. Entendiendo economía como el manejo del capital de una manera eficiente pensando en producir solo lo indispensable.

Me propongo pensar en un nuevo camino que hay que construir pero que ya se dibujan algunas huellas posibles de seguir. Ese camino lo veo dibujado por los movimientos sociales de lucha que plantean repensar paradigmas impuestos. Considero entonces que como realizadores audiovisuales tenemos que convertirnos en sustentables desde la concepción más profunda del pensamiento. Para lograr entonces una industria sustentable creo en **el reciclaje** como piedra fundamental la tercera pata que sostiene el proyecto y la investigación. Aire es el primer eslabón de una cadena virtuosa que nos va a brindar la posibilidad de que próximos proyectos se entrelacen continuando este camino. Entonces el reciclaje será la manera de construir esa huella en camino para que los demás realizadores puedan replicar el modelo. Este nuevo pensamiento debe reconocer inevitablemente el lugar que nos imponen en el mapa global y no aceptarlo. Los modelos de producción impuestos que aceptamos son los que demuestran que somos una sociedad sumisa y consecuente que intenta “entender” y aceptar para no confrontar. Citando a Enrique Pichon-Rivière la confrontación es la única manera posible de crecimiento. Veo en la resistencia una manera de crecer como realizador necesaria e inminente. Obsoleto está el mercado si no pretende cuidar el espacio donde se desarrolla. Seguir pensando en el extractivismo como única manera de pensar una industria está generando un sistema que tiende a destruirnos empezando por los que tengan menos capital. Como estamos siendo testigos actualmente. Este pensamiento extractivista lo veo materializado en el “modelo del mercado audiovisual” que destruye al que tenga menos dinero.

El INCAA debería ser un mecanismo de generación de industria, pero lejos está de convertirse en ello si los realizadores no conseguimos acercarnos al público. No podemos ser funcionales a la producción de basura audiovisual, seguimos creando materiales que no representan a las comunidades de las cuales somos partes, por lo tanto, no conseguimos estar en las pantallas. El algoritmo o el mercado de distribución de películas (que funcionan bajo el mismo criterio de popularidad) descarta nuestro trabajo dejándolo en el gran basural del internet sin siquiera llegar a las expectativas que pretendíamos. Además, si seguimos llenando de materiales audiovisuales el internet va a ser cada vez más difícil buscar y vamos a depender más todavía del algoritmo de popularidad que más entierra el descarte, único lugar para las realizaciones locales.

Aire desde el diseño se pensó para ser flexible, para adaptarse a las circunstancias de un futuro cada vez más repentino e impredecible. Aire se plantea en ese paradigma en que futuros proyectos puedan autofinanciarse, y además reciclables y reciclados. O sea, proyectos sustentables audiovisuales.

Creo que este es el momento de transformarnos, los movimientos sociales y la crisis del mercado mundial, son el escenario ideal para apropiarnos de las nuevas tecnologías. Por otro lado, es un acto de independencia necesario e indispensable. Aire sin grandes pretensiones es una propuesta positiva de apropiación de lo nocivo para reciclarlo, dejando un mensaje de resistencia y rebelión para los anestesiados que no quieren ser descartables: Si todavía respiramos es por qué aún hay esperanza...

## BIBLIOGRAFÍA:

- JOAN FONTCUBERTA. (2016). La furia de las imágenes: NOTAS SOBRE LA POSTFOTOGRAFIA. Madrid, España: GALAXIA GUTENBERG.
- MARTÍN BARBERO JESÚS. (2014). Comunicación masiva: discurso y poder. Quito, Ecuador: Ediciones CIESPAL.
- UMBERTO ECO. (1984). Apocalípticos e integrados. Italia: TUSQUETS.
- VAN DIJK, TEUN (2009). Discurso y poder. Contribuciones a los estudios críticos del discurso. 413 pp. Barcelona: Editorial GEDISA
- JOAN MARTÍNEZ ALIER (2015). Ecología política del extractivismo y justicia socio-ambiental. Barcelona, España: Editorial del INSTITUTO DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA AMBIENTALES, Universidad Autónoma de Barcelona.