

CATAMARCA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES (CFI)

EXP. N° 15550 01 01

**PROGRAMA DE PUESTA EN VALOR
DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS
CATAMARQUEÑOS**

INFORME FINAL

SEPTIEMBRE DE 2016

ÍNDICE

Introducción.....	iv
Objetivos.....	iv
Materiales a entregar.....	v
Plan de tareas	v
Tarea 1: Armado de los tres guiones de los spots	vii
Tarea 2: Armado storyboard	xx
Tarea 3: Casting de actores, locución, búsqueda locaciones, referencia vestuario, arte, escenografía y ambientación	xxix
Tarea 4: Inicio de producción de la banda de sonido	xxxix
Tarea 5: Inicio de diseño gráfico y armado de bocetos gráficos.....	xli
Tarea 6: Casting de actores, shooting board, locaciones, refes de arte, escenografía, ambientación.....	xlvi
Tarea 7: Presentación referencias de arte, ambientación, iluminación, locaciones y casting aprobado.....	lixv
Tarea 8: Scouting locaciones.....	lxv
Tarea 9: Inicia rodaje interiores (Ciudad de Córdoba).....	lxix
Tarea 10: Traslado de equipo técnico de Director en locaciones.....	lxxii
Tarea 11: Scouting técnico de Director en locaciones.....	lxxiii
Tarea 12: Inicio de rodaje de escenas exteriores (Provincia de Catamarca).....	lxxiv
Tarea 13: Inicio fotografías de paisajes.....	lxxxvi
Tarea 14: Descarga de material (fílmico y fotográfico).....	lxxxix

Tarea 15: Selección de material.....	xc
Tarea 16: Edición offline.....	xc
Tarea 17: Grabación locutor.....	xcı
Tarea 18: Armado material gráfico.....	xcı
Tarea 19: Finalización 1º corte "Inspiración" y "Peregrinaje" más piezas gráficas para distintos soportes.....	xcvııı
Tarea 20: Presentación fotos campaña.....	xcıx
Tarea 21: Edición online.....	cıv
Tarea 22: Finalización del 1º y 2º spots "Inspiración" y "Peregrinaje", editados de 60 segundos de duración cada uno, con locución y banda de sonido original y placa.....	cıv
Tarea 23: Presentación videos 1º y 2º video ("Inspiración" y "Peregrinaje") a la Provincia y al CFI.....	cıv
Tarea 24: Preparación del video definitivo y archivos para las distintas piezas (formatos cine, internet y gráficas).....	cıv
Tarea 25: Finalización del 3º spot "Reconciliación" editado de 60 segundos de duración, con locución y banda de sonido original y placa.....	cıx
Tarea 26: Presentación del video/spot "Reconciliación a la provincia y al CFI.....	cxı
Tarea 27: Preparación del video definitivo y archivos para las distintas piezas (formato cine, internet, gráficas).....	cxı

INTRODUCCIÓN

La Provincia de Catamarca posee un gigantesco potencial turístico. Tiene atractivos de todo tipo que la hacen un lugar único: desde paisajes inolvidables, una gran cantidad de propuestas gastronómicas y oferta en deportes extremos o turismo religioso, entre otros.

Sin embargo, la percepción sobre la Provincia en el resto del país no suele vincularse a estos tópicos. Existe una imagen desactualizada, mayormente relacionada a sucesos del pasado.

Por eso, esta campaña se propone difundir de manera audiovisual a todo la Argentina las costumbres, paisajes, experiencias, tradiciones e historias que hacen a la Catamarca contemporánea.

Invitando a visitarla, pero también avanzando en una construcción actualizada de la imagen que la Provincia. Una perspectiva positiva se transformará en un activo muy valorable que no solo aumentará el caudal turístico, sino que ayudará a la Provincia en la búsqueda de inversiones y en el desarrollo de su perfil productivo.

OBJETIVO

Generar *awareness* e interés sobre la Provincia de Catamarca, iniciando un camino de comunicación que (en el largo plazo, y continuándose de manera continua) logre instalar a Catamarca en el *top of mind* de destinos turísticos posibles entre los habitantes de Argentina.

La intención es llegar a la mayor cantidad de público posible, haciendo foco en la clase media trabajadora, clase media, clase media alta.

- Jóvenes de entre 18 y 30 años.
- Adultos de entre 30 y 50 años.
- Adultos mayores de 50 años.

Para ello se harán, por un lado, tres spots publicitarios en primera persona que identificarán las aspiraciones de los diferentes targets del público objetivo. Los mismos se desarrollarán en la Provincia de Catamarca y su contenido comunicará

un mensaje atractivo, recordable, empático y emocional, que permitirá difundir las características únicas de la Provincia.

Se elaborarán tres historias para, luego de la aprobación, producir los spots correspondientes:

1. Un joven escritor buscando la inspiración perdida. “Inspiración”
2. Una pareja de adultos buscando salvar su matrimonio. “Reconciliación”
3. Un abuelo en una búsqueda espiritual y de agradecimiento. “Peregrinaje”

Por otro lado, se adaptarán las piezas audiovisuales y las gráficas a los formatos, calidades y tiempos requeridos por las empresas difusoras que realicen la campaña publicitaria.

MATERIALES A ENTREGAR

La Agencia entregará:

Tres guiones correspondientes a los spots a realizar titulados: Inspiración, Peregrinaje y Reconciliación.

Tres spots audiovisuales publicitarios en calidad HD de 60 segundos cada uno con locución, banda de sonido original y placa. Apto para publicar.

Todo tipo de adaptaciones audiovisuales y gráficas para realizar la campaña de difusión en los distintos lugares y medios.

PLAN DE TAREAS

Describiremos las tareas con los involucrados por áreas.

Para ello realizaremos una división de la dotación por áreas de trabajo:

Equipo creativo:

- ❖ GERONDI, Bruno Alberto Director Creativo
- ❖ NAJLE, Lionel Matías Director de Arte
- ❖ SCHNABEL, Diego Nicolás Redactor
- ❖ ONTIVEROS BARRETO, Wilbert Alberto Diseñador Gráfico
- ❖ JASPE, Rafangel Armador Gráfico

Equipo de cuentas:

- ❖ ARCE, Marcela Directora de Cuentas
- ❖ ARCE, Claudio Fabián Ejecutivo de Cuentas

Equipo producción:

- ❖ PIGNOCHI, Francisco Javier Jefe de Producción
- ❖ BUSTAMANTE, Alejandra Productora General de Audiovisual
- ❖ MARCOS, Juliana Jefa de Producción Audiovisual
- ❖ STERREN, Daniela Sonia Productora Audiovisual y Casting

Equipo dirección de arte filmación

- ❖ MARTÍNEZ, Mauricio Andrés Director de Arte / Escenógrafo
- ❖ GÓMEZ, María Diseñadora de Moda / Responsable de Vestuario
- ❖ GODOY, María Gabriela Maquilladora / Peinadora

Equipo Directores spots filmación:

- ❖ ROLOTTI, Carlos Bartolo Director Integral Audiovisual
- ❖ CROATTO, Luciano Cristian Dirección de Fotografía
- ❖ CROATTO, Gio Agustín Camarógrafo
- ❖ MARTÍNEZ, Omar Andrés Asistente de Dirección
- ❖ BATTAGLIERO, Diego Gabriel Camarógrafo

Equipo post producción:

- ❖ BONANNO LESCANO, Sascha Yoel Editor / Colorista
- ❖ RIVAS, Pablo Editor / Colorista / Animador Post Productor

Locaciones:

- ❖ RAMIREZ, Emmanuel Jefe de Locaciones

Técnico:

- ❖ PONCE, Raúl Gustavo Técnico - Jefe de Eléctricos

Administración:

❖ ZAMBÓN, María Carolina

Administrativa

TAREA 1: ARMADO DE LOS TRES GUIONES DE LOS SPOTS

Creación de Guiones

Involucrados: equipo creativo, equipo cuentas, equipo producción, Provincia de Catamarca.

Fechas: El 18 de Julio de 2016 se inicia el armado de los tres guiones de los spots. La tarea se desarrolla entre el 18 y el 26 de julio.

Aclaración: Si bien la etapa de escritura de guión está vinculada técnicamente a los redactores, se utilizó para la misma la modalidad 'brainstorming' (tormenta de ideas), en la que se incluyó a todos los integrantes del equipo creativo para compartir las ideas que luego serían trabajadas y le adaptadas al formato guión.

El trabajo de creatividad se realizó bajo la premisa del siguiente brief de comunicación.

(El brief de comunicación es el documento que condensa las necesidades del cliente y sirve como 'centro de datos' y documento de consulta para los creativos. Es el documento base al que se regresa luego de generada una idea para cotejar que esta se encuentra en línea con la estrategia y necesidad comunicacional del cliente).

Brief de comunicación

Cliente: Provincia de Catamarca

Campaña: Turismo de Catamarca

Objetivo: Promocionar en medios masivos de la República Argentina los atractivos turísticos de la Provincia de Catamarca.

Descripción coyuntural: Debido a su escasa promoción hasta el día de hoy, la Provincia de Catamarca no está instalada en el *top of mind* de los viajeros argentinos como destino turístico. Incluso en la segmentación regional del norte del país, es altamente superada por otras provincias con mayor difusión como Salta o Tucumán.

Además, la Provincia suele estar vinculada en el imaginario popular a disparadores negativos, relacionados con hechos policiales y escándalos políticos del pasado, que ya no son parte de la actualidad provincial.

Descripción del producto: La Provincia de Catamarca tiene un potencial turístico gigantesco. La variedad de sus paisajes es llamativamente ecléctica. En la Provincia pueden realizarse desde turismo religioso (por su gran tradición católica y su variedad de históricas iglesias), hasta deportes extremos en locaciones lejanas y variadas. Ofrece además, alternativas de relax (como las Termas de Fiambalá), sitios históricos de relevancia (como las ruinas incas del Shincal) así como también una nutrida oferta gastronómica y cultural.

El desafío comunicacional de esta campaña es capitalizar el potencial de difusión para mostrar la mayor cantidad de paisajes y alternativas posibles.

Target: Deberá ser una campaña multitarget, que muestre a la provincia como un destino altamente versátil. Apelará tanto al turismo joven como al familiar, al de parejas y también al de jubilados.

Lugares a mostrar:

Tinogasta (Ruta del Adobe)
Fiambalá (Dunas de Saujil)
Belén (Shincal)
Laguna Blanca (Flamencos)
Campo de Piedra Pómez
El Rodeo
El Jumeal
Cuesta del Portezuelo
Iglesias
San Fernando del Valle de Catamarca

Requisitos solicitados por el cliente que deben ser incluidos:

- Se deberán mostrar las diferentes formas de ingreso a la Provincia (avión, auto, micro).
- Deberán incluirse además de paisajes, señas particulares de la cultura local (artesanías, gastronomía, etc.).
- Deberá encontrarse una forma de *storytelling* que despegue esta campaña de la promoción turística tradicional para evitar ser confundida con otras campañas de destinos similares que cuentan con mayor difusión.

Medios de comunicación: Se contará con espacios audiovisuales en cines (spots), además de diferentes soportes gráficos y de vía pública.

Recibido este brief, el equipo creativo comenzó el proceso de *brainstorming*.

El primer paso consistió en un extensivo *research* en busca de *insights* creativos. Se buscaron en esta etapa diferentes estímulos que servirían como disparadores de creatividad: fotos, historias, testimonios de viajes, música local, recetas, leyendas, tradiciones, etc.

De esta primera etapa se desprendieron los primeros *insights* y propuestas de creatividad que fueron presentadas en forma de pequeños extractos descriptivos para ser evaluadas por el Director Creativo (quien decide cuales son ideas con potencial para seguir desarrollando y cuales son desechadas, ya sea por no estar enmarcadas dentro de la estrategia u objetivos, o simplemente por carecer de atractivo o interés).

Algunos *insights* y propuestas realizadas por los creativos en esta instancia:

-Catamarca Musical: La Provincia cuenta con una interesante propuesta musical. Se propone elegir una canción típica (por ejemplo 'Paisajes de Catamarca') siendo interpretada por diferentes personajes de la Provincia en distintos paisajes. Como un videoclip, servirá para mostrar la diferencia de paisajes.

-Quiz Turístico: Se propone recrear un Quiz Show televisivo (al estilo “Feliz Domingo”) basado en paisajes de Catamarca. Se presentarán diferentes paisajes para que el espectador adivine el destino. Se jugará con la sorpresa al no esperar que los paisajes pertenecen a Catamarca.

-Stop motion / Fotos: Se propone realizar una convocatoria en redes sociales para compartir fotos reales de turistas que hayan visitado Catamarca. A través de la técnica de *stop motion* se realizará un montaje atractivo de estas fotos resaltando la frescura del recurso de utilizar fotos reales.

-Pequeñas Historias: Se propone contar diferentes historias de personajes reconocibles, cuyo *plot point* positivo esté vinculado con los paisajes de la provincia.

Una vez recibidos los primeros *insights* y propuestas de creatividad, estos fueron evaluados por el Director Creativo, quien realizó una devolución.

Devolución del Director Creativo sobre los primeros *insights*:

-Catamarca Musical: DESCARTADA. Se trata de un *insight* demasiado común, ya utilizado en otras campañas del rubro.

-Quiz Turístico: DESCARTADA. Si bien se trata de un recurso atractivo, deja en segundo plano lo que debería destacarse más: el producto.

-Stop motion / Fotos: DESCARTADA. Esta propuesta no explota al máximo la disponibilidad de medios con los que se cuenta. El medio principal que corre en esta campaña es audiovisual y se debe aprovechar al máximo para mostrar los paisajes, no solo con fotos.

-Pequeñas Historias: APROBADA. Es un *insight* versátil y con potencial.

Luego de esta instancia, se redireccionó el trabajo de todo el equipo hacia el desarrollo de esta idea, y se comenzó el *chart* de los guiones.

El Director Creativo decidió que se contarían varias historias para incluir la mayor cantidad de paisajes y situaciones posibles, como lo indica el brief.

El Director Creativo asignó la siguiente tarea al equipo creativo: pensar historias y personajes cuyo *plot point* positivo esté vinculado con la Provincia de Catamarca.

Estas son algunas de las historias propuestas por el equipo creativo.

- Un grupo de jubilados aprende a bailar folklore en la provincia de Catamarca.
- Un arqueólogo loco busca y encuentra restos fósiles en el desierto.
- Un abuelo realiza una promesa vinculada a su nieto y viaja a agradecer a la Virgen del Valle.
- Una cocinera encuentra en los sabores de Catamarca los ingredientes perfectos para escribir su libro de cocina.
- Un fotógrafo elige Catamarca como inspiración de su nueva muestra, que termina siendo un éxito inesperado.
- Un joven escritor no encuentra la inspiración para su novela hasta que viaja a Catamarca y libera su imaginación.
- Un corresponsal es enviado a Catamarca para investigar un hecho policial, pero se enamora del paisaje y termina realizando un documental premiado.
- Una familia de una gran ciudad visita la Provincia, y, al enamorarse de los paisajes, decide cambiar de vida y mudarse allí.
- Un adolescente viaja a Catamarca con su familia a desgano pensando que se aburrirá. La Provincia lo sorprende, realiza videos asombrosos que lo terminan convirtiendo en un youtuber famoso.
- Una pareja joven atraviesa una crisis. Luego de su viaje a Catamarca logran reconciliarse y reencausar su relación.

El departamento de cuentas de la Agencia realizó un trabajo de consulta con los referentes de la Provincia que dieron su mirada con respecto a las historias y al recurso seleccionado.

El Director Creativo evaluó las historias presentadas y la mirada de la Provincia al respecto. Descartó las ideas que consideró inviables, carentes de atractivo o fuera de estrategia, y finalmente llegó a la siguiente selección:

- Un abuelo realiza una promesa vinculada a su nieto y viaja a agradecer a la Virgen del Valle.
- Un joven escritor no encuentra la inspiración para su novela hasta que viaja a Catamarca y libera su imaginación.
- Una pareja joven atraviesa una crisis. Luego de su viaje a Catamarca logran reconciliarse y reencausar su relación.

Luego de esta etapa, se reencausó al equipo creativo hacia el chart final de los guiones.

Se presentaron los primeros drafts de guión, que fueron corregidos por el Director Creativo.

Esta es la primera devolución del guión.

1º historia: “Inspiración”

Vemos a un varón de unos 25/30 años.

Tiene un look muy urbano, moderno.

Está en un departamento muy chiquito, rodeado de libros.

Es de noche.

Tiene la computadora prendida.

Lo vemos repasar diferentes clásicos de la literatura en busca de inspiración. Vemos las portadas de libros de Shakespeare, Cortázar, Borges, entre otros. *

Vemos la pantalla. Dice ‘Capítulo 1’. El cursor titila.

Lo vemos preocupado. Se sienta, escribe, borra.**

Se vuelve a sentar frente a la pantalla pero no le sale escribir nada.
El cursor sigue titilando.

Ahora lo vemos agarrar una mochila y empezar a llenarla de cosas.
Vemos que pone una computadora. ***

Por corte lo vemos en un micro, mirando por la ventana.

Lo vemos llegar a Catamarca.

Lo vemos caminando por lugares turísticos de la capital, sacando
fotos.

(Casa de la Cultura)

Lo vemos sentado en una plaza escribiendo frenéticamente.
(Plaza 25 de Mayo- San Fernando)

Ahora lo vemos en un paisaje natural de El Rodeo. Bajo un árbol,
sigue escribiendo frenéticamente.

Lo vemos caminar con su mochila por la Cuesta del Portezuelo.
Sentado en el piso sigue escribiendo. ****

Ahora lo vemos en un restaurant comiendo comida típica. Está feliz,
brindando y charlando con nuevos amigos catamarqueños. Lo vemos
anotando frenéticamente en muchísimas servilletas de papel que va
juntando una al lado de la otra.

Lo vemos haciendo sandboard en las Dunas de Saujil. Después lo
vemos participando de una carrera de mountain bike en la Cuesta del
Portezuelo o en el Jumeal. En cada escena encontrará un lugar en donde
seguir escribiendo.

Finalmente lo vemos subir al micro una vez más, con una cara de
felicidad enorme.

Finalmente lo vemos en el departamento del principio, con todos
sus cuadernos, notas y fotos extendidas en su escritorio. Volvemos a ver
'Capítulo 1' en la pantalla, con el cursor titilando.

Se dispone a escribir de corrido con gran inspiración.

Off locutor sobre esa imagen:
Dejá que Catamarca te cambie.

Placa – Sobreimprime:
Catamarca,
donde crecen tus sueños.

*Escena innecesaria, descartar.

**Incluir entorno urbano, sensación de agobio. Servirá para revalorizar los paisajes que veremos más adelante.

*** Que sea un cuaderno. Es más romántico y portable para facilitar su inclusión en escenas.

****Incluir escena que marque productividad al escribir, como signo de una enorme inspiración.

*****Aprovechar escena para incluir situación musical.

2º historia: “Peregrinaje”

Vemos una sala de espera de un hospital.
Hay un hombre sentado esperando.
Se lo ve preocupado, nervioso.
Se aferra a algo en su mano, que aún no sabemos qué es.

Finalmente aparece un doctor. Le dice algo, claramente una buena noticia ya que su expresión muta a felicidad plena.

Ahora lo vemos ingresar a una habitación. Hay un matrimonio joven esperándolo. Su hija, en la cama, le presenta a su nieto recién nacido. Se lo ve desbordado de la emoción. Vemos que le entrega a su hija una estampita de la Virgen del Valle.

Ahora vemos al abuelo llegando en avión.
Vemos ese avión llegando a Catamarca Capital.

Vemos al abuelo recorriendo la ciudad,
pasando e ingresando a la Catedral y visitando diferentes lugares.
(Circuito iglesias FME – Casa Natal Fray Mamerto)

Ahora, lo vemos caminando por una ruta, en un atardecer, en algo
que se asemeja a un peregrinaje.
(ruta camino a la Gruta)

Finalmente, vemos que llega a la gruta de la Virgen del Valle.
Lo vemos encender una vela y mirarla con emoción.
Sostiene en su mano una foto de su nieto recién nacido que aprieta
sobre el pecho.

Sobre esta escena, la cámara se aleja dejando ver el impactante
paisaje de la Gruta en un hermoso atardecer.
(Gruta Virgen del Valle, vista de San Fernando desde la Gruta)

Off locutor sobre esa imagen:
Dejá que Catamarca te cambie.

Placa – Sobre imprime:
Catamarca,
donde crecen tus sueños.

*especificar edad

**buscar otra situación para presentación de estampita, ya que la
propuesta es improbable (la madre tiene al hijo en sus brazos).

***especificar medio de transporte

3º historia: “Reconciliación”

Vemos a un matrimonio joven (30/35 años – clase media
“acomodada”).

Están en su habitación, parados cada uno de un lado de una cama
matrimonial.

Hombre (gritando): ¡Siempre lo mismo! ¡Siempre llegando tarde!

Mujer (gritando): Sí. ¡Pero la que tiene que ocuparse de todo
siempre soy yo!

Hay ropa sobre la cama, están armando una valija.
Por sus gestos y movimientos entendemos que están peleando.
Se reprochan cosas, gritan.

Por corte los vemos en la ruta, con el auto cargado de valijas.
Van en silencio, enojados, sin hablarse ni mirarse.
Los vemos llegar a Catamarca. Bajan en un hotel (Hotel Casino),
siguen enojados.

Ahora los vemos en un tour recorriendo diferentes paisajes
catamarqueños (Ruta del vino).

Se los ve sorprendidos, encantados con los paisajes (Shincal)
Ahora la vemos a ella en un puesto de artesanías, mira encantada
un par de aros.** Le encantan, pero no los compra. (Ruta 60)

Él la mira de lejos, sin que ella se de cuenta.
Ahora están en el Dique Las Pirquitas, sentados mirando el paisaje.
Por primera vez intercambian miradas con un poco más de amor.
Él pasa la mano por su hombro y la abraza. Ella se apoya en su
hombro aceptando el abrazo.***

Por corte los vemos armar un mantel sobre el suelo en Las Termas
de Fiambalá.

Él, sorpresivamente, le regala el colgante que ella había visto antes.
Finalmente, súper enamorados, los vemos besándose bajo un cielo
estrellado.

Off locutor sobre esa imagen:
Dejá que Catamarca te cambie.

Placa – Sobreimprime:
Catamarca,
donde crecen tus sueños.

*tratar de evitar diálogos para conservar la coherencia de todos los
spots con relato sin audio.

**¿un colgante? Buscar material regional para aprovechar y
difundir productos locales.

***incluir plot point dejando el hotel.

Luego de estas correcciones llegamos a los guiones finales listos para presentar al cliente:

1º historia aprobada: “Inspiración”

Vemos a un varón de unos 25/30 años.

Tiene un look muy urbano, moderno.

Está en un departamento muy chiquito, rodeado de libros.

Es de noche.

Tiene la computadora prendida.

Vemos la pantalla. Dice ‘Capítulo 1’. El cursor titila.

Lo vemos preocupado. Se sienta, escribe, borra.

Se levanta, abre la ventana. Lo aturden bocinazos y su cara se colorea por el reflejo de las luces de neón.

Se vuelve a sentar frente a la pantalla pero no le sale escribir nada.

El cursor sigue titilando.

Ahora lo vemos agarrar una mochila y empezar a llenarla de cosas. Vemos que pone un cuaderno.

Por corte lo vemos en un micro, mirando por la ventana.

Lo vemos llegar a Catamarca.

Lo vemos caminando por lugares turísticos de la Capital, sacando fotos (Casa de la Cultura).

Lo vemos sentado en una plaza escribiendo frenéticamente en su cuaderno (Plaza 25 de Mayo- San Fernando).

Ahora lo vemos en un paisaje natural de El Rodeo. Bajo un árbol, sigue escribiendo frenéticamente.

Lo vemos haciendo trekking con su mochila por El Jumeal. Sentado en el piso sigue escribiendo. Ya no queda lugar en su cuaderno. Luego, lo vemos sacando fotos en el Campo de Piedra Pómez.

Ahora lo vemos en un restaurant comiendo comida típica y disfrutando de un show regional. Está feliz, brindando y charlando con nuevos amigos catamarqueños. Lo vemos anotando frenéticamente en muchísimas servilletas de papel que va a juntando una al lado de la otra.

Lo vemos en el lago mirando con prismáticos a los flamencos (se adaptará la situación cuando estemos en el lugar y veamos si los flamencos están o se fueron por el frío). Luego, lo vemos haciendo sandboard en las Dunas de Saujil. Después lo vemos participando de una carrera de Mountain Bike en la Cuesta del Portezuelo. En cada escena encontrará un lugar en donde seguir escribiendo.

Finalmente lo vemos subir al micro una vez más, con una cara de felicidad enorme.

Lo vemos en el departamento del principio, con todos sus cuadernos, notas y fotos extendidas en su escritorio. Volvemos a ver 'Capítulo 1' en la pantalla, con el cursor titilando.

Se dispone a escribir de corrido con gran inspiración.

Off locutor sobre esa imagen:
Dejá que Catamarca te cambie.

Placa – Sobre imprime:
Catamarca, donde crecen tus sueños.

2º historia aprobada: “Peregrinaje”

Vemos una sala de espera de un hospital.

Hay un hombre de aproximadamente 70 años sentado esperando.

Se lo ve preocupado, nervioso.

Se aferra a algo en su mano que aún no sabemos qué es.

Finalmente aparece un doctor. Le dice algo, claramente una buena noticia ya que su expresión muta a felicidad plena.

Ahora lo vemos ingresar a una habitación. Hay un matrimonio joven esperándolo. Su hija, en la cama, le presenta a su nieto recién nacido. Se lo ve desbordado de la emoción. Vemos que deja sobre la mesita de luz lo que llevaba en su mano, una estampita de la Virgen del Valle.

Ahora vemos al abuelo llegando en avión.

Vemos ese avión llegando a Catamarca Capital.

Vemos al abuelo, recorriendo la ciudad, (micro turístico sin techo) pasando e ingresando a la Catedral y visitando diferentes lugares.

(Circuito Iglesias FME – Casa Natal Fray Mamerto)

Ahora, lo vemos caminando por una ruta, en un atardecer, en algo que se asemeja a un peregrinaje (Ruta camino a la Gruta).

Finalmente, vemos que llega a la Gruta de la Virgen del Valle.

Lo vemos encender una vela y mirarla con emoción.

Sostiene en su mano una foto de su nieto recién nacido que aprieta sobre el pecho.

Sobre esta escena la cámara se aleja dejando ver el impactante paisaje de la Gruta en un hermoso atardecer (Gruta Virgen del Valle, vista de San Fernando desde la Gruta).

Off locutor sobre esa imagen:

Dejá que Catamarca te cambie.

Placa – Sobre imprime:

Catamarca,
donde crecen tus sueños.

3º historia aprobada: “Reconciliación”

Vemos a un matrimonio joven. (30/35 años – clase media “acomodada”)

Están en su habitación, parados cada uno de un lado de una cama matrimonial.

Hay ropa sobre la cama, están armando una valija.

Por sus gestos y movimientos entendemos que están peleando.

Se reprochan cosas, gritan.

Por corte los vemos en la ruta, con el auto cargado de valijas.

Van en silencio, enojados, sin hablarse ni mirarse.

Los vemos llegar a Catamarca. Bajan en un hotel (Hotel Casino), siguen enojados.

Ahora los vemos en un tour recorriendo diferentes paisajes catamarqueños (Ruta del vino).

Se los ve sorprendidos, encantados con los paisajes. (Shincal)

Ahora la vemos a ella en un puesto de artesanías, mira encantada un colgante hecho de rodocrosita. Le encanta, pero no lo compra. (Ruta 60)

Él la mira de lejos, sin que ella se de cuenta.

Ahora están en el Dique Las Pirquitas, sentados mirando el paisaje. Por primera vez intercambian miradas con un poco más de amor. Él pasa la mano por su hombro y la abraza. Ella se apoya en su hombro aceptando el abrazo.

Por corte volvemos al hotel. Los dos, claramente más contentos, le devuelven las llaves al conserje, que mira sin entender demasiado.

Por corte los vemos armar un mantel sobre el suelo en Las Termas de Fiambalá.

Él, sorpresivamente, le regala el colgante que ella había visto antes.

Finalmente, súper enamorados, los vemos besándose bajo un cielo estrellado.

Off locutor sobre esa imagen:

Dejá que Catamarca te cambie.

Placa – Sobre imprime:

Catamarca,

donde crecen tus sueños.

TAREA 2: ARMADO STORYBOARD

Involucrados: Equipo creativo, equipo de cuentas, equipo de producción y equipo de directores.

Fechas: Se comenzó el 18 de julio y se finalizó el 26 de julio.

Se envían los borradores de guiones al equipo de producción para que envíe los mismos y empiecen a trabajar con el storyboardista en el storyboard de las películas.

Esta es la primera versión recibida:

Inspiración



01

02

03



04

05

06



07

08

09

Peregrinaje



01

02

03



04

05

06

Reconciliación



01

02

03



04

05

06



07

Las vio el equipo creativo, el equipo de cuentas y producción.
Se solicitaron los siguientes ajustes:

En todos los spots, cerrar con una placa con la marca “Catamarca, donde crecen tus sueños”.

Inspiración

1º cuadro donde aparezca el monoambiente: El lugar parece una biblioteca y no es la idea. La idea es que es un monoambiente donde él vive, y no nos olvidemos que tiene una ventana. Sacar la biblioteca de atrás: los libros están sobre el escritorio/mesa. Que en lugar del corcho haya una ventana.

Para el 2do cuadro, que se vea computadora en primer plano con el cursor titilando en el "Capítulo 1", con referencia del chico

El 3er. cuadro está OK.

El 4to. cuadro está OK.

El 5to. cuadro está OK.

El 6to. cuadro está OK

7mo y 8vo cuadro invierten el orden: primero va el 8, luego el 7. Están OK.

Después del 8, agregar 1 cuadro de “mano escribiendo en servilletas”.

Tenemos que ver el cuaderno lleno hasta la última hoja y la mano que escribe en servilletas, algunas ya deben estar llenas.

El 9no. cuadro está OK.

Ajustes en Peregrinaje

En este caso hay que cambiar al personaje: no tiene que ser tan anciano.

Necesitamos que sea un look más Arturo Puig en la actualidad.

Agregar un cuadro en donde vemos el entorno de sala de espera con el abuelo sentado con la estampita en la mano.

El cuadro 1 en cuanto a la situación está OK. Y va después de este

El cuadro 2 en cuanto a la situación está OK.
Agregar un cuadro con el avión aterrizando.
El cuadro 3 en cuanto a la situación está OK.
Agregar un cuadro del abuelo en el micro descapotable.
Agregar otro cuadro de la caminata del abuelo en la Gruta.
El cuadro 4 en cuanto a la situación está OK.
El cuadro 5 en cuanto a la situación está OK.
El cuadro 6 en cuanto a la situación está OK.

Ajustes en reconciliación.

En este caso tenemos que cambiar los personajes: estos no parecen de clase media alta. Busquemos algún otro fenotipo en ambos, más rubios y rasgos lindos.

Cuadro 1 en cuanto a la situación está OK.

Cuadro 2 en cuanto a la situación está OK.

Cuadro 3 en cuanto a la situación está OK.

Agregar un cuadro que se vea el paisaje de fondo desde una ventana de traffic.

Cuadro 4 en cuanto a la situación está OK.

Agregar un cuadro de ellos abrazados mirando el lago con montañas.

Cuadro 5 en cuanto a la situación está OK.

Cuadro 6 necesitamos que la situación se vea un poco más abierta y sacar carpa, no es un campamento, es un mantelito con canasta y están en las Termas.

Cuadro 7 en cuanto a la situación está OK.

Recibimos los ajustes solicitados:

Inspiración



01

02

03



04

05

06



07

08

09



10



11

Peregrinaje



01

02

03



04

05

06



07

08

09



10



11

Reconciliación



01

02

03



04

05

06



07

08

09



10

Una vez recibidos se solicitó un solo ajuste más:

Que el cuadro de peregrinaje, donde el abuelo está en una larga cola de gente, se quite a la gente y esté él solo en una peregrinación personal.

Cuadro ajustado:



Una vez revisados con la Provincia nos solicitó dos agregados:

Luego de:

"Lo vemos caminar con su mochila por la Cuesta de Portezuelo. Sentado en el piso sigue escribiendo. Ya no queda lugar en su cuaderno" (se va a cambiar este fragmento).

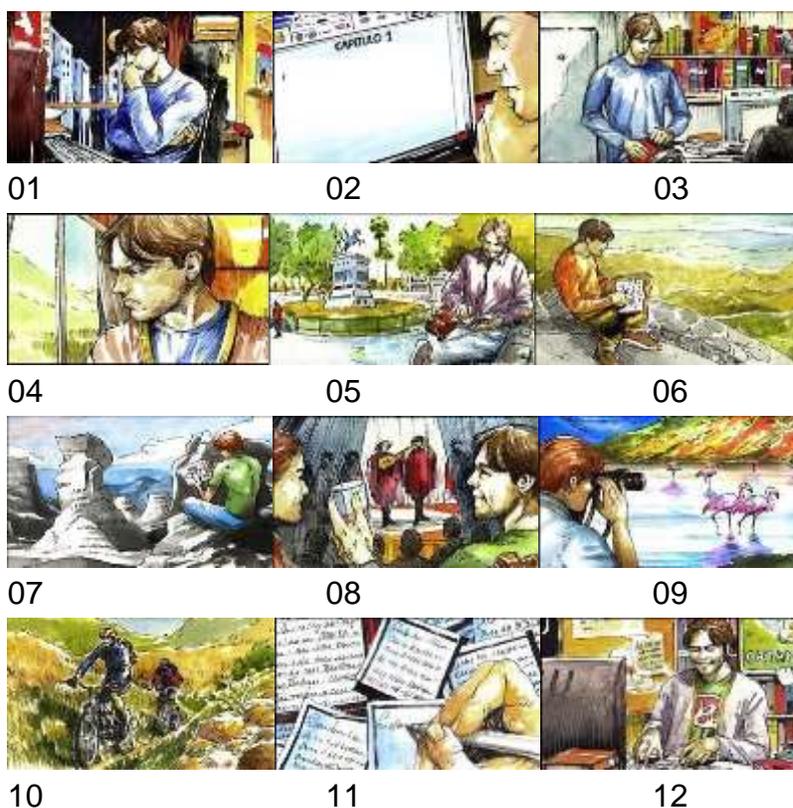
Se agregó un cuadro del chico sacando fotos en el Campo Piedra Pómez.

Luego de:

"Ahora lo vemos en un restaurant comiendo comida típica y disfrutando de un show regional. Está feliz, brindando y charlando con nuevos amigos catamarqueños. Lo vemos anotando frenéticamente en muchísimas servilletas de papel que va juntando una al lado de la otra."

Se agregó un cuadro del chico contemplando a los flamencos.

Luego recibimos del equipo de producción el storyboard con los dos cuadros agregados solicitados:





El doctor se preocupa por el paciente.



El doctor se preocupa por el bien del paciente y se preocupa por el bienestar de...



El doctor se preocupa por el bienestar del paciente y se preocupa por el bienestar de...



El doctor se preocupa por el bienestar del paciente y se preocupa por el bienestar de...



El doctor se preocupa por el bienestar del paciente y se preocupa por el bienestar de...



El doctor se preocupa por el bienestar del paciente y se preocupa por el bienestar de...



El doctor se preocupa por el bienestar del paciente y se preocupa por el bienestar de...



El doctor se preocupa por el bienestar del paciente y se preocupa por el bienestar de...



El doctor se preocupa por el bienestar del paciente y se preocupa por el bienestar de...



El doctor se preocupa por el bienestar del paciente y se preocupa por el bienestar de...



El doctor se preocupa por el bienestar del paciente y se preocupa por el bienestar de...



Reconciliación



El doctor se preocupa por el bienestar del paciente y se preocupa por el bienestar de...



El doctor se preocupa por el bienestar del paciente y se preocupa por el bienestar de...



El doctor se preocupa por el bienestar del paciente y se preocupa por el bienestar de...



El doctor se preocupa por el bienestar del paciente y se preocupa por el bienestar de...



El doctor se preocupa por el bienestar del paciente y se preocupa por el bienestar de...



El doctor se preocupa por el bienestar del paciente y se preocupa por el bienestar de...



TAREA 3: INICIO CASTING DE ACTORES, LOCUCIÓN, BÚSQUEDA LOCACIONES, REFERENCIA VESTUARIO, ARTE, ESCENOGRAFÍA Y AMBIENTACIÓN.

Involucrados: Equipo creativo, equipo de cuentas, equipo de arte, equipo de directores, técnico y editores.

Fechas: Se comenzó el 20 de julio y se finalizó el 4 de agosto.

Casting

El equipo creativo envió las características de los actores a los productores, y ellos a la encargada de casting Daniela Sterren y al Director Bartolo Rolotti.

Características y descripción de los protagonistas

Inspiración:

El protagonista de este spot debía aparentar entre 20 y 30 años, ser deportista, ya que realizaría varias acciones de deportes como sandboard en las dunas, mountain bike en la Cuesta del Portezuelo, trekking en el Jumeal, etc.

A su vez debía ser estéticamente amable y publicitario, sin ser un modelo, alguien con quien el público se pueda identificar.

Peregrinaje

El protagonista de este spot debía ser un adulto mayor, de entre 65 y 75 años: responder al fenotipo de 'abuelo clásico' con señales particulares que rápidamente lo identifiquen en ese rol (pelo y barba blanca). El personaje es un abuelo de extracción social media-media alta de capital o alguna provincia del centro de la Argentina, por lo que sus rasgos generales (tez, color de ojos, etc.) debierann responder a esa descripción.

Reconciliación

Los protagonistas de este spot debían ser una pareja de jóvenes-adultos (entre 35 y 45 años). Diferentes detalles de esta trama identifican a esta pareja como una pareja de extracción social media-alta (vivienda, auto en el que se movilizan, etc.) por lo que sus rasgos debían responder a lo que el imaginario general identifica con el fenotipo promedio de esta extracción social. Se trata de un spot 'slice of life' lo que significa que no debieran tener una belleza arquetípica atribuible a modelos publicitarios pero sí contar con valores estéticos que acompañen la fotografía exigente planteada por el spot. Realizarían escenas en situaciones acuáticas (piscina, termas o similar), por lo que debían tener una forma física pertinente a la exposición en traje de baño.

El 26 de julio se inició convocatoria para casting de actores.

Locución

Descripción para búsqueda de locutor:

Sería el encargado de decir únicamente la frase final y la marca al término del spot, que es únicamente musical por lo que debía ser una voz tranquila y no excesivamente comercial o engolada. La pronunciación y el tono que se buscaban se aproximaba más a lo actoral y relajado, a tono con el clima generado por las tres historias; también recomendamos una voz joven para sumar frescura. Debido a que la actual campaña de gestión que lleva adelante la Provincia tiene un marcado protagonismo de locutora mujer, y en plan de diferenciar ambas campañas, en este caso utilizaríamos una voz masculina.

Vestuario

Se inició al trabajo de búsqueda de referencias de vestuario para completar la caracterización de nuestros protagonistas.

Se recibieron del equipo de producción las siguientes propuestas:

Inspiración vestuario



Peregrinaje vestuario

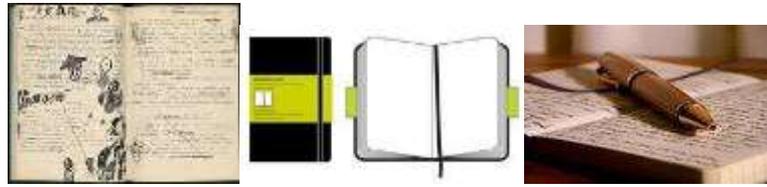


Reconciliación vestuario



Arte, escenografía y ambientación





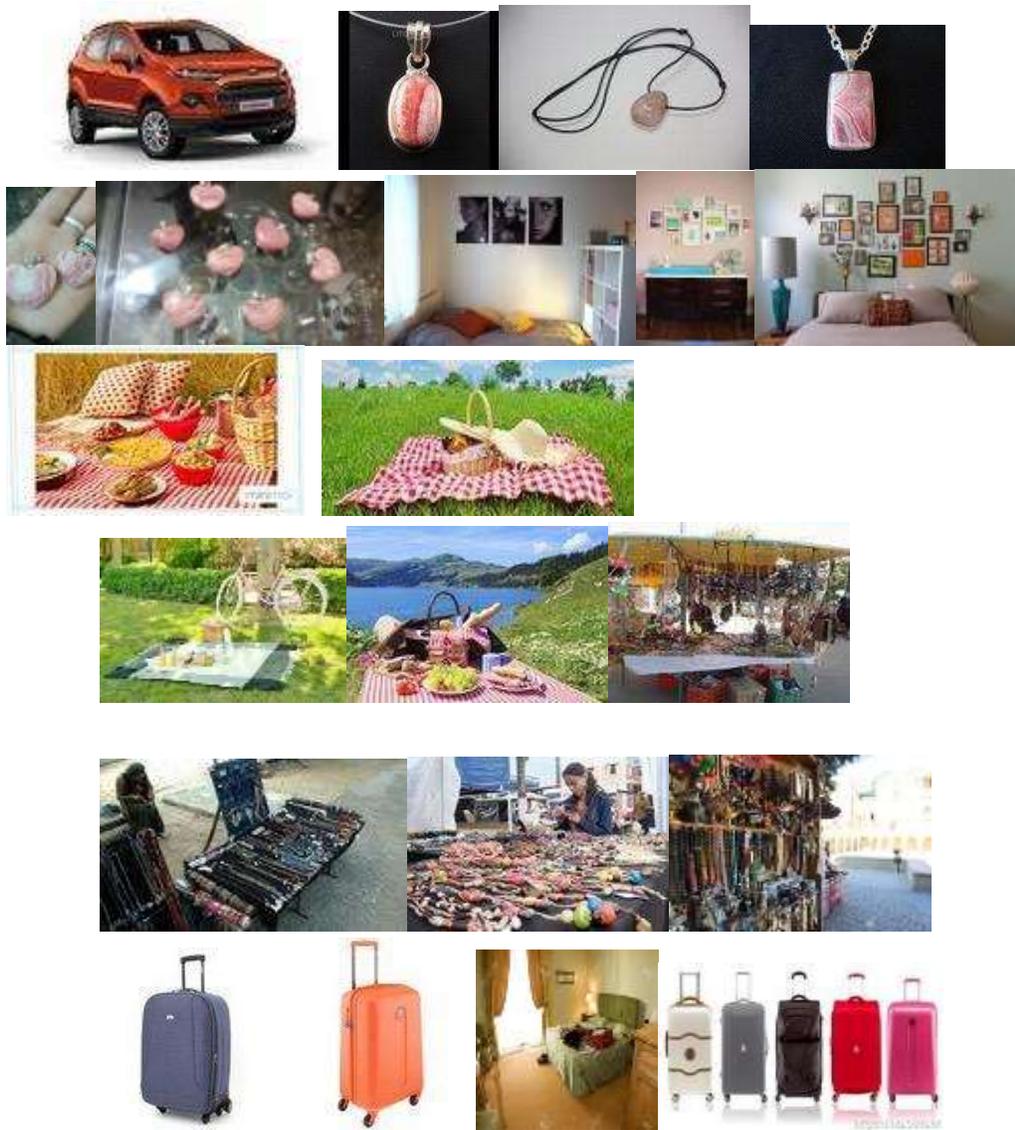
Referencias arte de Inspiración





Referencias arte de Peregrinaje





Referencias arte de Reconciliación

Referencias de iluminación y tipos de plano

Color



Planos



Locaciones exteriores Inspiración

Catamarca

Casa de la Cultura



Plaza 25 de Mayo



Cortaderas



Campo de Piedra Pómez



Peña show regional



Laguna Blanca



El Rodeo



Dique el Jumeal



Dunas de Saujil



Locaciones exteriores Peregrinaje

Catamarca

Aeropuerto



Catedral



Gruta de la Virgen



San Pablo de Capayán



Señor de los Milagros FME



Locaciones exteriores Reconciliación

Catamarca

Dique Las Pirquitas



Hotel Casino



Ruta del adobe



Shincal



Termas de Fiambalá



TAREA 4: INICIO DE PRODUCCIÓN DE LA BANDA DE SONIDO

Involucrados: Equipo creativo, equipo de producción, equipo de directores.

Fechas: Esta tarea se desarrolló entre el día 22 de julio y el 19 de agosto.

El Director Creativo envía a producción las indicaciones para la creación de la banda:

Debíamos crear una banda musical de matriz incidental que acompañe los tres spots.

Sería una única banda para los tres para así unificar toda la campaña. Debía tener un in-crescendo climático que resalte los *plot points* de la trama: un comienzo de tensión/suspense, un nudo más inspirador y alegre y un final más épico. Si bien la banda no debía ser una canción típicamente regional, sí contaría con arreglos o detalles instrumentales que la identifiquen con los sonidos de la región. La banda sería únicamente instrumental y sin arreglos vocales (sin lyrics; puede contener coros, tarareos o silbidos pero que no distraigan la atención sobre lo contado). Debía ser lo suficientemente versátil para poder contener las tres tramas planteadas y amoldarse a los diferentes ritmos de las tres historias.

Desde producción y cuentas se evaluó que la empresa indicada para el proyecto es el Estudio 440.

Se les enviaron los guiones, storyboard y lineamientos.

Mientras tanto los músicos buscaron alternativas dentro de sus librerías de bandas, como para proponernos algún camino artístico y

en base a eso comenzar la construcción de la banda que identificara la campaña.

Nos devolvieron 3 propuestas musicales sobre los *animatics*, ya que este proceso es previo a la filmación.

Las 3 propuestas fueron las siguientes: (archivos nombrados como

Referencia de banda 1, 2 y 3 (ANIMATIC CON BANDA REFERENCIA 1, 2 Y 3).

El Director Creativo rechazó las tres opciones.

Se volvió a trabajar en la búsqueda de más referencias:

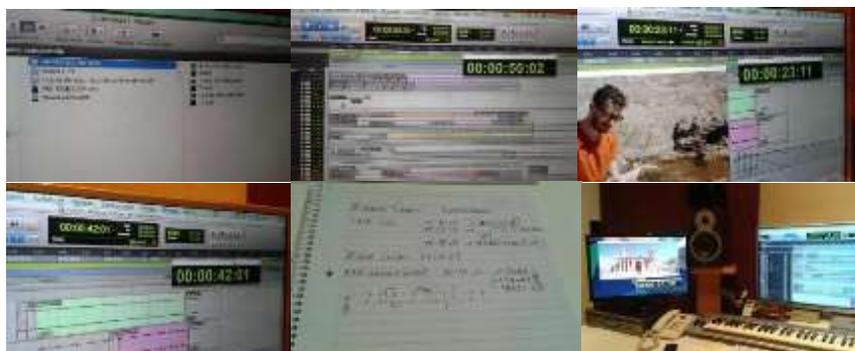
Esta búsqueda se encaminó con tres temas musicales de artistas conocidos.

Adjuntamos los ensayos con los mismos. (3- TRY EVERYTHING, 5- I AM A RIVER y 6- NADA)

Sobre la base del ensayo de 6-NADA se empezó a trabajar en el armado de la maqueta de la banda musical para nuestra campaña. (ver: MAQUETA CAMPAÑA TURISMO CATAMARCA). Esta maqueta ya se acercaba a la banda deseada, pero se siguió trabajando en la inclusión de climas y ambientes.

A continuación un ejemplo de ello, incluso de material que en el proceso creativo se desecha . Ejemplos: (idea_bells_final.mp3, intro_01_.mp3 (no quedo), música_previo_acústicas_drums_bass_melo_final.mp3 , previo_layer_acusticas_strings_acentos_percu.mp3 , primera ref_intro vieja.mp3 , TC 00 11 24 percu alt.mp3).

Documentamos con algunas fotos de las sesiones musicales en estudio y sus diferentes ajustes.



Una vez obtenida la primer versión de edición de la película inspiración, se les envió la misma para terminar el trabajo de la banda sobre el editado (adjuntamos una de las versiones primeras con indicaciones de momentos donde la banda debe cambiar).

TAREA 5: INICIO DISEÑO GRÁFICO Y ARMADO DE BOCETOS GRÁFICOS.

Indicaciones de los involucrados: Equipo creativo y equipo de cuentas.

Fechas: El 18 de julio se da inicio al diseño gráfico y armado de bocetos gráficos con imágenes de referencia.

El layout gráfico a confeccionar para esta campaña siguió estos lineamientos:

-Contar con la versatilidad suficiente para soportar tanto un formato de foto única como de múltiples fotos (para aquellos soportes en donde se pueda mostrar más de un paisaje).

-Tener un link visible con la marca utilizada por la Provincia en su comunicación de gestión, pero a su vez una identidad propia que lo haga original.

-Situarse a alguno de nuestros personajes para linkear con spots pero siempre con el protagonismo absoluto de los paisajes catamarqueños.

-Contener un balance preciso que denote la multiplicidad de opciones del destino (paisajes naturales, deportes, cultura, edificios históricos, etc.).

-Contener de manera orgánica titular y/o copy que linkee con los conceptos-core de la campaña audiovisual.

El equipo creativo describe estas indicaciones para labor fotográfica:

- Preferentemente planos abiertos, angulares amplios y vistas panorámicas.
- Únicamente luz natural, con espaciado y margen pensado para aviso con titular/copy en sus variantes centrados y marginados a ambos lados.
- Producir mismas variantes con o sin protagonista.

Luego de varios feedbacks y devoluciones entre el departamento de cuentas y la Provincia, se llega al siguiente ordenamiento para el trabajo de la fotografía y bocetos gráficos.

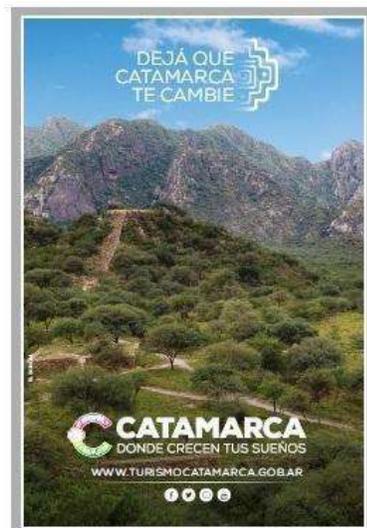




BOCETO:
 AEROPARQUE
 FOTO PLENA
 PAISAJE
 PAISAJE SUGERIDO:
 CUESTA DE PORTEZUELO

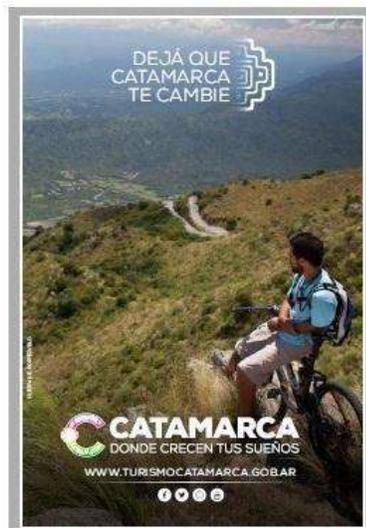


BOCETO:
 AEROPARQUE
 FOTO AERIAL
 PAISAJE SUGERIDO:
 CUESTA DE PORTEZUELO
 EL SHINCAL
 EL DORADO
 CATEDRAL DEL BRILE
 CAMPO DE TRONOS PAMPA



BOCETO:
 BACKLIGHT VERTICAL
 FOTO PAISAJE - MODELO

PAISAJES SUGERIDOS:
 EL SHINCAL
 CUESTA DE PORTEZUELO



BOCETO:
 CARTEL AEROPARQUE

FOTO PLENA
 PAISAJE Y MODELO

PAISAJE SUGERIDO:
 EL RODEO

BOCETO
CARTEL AEROPARQUE

FOTO PLENA
PAISAJE Y MODELO

PAISAJE SUGERIDO:
CAMPO PIEDRA PÓMEZ



BOCETO
CARTEL AEROPARQUE

FOTO PLENA
PAISAJE

PAISAJE SUGERIDO:
FLAMENCOS DE LAGUNA BLANCA



BOCETOS LUNETAS
FOTO MOSAICO
PAISAJES SUGERIDOS
CUESTA DE PORTEZUELO
CAMPO PIEDRA POMEZ



BOCETOS LUNETAS
FOTO MOSAICO
PAISAJES SUGERIDOS
CUESTA DE PORTEZUELO
CAMPO PIEDRA POMEZ



BOCETO TOTEM AEROPARQUE
FOTO PLENA

PANAJES SUGERIDOS
DQUE LAS PROUITAS
CUESTA DE PORTEZUELO



TAREA 6: CASTING DE ACTORES, SHOOTING BOARD, LOCACIONES, REFES DE ARTE, ESCENOGRAFÍA, AMBIENTACIÓN.

El 28 de julio se realiza casting de actores en la Provincia de Córdoba. El equipo de producción realiza el mismo: vemos imágenes y se adjuntan los videos.

Inspiración



Adrián Belloni

Franco Volta

Vittorio Biondi



Walter Avaca

Peregrinaje



Alejandro Kokonos Daniel Mauricio Ponti Mario de la Fuente



Walter Ayala

Reconciliación



Andrea Melisa Baudon y Braulio Ariel Suárez



Candela Barbero y Walter Avaca



Iara García y Maximiliano Álvarez



Jimena de la Fuente y Eduardo Guy



Lucía Martínez y Santiago Cornejo

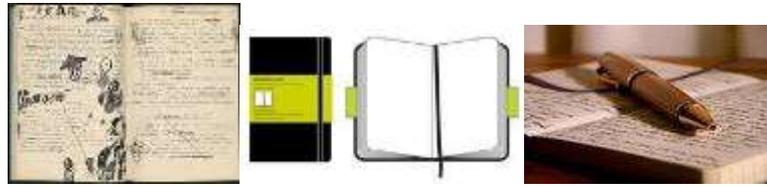
Involucrados: Equipo creativo, equipo de arte, equipo de directores, equipo de cuentas.

Fecha: Se da inicio al trabajo de búsqueda de referencias de arte para completar la ambientación de escenas y locaciones.

Se reciben del equipo de producción las siguientes propuestas:

Arte, escenografía y ambientación





Referencias arte de Inspiración





Referencias arte de Peregrinaje





Referencias arte de Reconciliación

Locaciones interiores

Departamento donde vive el protagonista de Inspiración.



Locación 01



Locación 02



Locación 03



Locación 04

Hospital/Clínica



Locación 01



Referencia de locaciones para Peregrinaje.

Dormitorio donde discuten y arman las valijas para salir de viaje.



01



02



03



04



05

Referencia de locación Reconciliación

Locaciones exteriores Inspiración

Catamarca

Casa de la Cultura



Plaza 25 de Mayo



Cortaderas



Campo de Piedra Pómez



Peña show regional



Laguna Blanca



El Rodeo



Dique el Jumeal



Dunas de Saujil



Locaciones exteriores Peregrinaje

Catamarca

Aeropuerto



Catedral



Gruta de la Virgen



San Pablo de Capayán



Señor de los Milagros FME



Locaciones exteriores Reconciliación

Catamarca

Dique Las Pirquitas



Hotel Casino



Ruta del adobe



Shincal



Termas de Fiambalá



Devolución de los equipos a las propuestas planteadas:

*Locaciones:

-INSPIRACIÓN: El ambiente debería que ser urbano, chiquito, no tan hippie.

Locaciones 02 y 04 estarían encaminadas, pero se pedía algo más arriba.

-RECONCILIACIÓN: Locación 05 está OK.

-PEREGRINAJE: Locación 01 está OK.

*Arte:

Chequear que el lugar de la peña (La Marrupeña <https://www.facebook.com/Pe%C3%B1a-Estable-La-Marrupe%C3%B1a-1625116981097044/>) sea el de la foto.

La remera de la carrera, hacer una similar a la que se utilizaron en las carreras que hubieron en la provincia. Nosotros les pasamos los logos y más o menos la estética.



Peregrinaje: Chequear tema micro, cómo son en la actualidad, no pueden tener la marca Ciudad.

Reconciliación: Cadena de rodocrosita del blog.

La camioneta debía que ser Cherokee o un poco más arriba que la Ecosport.

*Vestuario:

La ropa tenía que ser para temperatura intermedia, como para el mes de septiembre. No pueden aparecer ni con campera ni con musculosa.

-Inspiración: 02 está OK. De la propuesta anterior, iría bien el vestuario del chico con chaleco de la primera imagen.

-Peregrinaje: 03 está OK.

-Reconciliación: Mujer 06 está OK, Hombre 07 y 08 (menos el del traje).

Casting:

-Inspiración: buscar actores más publicitarios, *lindos*. Walter es el que más se acerca a lo buscado.

-Peregrinaje: Primera opción: Alejandro / Segunda opción: Walter

-Reconciliación: buscar actores más publicitarios, lindos y más *arriba* en cuanto a clase social. Bien *aspiracionales*.

A la solicitud de buscar otros actores para inspiración y reconciliación, nos envían una opción más en cada caso:

Segunda opción Inspiración



Ezequiel Zaccardi

Segunda Opción Reconciliación



María Eugenia Barra y Germán Zárate

TAREA 7: PRESENTACIÓN REFERENCIAS DE ARTE, AMBIENTACIÓN, ILUMINACIÓN, LOCACIONES Y CASTING APROBADO.

El 1º de agosto se realizó en la Provincia de Catamarca la presentación referencias de arte, ambientación, iluminación, locaciones y casting aprobadas por el Director Creativo.

La Provincia dio su aprobación a la presentación.

Referencias de iluminación y tipos de plano

Color



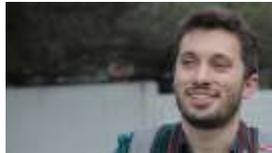
Planos





Casting Inspiración aprobado

Opción 01



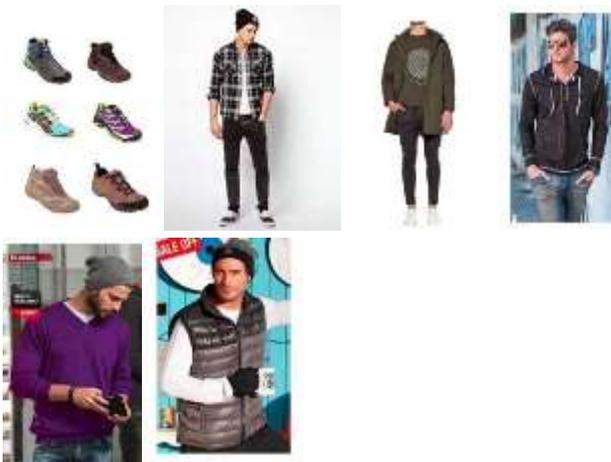
Walter Avaca

Opción 02



Ezequiel Zaccardi

Vestuario Inspiración aprobado



Arte Inspiración aprobado





Locaciones Inspiración aprobado

Córdoba



Catamarca

Casa de la Cultura



Plaza 25 de Mayo



Cortaderas



Campo Piedra Pómez



Peña Show Regional



Laguna Blanca



El Rodeo



Dique el Jumeal



Dunas de Saujil



Casting Peregrinaje aprobado

OPCIÓN 01



ALEJANDRO KOKONOS

OPCIÓN 02



WALTER AYALA

Vestuario Peregrinaje aprobado



Arte Peregrinaje aprobado



Locaciones Peregrinaje aprobadas

Córdoba



Catamarca

Aeropuerto



Catedral



Gruta de la Virgen



San Pablo de Capayán



Señor de los Milagros FME



Vestuario Reconciliación aprobado



Arte Reconciliación aprobado



Locaciones Reconciliación aprobado



TAREA 8: SCOUTING LOCACIONES

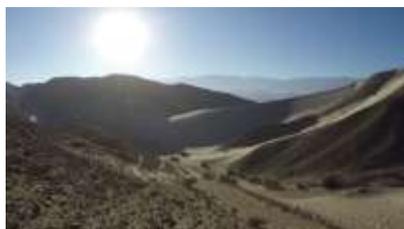
El 2 de agosto de 2016 se envió equipo para scouting locaciones a la Provincia de Catamarca.

Locaciones Inspiración

Cuesta de Portezuelo



Dunas de Saujil



El Jumeal



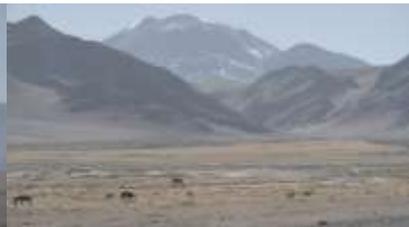
El Rodeo



Laguna Blanca



Paso San Francisco



Campo Piedra Pómez



Locaciones Peregrinaje

Gruta de la Virgen del Valle



El Señor de los Milagros de Choya



Hogar Escuela



San José de Piedra Blanca FME



Santuario Señor de los Milagros FME



San Pablo de Capayán



Catedral



Locaciones Reconciliación

Oratorio de los Orquera



Termas de Fiambalá



El Shincal





Dique Las Pirquitas



Iglesia Nuestra Señora de Andacollo



Iglesia Nuestra Señora del Rosario Iglesia San Pedro



TAREA 9: INICIA RODAJE INTERIORES (CIUDAD DE CÓRDOBA).

El 5 de agosto de 2016 viajaron en avión Marcela Arce, Francisco Pignochi y Bruno Gerondi hacia la ciudad de Córdoba. Una vez en el aeropuerto se encontraron con la Ecosport alquilada para la Agencia que los transportó el resto del viaje de rodaje. El resto del equipo (equipo de producción audiovisual, equipo de directores, equipo técnico, equipo de arte) se encontró en la ciudad de Córdoba.

El 6 de agosto inició el rodaje (Ciudad de Córdoba) realizando las escenas de interiores de ambos spots. Se comenzó con el interior del hall de espera en la clínica e interiores de habitación en la clínica para el spot “Peregrinaje”, luego todo el equipo se trasladó a la siguiente locación, donde se realizaron las escenas de interior de departamento del protagonista del spot “Inspiración”.

El día 21 de agosto viajan en avión Bruno Gerondi y Francisco Pignocchi a la ciudad de Córdoba para encarar la segunda etapa de rodaje de la película Reconciliación. Una vez en el aeropuerto se encontraron con la Ecosport alquilada para la Agencia que los transportó el resto del viaje de rodaje de Reconciliación.

El día 22 de agosto inicia rodaje en la Provincia de Córdoba de la escena de interior del matrimonio en el dormitorio. Ese mismo día a las 13hs. se emprende viaje a Catamarca con todo el resto del equipo.

Debajo copiamos los shooting boards de rodaje de las situaciones de interiores en Córdoba y algunas imágenes de sets.

Plan de rodaje/ shooting board:

PUBLICIDAD CATAMARCA TURISMO						
FECHA: 6 de Agosto – Día 01						
Producción: Mateo Films					DESAYUNO LISTO:	
Agencia: Agencia León					8:30 hs	
CITACION GENERAL LOC 1 : 10 hs					ALMUERZO LISTO:	
CITACION CLIENTE LOC 1 : 10:30 hs					15:00 hs	
Loc 01 Habitación Hospital Sanatorio Allende Cerro. Dirección: Pedro Simón Laplace 5749						
Loc 02 Habitación Inspiración Corazón de Manzana. Dirección: Félix Aguilar 930 y San José de Calasanz						
HORA	STORY	DESCRIPCIÓN	LOCACION	ACCIONES EXTRAS	VESTUARIO O UTILERIA	DIRECCION Y FOTOGRAFIA
PEREGRINAJE - Protagonista Abuelo. 70 años. Córdoba – Loc 01 Hospital						
10 hs		(Vemos una sala de espera de un hospital. Hay un hombre de aproximadamente 70 años sentado esperando. Se lo ve preocupado, nervioso. Se aferra a algo en su mano que aún no sabemos que es. Finalmente aparece un doctor. Le dice algo, claramente una buena noticia ya que su expresión muta a felicidad plena. Ahora lo vemos ingresar a una habitación. Hay un matrimonio joven esperándolo. Su hija, en la cama, le presenta a su nieto recién nacido. Se lo ve desbordado de la emoción. Vemos que deja sobre la mesita de luz lo que llevaba en su mano, una estampita de la Virgen del Valle.	CÓRDOBA – HOSPITAL	Protagonista: Abuelo de 70 años	Protagonista Vestuario: Carpeta de Hijo Cama Rerera Farsalones Copa Utilería: Estampita	
12:30						
15:00 a 16:00 Almuerzo.						
INSPIRACION - Protagonista Varón. 25 Años. Córdoba. Habitación						



TAREA 10: TRASLADO DE EQUIPO TÉCNICO DE DIRECTOR EN LOCACIONES.

Finalizado el rodaje de interiores en la Ciudad de Córdoba, el día 7 de agosto todo el equipo y actor de “Inspiración” se trasladó a la Provincia de Catamarca.

Lo mismo sucedió el día 22 de agosto cuando se emprendió el rodaje final de la película Reconciliación.

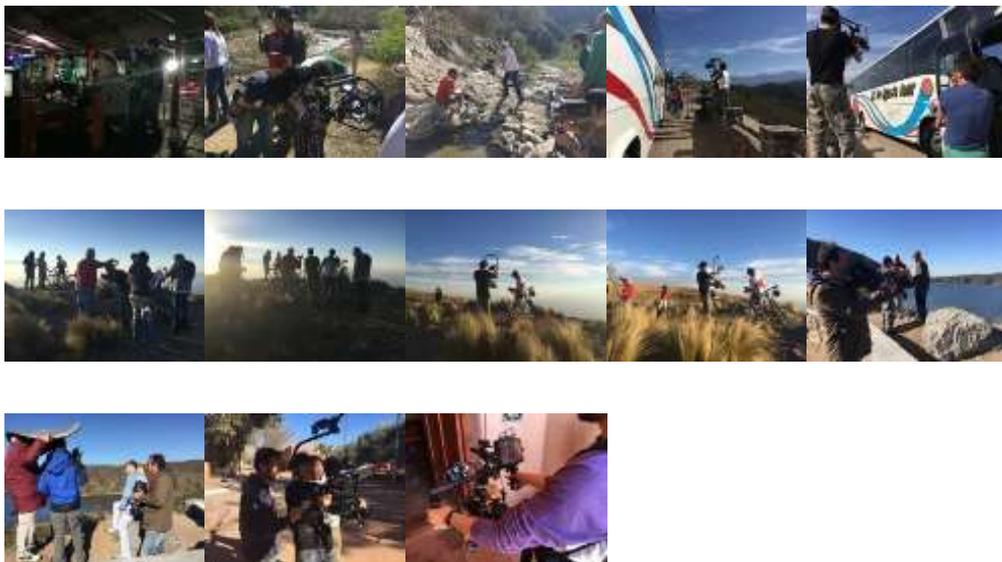




TAREA 11: SCOUTING TÉCNICO DE DIRECTOR EN LOCACIONES

Como forma de optimizar los tiempos y ser exactos al momento de rodar, el Director y su equipo salieron 2 horas antes que el resto del equipo para explorar cada locación y tener ideas precisas de los encuadres de cámara al momento de rodar. Este *modus operandi* se repitió en cada locación del rodaje hasta finalizar las tres películas.

Algunas imágenes de rodaje:



TAREA 12: INICIO DE RODAJE ESCENAS EXTERIORES (PROVINCIA DE CATAMARCA)

Involucrados: Marcela Arce, Francisco Pignocchi, Bruno Gerondi, Equipo de directores, equipo de producción audiovisual, actor Inspiración, fotógrafa (Carolina Cabrera), equipo técnico.

Traslado: En tres camionetas por el resto del rodaje.

Fechas: Desde el 7 de agosto hasta el 14 de agosto.

El día 7 de agosto de 2016 se arribó a la localidad de Tinogasta, en donde la fotógrafa se unió al grupo. En dicha localidad se realizaron imágenes en varias iglesias que se encuentran en la denominada Ruta del Adobe, Iglesia Nuestra Señora de Andacollo, el Oratorio de los Orquera, Iglesia San Pedro y la comandancia de Armas de dicha localidad.

Luego de esto nos trasladamos a las Termas de Fiambalá, con el propósito de hacer tanto fotos como imágenes de video.

El tercer día de rodaje, 8 de Agosto de 2016, se trabajó en las Dunas de Saujil, donde se realizaron las tomas de Sandboard. Luego, nos dirigimos a la ruta de CORTADERAS, dicho lugar se encuentra a 96 kms. de la localidad de Fiambalá, donde hicimos tanto imágenes en video como fotos.

El cuarto día de rodaje, 9 de Agosto de 2016, se inició el viaje hacia la localidad de Belén para realizar tomas en el Shincal, Laguna Blanca (a 3500 mts. de altura), flamencos y Campo de Piedra Pómez (a 4200 mts. de altura).

El quinto día de rodaje, 10 de Agosto de 2016, se emprendió viaje hacia San Fernando del Valle de Catamarca recorriendo 350 kms. desde la última locación. Se realizaron tomas en la Plaza 25 de Mayo, Plaza Central del Valle de Catamarca, La Casa de la Cultura (interiores y exteriores).

Llegada la noche, se reprodujo una peña.

El sexto día de rodaje, 11 de agosto, se inició el viaje a la zona de la Cuesta del Portezuelo donde se realizaron escenas de mountain bike. Luego, los equipos se trasladaron a El Rodeo, ubicado a unos 55 kms. de la Capital, se realizaron tomas en cascada e ingreso y egreso de ómnibus.

El séptimo día de rodaje, 12 de agosto, el equipo se dirigió al Aeropuerto (en interior y exterior), La Catedral, recorrido de Bus Turístico y finalizó con tomas en Gruta de la Virgen del Valle y alrededores.

El octavo día de rodaje, 13 de agosto, se realizaron tomas en Iglesia Hogar Escuela, Iglesia San Nicolás de Bari, e Iglesia El Señor de los Milagros ubicadas en San Fernando del Valle de Catamarca, como así también en la localidad de Fray Mamerto Esquiú. El día 14 de agosto se regresó a Córdoba y se inició la selección de material y edición offline.

Finalización 1° corte "Inspiración" y "Peregrinaje".

El día 22 de agosto se arriba a la Provincia de Catamarca desde Córdoba para comenzar el rodaje de la película Reconciliación en sus escenas exteriores. Se arriba al Hotel Casino en San Fernando del Valle de Catamarca a las 16hs. aproximadamente y a las 17 hs. comienza el rodaje en la entrada del Hotel. Se continúa toda la tarde noche con las escenas de recepción y llegada del matrimonio a Catamarca en Camioneta.

El día 23 de agosto se traslada el equipo a Las Pirquitas en Fray Mamerto Esquiú en donde se realizan tomas tanto aéreas como de cámara de suelo de las escenas indicadas en shooting board. Al mediodía se parte hacia Belén (326 km.) para realizar las tomas del Shincal de Quimivil. En el shincal se reproduce el puesto de artesanías (en donde ella verá el colgante que más tarde le regala el marido en la película) y se realizan todas las tomas indicadas en plan de rodaje y shooting board. Al final del día se viaja a Tinogasta que queda a 160 km.

El tercer día (24 de agosto) a las 8.30 hs. inicia rodaje en la ruta del Adobe en varias iglesias y locaciones. Al mediodía después del almuerzo se emprende camino a Fiambalá (50km) hacia las termas.

Durante la tarde se realizan todas las tomas de esa locación, aprovechando el atardecer para la toma final del spot.

El cuarto día se inicia rodaje en el camino desde Tinogasta hacia Londres en donde se realizan las tomas de la ruta, el matrimonio en viaje, el auto cargado de valijas y la toma de ellos en silencio enojados, sin hablarse ni mirarse. Al final de las tomas mencionadas finaliza el rodaje de Reconciliación. Se emprende viaje de regreso de todo el equipo a Córdoba y desde ahí el regreso de Francisco Pignocchi y Bruno Gerondi a Buenos Aires en avión.

El día 25 de agosto se continuó con la tarea de edición hasta lograr un armado aprobado por la agencia.

Adjuntamos plan de rodaje/ shooting board con la planificación día a día de las tres películas:

PUBLICIDAD CATAMARCA TURISMO						
FECHA: 7 de Agosto DIA 2						
Producción: Málvez Films						DESAYUNO LISTO:
Agencia: Agencia León						
CITACION GENERAL LOC 1 : 16:00						ALMUERZO LISTO:
CITACION CLIENTE LOC 1. : 18:48						
Loc 01: Dunas de Saquil						
HORA	STORY	DESCRIPCIÓN	LOCACION	ACTORES EXTRAS	VESTUARIOS UTILERIA	DIRECCION y FOTOGRAFIA
INSPIRACION - Protagonista Varón, 25 Años, Catamarca – Loc 01 Dunas de Saquil -						
EN VIAJE FOTOGRAFIA		RUTA DEL VINO - ADOBE	Catamarca Iglesia Nuestra Señora de Anlacollo, en La Falda, junto a Anillac. Oratorio de las Orqueras Iglesia de San Pedro y Comandancia de Armas.	3m Protagonistas Solo paisaje	Sin Protagonistas Solo paisaje	Hacer imágenes para serpuerto.
16 hs		Luego, lo vemos haciendo Sandboard en las Dunas de saquil.	Catamarca Dunas de saquil Fiambala	Protagonista: Varón de 25 años	Protagonista: -Revena -Cenna -Chales -Goro de lana -Zapatillas de trekking Utilleria: -Cables de sandboard, -cables, (resortas) -Cuadernos -Lápices	Hacer imágenes para serpuerto. Hacer planos cortos, para que no se vea el actor
FIN DE DIA 02 RODAJE. Noche en Fiambala						

PUBLICIDAD CATAMARCA TURISMO						
FECHA: 8 de Agosto DIA 03						
Producción: Malevo Films Agencia: Agencia León						DEBAYUNO LISTO: 7:30 hs
CITACION GENERAL LOC 01 : 9 hs CITACION CLIENTE LOC 01: 9:30 hs						ALMUERZO LISTO: 13:30
Loc 01: Ruta Cortaderas – Ruta de los Volcanes						
Loc 02: Termas de Fiambala						
HORA	STORY	DESCRIPCIÓN	LOCACION	ACTORES EXTRAOS	VESTUARIO VTA.DIA	DIRECCION y FOTOGRAFIA
INSPIRACION - Protagonista Varón, 25 Años, Catamarca.– Loc 01 Ruta Cortaderas						
9 hs		Lo vemos haciendo trekking con su mochila.	Catamarca Ruta Cortaderas (96 km de Fiambala al hotel Cortaderas) Ruta de los Volcanes SON 15 VOLCANES A LO LARGO DE CASI 200 KILOMETROS QUE VAN DESDE EL NOROESTE DE LA PROVINCIA DE CATAMARCA HASTA EL PAGO SAN FRANCISCO, LIMITE CON CHILE.	Protagonista: Varón de 25 años	Protagonista: Remera -Camisa -Chaleco -Gorro de lana -Zapatillas de trekking Utillería: -Cadenita -Lapicera	Hacer imágenes para aeropuerto. Hacer planos cerrados, para que no se ve el actor
13:30 a 14:30 Almuerzo en Fiambala						
15 hs FOTOGRAFIA		Termas de Fiambala	Catamarca Termas de Fiambala	Sin Protagonistas Solo paisaje	Sin Protagonistas Solo paisaje	Hacer imágenes para aeropuerto.
FIN DIA 03 DE RODAJE – NOCHE EN BELEN (201 km desde Fiambala)						

PUBLICIDAD CATAMARCA TURISMO						
FECHA: 9 de Agosto DIA 4						
Producción: Malevo Films Agencia: Agencia León						DEBAYUNO LISTO: 6:00
CITACION GENERAL LOC 1 : 7:00 CITACION CLIENTE LOC 1 : 10 hs						ALMUERZO LISTO: 13:30
Loc 01: El Shical (solo fotografía)						
Loc 02 Dirección: Laguna Blanca (a 140 km de Belén, al cruce son 20 km)						
Loc 03 Dirección: Campo de Piedra Pómez						
HORA	STORY	DESCRIPCIÓN	LOCACION	ACTORES EXTRAOS	VESTUARIO VTA.DIA	DIRECCION y FOTOGRAFIA
INSPIRACION - Protagonista Varón, 25 Años, Catamarca, Loc 01 El Shincal - Loc 02 Laguna Blanca Loc 03 Campo de Piedra Pomez						
7 hs FOTOGRAFIA		Catamarca El Shincal	Sin Protagonistas Solo paisaje	Sin Protagonistas Solo paisaje		Hacer imágenes para aeropuerto.
10:30 hs		Lo vemos en el lago mirando con prismáticos los flamencos	Catamarca – Laguna Blanca (Camino a Belén)	Protagonista: Varón de 25 años	Protagonista: -Remera -Camisa -Chaleco -Gorro de lana -Zapatillas de trekking Utillería: Mochila, -Cadenita, Lapicera Libros, -Cámara de fotos -zapatillas de trekking -prismáticos	Hacer imágenes para aeropuerto. Hacer planos cerrados, para que no se ve el actor
13:30 a 14:30 Almuerzo.						
16 hs		Luego, lo vemos sacando fotos en el Campo de Piedra Pómez.	Catamarca Campo de Piedra Pómez	Protagonista: Varón de 25 años	Protagonista: -Remera -Camisa -Chaleco -Gorro de lana -Zapatillas de trekking Utillería: Mochila, -Cadenita, Lapicera Libros, -Cámara de fotos -zapatillas de trekking	Hacer imágenes para aeropuerto. Hacer planos cerrados, para que no se ve el actor
FIN DE DIA 04 RODAJE, Noche Belén. DIA 05 – VIAJE A SAN FERNANDO DEL VALLE DE CATAMARCA – 7 HS (326 km)						

PUBLICIDAD CATAMARCA TURISMO						
FECHA: 10 de Agosto DIA 5						
Producción: Malevo Films Agencia: Agencia León						DESAYUNO LISTO:
CITACION GENERAL LOC 1 : CITACION CLIENTE LOC 1. :						ALMUERZO LISTO: 12 hs
Loc 01: Casa de la Cultura: frente a plaza 25 de mayo Loc 02: Plaza 25 de mayo Loc 03: La Marrupeña AV Presidente Ramón S Castillo N 724						
HORA	STORY	DESCRIPCIÓN	LOCACION	ACTORES EXTRAS	VESTUARIO UTILERIA	DIRECCION y FOTOGRAFIA
12:00 a 13:00 Almuerzo. (en los alrededores de la plaza 25 de Mayo)						
INSPIRACION - Protagonista Varón, 25 Años. Catamarca.- Loc 01 Casa de la Cultura – Loc 02 Plaza 25 de Mayo – Loc 03 Peña La Marrupeña						
14 hs		Lo vemos caminando por lugares turísticos de la capital, sacando fotos. (Casa de la Cultura)	CATAMARCA Casa de la Cultura Interior	Protagonista: Varón de 25 años	Protagonista Vestuario: Estilo Urbano - Moderno Utilería: Mochila Cuaderno Libros Lapicera Cámara de fotos	
15:30		Lo vemos caminando por lugares turísticos de la capital, sacando fotos. (Casa de la Cultura)	CATAMARCA Casa de la Cultura Exterior	Protagonista: Varón de 25 años	Protagonista Vestuario: -Remera -Camisa -Chaleco -Gorro de lana -Zapatillas de trekking Utilería: Mochila Cuaderno Libros Lapicera Cámara de fotos	Hacer imágenes para aeropuerto. Hacer planos cerrados, para que no se ve el actor
16:30 hs		Lo vemos sentado en una plaza escribiendo frenéticamente en su cuaderno.(Plaza 25 de Mayo- San Fernando)	CATAMARCA Plaza 25 de Mayo	Protagonista: Varón de 25 años	Protagonista Vestuario: -Remera -Camisa -Chaleco -Gorro de lana -Zapatillas de trekking Utilería: Mochila Cuaderno Libros Lapicera Cámara de fotos	Hacer imágenes para aeropuerto. Hacer planos cerrados, para que no se ve el actor
19:00		Ahora lo vemos en un restaurant comiendo comida típica y disfrutando de un show regional. Esta feliz, brindando y charlando con nuevos amigos catamarqueños. Lo vemos anotando frenéticamente en muchísimas servilletas de papel que va a juntando una al lado de la otra.	CATAMARCA – La Marrupeña	Protagonista: Varón de 25 años Extras:	Protagonista Vestuario: -Remera -Camisa -Chaleco -Gorro de lana -Zapatillas de trekking Utilería: Mochila Cuaderno Libros Lapicera Cámara de fotos Todo lo referido a la Peña.	Hacer imágenes para aeropuerto. Hacer planos cerrados, para que no se ve el actor
FOTOGRAFIA		Dique las Pirquitas Casa Natal FME	Catamarca	Sin Protagonistas Solo paisaje	Sin Protagonistas Solo paisaje	Hacer imágenes para aeropuerto. Con drone para el videowall.
FIN DE DIA 05 RODAJE. Noche San Fernando del Valle de Catamarca.						

PUBLICIDAD CATAMARCA TURISMO						
FECHA: 11 de Agosto DIA 6						
Producción: Malevo Films						DESAYUNO LISTO:
Agencia: Agencia León						7:00
CITACION GENERAL LOC 1 : 7:30						ALMUERZO LISTO:
CITACION CLIENTE LOC 1. : 9 hs						12:30
Dirección: El Rodeo (a 4 km de Capital)						
Dirección: El Jumeal (a 3 km de Capital)						
Dirección: Cuesta del Pórtezuelo (a 44 km de Capital)						
HORA	STORY	DESCRIPCIÓN	LOCACION	ACTORES EXTRAS	VESTUARIO UTILERIA	DIRECCION y FOTOGRAFIA
INSPIRACION - Protagonista Varon. 25 Años. Catamarca. Loc 01 El Rodeo – Loc 02 El Jumeal – Loc 03 Cuesta del Portezuelo						
9 hs listos para grabar		Ahora lo vemos en un paisaje natural de El Rodeo. Bajo un árbol, sigue escribiendo frenéticamente.	CATAMARCA – El Rodeo	Protagonista: Varón de 25 años	Protagonista: -Remera -Camisa -Chaleco -Gorro de lana -Zapatillas de trekking Utilería: Mochila Cuaderno Libros Lapicera Cámara de fotos	Hacer imágenes para aeropuerto. Hacer planos cerrados, para que no se ve el actor
11:30 Camino a Capital.						
12:30 a 13:30 Almuerzo en los alrededores de Plaza 25 de Mayo						
13:45 Camino a El Jumeal						
14:30 hs		Lo vemos haciendo trekking con su mochila por El Jumeal. Sentado en el piso sigue escribiendo. Ya no queda lugar en su cuaderno. Acá vamos a hacer los planos del micro que trae a Catamarca el Joven.	CATAMARCA – El Jumeal	Protagonista: Varón de 25 años	Protagonista: -Remera -Camisa -Chaleco -Gorro de lana -Zapatillas de trekking -Pantalón trekking Utilería: Mochila Cuaderno Libros Lapicera Cámara de fotos Zapatillas de trekking	Hacer imágenes para aeropuerto. Hacer planos cerrados, para que no se ve el actor
16:30		Después lo vemos participando de una carrera de Mountain Bike en la Cuesta del Portezuelo. En cada escena encontrará un lugar en donde seguir escribiendo.	CATAMARCA – Cuesta del Portezuelo	Protagonista: Varón de 25 años EXTRAS	Protagonista Vestuario: - Vestido Con equipo de mountain bike Utilería: Mochila Cuaderno Libros Lapicera Cámara de fotos Bicicletas Mountain bike	Hacer imágenes para aeropuerto. Hacer planos cerrados, para que no se ve el actor
FIN RODAJE INSPIRACION						

PUBLICIDAD CATAMARCA TURISMO
FECHA: 12 de Agosto DIA 07

Producción: Malevo Films
Agencia: Agencia León

DESAYUNO LISTO:
6 AM

CITACION GENERAL LOC 1 : 7 hs
CITACION CLIENTE LOC 1. : 7:48

ALMUERZO LISTO:
12:30

Loc 01 Dirección aeropuerto: Aeropuerto de Catamarca "Coronel Felipe Varela"
 Ruta Provincial 33, Km 22, Valle viejo - (4707) Catamarca. Tel:(54 383) 4453684
 Esta a 25 km del centro de la capital.
Loc 02 Dirección Catedral: Calle Sarmiento en frente de la Plaza 25 de Mayo.
Loc 03 Dirección Gruta: la gruta queda a 7 km desde el centro de la ciudad de Catamarca. Para llegar hasta ella deben tomar la avenida Virgen del Valle y dirigirse hacia el Norte.

HORA	STORY	DESCRIPCIÓN	LOCACION	ACTORES EXTRAS	VESTUARIO UTILERIA	DIRECCIÓN y FOTOGRAFÍA
PEREGRINAJE - Protagonista Abuelo, 70 años. Catamarca – Loc 01 Aeropuerto – Loc 02 Catedral – Loc 03 Bus Turístico – Loc 04 Gruta						
8 hs listos para grabar (el avión llega a las 8)	 	Vemos ese avión llegando a Catamarca Capital. Ahora vemos al abuelo llegando en avión.	Aeropuerto interior y exterior	Protagonista: Abuelo de 70 años	Protagonista Vestuario: Campera de Hilo Camisa Remera Gorra Utileria: Bolsa de mano Foto del nieto	El equipo de dirección y fotografía esta en el exterior de aeropuerto haciendo el plano en donde vemos que llega el avión. En la avanzada, el equipo de producción junto al actor, preparan la escena del abuelo en el interior del aeropuerto. 10 hs equipo completo sale camino a Catamarca Ciudad.
11 hs		Vemos al abuelo ingresando a la Catedral	CATAMARCA interior y exterior.	Protagonista: Abuelo de 70 años	Protagonista Vestuario: Campera de Hilo Camisa Remera Gorra Utileria: Bolsa de mano Foto del nieto Cámara de foto	Hacer imágenes para aeropuerto. Hacer planos cerrados, para que no se ve el actor. Si hay tiempo, hacer Iglesia del Hogar. Escuela

12:30 a 13:30 Almuerzo. (en los alrededores de la plaza 25 de Mayo)

14 hs		Vemos al abuelo, recorriendo la ciudad, (micro turístico)	CATAMARCA – CIUDAD BUS TURISTICO	<u>Protagonista:</u> Abuelo de 70 años Extras 6 arriba del bus turístico	<u>Protagonista Vestuario:</u> Campera de Hilo Camisa Remera Gorra <u>Utilería:</u> Bolso de mano Foto del Nieto Cámara de foto	Hacer imágenes para aeropuerto. Hacer pianos cerrados, para que no se ve el actor
16:30 hs		<p>Ahora, lo vemos caminando por una ruta, en un atardecer, en algo que se asemeja a un peregrinaje. (ruta camino a la gruta)</p> <p>Finalmente, vemos que llega a la gruta de la virgen del Valle.</p> <p>Lo vemos encender una vela y mirarla con emoción. Sostiene en su mano una foto de su nieto recién nacido que aprieta sobre el pecho.</p> <p>Sobre esta escena la cámara se aleja dejando ver el impactante paisaje de la Gruta en un hermoso atardecer. (Gruta Virgen del Valle, Vista de San Fernando desde la gruta)</p>	CATAMARCA – Gruta de la Virgen del Valle	<u>Protagonista:</u> Abuelo de 70 años	<u>Protagonista Vestuario:</u> Campera de Hilo Camisa Remera Gorra <u>Utilería:</u> Bolso de mano Cámara de foto Velas para gruta Foto del Nieto	Hacer imágenes para aeropuerto. Hacer pianos cerrados, para que no se ve el actor
FIN DE DIA 07 RODAJE. Noche en San Fernando del Valle de Catamarca						

PUBLICIDAD CATAMARCA TURISMO						
FECHA: 13 de Agosto DIA 8						
Producción: Malevo Films					DESAYUNO LISTO:	
Agencia: Agencia León					7:00	
CITACION GENERAL LOC 1 : 7:30					ALMUERZO LISTO:	
CITACION CLIENTE LOC 1. : 10 hs					13:30	
IGLESIAS: Loc 01 Iglesia del Hogar Escuela : (Catamarca Capital) -						
Loc 02 Iglesia de San Nicolás de Bari : en la localidad de San Pedro de Capayán -						
Loc 03 Iglesia El Señor de los Milagros : Sobre ruta 41 a 15 km de capital						
HORA	STORY	DESCRIPCIÓN	LOCACION	ACTORES EXTRAS	VESTUARIO UTILERIA	DIRECCION y FOTOGRAFIA
PEREGRINAJE - Protagonista Abuelo, 70 años. Catamarca – Loc 01 Iglesia del Hogar Escuela – Loc 02 Iglesia de San Nicolas de Bari – Loc 03 Iglesia El Señor de los Milagros						
09:00 hs		<p>1 Iglesia del Hogar Escuela (Catamarca Capital, dirección: Salta Esquina Almafuerde s/n.)</p> <p>2 Iglesia de San Nicolás de Bari, de San Pedro de Capayán (se trata de un templo de culto católico que fue declarado Monumento Histórico Provincial. Es una iglesia muy particular, debido a que es única en sus características arquitectónicas dentro de la provincia. El distrito La Tercena se encuentra a 2 km de San José. Allí en la época colonial se realizaban distintas actividades comerciales de intercambio, venta y trueque de mercaderías como era costumbre en ese entonces. En la provincia hubo varias Tercenas, pero es el único lugar que conserva ese nombre. Para visitar, entre lo más destacado, mencionamos la Iglesia del Señor de los Milagros, construida en 1720 –es una de las más antiguas del valle central- tiene un estilo edilicio que se reitera en otras construcciones catamarqueñas. Enclavada en las serranías y sobre una pequeña elevación respecto del nivel de la calle, brinda una imagen conmovedora por su rústica belleza.</p> <p>3 Iglesia El Señor de los Milagros (en CHOYA) construida en 1720 –es una de las más antiguas del valle central- tiene un estilo edilicio que se reitera en otras construcciones catamarqueñas. Enclavada en las serranías y sobre una pequeña elevación respecto del nivel de la calle, brinda una imagen conmovedora por su rústica belleza. (El Distrito San José</p>	CATAMARCA – Iglesias	Protagonista: Abuelo de 70 años	<p>Protagonista</p> <p><u>Vestuario:</u> Campera de Hilo Camisa Remera Gorra</p> <p><u>Utileria:</u> Bolso de mano Estampita Cámara de foto</p>	Hacer imágenes para aeropuerto. Hacer planos cerrados, para que no se ve el actor
		(popularmente denominado Piedra Blanca) sobre la Ruta Provincial nº 41, es la cabecera departamental y está ubicado a 15 km de la capital.)				
FIN RODAJE PEREGRINAJE. REGRESO A CORDOBA						

PUBLICIDAD CATAMARCA TURISMO FECHA: 22 de Agosto DIA 9						
Producción: Malevo Films Agencia: Agencia León						DESAYUNO LISTO:
						ALMUERZO LISTO:
HORA	STORY	DESCRIPCIÓN	LOCACION	ACTORES EXTRAS	VESTUARIO UTILERIA	DIRECCIÓN y FOTOGRAFIA
RECONCILIACION						
13 HS VIAJE A SAN FERNANDO DEL VALLE DE CATAMARCA V						
17 HS.		Los vemos llegar a Catamarca. Bajan en un hotel (Hotel Casino), siguen enojados	Catamarca Hotel Casino	<u>Protagonista:</u> Matrimonio Joven	<u>Protagonista Vestuario:</u> Mujer: Remera Pantalón Jean Campera de hilo Zapatillas <i>trekking</i> Hombre: Remera Pantalón Jean Sweater Zapatillas <i>trekking</i> <u>Utilería:</u> -Auto Jeep <i>Cherokee</i> -Valijas.	
19 HS.		Por corte volvemos al hotel. Los dos, claramente más contentos, le devuelven las llaves al conserje, que mira sin entender demasiado	Catamarca Hotel Casino	<u>Protagonista:</u> Matrimonio Joven <u>Extras Hotel</u> Conserje 1 Turistas 3	<u>Protagonista Vestuario:</u> Mujer: Remera Pantalón Jean Campera de hilo Zapatillas <i>trekking</i> Hombre: Remera Pantalón Jean Sweater Zapatillas <i>trekking</i> <u>Utilería:</u> - Llaves del Hotel	CAMBIAR VESTUARIO DE PROTAGONISTAS (ultimo día)
FIN RODAJE DIA 09. NOCHE EN SAN FERNANDO DEL VALLE DE CATAMARCA.						

PUBLICIDAD CATAMARCA TURISMO FECHA: 23 de Agosto DIA 10						
Producción: Malevo Films Agencia: Agencia León					DESAYUNO LISTO: 7:30	
CITACION GENERAL LOC 1 : 8:00 CITACION CLIENTE LOC 1 : 8:30					ALMUERZO LISTO:	
Loc.01 Dirección: Dique Las Buzquitas. Loc.02 Dirección: Shijocel (a 6 km de Londres) Loc.03 Dirección: Plaza de Belén.						
HORA	STORY	DESCRIPCIÓN	LOCACION	ACTORES EXTRA	VESTUARIO UTILERIA	DIRECCIÓN y FOTOGRAFIA
RECONCILIACION - Venimos a un matrimonio joven - Catamarca. Loc 01 Hotel Casino - Loc 02 Dique Las Pirmitas						
8:30		<p>Ahora están en el Dique Las Buzquitas, sentados mirando el paisaje.</p> <p>Por primera vez intercambian miradas con un poco más de amor.</p> <p>El pasa la mano por su hombro y la abraza. Ella se apoya en su hombro aceptando el abrazo.</p>	Catamarca	<u>Protagonista:</u> Matrimonio Joven	<u>Protagonista Vestuario:</u> Mujer: Remera Pantalón Jean Campera de hilo Zapatillas trekking Hombre: Remera Pantalón Jean Swattes Zapatillas trekking	
12 hs Viaje hacia Belén. (326 km). Pasamos por EL SHINCAL Almuerzo en Londres.						
15:30 hs listos para grabar		<p>Se los ve sorprendidos, encantados con los paisajes. (Shijocel)</p>	Catamarca Shijocel	<u>Protagonista:</u> Matrimonio Joven	<u>Protagonista Vestuario:</u> Mujer: Remera Pantalón Jean Campera de hilo Zapatillas trekking Hombre: Remera Pantalón Jean Swattes Zapatillas trekking <u>Utileria:</u> -Auto Jeep Cherokee -Cámara de Foto	Hacer al amanecer.
17:30 hs		<p>Ahora la vemos a ella en un puesto de artesanías, mira encantada un colgante hecho de rodocrosita. Le encanta, pero no lo compra. (Ruta 60)</p> <p>Ella mira de lejos, sin que ella se dé cuenta.</p>	Catamarca - En la puerta del Shijocel	<u>Protagonista:</u> Matrimonio Joven	<u>Protagonista Vestuario:</u> Mujer: Remera Pantalón Jean Campera de hilo Zapatillas trekking Hombre: Remera Pantalón Jean Swattes Zapatillas trekking <u>Utileria:</u> -Auto Jeep Cherokee -Cámara de Foto -Colgante de Rodocrosita -Puesto de Artesanías	
FIN DE DIA 10 RODAJE. Viaje a Tinogasta. Noche en Tinogasta. (Belén a Tinogasta 160km)						

PUBLICIDAD CATAMARCA TURISMO FECHA: 24 de Agosto DIA 11						
Producción: Malevo Films Agencia: Agencia León					DESAYUNO LISTO: 7:30 hs	
CITACION GENERAL LOC 1 : 8:30 CITACION CLIENTE LOC 1 : 8:30					ALMUERZO LISTO: 13:00	
Loc.01: Ruta del adobe. Loc.02: Termas de Fiambala (a 14 km de Fiambala)						
HORA	STORY	DESCRIPCIÓN	LOCACION	ACTORES EXTRA	VESTUARIO UTILERIA	DIRECCIÓN y FOTOGRAFÍA
RECONCILIACION - Venos a un matrimonio joven. Catamarca. Loc 01: Ruta del adobe						
8:30		Ahora los vemos en un tour recorriendo diferentes paisajes catamarqueños. (Ruta del Adobe)	Catamarca – Ruta del Adobe	<u>Protagonista:</u> Matrimonio Joven	<u>Protagonista Vestuario:</u> Mujer: Remera Pantalón Jean Campera de hilo Zapatillas <i>trekking</i> Hombre: Remera Pantalón Jean <i>SWATTS</i> . Zapatillas <i>trekking</i> <u>Utileria:</u> -Auto Jeep <i>Cherokee</i> -Cámara de Foto -Colgante de Rodocrosita -Puesto de Artesanías	
13 a 14 hs Almuerzo en Fiambala. (Tinogasta a Fiambala 48km / Fiambala a las Termas 12km)						
15 hs	 	Por corte los vemos armar un mantel sobre el suelo en Las Termas de <i>Fiambala</i> . Él, de sorpresa, le regala el colgante que ella había visto antes. Finalmente, súper enamorados, los vemos besándose bajo un cielo estrellado.	Catamarca <i>Fiambala</i>	<u>Protagonista:</u> Matrimonio Joven	<u>Protagonista Vestuario:</u> Mujer: Remera Pantalón Jean Campera de hilo Zapatillas <i>trekking</i> Hombre: Remera Pantalón Jean <i>SWATTS</i> . Zapatillas <i>trekking</i> <u>Utileria:</u> -Auto Jeep <i>Cherokee</i> -Cámara de Foto -Mantel – Vino – Copas – Utensilios. -Colgante de Rodocrosita	Noche estrellada - Collar - Picnic
FIN DE DIA 11 RODAJE. Noche en Tinogasta.						

PUBLICIDAD CATAMARCA TURISMO FECHA: 25 de Agosto DIA 13						
Producción: Malevo Films Agencia: Agencia León					DESAYUNO LISTO: 7:30	
CITACION GENERAL LOC 01 : 8:00 CITACION CLIENTE LOC 01: 8:00					ALMUERZO LISTO: 13:30	
Loc 01: Ruta de Tinogasta						
HORA	STORY	DESCRIPCIÓN	LOCACION	ACTORES EXTRA S	VESTUARIO UTILERIA	DIRECCIÓN y FOTOGRAFIA
RECONCILIACION - Venimos a un matrimonio joven. Catamarca. Loc 01 Rhinal						
8:30	 	Por corte los vemos en la ruta, con el auto cargado de valijas. Van en silencio, enojados, sin hablarse ni mirarse	Catamarca Ruta Londres - Tinogasta	Protagonista: Matrimonio Joven	Protagonista Vestuario: Mujer: Remera Pantalón Jean Campera de hilo Zapatillas trekking Hombre: Remera Pantalón Jean Sweat Zapatillas trekking Utileria: -Auto Jeep Cherokee -Valijas	LIMPIAR EL JEEP
FIN DE RODAJE MATRIMONIO. Vuelta a Córdoba.						

TAREA 13: INICIO FOTOGRAFÍAS DE PAISAJES

El equipo creativo describió estas indicaciones para labor fotográfica:

- Preferentemente planos abiertos, angulares amplios y vistas panorámicas. Únicamente luz natural, con espaciado y margen pensado para aviso con titular/copy en sus variantes centrados y marginados a ambos lados.

- Producir mismas variantes con o sin protagonista.

Comienza el trabajo fotográfico en la localidad de Tinogasta y continúa durante todo el viaje.

Debajo copiamos una selección de las fotografías realizadas:



Campo de Piedra Pómez



Catedral San Fernando del Valle



Cuesta del Portezuelo



Dunas de Saujil



El Shincal



Laguna Blanca



Ruta del Adobe





Termas de Fiambalá



TAREA 14: DESCARGA DE MATERIAL (FÍLMICO Y FOTOGRÁFICO)

Involucrados: Equipo de producción, técnico, equipo de directores.

Debido al escaso tiempo entre un proceso y el siguiente, la descarga de material se realizó en paralelo a la filmación.

Se decidió ir aprobando en el momento de realizar las tomas las mejores, según el director creativo y la directora de cuentas.

Todas las noches se dejaban las tarjetas de cámara descargando el material que era muy pesado por estar en 4k. Además se realizaba la preselección de las tomas aprobadas por los directores.

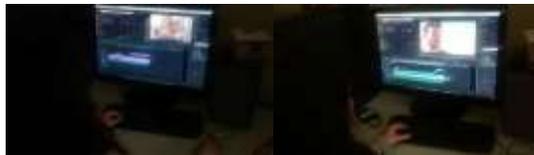
Con respecto a las tomas fotográficas, también se realizó la descarga y copiado de material preseleccionado diariamente. A su vez, todos los días se enviaban a la Agencia para que el equipo de diseñadores pudiesen armar las propuestas gráficas para llegar, luego, a la presentación de la campaña y a las entregas a los medios.

TAREA 15: SELECCIÓN DE MATERIAL

Debido al escaso tiempo entre un proceso y el siguiente, la descarga de material se realizó en paralelo a la filmación.

Se decidió aprobar al mismo momento de realizar las tomas, las mejores según el director creativo y la directora de cuentas.

Todas las noches se dejaron las tarjetas de cámara descargando el material. La preselección de las tomas aprobadas fue llevada adelante por los directores.



TAREA 16: EDICIÓN OFFLINE

Involucrados: Equipo de producción, equipo creativo, equipo de directores y equipo de post producción.

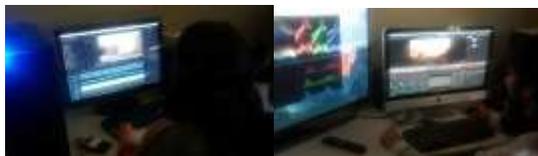
Fecha: del 12 de agosto al 20 de agosto los spots Inspiración y Peregrinaje. Y del 23 de agosto al 31 de agosto el spot Reconciliación

El proceso de edición comenzó en paralelo con la filmación para lograr un armado para poder enviar a los músicos y así poder terminar con su labor, además de cumplir con los tiempos de entrega pactados con CFI y los medios.

Adjuntamos el primer armado de los tres spots.

Sumamos algunas imágenes del proceso de edición:





TAREA 17: GRABACIÓN LOCUTOR

Se recibieron locuciones: (adjuntas en disco)

(off_01.mp3 , off_02.mp3 y off_03.mp3)

(off_04.mp3 , off_04.mp3 , off_05.mp3 y off_06.mp3).

Una vez logrado el primer armado aprobado del spot Inspiración, se tomó la decisión de no usar locutor en las películas por su disonancia con el clima de los mismos. Se advirtió que la pieza es mucho más rica sin locuciones.

Las locuciones fueron descartadas por el Director Creativo.

TAREA 18: ARMADO MATERIAL GRÁFICO

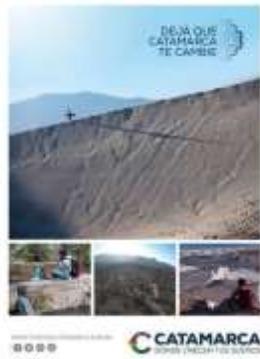
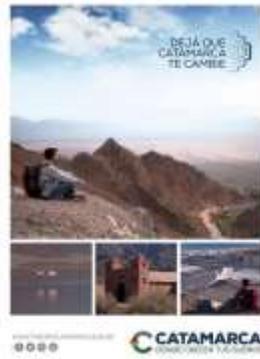
Involucrados: Equipo creativo, equipo de producción, equipo de cuentas.

Fechas: El trabajo gráfico se desarrolló desde el día 18 de julio hasta la entrega final de los originales el 22 de agosto.

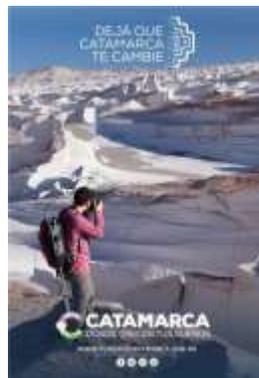
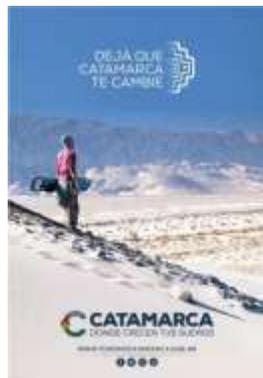
Con las imágenes finales se armaron varias opciones de piezas gráficas y se presentaron a la Provincia.

El 16 de agosto se presentó a la Provincia los siguientes bocetos con alternativas para cada soporte.

Avisos



Backlights



Carteles



Digital Light



Lunetas



Banners Web fijos



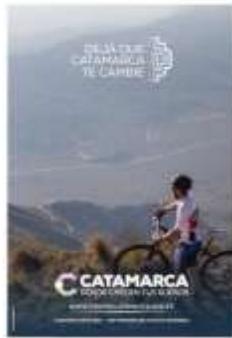
Landing Page



De la presentación realizada a la Provincia quedaron las siguientes piezas seleccionadas:



DIGITAL LIGHT VERTICAL
1920 x 1080



CARTEL AEROPUERTO
134 x 134



CARTEL AEROPUERTO
134 x 134



CARTEL AEROPUERTO
134 x 214



DIGITAL LIGHT VERTICAL
1920 x 1080



LINETAS - COLECTIVO
1,94 x 0,91



LINETAS - COLECTIVO
1,94 x 0,91



LINETA - COLECTIVO
1,94 x 0,91



BANNERS FIJOS

728 x 90



320 x 100





TAREA 19: FINALIZACIÓN 1ER. CORTE “INSPIRACIÓN” Y “PEREGRINAJE”, MÁS PIEZAS GRÁFICAS PARA DISTINTOS SOPORTES

Involucrados: Director Creativo, equipo de producción, equipo de directores, editores.

Fecha: El 12 de agosto se realizó el primer armado del corte de Inspiración para enviar a los músicos y así poder ajustar la banda final contra las imágenes y poder cerrar el trabajo musical esperado (adjuntamos).

Se recibe por parte del equipo de producción los primeros cortes de los spots “Inspiración” y “Peregrinaje”.

Adjuntamos la primera versión de cada spot y sus evoluciones hasta llegar a la versión presentada a la Provincia.

Los ajustes que se solicitaron fueron los siguientes:

Video Wall aeroparque

Versión 1: La gráfica no es la que corresponde. Hay que ponerla en línea con la gráfica aprobada para la campaña. Faltan imágenes del Dique Las Pirquitas, agregar imágenes de mountain bike y un poco más de iglesias. Agregar más dunas.

Versión 2: la gráfica está correcta. Solicitamos agregar la marca Catamarca presente en toda la película. Hay más dunas.

Versión 3: versión aprobada.

Inspiración

Versión 1: se pasa un armado con gráfica para indicar a los músicos dónde debe cambiar la banda musical. Esta versión no tiene color, se realizará una vez aprobado el corte. Se solicita que la placa final sea el logo animado sobreimpreso sobre imagen final.

Versión 2: el logo final tiene que ser la versión con bordes blancos, y, el claim “donde crecen tus sueños” tiene que durar un poco más.

Versión 3: se recibe la versión final y es aprobada internamente por los equipos.

Peregrinaje

1. Versión 1: Se ve al medico durante demasiado tiempo y está en 50 cuadros. Acortar la llegada del médico. Acortar el peregrinaje del actor. Poner más recorrido en el micro. Quitar locutor final. Sacar la toma donde aparecen los peregrinos reales. Agregar toma de la Virgen. Sobreimprimir en imagen: “Dejá que Catamarca te cambie”, y “Catamarca, donde crecen tus sueños”. Ajustar y empezar a trabajar el color.

2. Se recibe la versión con ajustes: versión 2 aprobada.

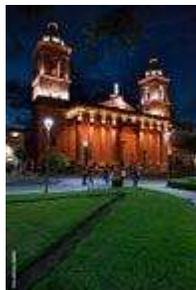
TAREA 20: PRESENTACIÓN FOTOS CAMPAÑA

Se realizó la selección final de las fotos de la campaña que adjuntamos en baja y alta resolución en el disco.

Campo de Piedra Pómez



Catedral San Fernando del Valle



Cuesta del Portezuelo



Dunas de Saujil





El Shincal



Laguna Blanca





Ruta del Adobe



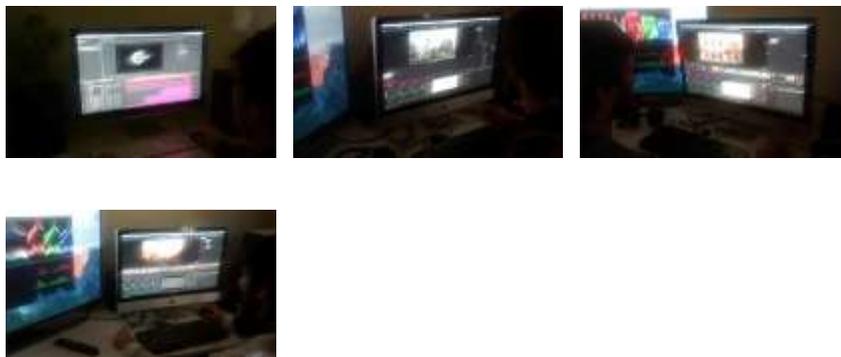
Termas de Fiambalá



TAREA 21: EDICIÓN ONLINE

Involucrados: Equipo creativo, equipo de producción, editores, equipo de directores, equipo de cuentas.

Fecha: Entre el 12 de agosto y el 20 de agosto se realizó la edición online.



TAREA 22: FINALIZACIÓN DEL 1ER. Y 2DO. SPOTS “INSPIRACIÓN” Y “PEREGRINAJE”: EDITADOS DE 60 SEGUNDOS DE DURACIÓN CADA UNO CON LOCUCIÓN Y BANDA DE SONIDO ORIGINAL Y PLACA

Involucrados: Equipo creativo, equipo de producción, equipo de cuentas, equipo de directores y editores.

Fecha: Se finalizó la edición aprobada internamente el día 15 de agosto, aunque con una versión offline hasta tener la aprobación del corte por parte de la Provincia. Una vez estuvo aprobada se siguió avanzando con la edición online para su correcta entrega en tiempo y forma a los medios.

TAREA 23: PRESENTACIÓN VIDEOS 1 Y 2 (“INSPIRACIÓN” Y “PEREGRINAJE”) A LA PROVINCIA Y AL CFI

Involucrados: equipo de producción y equipo de cuentas.

Fecha presentación: 16 de agosto.

El día 16 de agosto Marcela Arce viajó a la Provincia de Catamarca a presentar toda la campaña a la Gobernadora. Una vez aprobadas todas las piezas se comenzó con la entrega: primero a CFI y luego a los diferentes medios de comunicación.

TAREA 24: PREPARACIÓN DEL VIDEO DEFINITIVO Y ARCHIVOS PARA LAS DISTINTAS PIEZAS (FORMATOS CINE, INTERNET Y GRÁFICAS)

Fecha: El día 18 de agosto se comenzó a entregar el material, tanto gráfico como audiovisual, a los contactos de los medios proporcionados por el CFI. El día 5 de septiembre se entregó a cine y digital el tercer spot Reconciliación.

Todo con los formatos contratados por CFI con las siguientes especificaciones técnicas:

Carteles aeroparque

1 cartel: Medida total (mts.): 2,80 x 2,46 - Medida publicitaria (mts.): 2,60 x 2,26 - Superficie (m2): 5,87 - Iluminación: Backlight - Material: Tela Backlight

1 cartel: Medida total (mts.): 2,65 x 2,30 - Medida publicitaria (mts.): 2,55 x 2,22 - Superficie (m2): 6,09 - Iluminación: Backlight - Material: Tela Backlight

1 cartel: Medida total (mts.): 3,14 x 2,14 - Medida publicitaria (mts.): 2,94 x 1,94 - Superficie (m2): 6 - Iluminación: Backlight - Material: Tela Backlight

FORMATOS:

Archivos en JPG, PSD.

Resolución final del archivo a tamaño real: 1280 px x 720 px 75 px/inch

Aviso revista Alta

En formato JPG. TIFF. EPS. PDF o AI.

Página simple: 20 cms. ancho x 28 cms. alto
Archivo convertido a curva en 300 dpi.
Todas las medidas son al corte.
Los archivos armados a tamaño tendrán que tener en cuenta una demasía de 5mms.
Las tipografías negras o grises a un color no CMYK.

Lunetas de colectivo

Medidas: Óptico: 1,80 x 0,80 m Demasía superior: 11cms.
Demasía inferior: 2 cms. Demasía lateral: 7cms. de cada lado Medida final: 1,94 x 0,93 mts.

Especificaciones técnicas para el correcto envío de archivos:

1) Los archivos se deben enviar al 10% de la medida final, separación CMYK con demasías impresas incluidas, a 300 dpi de resolución. Las imágenes en .JPG , .TIFF , (Photoshop EPS de preferencia).

Opciones de guardado en Photoshop EPS

2) Es importante que las imágenes salvadas en Photoshop posean las guías de óptico como así también las demasías impresas.

Guías demasía

Guía de óptico

3) Para el envío en Illustrator (.ai):

a) Tipografías convertidas a curvas. b) Incluir las imágenes linkeadas que estén involucradas en el armado. Incluir una imagen de referencia del cartel.

Backlight vertical shoppings

Medidas en milímetros (mm)

Sustrato de impresión: Papel Back Light

ORIGINAL A TAMAÑO

ORIGINAL AL 20%

Área visual: 1150 x 1700

230 x 340

Área impresa: 1220 x 1770

244 x 354

Medida final al corte: 1200 x 1750

240 x 350

Resolución: 72 dpi

360 dpi

Con preferencia original se debe elaborar al 20% de la medida final

Medida del original: 240 mms. x 350 mms. + 4 sangrado de 4 mms.

Resolución: 360 dpi

Colores CMYK

Textos: convertidos a curvas o en cambio adjuntar archivo de fuente

Enlaces: Deben respetar la resolución del original y ser adjuntados si el archivo viene en AI.

Formatos de original: JPEG, AI, TIFF, PSD, PDF Y EPS

Digital light (vertical) shoppings

(Digital Light) archivo *.MPG (MPEG2) Program Stream, en Full HD 1920x1080 píxeles, con Bitrate constante a 15000 Kbps a 25 frames/segundo, desentrelazado, con el diseño rotado a la derecha. (Sentido horario)

También pueden enviar un archivo *.mp4 o *.mov (Código H264) en Full HD 1920 x 1080 píxeles con el diseño rotado a la derecha. (Sentido horario)

Entrega de material en Imágenes:

.JPG ;.PSD ; *.TIF (RGB a 72Dpi) en 1920 x 1080 píxeles con el diseño rotado a la derecha. (Sentido horario) Ver Fig 1

El nombre de archivo debe hacer referencia al Cliente y Motivo del comercial. El peso no debe superar los 300 MB.

Recomendado: archivo *.MPG (MPEG2) Program Stream, en Full HD 1920x1080 píxeles, con Bitrate constante a 15000 Kbps a 25 frames/segundo, desentrelazado

Otras Opciones:

Archivo *.mp4 ó *.mov (Código H264) en Full HD 1920x1080 píxeles

Duración: No más de 30" se aconseja entre 15" y 20"

Cine

ESPECIFICACIONES ENTREGA DE MATERIALES CINE:

FORMATO VIDEO - PREFERENCIA ALTA CALIDAD

Secuencia de cuadros: .Tiff/ .DPX / .TGA

Formato video: 4K / 2K / HD1080

Frames por segundo: 24p, 25p, 29.97p FPS (Progressive)

Estas secuencias NO deben contener negros, ni pizarras indicadora, en sincro con el audio.

FORMATO AUDIO

Audio: 24-bit, 48Khz Uncompress Stereo

o sonido 5.1 (L, R, C, LFE, LS. RS) en 6 canales.

Extensión .AIF o .WAV

En perfecto sincronismo con el video

Incluir archivo de referencia del aviso en baja calidad
conteniendo video y audio

En caso de no disponer de este tipo de formato de Video y
Audio se puede enviar los archivos en los siguientes formatos:

ESPECIFICACIONES ALTERNATIVAS DE MATERIALES CINE

FORMATO VIDEO Y AUDIO:

Quicktime .mov: ProRes 422HQ, H264, None, Animation /
audio 48 Khz uncompressed stereo o 5.1

H264 .mp4: Alto BitRate / audio ACC 48Khz stereo o 5.1 / audio
48 Khz uncompressed stereo o 5.1

AVI .avi: Blackmagic HD 8 bit 4:2:2. / None

En tamaño: 2k / HD1080 / HD720 / Frame Rate: 24p, 25p,
29.97p FPS

Audio: 24-bit, 48Khz, Uncompress Stereo o sonido 5.1 (L, R, C,
LFE, LS. RS) en 6 canales.

En perfecto sincronismo con el video.

Estos videos NO deben contener negros, ni pizarras indicadora,
en sincro con el audio.

Todos estos materiales se pueden enviar por FTP, Wetransfer,
Dropbox, etc, o enviar Disco rígido, Blu-Ray (datos), DVD (datos)
Pendrive.

EN TODOS LOS FORMATOS, RESPETAR MÁRGENES DE
SEGURIDAD DEL 10% PARA TÍTULOS Y GRÁFICAS - ENCUADRE
HDTV-

Tiempo de entrega 3 días hábiles antes de su exhibición.
Incluir archivo de referencia del aviso en baja calidad
conteniendo video y audio.

Video Wall y monitores LED full HD 42" Aeroparque

AA2000 - CARTELERÍA DIGITAL - REQUERIMIENTOS TÉCNICOS

Detallamos los requerimientos técnicos de los archivos que se deben respetar para la cartelería digital, cualquier otro formato no es aceptable.

Video HD 1280 X 720px (Windows Media Video 9 Advance Profile) Codec wmv Bitrate 10.000 kbps 29,97 fps SIN AUDIO Peso Máximo: 45M Foto Full Screen Formato: JPG, PSD - 1280px x 720px 72px/inch.

Tiempo: El Spot NO DEBE exceder los 40 segundos.

Internet

El diseño será entregado en un psd, colores, fonts utilizadas, las imágenes en 1920 x 1080 px en 300 dpi y el video debe ser el óptimo para ser subido a la web.

Medidas de los banners web:

970x250 (puede ser imagen (png/jpg) o una animación)

620x100 (puede ser imagen (png/jpg) o una animación)

728x90

320x100

Se adjuntan los originales en los formatos solicitados para todos los medios, más remitos y mails que acreditan la entrega.

TAREA 25: FINALIZACIÓN DEL 3º SPOT "RECONCILIACIÓN" EDITADO DE 60 SEGUNDOS DE DURACIÓN, CON LOCUCIÓN Y BANDA ORIGINAL Y PLACA.

Involucrados: Director Creativo, equipo de producción, equipo de directores, editores.

Fecha: El primer armado se tuvo el día 26 de agosto y el último a presentar a la provincia, el día 31 de agosto.

Se adjuntan las versiones y se describen los ajustes realizados:

Versión 1:

Se solicitan los siguientes ajustes:

1 La pelea del comienzo de los chicos acortarla un 30 / 40 % aprox. (es estimativo , desde ya)

2 Tomas del Puesto de artesanías en el SHINCAL , que la parte de ELLA sea mas cortita , si conservar la toma de EL , donde mira la situación del collar en cuestión.

3 Meter tomas de DRONE del SHINCAL , mostrar lo espectacular de la zona

4 TERMAS , sacar la toma de ellos al borde de la pileta de espaldas a la montaña y agregar tomas de ellos en cascada , donde se vea que detrás de ellos hay mas de una pileta / cascada , hay tomas muy lindas y de diferentes ángulos según recordamos.

5 ESCENA FINAL / COLLAR , aquí necesitamos que se entienda un poco mas que EL le regala el collar que antes ELLA se niega a comprar... que se vea mas el collar , siempre manteniendo el relato tal cual lo contaste en la secuencia ... fijarse que tomas se pueden agregar o enrocar , incluso seria bueno agregar una toma de ELLA con el collar puesto.

6 En la toma final , siempre imaginamos la de ellos recortados por el sol , brindando ... sobre la cual aplicaría el PACK final ... la del SHINCAL que esta puesta ahora es bellísima , pero la meteríamos en la secuencia del SHINCAL , para no perderla.

7. Sacar la toma de ellos en el lobby del hotel haciendo check out, no suma y confunde el relato.

8. Enviemos esta versión con los ajustes a los músicos y empiecen a trabajar la banda adaptada para esta película.

Versión 2: Con respecto a la banda se solicita que se baje el dramatismo y que siga en línea con lo que se viene trabajando en las otras películas de la campaña. Si está bien que haya clima de tensión, pero no dramatismo, sino acentúa mucho algo que después debe deshacerse rápidamente.

Versión 3: Se recibe la versión con ajustes de edición y banda y se aprueba internamente, esta es la versión que se presentará a la provincia y a CFI.

TAREA 26: PRESENTACIÓN DEL VIDEO/SPOT "RECONCILIACIÓN A LA PROVINCIA Y AL CFI

Involucrados: Director Creativo, equipo de producción, equipo de directores, editores, equipo de cuentas.

Fecha: El día 31 de Agosto se envía la versión aprobada internamente a la provincia de Catamarca.

Se envía la versión final del spot Reconciliación por mail a la provincia de Catamarca. Ese mismo día se recibe la aprobación de la misma.

Se envía la versión aprobada por la provincia al CFI el 1º de septiembre.

TAREA 27. PREPARACIÓN DEL VIDEO DEFINITIVO Y ARCHIVOS PARA LAS DISTINTAS PIEZAS (FORMATO CINE, INTERNET, GRÁFICAS)

Involucrados: Equipo de cuentas y equipo de producción.

Fecha: El día 5 de septiembre se comenzó a entregar el material audiovisual, a los contactos de los medios proporcionados por el CFI. Y con los formatos contratados por CFI con las siguientes especificaciones técnicas:

Cine:

ESPECIFICACIONES ENTREGA DE MATERIALES CINE:

FORMATO VIDEO - PREFERENCIA ALTA CALIDAD

Secuencia de cuadros: .Tiff/ .DPX / .TGA

Formato video: 4K / 2K / HD1080

Frames por segundo: 24p, 25p, 29.97p FPS (Progressive)
Estas secuencias NO deben contener negros, ni pizarras
indicadora, en sincro con el audio.

FORMATO AUDIO

Audio: 24-bit, 48Khz Uncompress Stereo
o sonido 5.1 (L, R, C, LFE, LS. RS) en 6 canales.
Extensión .AIF o .WAV
En perfecto sincronismo con el video
Incluir archivo de referencia del aviso en baja calidad
conteniendo video y audio

En caso de no disponer de este tipo de formato de Video y
Audio se puede enviar los archivos en los siguientes formatos:

ESPECIFICACIONES ALTERNATIVAS DE MATERIALES CINE FORMATO VIDEO Y AUDIO:

Quicktime .mov: ProRes 422HQ, H264, None, Animation /
audio 48 Khz uncompressed stereo o 5.1

H264 .mp4: Alto BitRate / audio ACC 48Khz stereo o 5.1 / audio
48 Khz uncompressed stereo o 5.1

AVI .avi: Blackmagic HD 8 bit 4:2:2. / None

En tamaño: 2k / HD1080 / HD720 / Frame Rate: 24p, 25p,
29.97p FPS

Audio: 24-bit, 48Khz, Uncompress Stereo o sonido 5.1 (L, R, C,
LFE, LS. RS) en 6 canales.

En perfecto sincronismo con el video.

Estos videos NO deben contener negros, ni pizarras indicadora,
en sincro con el audio.

Todos estos materiales se pueden enviar por FTP, Wetransfer,
Dropbox, etc, o enviar Disco rígido, Blu-Ray (datos), DVD (datos)
Pendrive.

**EN TODOS LOS FORMATOS, RESPETAR MÁRGENES DE
SEGURIDAD DEL 10% PARA TÍTULOS Y GRÁFICAS - ENCUADRE
HDTV-**

Tiempo de entrega 3 días hábiles antes de su exhibición.

Incluir archivo de referencia del aviso en baja calidad
conteniendo video y audio.

Internet:

El diseño será entregado en un psd, colores, fonts utilizadas, las imágenes en 1920 x 1080 px en 300 dpi y el video debe ser el óptimo para ser subido a la web.

Medidas de los banners web:

970x250 (puede ser imagen (png/jpg) o una animación)

620x100 (puede ser imagen (png/jpg) o una animación)

728x90

320x100

Se adjuntan los originales en los formatos solicitados para todos los medios, más remitos y mails que acreditan la correcta entrega.