

unir

LA UNIVERSIDAD
EN INTERNET

Grado en Diseño Digital



Desarrollo de la fase de preproducción de un corto animado para el Camino de Santiago.



Trabajo fin de estudio presentado por: Rueda Romero, Luis

Tipo de trabajo: Tipo 2, propuesta de diseño digital

Director/a: Fraile Narvaez, Marcelo

Fecha: 22 Julio 2021

Ciudad: Madrid



RESUMEN

Este trabajo tiene como finalidad desarrollar la fase de producción de un cortometraje de animación 2D para una campaña publicitaria del Camino de Santiago, una de las rutas de peregrinaciones más importantes del mundo, además de uno de los reclamos turísticos más importantes de España.

Aunque en el último año con el Covid 19 el Camino se ha visto afectado y el número de peregrinos ha disminuido, la idea es intentar recuperar las cifras de años anteriores en los que el número de peregrinos estaba aumentando.

De acuerdo a los contenidos teóricos se han definido diferentes fases por las que debe pasar un cortometraje para su producción, además de mostrar los procesos de creación de contenidos de una campaña de marketing.

El trabajo puede servir como punto de referencia para futuros proyectos o iniciativas de carácter audiovisual.





ABSTRACT

The purpose of this work is to develop the production phase of a 2D animated short film for an advertising campaign for the Camino de Santiago, one of the most important pilgrimage routes in the world, as well as one of the most important tourist attractions in Spain.

Although in the last year with Covid 19 the Camino has been affected and the number of pilgrims has decreased, the idea is to try to recover the figures from previous years in which the number of pilgrims was increasing.

According to the theoretical contents, different phases have been defined that a short film must go through for its production, in addition to showing the content creation processes of a marketing campaign.

The work can serve as a point of reference for future projects or initiatives of an audiovisual nature



Índice de contenidos:

1. Introducción	5		
1.1. "Justificación y motivación"	6	4.3.1 "Guión técnico"	41
1.2. "El uso del video marketing"	10	4.3.2. "Moodboard"	70
1.2. "Planteamiento del trabajo"	13	4.3.3. "Diseño personajes"	77
		4.4. "Fase Producción"	78
2. Contexto y estudio preliminar	14		
2.1. "El Camino de Santiago"	15	5. Evaluación y discusión de resultados	80
2.1.1. "El Camino hoy en día"	17	5.1. "Evaluación de resultados"	81
2.1.2. "Público objetivo"	25	5.2. "Interpretación resultados"	82
2.2. "La publicidad del Camino"	27		
2.2.1. "Un paseo por la publicidad del Camino"	28	6. Conclusiones y trabajo futuro	83
2.2.2. "El Camino en el cine"	30	6.1. "Conclusiones y trabajo futuro"	84
3. Objetivos y metodología	34		
3.1. "Objetivo general"	35	7. Referencias bibliográficas	85
3.2. "Objetivos específicos"	35		
3.3. "Metodología"	35		
4. Descripción del proyecto	36		
4.1. "Briefing y público objetivo"	37		
4.2. "Fase creación de ideas"	37		
4.3. "Fase preproducción"	40		

01 INTRODUCCIÓN

"EL PEREGRINO NO EXIGE, AGRADECE "
(ANÓNIMO)





[01] INTRODUCCIÓN.

1.1 Justificación y motivación.



Fuente: elaboración propia

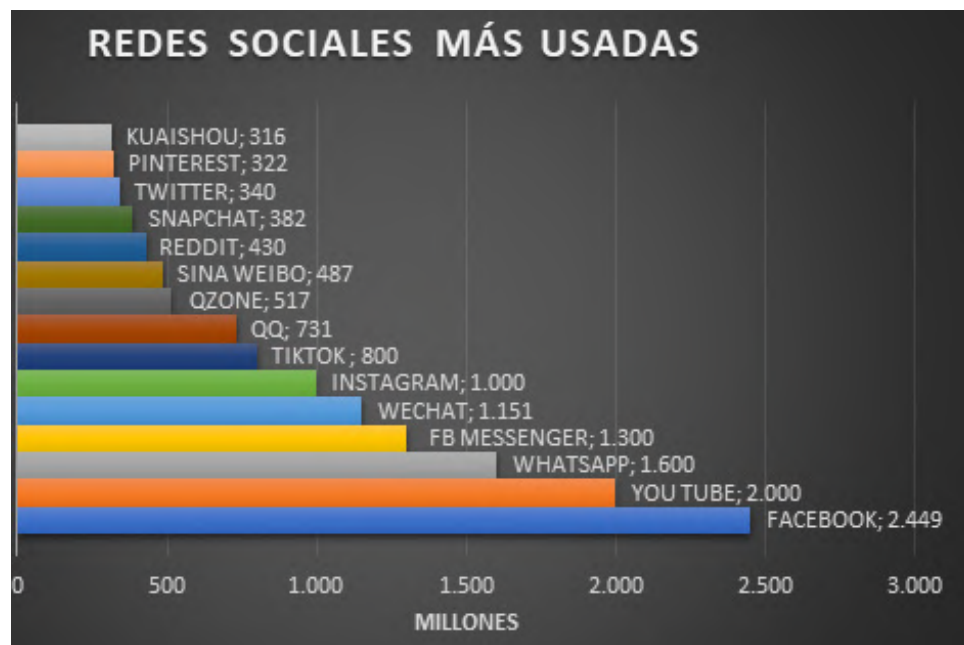
El Camino de Santiago es una de las peregrinaciones más conocidas y transitadas del mundo. El objetivo; visitar la tumba del Apóstol Santiago. El Camino no es sólo una ruta, es todo un sistema de caminos, cada uno con unas características que lo hacen diferente, no importa las veces que hagas el Camino, siempre encuentras algo nuevo que hace cada ruta única. Que una persona esté dispuesta a abandonar la comodidad del hogar para hacer el Camino es difícil de entender, cada peregrino dará una razón diferente pero lo cierto es que, ya vaya uno por motivos religiosos o por deporte, el Camino te cambia, el peregrino no solamente transita por el

Camino, forma parte de él, se vive de una forma diferente a cualquier otra ruta, el Camino posee un espíritu que lo hace distinto, es una ruta en la que cada experiencia, cada persona con la que te cruzas, con la que hablas o compartes tu tiempo te aporta una nueva perspectiva a tu vida.



El Camino de Santiago es, cómo veremos a fondo más adelante, una ruta que está en auge, **durante los últimos años se ha disparado el número de peregrinos que deciden iniciar esta aventura**, pero desgraciadamente a nivel de publicidad y de marketing, (especialmente en redes sociales) apenas ha tenido presencia.

Hoy en día, para llegar a la gente de forma rápida y económica, **una de las mejores maneras de hacerlo es mediante las TIC o las redes sociales**, a través del estudio Digital in 2020 realizado por We Are Social en colaboración con Hootsuite, sabemos que Facebook cuenta con más de 2.449 millones de usuarios, YouTube con más de 2.000 y WhatsApp con más de 1.600. Es decir, más de 3,8 billones de personas en todo el mundo ya usan las redes sociales, por esto me parece que la idea de lanzar publicidad por las redes sociales sería una manera de expandir aún más el Camino de Santiago.



Fuente: elaboración propia, datos de <https://wearesocial.com/es/digital-2020-espana>

Tomando cómo referencia la investigación llevada a cabo por Minia del Rio Arca en su TFM para la Facultad de Ciencias Eómicas y Empresariales (Universidad Santiago de Compostela) podemos decir que **las redes sociales han estado y están cambiando el mundo del turismo**, por lo que, se presentan nuevos modelos de peregrinación en el Camino de Santiago, ella parte de los datos dados por parte del Observatorio turístico del Camino, puesto en marcha en el año 2006, según los cuáles, los motivos espirituales están muy por encima de los religiosos (Santos, 2006), formando de esta forma un nuevo tipo de turista, el denominado turista espiritual, un turismo que busca el contacto con la naturaleza, la paz y tranquilidad que esto aporta, poniendo cómo ejemplo el Camino de Santiago, **ya que el Camino se ha ido convirtiendo con los años en una ruta más turística o espiritual que religiosa**.

Partiendo de esto, tenemos que tener en cuenta que **las redes sociales permiten al turista y peregrino planificar de forma anticipada la realización del Camino de Santiago**, buscando información, rutas, dudas que puedan surgir, albergues disponibles,.....

En numerosos informes de empresas pertenecientes al sector del turismo (Amadeus, 2013); (Think Digital Travel, 2014); (ITB Berlín, 2015)); se confirma la tendencia de los viajeros a compartir las experiencias vividas por las redes, valorando aspectos cómo la interacción o la autenticidad de la población local del destino que visitan.

La información extraída de las redes, que las experiencias sean auténticas junto con las valoraciones de la población local son factores prioritarios a la hora de elegir destino para la gente que quiere hacer turismo (incluyendo en esto al Camino de Santiago).

De igual manera que influyen las películas sobre el Camino, cómo The Way de Martin Sheen (2010) o autores que han escrito sobre el Camino cómo Paulo Coelho (Brasil, 1987), Kerkeling (Alemania, 2006), Shirley MacLaine (Estados Unidos, 2000) o Kim Hyo sum (Corea) **las redes sociales también influyen en los los turistas y /o peregrinos que quieren hacer**



el Camino, las redes han demostrado ser útiles y beneficiosas para ellos, en el antes, el durante y el después del Camino, aquellos que quieren empezar esta ruta leen blogs de viajes, participan en foros, escriben en sus perfiles sociales (Facebook, Twitter o Instagram); consultan dudas, formulan preguntas, al mismo tiempo que responden a otras personas. **Son espacios de interacción en los que se comparten emociones y experiencias**, logrando cambiar la manera de actuar de los peregrinos y la forma de plantearse y llevar a cabo la peregrinación.

Además de las redes sociales más conocidas, existen una serie de herramientas TIC que permiten conocer mucho mejor la ruta a seguir, como por ejemplo Google Glass que te da datos teóricos del viaje o Google Earth que permite realizar viajes virtuales a cualquier lugar del mundo.

Actualmente, **la publicidad online en las redes sociales permite que las compañías se comuniquen con sus clientes de forma fácil y rápida**, poniendo a su disposición todo tipo de medios disponibles: vídeo, audio, animación o textos de forma que se mejora la interactividad involucrando a los clientes, concretando el target al que nos queremos dirigir y fidelizar a los clientes de una forma más activa a través de múltiples plataformas y medios logrando llegar a millones de personas en segundos. Por lo general, a la hora de crear una estrategia de marketing basada en contenidos, **lo más común es usar material gráfico y/o audiovisual**.

Son varios los proyectos en redes sociales que se han intentado realizar, uno de los más interesantes es la página web <https://iperegrinos.com/> que se ha convertido en una de las redes sociales oficiales del Camino más importantes para los peregrinos y con el mayor número de seguidores, la página web cuenta con cuentas de Twitter, Facebook e Instagram, siendo en Facebook dónde más seguidores tiene, unos 68.000. Si tenemos que comentar que la accesibilidad y usabilidad de estas páginas dejan bastante que desear, teniendo bastante margen de mejora, dando más importancia al contenido que otros factores que son importantes para una buena página web.



Fuente: elaboración propia



<https://www.facebook.com/iPeregrinos>



Desde la Administración pública de Galicia, la Axencia de Turismo de Galicia y AMTEGA se esta trabajando desde hace años en **Smart Camino**, una línea estratégica del Smart Turismo, que busca intentar unir los sectores turístico y tecnológico de Galicia, mejorando la promoción y comercialización de los servicios turísticos, mejorar las infraestructuras de la Axencia de Turismo de Galicia, facilitar la colaboración de los diferentes sectores implicados y sobre todo, **ofrecer una mejor experiencia al peregrino abriendo nuevas opciones** a la hora de conocer el destino, los productos, las rutas mejor equipadas, centros de salud disponibles, condiciones meteorológicas,.....

Existen otras Apps relacionadas con el Camino que pueden ser utiles a los peregrinos:

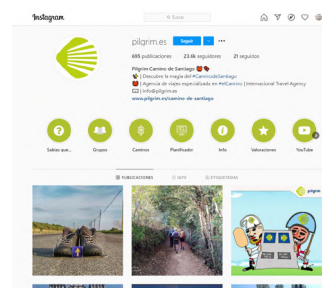
- eCamino
- miCamino
- Camino de Santiago 2.0
- Camino de Santiago en Galicia
- Camino 360º

Esta iniciativa puede ser de gran utilidad a la hora de organizarse y de estar mejor preparado de cara a elegir cuando, cómo y cuando hacer una ruta u otra.

Además de estás apps y de las páginas oficiales cómo iperegrinos, existen foros, blogs y cuentas en todas las redes sociales que a nivel más aficionado aportan datos e información relevante y que puede ayudar al peregrino a preparar mejor su ruta, algunos ejemplos son:



<https://twitter.com/caminoasantiago>



<https://www.instagram.com/pilgrim.es/?hl=es>

El Marketing

El marketing traducido cómo un “conjunto de principios y prácticas que buscan un aumento del comercio, especialmente de la demanda” (Real Academia Española, definición 1) **es la estrategia que una empresa debe tener para poder crecer, estamos hablando de un intercambio entre dos partes, de tal forma que exista un beneficio para las dos partes, tiene que existir un valor añadido ya que el consumidor lo que busca es cubrir una necesidad/deseo con un valor aplicado, es vital tener claro que el cliente debe estar en el centro de todo.** Tiene cómo una de sus principales estrategias la publicidad, que tiene una serie de características importantes:

- Tiene cómo fin dar a conocer un producto o servicio.
- Tiene cómo objetivo persuadir al consumidor.
- Es parte de la estrategia de marketing de una empresa.
- Se tiene que dirigir a un público en concreto.
- Implica un coste a la empresa.
- Intenta ser original y captar la atención de los usuarios.
- Puede ser online o offline.
- Debe respetar unos valores éticos.

La publicidad es una parte fundamental de la empresa, le permite crear conciencia del producto que tiene y quiere vender, generar confianza y credibilidad, además da la posibilidad de buscar cuáles son los clientes ideales para enfocar mejor los recursos en ese público.



1.2 El uso del video en el Marketing.

El video se ha convertido en una de las herramientas más usadas y potentes del marketing digital. En el 2015, según el estudio anual de la IAB Spain (asociación de publicidad, marketing y comunicación digital en España) se llegaba a la conclusión de que el 90% de los usuarios suelen ver vídeos online, siendo su principal fuente You Tube con un 47%, según el estudio cuatro de cada diez personas ve menos TV desde que tiene acceso a vídeos online.

El vídeo online nos da acceso a una serie de ventajas:

- » Más tiempo permanece el usuario en la página dónde se haya el video, aumentando así el número de visitas.
- » Contribuye a que el **usuario tenga acceso a más información** y por lo tanto se sienta más seguro al poder ver el producto en formato vídeo.
- » Con el vídeo **tenemos más facilidad para describir historias** favoreciendo que el consumidor se sienta más identificado e implicado con la marca.
- » Este medio nos permite tener una mayor credibilidad, efectividad y fidelidad ya que el cliente se siente más próximo a la marca.
- » Contribuye a que **la marca sea más conocida y más difícil de olvidar**, ya que el contenido visual es más fácil de recordar por encima que la recibida por otros medios. Mayor posibilidad de que se haga viral la marca
- » **El presupuesto de producción es menor**, por lo que es más accesible.

A la hora de lanzar un video por las redes sociales, **la selección del canal en que se quiera publicar es vital**, la primera, sin ninguna duda debe ser You Tube, las estadísticas dicen que aproximadamente 1900 millones de usuarios inician sesión en la red social cada mes, siendo el segundo sitio más visto del mundo, las siguientes plataformas que se deben tener en cuenta siempre son Facebook y Twitter que cuentan con millones de usuarios en todo el mundo.

Además de la elección del canal idóneo es importante tener en cuenta una serie de aspectos para lograr un vídeo exitoso:

1. Una buena historia: que **aquello que queremos contar sea atractivo es fundamental**, tenemos que conseguir que la gente se enganche y comparta el vídeo comentando sus opiniones.
2. Duración: por lo general, el usuario no dispone de mucho tiempo para ver vídeos, por lo que debemos tener muy en cuenta cuánto dura nuestro vídeo, aunque también la red social en que lo publiquemos influye en eso.
3. Selección de la plataforma correcta: es importante recalcarlo, **es vital ser capaz de elegir bien el canal en que queremos publicar el vídeo**, la especificación del público al que queremos llamar la atención y las intenciones del cliente para el que trabajamos si es que lo tenemos.

Son varias las fuentes, cómo por ejemplo Laia Cardona en su artículo ¿Que es el vídeo marketing? (2020) o un estudio reciente de Hubspot los que confirman que el uso del vídeo cómo se ha vuelto cada vez más utilizado por las empresas y que los contenidos audiovisuales tienen un impacto cada vez mayor a la hora de vender un producto:

Cómo podemos ver, **el uso de vídeos para publicidad es cada vez más habitual y productivo**, existen algunos consejos, además de los ya vistos que pueden sernos de utilidad:

- Tenemos que crear vídeos que generen interacciones y que tenga un contenido emotivo, que los usuarios quieran ver y compartir, **es necesario buscar una reacción emocional del cliente**, que éstos se sientan identificados con la temática del vídeo.
- **Debemos adaptar el vídeo a cada red social**, por ejemplo a la hora de elegir la duración del vídeo.



¿Por qué usar material audiovisual?

El 90 % de los usuarios piensan que es útil

El 72% de los usuarios prefiere el material audiovisual al texto

El 81% de las marcas hacen uso de vídeos para promocionarse

Los vídeo marketers obtienen un 66 % mas leads cualificados por año



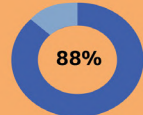
El 54% de los usuarios quieren ver vídeos relacionados con las marcas que ellos siguen



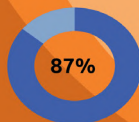
El 64 % de los usuarios que ven un vídeo sobre un producto, tienden a adquirirlo



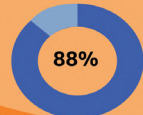
El 95% de los usuarios recuerda antes un vídeo que ha visto a un texto leído



88% de los profesionales del marketing están contentos con el ROI de sus vídeos en redes sociales



87% de los profesionales del marketing usan el vídeo como una herramienta de su estrategia



Los usuarios gastan un 88% más de su tiempo en una web si tiene vídeo integrado

Fuente: elaboración propia

- Lo ideal es que sean lo más breves posible.
- Que el cliente se sienta protagonista, de esta forma se logrará un impacto mayor en el cliente al sentir este, que el vídeo habla de él.
- Debes de intentar reflejar los valores y personalidad de la empresa o producto intentando destacar sobre los demás.
- **Los 30 primeros segundos del vídeo son clave** para asegurarse de que el cliente se quede a ver el resto del vídeo, por eso es ideal empezar fuerte, debemos engancharles desde el primer momento.

El formato audiovisual nos ofrece muchas y variadas opciones en función de a quién nos estemos dirigiendo, el producto a vender y lo que queramos transmitir. Uno de los formatos que tenemos a nuestro alcance es la animación, la cual nos puede ayudar a captar la atención del consumidor de una manera más atractiva y efectiva que si utilizásemos un vídeo normal.

El video y la animación cómo publicidad:

Tenemos que tener claro que este tipo de publicidad es de las **mejores formas que tenemos para vender cualquier tipo de producto** dentro de las muchas formas que existen de hacer publicidad, el uso del vídeo se ha convertido en un elemento fundamental para llamar la atención de la gente. Podemos tomar como ejemplo los datos del estudio de The State of Online Vídeo 2019 (Limelight Networks, 2019) en el que se demuestra que los usuarios consumen de media unas 6 horas y 48 minutos a la semana en la visualización de vídeos, produciéndose un aumento respecto a años anteriores, como en el 2016, donde se consumía una media de 4 horas y 28 minutos.

El uso del vídeo en la publicidad nos ayuda a generar un vínculo emocional con los usuarios y contribuye a su fidelización.

Dentro de las opciones de material audiovisual encontramos la animación, esta opción es cada vez más común en publicidad y es que la producción animada aporta muchos beneficios a las empresas de publicidad.



Para empezar, **es mucho más económica**, realizar un video convencional requiere de una gran presupuesto y supone reclutar un equipo de filmación, un equipo de actores...Sin embargo, la animación solo requiere de software de producción 2D o 3D y de un equipo que los sepa utilizar.

Por otro lado, **este tipo de publicidad atrae más la atención** puesto que es muy creativa. Los videos animados permiten crear una historia con un lenguaje dinámico que se identifica con una marca determinada. Además, **tiene un efecto más duradero** en la memoria del público al generar más conexión y viralidad que un anuncio convencional. Son muchas las campañas publicitarias que se han llevado a cabo con animación que han resultado tener un gran éxito, uno de los mejores ejemplos sería la campaña de Oreo de 2015 o la campaña de Amnistía Internacional del 2018.

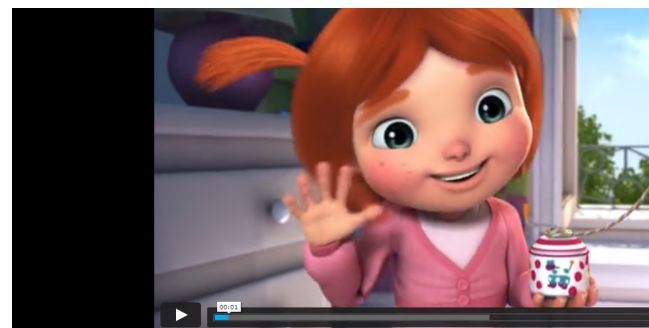
De todo este material podemos sacar varios elementos que nos pueden ser de ayuda, **la animación 3d es la que vemos en la mayoría de ellos**, (por ejemplo en el caso de Digital Banana en el de Samsung) lo que nos hace pensar que a la hora de hacer nuestro proyecto la mejor forma de hacerlo sería en este tipo de animación, (aunque a mí me resulta muy atractiva la 2d).

Otro elemento **es el sonido**, muchos de los ejemplos carecen de un diálogo entre los personajes, los cortos, eso sí, tienen una música de fondo que resulta pegadiza y que encaja perfectamente con lo que vemos en el vídeo, esto es algo que tenemos que tener muy en cuenta (de nuevo ponemos de ejemplo los vídeos de oreo o por ejemplo el caso de la música que acompaña el anuncio de Navidad de 2015)



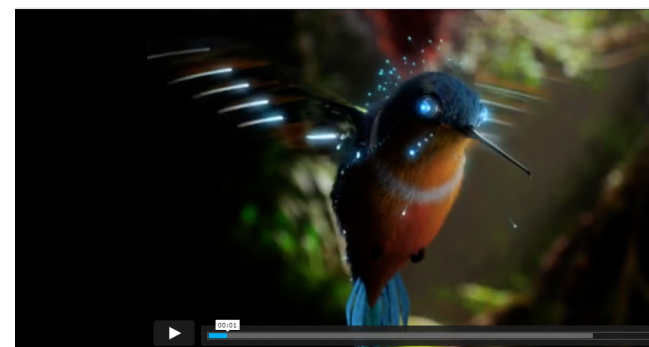
Anuncio LOTERIA NAVIDAD 2015 HD

Anuncio LOTERIA NAVIDAD 2015 HD . You Tube.
<https://www.youtube.com/watch?v=8HsZh4Fkb4A>

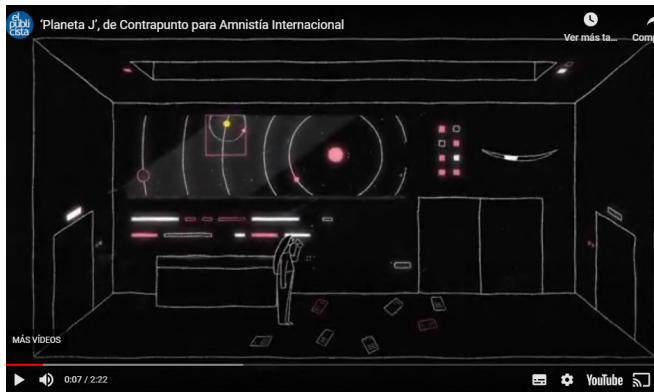


JOUPI DOLL 2010-2011

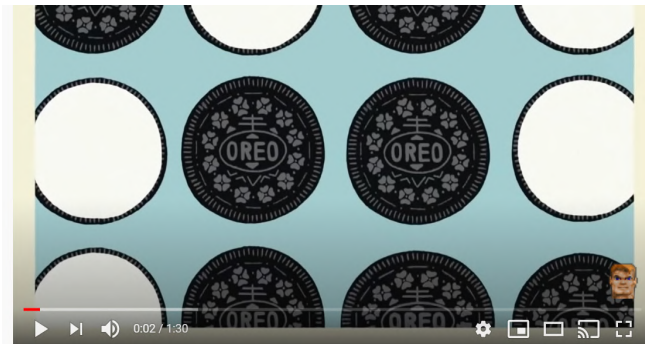
Digital Banana (2010-2011). Joupi Doll
 [Video].Vimeo. <https://vimeo.com/32452945>



Samsung.(2010). Nuevas especies
 [Video].Vime
<https://vimeo.com/4295730>



Aministia Internacional (2018)
[Video]. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=toPhFekXG9I&feature=emb_logo



Oreo.(2015). Imagina dar una oreo a un vampiro [Video].
YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=DAoD3CkZU0>

La intención en la mayoría de los videos es la de **apelar a los sentimientos** con historias tiernas o con color y movimiento (por ejemplo en los anuncios de Oreo o el caso del anuncio de Navidad de 2015) que resulten graciosos o entretenidos de ver, tiene que ser visualmente entretenido.

Visualmente, cómo ya hemos dicho, **el color es muy importante**, si nos fijamos en los vídeos de Oreo o en el de Digital Banana, son colores muy vivos, colores que resaltan, que llaman la atención, es cierto que existen muchas gamas cromáticas que se pueden usar y que el vídeo resulte atractivo, pero hay que tener cuidado con que el color no sea demasiado fuerte y pueda dañar la vista.


1.3 Planteamiento del trabajo

De acuerdo con lo investigado a lo largo del trabajo para elaborar un spot o corto animado hay que **realizar una labor de investigación lo más profunda posible**, abordando una serie de puntos que nos faciliten la labor:

- 1) La historia del Camino, de tal forma que nos pongamos en el contexto historico y cultural que es el Camino.
- 2) Las diversas rutas que tiene el Camino, de dónde podemos sacar después datos que nos ayuden en la realización del corto.
- 3) Datos estadísticos que nos ayuden a elegir nuestro público objetivo cómo por ejemplo su edad, su nacionalidad, su sexo....
- 4) Analizar ejemplos de otras marcas que hayan usado este tipo de material audiovisual, con la intención de que nos pueda servir de investigación a la hora de elaborar nuestro corto.

Una vez hecha la investigación, nos centraremos en la realización del planteamiento de la fase del producción del corto, es decir, el guión, el storyboard, los personajes....

02 CONTEXTO Y ESTUDIO PREELIMINAR



"SANTIAGO NO ES EL FINAL DEL CAMINO,
SI NO EL PRINCIPIO" (PAULO COELHO)



[02] CONTEXTO Y ESTUDIO PREELIMINAR

2.1 El Camino de Santiago

Durante más de mil años, **el Camino de Santiago ha conducido a los peregrinos hasta el santuario de un apóstol de Jesús: Santiago el Mayor**. Cuenta la leyenda que su tumba, fue descubierta una noche del 813 en el monte sagrado del Libredón, bajo una lluvia de estrellas, a partir de este momento, la tumba se convertiría en el centro de una de las catedrales más bonitas, conocidas y visitadas de España y de Europa, siendo a partir de ese día uno de los centros de peregrinación más transitados del mundo. El culto al apóstol se extendió entre los cristianos peninsulares y fue proclamado por Alfonso II como **patrón del reino de Asturias**. Igualmente, surgió la costumbre entre sus ejércitos de invocar su nombre antes de entrar en batalla.

Esta popularidad se fue extendiendo entre el resto de reinos europeos gozando del apoyo tanto de las autoridades eclesiásticas y civiles como de personas particulares, quienes se implicaron en la creación de una infraestructura que ofreciese a los peregrinos alojamiento y asistencia.

Aunque tuvo que superar varias importantes crisis, (el auge del protestantismo y la Peste negra en el siglo xvi y posteriormente en el siglo xx con las guerras mundiales), **la implicación de numerosos voluntarios e investigadores provocó la creación de una gran variedad de guías y de rutas alternativas a la original**, además de la adecuación de numerosos albergues para proporcionar alojamiento a los peregrinos (llegando a disponer de más de 290 rutas conocidas, 80.000 kilómetros entre 28 países)

Todo esto acabó provocando un resurgir de la ruta que no ha parado de aumentar en número de peregrinos desde la década de 1990.

Otros factores ayudaron a despegar el camino cómo pueden ser:

- La colaboración de la Iglesia Católica, con Juan Pablo II y su peregrinación a Santiago de Compostela en el 1982.
- La nueva orientación que se buscaba dar al turismo en España pasando de ser un turismo de sol y playa a un turismo más cultural.
- La elevación del nivel de vida de los españoles, pasando de la sociedad tradicional y el estilo de vida del ahorro a la sociedad del ocio y el consumo.

– **El desarrollo de las autonomías y las competencias en turismo**, buscando posibilidades de desarrollo a través del acondicionamiento y promoción de los recursos-productos más importantes: sinergias del capital social-institucional.

Buide del Real, Francisco Javier (2010). Un siglo de cuestión jacobea



Fuente: elaboración propia

Partiendo del artículo de Fernando Rojas (2019) “¿Qué significado tiene el Camino de Santiago en la actualidad?” podemos deducir que en la Baja Edad Media (cuando se estima que tiene su origen el Camino de Santiago) tenía cómo principal razón por la que los peregrinos realizaban el Camino era puramente religiosa, **no existía la infraestructura y señalización de hoy en día**, el Camino era una prueba de fe para los cristianos, una proeza que necesitaba de mucho tiempo de preparación y de meses para realizarla, contando que tenían un viaje de ida y otro de vuelta, esto convertía en un autentico tesoro el poseer la vieira y la carta expedida en la catedral de Santiago. **El riesgo del Camino era enorme**, animales salvajes, caminos poco cuidados, rutas no señalizadas, asaltantes, el frío, la falta de información o falta de alojamiento eran algunos de los peligros que los peregrinos tenían que correr.



Esto peligros que hacían del Camino casi un imposible durante los siglos XI y XIV fueron desapareciendo hasta el punto de que el Camino del siglo XXI, con una gran variedad de servicios para el peregrino y una señalización perfecta en todas sus rutas, el viaje ya no es un viaje peligroso, más bien puede ser hasta cómodo, ya que la red de transportes cada vez es mejor, existen miles de formas de volver a tu lugar de origen una vez realizada la travesía. Las razones también han cambiado, ya no son únicamente religiosas, aunque la hermandad de los peregrinos sigue intacta, así como el impacto económico que tiene el Camino en las regiones que atraviesa ayudando a promover el comercio y el negocio.

Pero principalmente el mayor número de peregrinos realizan el Camino **por un motivo claramente religioso**. El objetivo de los caminantes es el de visitar **al Apóstol Santiago**. Uno de los doce discípulos de Jesucristo, hermano de Juan, el Evangelista, que junto con Pedro y Juan, pertenecen al

grupo de los 3 discípulos privilegiados.

¿Por qué se les consideraba privilegiados? Esto se debe a que fueron admitidos por Jesús en los momentos importantes de su vida, como en su agonía en el huerto de Getsemaní, momentos antes de ser traicionado por Judas y entregado a Herodes.

Según contaban los Apóstoles, **Santiago fue el primer Apóstol martirizado** y degollado por orden de Herodes Agripa en el año 43 en Jerusalén. Cuenta la tradición que el cuerpo de Santiago fue trasladado por mar hasta tierras gallegas, gracias a los discípulos de este (Teodosio y Atanasio), hasta ser enterrado en las tierras en las que había predicado.

La leyenda cuenta que los discípulos enterraron el cuerpo en una roca cercana a un bosque a 15 kilómetros de Iria, al instante, la roca se deritió y acabó formando un sarcófago, es en este mismo lugar donde se levantó la Catedral que hoy día conocemos como la de Santiago de Compostela.



Fuente: elaboración propia



2.1.1 El Camino hoy en día

El Camino de Santiago es una experiencia que ningún amante de la aventura quiere perderse y **esta considerada por la UNESCO cómo patrimonio de la humanidad**. A continuación vamos a mostrar varios datos y estadísticas sobre cuanta gente hace el Camino de Santiago, de que países provienen y cuáles son sus motivaciones.

En la siguiente imagen aparece la cantidad de peregrinos que han realizado el Camino a lo largo de los años según la Oficina de Acogida al peregrino (<https://oficinadelperegrino.com/>) en la que podemos ver un incremento en el número de peregrinos, esto se resume en que del 2015 al 2019 ha aumentado más de un 30% el número de peregrinos.

Tanto en el 2020 como en el 2021, a causa de la pandemia del Covid 19, se espera que se va a producir una bajada significativa en el número de peregrinos, se estima que ni siquiera se lleguen a los 100.000 peregrinos, siendo las peores cifras desde el 2005, lo que supondrá una pérdida de 250 millones de euros y es que el Covid 19 ha conseguido algo que ni las dos guerras

AÑO	PEREGRINOS	AÑO	PEREGRINOS	AÑO	PEREGRINOS
1972	67	1988	3.501	2004	179.944
1973	37	1989	5.760	2005	93.924
1974	108	1990	4.918	2006	100.377
1975	74	1991	7.274	2007	114.026
1976	243	1992	9.764	2008	125.133
1977	31	1993	99.436	2009	145.877
1978	13	1994	15.863	2010	272.135
1979	231	1995	19.821	2011	183.366
1980	209	1996	23.218	2012	192.488
1981	299	1997	25.179	2013	215.880
1982	1.868	1998	30.126	2014	237.812
1983	146	1999	154.613	2015	262.458
1984	423	2000	55.004	2016	278.232
1985	690	2001	61.418	2017	301.036
1986	1.801	2002	68.952	2018	327.378
1987	2.905	2003	74.614	2019	347.578

Fuente: elaboración propia

mundiales, ni la Guerra Civil española habían logrado: vaciar completamente el Camino de peregrinos durante meses.

Cabe destacar que **es en Año Santo cuando se produce un mayor aumento de peregrinos**, cómo por ejemplo en el 2010 (se pasó de casi 146.000 del año anterior a casi los 273.000 peregrinos), 2004 (de 75.614 a casi 180.000) o 1999 (de 30.126 a 154.613). Este año vuelve a ser Año Santo por lo que es de suponer que pese al virus, sean muchas las personas que intenten hacer el Camino (aunque ha sido ampliado al año 2022 por dispensa del Papa).

El Año Santo o año Jubilar ocurre cada vez que el 25 de julio cae en Domingo y es un año en que la Iglesia concede la indulgencia plenaria a aquellos creyentes que acuden a Santiago, además de producirse la apertura de la puerta Santa con la que se inicia el Año Jubilar (siendo abierta el 31 de diciembre del año precedente y cerrada justo un año después) El año Jubilar o Jacobeo Compostelano sucede con una frecuencia de 6, 5, 6 y 11 años, es decir, cada vez que el 25 de julio cae en domingo. **El Camino es una ruptura con la vida cotidiana** y un cambio, especialmente a nivel espiritual, en la peregrinación, hay un antes y un después el Camino concluye con una transformación profunda del ser. El Camino es humildad, sufrimiento, solidaridad, pobreza, naturaleza viva, arte e historia y esperanza.

En el Camino andamos sin prisas, sin agobios, en la medida en que nuestras capacidades físicas lo permiten, el sacrificio se convierte en tu día a día y poco a poco se va transformando en alegría al ver que vas superando el cansancio y las dificultades de los primeros kilómetros, tu forma de ver las cosas cambia y acabas valorando las cosas que tienes siempre, y que ahora necesitas cómo imprescindibles, cómo un vaso de agua o una ducha fresca. El Camino te da nuevas perspectivas, te hace desconectar de lo cotidiano, en cada etapa puedes tener una sorpresa esperándote.

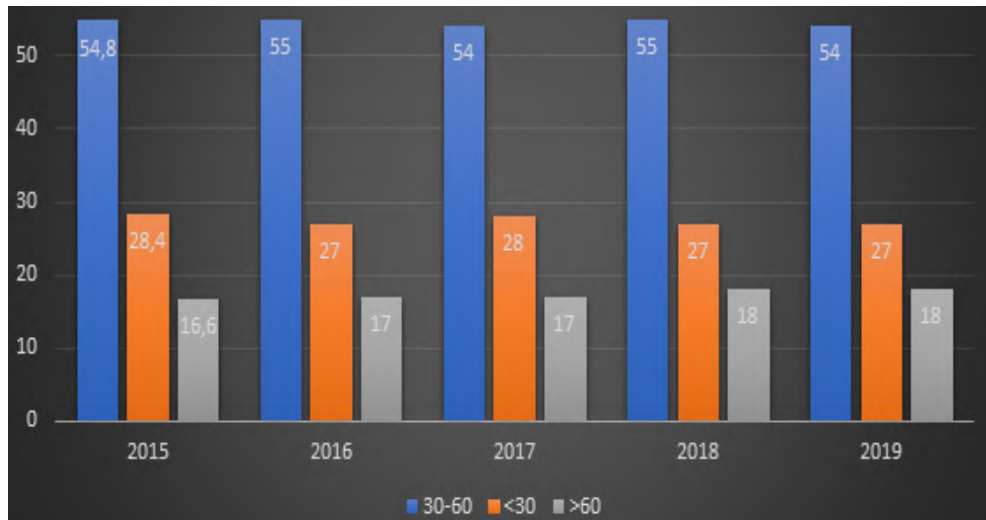
El peregrino camina con poco equipaje, sólo puede llevar consigo las cosas que de verdad le vayan a ayudar en la travesía, el resto son peso añadido.



El peregrino es pobre, acepta lo que le dan, agradeciendo cada pequeño detalle, cada muestra de afecto y es que uno de los lemas que todo peregrino debe llevar consigo en el Camino es que el peregrino no exige, agradece. **El Camino, dependiendo de cómo quieras vivirlo, puede ser una ruta única, una forma de encontrarse a sí mismo.**

Público Objetivo

Para llevar a cabo un buen trabajo **es necesario definir un público objetivo**, aquel público al que queremos dirigir nuestro proyecto. A la hora de definir nuestro público objetivo, tenemos que tener en cuenta la edad, en el Camino se ha tenido la oportunidad de ver personas de todo tipo de edad, desde señores mayores con más de 70 años que llevan a su espalda 7 u 8 caminos realizados, a pequeños de menos de 10 años que se lanzan a la aventura con sus padres por primera vez. Bien es cierto que, aunque cómo ya he comentado, es complicado definir el target por edades, si es bueno conocer los datos más recientes en cuanto a la edad de los peregrinos.



Gráfica peregrinos por Edades. Fuente: elaboración propia. Datos en %. Oficina de Acogida del peregrino, informe estadístico (2015, 2016, 2017, 2018, 2019).

En base a estos datos podemos asegurar que **el mayor número de peregrinos que acuden al camino tiene una edad comprendida entre los 30 y los 60**, aunque del 2020 no hay datos oficiales que puedan ayudarnos a completar estos datos, sí sabemos gracias a páginas como Statista (<https://es.statista.com/>) que el porcentaje de esta edad ha aumentado aún más alcanzando el 60%.

El objetivo de este trabajo sería centrarme en el público de menos de 30 años, dónde hay más margen de mejora posible tenemos y de dónde yo creo que se puede sacar más provecho si somos capaces de difundir bien el mensaje que queremos transmitir, para esto van a ser vital internet y las redes sociales y es que, según un estudio de la FAD (Fundación de Ayuda contra la Drogadicción) el 74,6 % de los jóvenes de entre 15 y 29 años tienen como actividad de ocio preferida navegar por internet. Esta investigación firmada por Elena Rodríguez San Julián y Juan Carlos Ballesteros Guerra destaca que **internet se ha convertido en el centro dónde más tiempo pasan los jóvenes**, si creamos un buen material y conseguimos difundirlo por internet, valorando y estudiando cuáles son las páginas que más visita este grupo, podemos conseguir que muchos jóvenes se decanten por venir a hacer el Camino

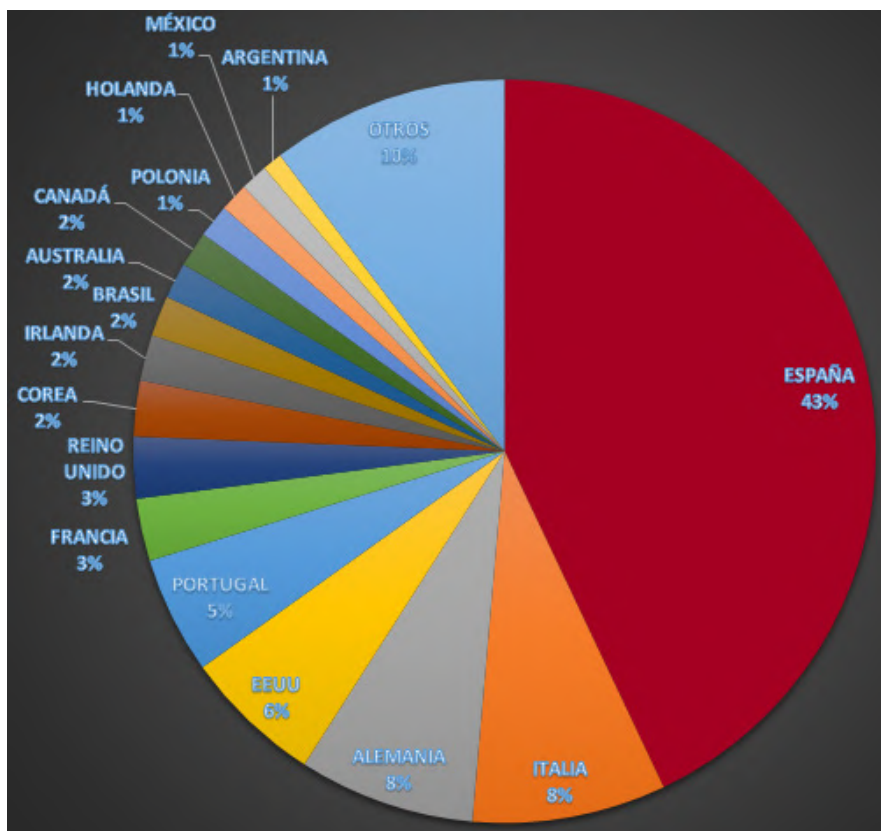


Fuente: elaboración propia



La procedencia de los peregrinos también es un dato que puede ser de utilidad a la hora de hacer nuestra animación, según las estadísticas que podemos encontrar en la página web de la oficina del peregrino el mayor número de peregrinos que transitan por el Camino **son de nacionalidad Española**, siendo aproximadamente el 43 % del total, en el segundo y tercer lugar están empatados Italia y Alemania con un 8%, cabe destacar la disminución del porcentaje de Estadounidenses (de casi un 12% en 2017 a un 6% en 2019) y de Franceses (de un 8% en 2017 a un 3% en 2019).

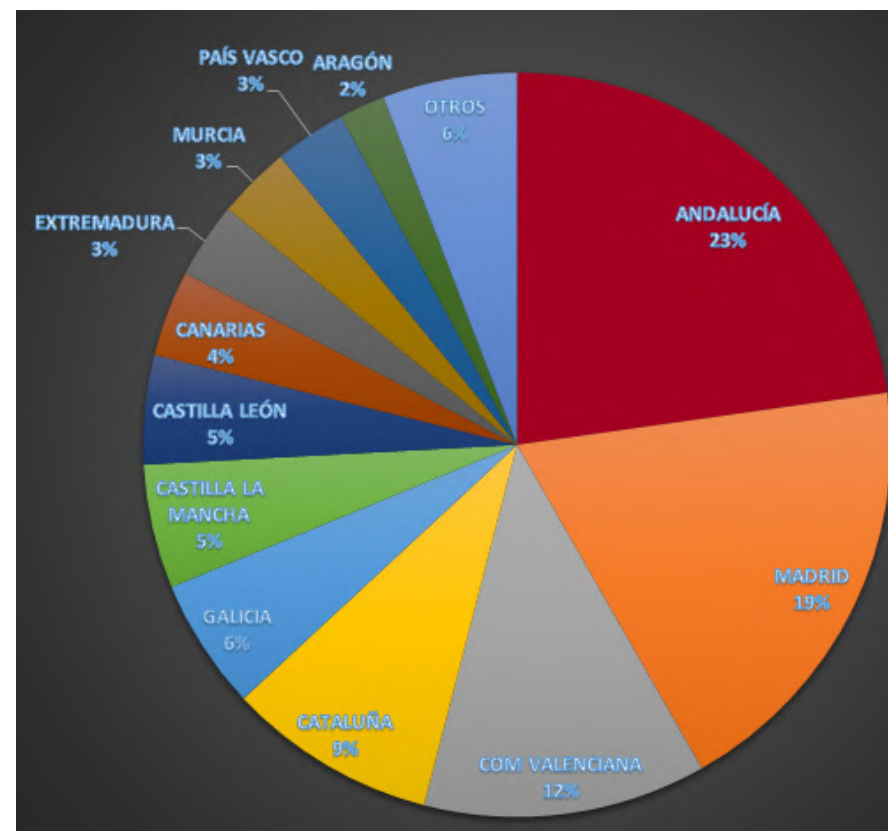
Oficina de Acogida del peregrino, informe estadístico (2019).



Gráfica peregrinos por países. Fuente: elaboración propia

Dentro de España la comunidad que más peregrinos aporta al Camino es **Andalucía con un 23 %**, comunidad que lleva liderando el ranking desde hace ya unos cuantos años, le sigue Madrid con un 19%. Respecto de otros años, Castilla la Mancha y Castilla León son las que más peregrinos han dejado de aportar, mientras que Galicia y la Comunidad Valenciana son las que más han aumentado el porcentaje de peregrinos.

Oficina de Acogida del peregrino, informe estadístico (2019).

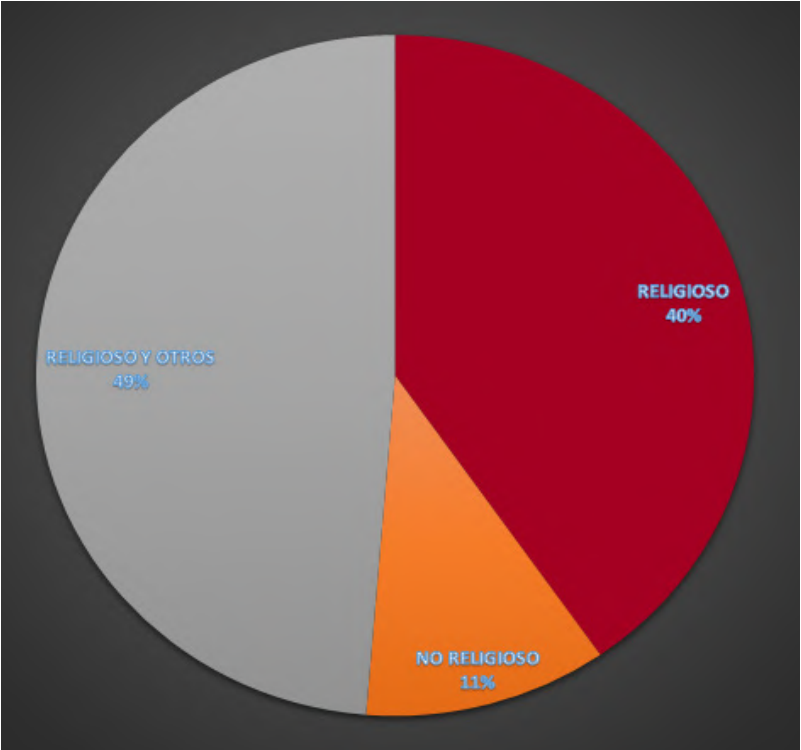


Gráfica peregrinos por Comunidad. Fuente: elaboración propia



En cuanto a los motivos, el principal es el religioso, aunque existen muchos peregrinos que además de un motivo religioso también tienen otros motivos, cómo hacer deporte, disfrutar de la naturaleza...Dentro de la categoría de y otros del gráfico se incluye a los que realizan el Camino en un sentido puramente turistico.

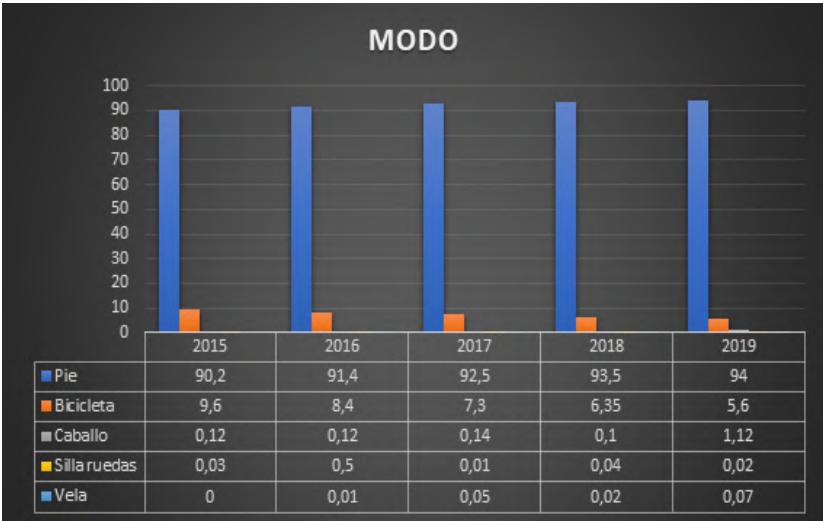
Oficina de Acogida del peregrino, informe estadístico (2019).



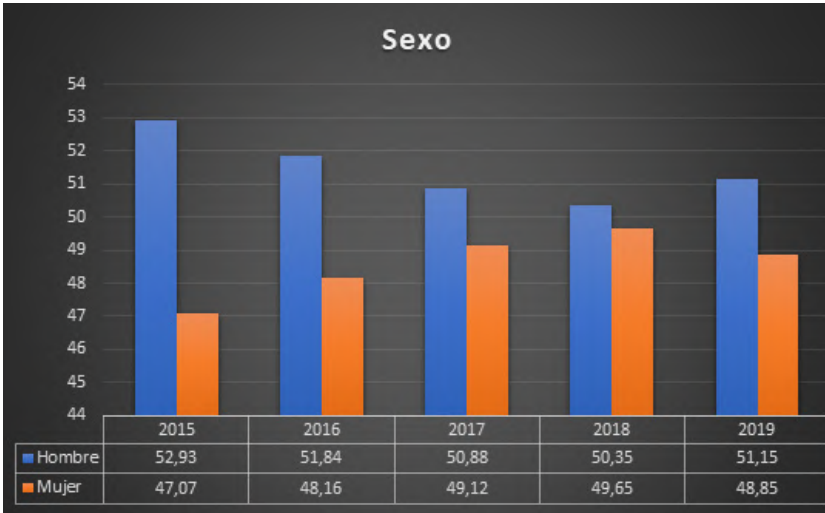
Gráfica peregrinos por motivo. Fuente: elaboración propia

La forma en que los peregrinos realizan el Camino y su sexo son también datos interesantes y que deberíamos tener en cuenta y que nos pueden ser de mucha utilidad.

Oficina de Acogida del peregrino, informe estadístico (2015, 2016, 2017, 2018, 2019).



Gráfica peregrinos por modo. Fuente: elaboración propia. Datos en %



Gráfica peregrinos por sexo. Fuente: elaboración propia. Datos en %



Aunque nos vamos a centrar en el Camino Francés y ligeramente en las rutas portuguesas, en España existen numerosas rutas diferentes que llegan a Santiago desde cualquier parte del país, a continuación una lista con los principales:

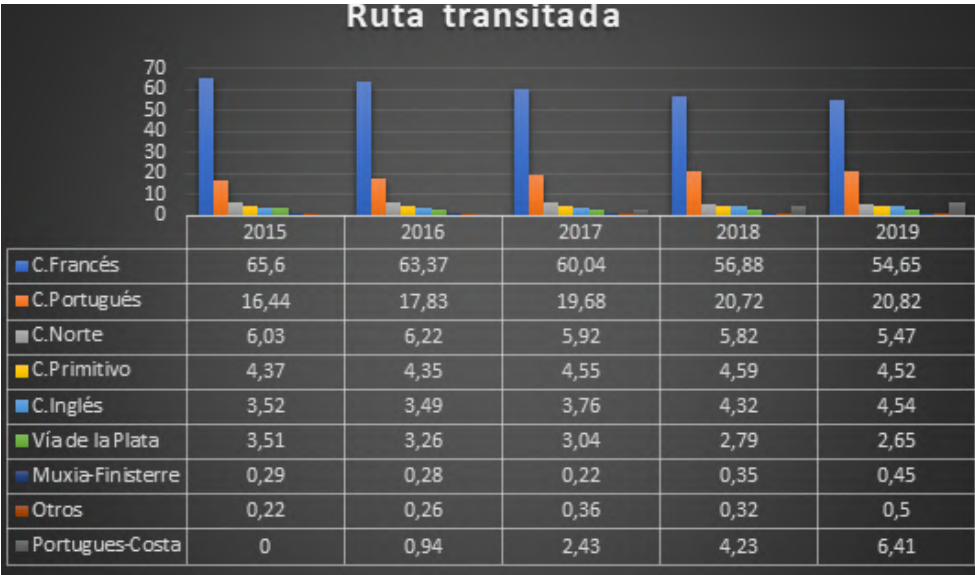


- Camino Inglés.
- Camino Primitivo.
- Camino del Norte.
- Camino de Sant Jaume.
- Camino del Ebro.
- Camino del Levante.
- Camino de la Lana.
- Camino del Sureste.
- Camino Mozárabe.
- Camino Vía de la Plata.
- Camino Portugués.
- Camino Sanabres.
- Camino de Invierno.
- Camino de Madrid.



El Camino no tiene un punto de inicio fijo, depende de tu procedencia, de lo que quieras andar, los motivos que tengas....Dentro de las distintas rutas que existen para hacer el camino, el Camino francés ha sido históricamente el más transitado, aunque existen numerosas sub rutas y caminos alternativos, los principales son los que aparecen en la gráfica, dónde podemos ver que las rutas portuguesas han ido ganando protagonismo en los últimos años, especialmente la ruta cercana a la costa debido a la gran belleza de sus paisajes.

Oficina de Acogida del peregrino, informe estadístico (2015, 2016, 2017, 2018, 2019).



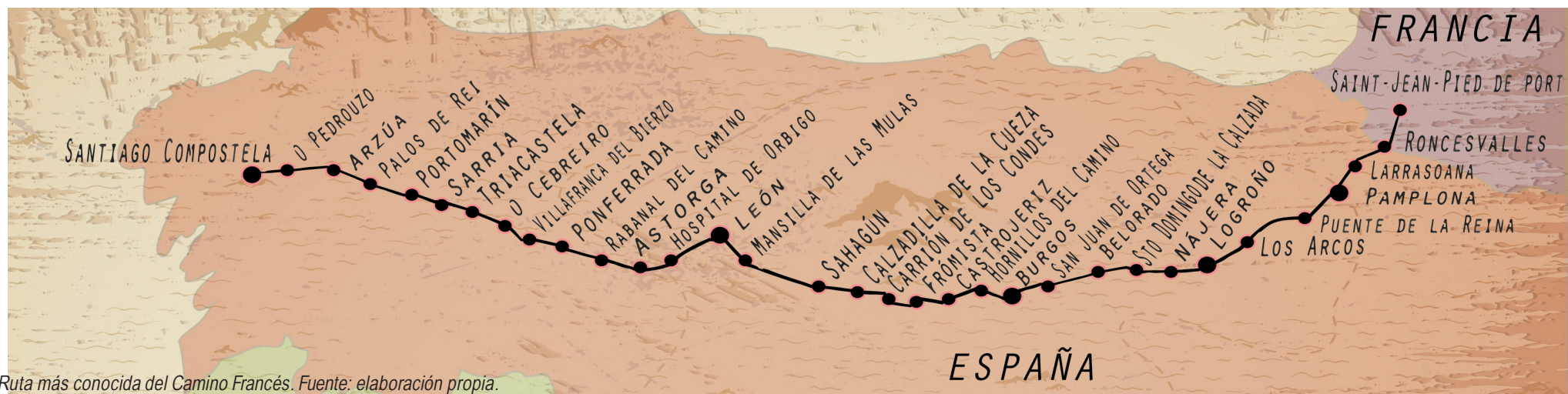
Gráfica peregrinos por ruta. Fuente: elaboración propia. Datos en %



Fuente: elaboración propia



El Camino Francés y el Portugués, cómo hemos visto son las rutas más conocidas, ganando poco a poco más fuerza la portuguesa, por lo que me ha parecido interesante incluir las dos rutas con las paradas más utilizadas por los peregrinos. Fuente <https://www.alberguescaminosantiago.com/etapas-y-mapas/>



Ruta más conocida del Camino Francés. Fuente: elaboración propia.

Surca el norte de la Península hasta el extremo occidental, **siendo la ruta troncal a la que van afluyendo**, a lo largo de su recorrido, los peregrinos que transitan por otras rutas jacobinas procedentes de diferentes partes de España. Forma el Sendero de Gran Recorrido GR-65, que es, a su vez, parte del Sendero Europeo E-3. También fue llamado «Ruta Interior», en contraposición a la «Ruta de la Costa» o Camino del Norte, el itinerario del norte que seguía a través de las localidades de la costa cantábrica. En un primer lugar, en sentido estricto, **el Camino francés comienza justo aguas arriba de la Puente la Reina de Navarra** (no confundir con la Puente la Reina de Jaca), en la unión entre el Camino aragonés y el Camino navarro. En un segundo lugar, según otra acepción, incluiría el Camino navarro y comenzaría a los pies del franqueo de los Pirineos, es decir, inicialmente en Saint-Michel y en la actualidad en Saint-Jean-Pied-de-Port.

Por último, en un tercer lugar, en el sentido más amplio de todos, como

para el Camino navarro, comenzaría aún más atrás, en tierras francesas tras pasar el puerto de Roncesvalles, en Ostabat, en la confluencia de las tres rutas jacobinas francesas —que llegan de Tours (la Via Turonensis), de Vézelay y de Le Puy-en-Velay, es decir, en la entrada en la Baja Navarra, territorio que una vez fue parte del Reino de Navarra. **La ruta original habría sido la Via Tolosana**, la ruta procedente de Francia que cruzaba los Pirineos por el puerto oscense de Somport, y que continuaba por el Camino aragonés o franco-aragonés. El trazado de esta ruta tiene algunas variantes históricas. Y también hoy **las comunidades locales han introducido nuevas variantes para adaptarse en especial a los cambios en el poblamiento y el turismo**. Esta ruta, dada su extraordinaria riqueza cultural, artística y paisajística, está inscrita, desde 1993, como **Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO**. También es un Itinerario Cultural Europeo (ICE)

Buide del Real, Francisco Javier (2010). Un siglo de cuestión jacobea



La ruta portuguesa tiene varias variantes, la más transitada es la que tiene su inicio en Lisboa, aunque existe otra ruta que poco a poco va ganando protagonismo y que lleva a los peregrinos cerca de la costa, **lo que convierte a esta ruta en una de las más bonitas del Camino.**

Fuente <https://www.alberguescaminosantiago.com/etapas-y-mapas/>



Ruta portuguesa por la costa.
Fuente: elaboración propia.



Ruta más conocida del Camino Portugués.
Fuente: elaboración propia.

Cómo peregrino que ha realizado dos veces el Camino de Santiago (2010 y 2019) me ha parecido buena idea poner también la ruta que realicé la última vez que hice el Camino de Santiago junto con la parroquia de San Patricio, para demostrar el gran número de rutas que existen para hacer el Camino de Santiago.

(Camino Santiago 2019, Parroquia San Patricio, Madrid).

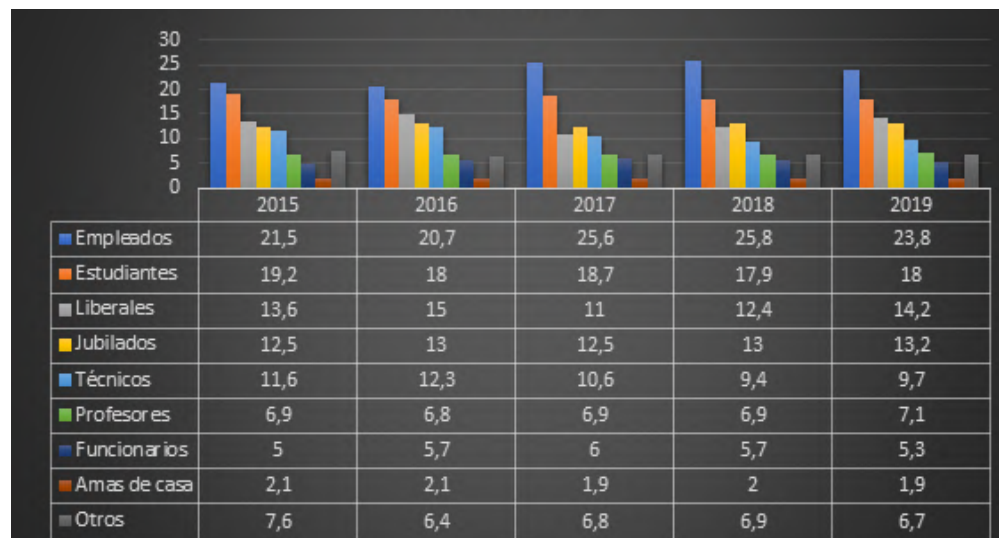


Ruta Ribadeo-Santiago.
Fuente: elaboración propia.



Creo que también es un dato que puede sernos bastante útil el saber la profesión o profesiones más habituales entre los peregrinos, para hacernos una idea aproximada del presupuesto del que disponen.

Oficina de Acogida del peregrino, informe estadístico (2015, 2016, 2017, 2018, 2019).



Gráfica peregrinos por profesión. Fuente: elaboración propia. Datos en %

2.1.2 Público objetivo

Con todos estos datos podemos hacernos una idea de cual debería ser nuestro objetivo, esto es de suma importancia, ya que **el objetivo debe ser el público ideal al que debemos dirigirnos**, nuestro público objetivo. Existen 5 motivos por los que es de suma importancia definir el público objetivo:

- 1) Vamos a poder **enfocar nuestro video a un determinado segmento de la población**, lo que te facilitará muchísimo el planteamiento y fijación de metas y objetivos.
- 2) **No malgastaremos recursos** (sobre todo tiempo y dinero) en público que no es un potencial consumidor
- 3) El producto o el servicio que nos disponemos a crear, **cumplirá con la función para el que fue creado**.
- 4) Cuanto más a fondo conozcamos al público objetivo **mejor podremos intentar llegar a él**, ya que sabremos con mayor exactitud qué es lo que más le llama la atención, que es lo que más busca en el Camino de Santiago
- 5) Podremos **elegir de una manera más correcta las redes sociales o canales** dónde más opciones tenemos de comunicarnos con personas que puedan tener intención de ir al Camino para comunicarte con tus potenciales clientes.

En base a todos los datos que hemos ido recogiendo y analizando en las gráficas, podemos establecer un público objetivo claro:

Para empezar, cómo ya hemos dicho en cuanto a edades nos vamos a centrar en un público joven, **de menos de 30 años** esto también nos lleva a centrarnos en los estudiantes, la segunda "profesión" que más vemos en el Camino. En cuanto a nacionalidad, nos centraremos en el público español (especialmente madrileños y andaluces), ya que es con diferencia el que más acude al Camino (podríamos tener pequeños detalles en el corto con Alemania e Italia, los países que más peregrinos aportan al Camino después de España).



El motivo de los peregrinos no es un dato que nos ayude demasiado ya que está muy igualado, por eso deberíamos tener en cuenta todos los motivos que puedan tener los peregrinos, intentando tener detalles con todos, desde los que acuden por deporte a los que acuden por temas religiosos.

Los peregrinos realizan el camino fundamentalmente a pie, por lo que es dónde más tenemos que centrar nuestra atención, teniendo también pequeños detalles con los que van en bicicleta ya que también son un número importante de peregrinos los que realizan el camino en este medio.

Para esto existe una herramienta básica en toda estrategia de marketing, estamos hablando de los buyer persona, esto consiste en realizar, de forma ficticia, una ficha o representación de un cliente ideal que nos permitirá tener un mayor conocimiento del target que hemos fijado.

El buyer persona no cuenta con una fórmula o forma específica para crearla, en función de la empresa o de la campaña que se quiera llevar a cabo y de las expectativas que se tengan puede tener una forma u otra. Por esto es necesario ser capaces de estructurar bien la información que precisamos para nuestro estudio.

Las fichas para buyer persona que he elaborado para este trabajo se estructuran con los siguientes apartados:

- Datos personales: lugar de residencia, edad, sexo, profesión y nivel de estudios.
- Redes sociales
- Gustos



Paola

DATOS PERSONALES:

EDAD: 22, LOCALIDAD: Madrid (España), PROFESIÓN: Estudiante Humanidades

REDES SOCIALES: le encanta ver videos en You tube y utiliza con mucha frecuencia Twitter e Instagram dónde le encanta colgar fotos.

GUSTOS: Le gustan los espacios naturales y abiertos, es además una persona muy religiosa, le encanta vivir aventuras visitando sitios nuevos conociendo gente nueva, por lo general le gusta más vivir los viajes en grupo y no en solitario. Es además una entusiasta de la historia de España y de sus leyendas.



Arturo

DATOS PERSONALES:

EDAD: 31, LOCALIDAD: Múnich (Alemania), PROFESIÓN: Empleado

REDES SOCIALES: utiliza con mucha frecuencia Facebook e Instagram.

GUSTOS: Es una persona muy deportista y gran aficionado a todo tipo de aventura le encanta viajar a otros países para conocer culturas diferentes y conocer gente de otros lugares aprendiendo de sus costumbres. Dentro del deporte, es muy aficionado a la bicicleta y a todas sus modalidades.





Inés

DATOS PERSONALES:
 EDAD: 25, LOCALIDAD: Bilbao (España), PROFESION: Estudiante Medicina

REDES SOCIALES: su red social favorita es Instagram, aunque tiene también cuentas en Twitter, Facebook y TikTok.

GUSTOS: Le encanta viajar y conocer lugares nuevos. Es muy aficionada a caminar, ha hecho varias veces el Camino de Santiago y ha estado en otros lugares de peregrinaje como Roma o Jerusalén.



María

DATOS PERSONALES:
 EDAD: 19, LOCALIDAD: Sevilla (España), PROFESION: Estudiante Diseño

REDES SOCIALES: su red social favorita es Instagram, dónde sube vídeos e imágenes todos los días, además tiene un canal de youtube y varias cuentas en Facebook y Twitter.

GUSTOS: Le encanta la fotografía y la historia, es por lo general una persona introvertida, por lo que le gusta caminar en solitario. Le gustan los espacios abiertos y naturales y conocer lugares nuevos.

Fuente: elaboración propia

2.2 La publicidad del Camino.



Con el paso del tiempo, la publicidad ha ido evolucionando poco a poco y **las técnicas han ido cambiando para mejorar la efectividad a la hora de vender**. La psicología o la sociología han tenido cada vez más protagonismo y han contribuido enormemente al desarrollo del marketing actual. En la sociedad en la que vivimos **las redes sociales se han convertido en una pieza fundamental para promocionar un producto o servicio**, desde un ordenador hasta un viaje, la efectividad de cualquier campaña publicitaria depende en buena medida de la inversión que se destine a la publicidad en redes sociales. En cualquier caso, ya sea mediante redes sociales o mediante otro tipo de medios, lo que está claro es que una buena publicidad es necesaria para ganar la atención de la gente, para conseguir que consuman el producto que queremos vender.

El Camino de Santiago no se excluye de esto, es necesaria una buena publicidad para conseguir que el mayor número de personas posible quiera venir a descubrir la experiencia que es el Camino.

A lo largo de los años son varias las campañas y los medios con los que se ha intentado dar publicidad al Camino, en los siguientes puntos se describen algunos de estos medios.



2.2.1 Un paseo por la publicidad del Camino.

1. "Respira hondo" 2020 (AMCS)

Esta campaña fue lanzada el 15 de julio de 2020 con la intención de promocionar el regreso al Camino tras el Covid 19, **la intención es poner en valor el efecto sanador, los valores y los retos personales que aporta el Camino**, pone el Camino como un lugar de libertad, calma y seguridad.

La campaña cuenta con 2 vídeos de 26 segundos que fueron distribuidos durante el mes de julio y 15 fotografías que fueron facilitadas a las grandes ciudades del Camino Francés. Además de Sacyr, la campaña cuenta también con el apoyo de Correos que se propuso dar apoyo a los peregrinos como a los municipios que forman parte del Camino.

De esta campaña podemos sacar los paisajes, además de elementos cómo la mochila y el bordón (el bastón que usan los peregrinos)



AMCS Santiago (2020). *Respira hondo* [Video]. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=RPnEAboggC8&feature=emb_logo

2. "Vive el Camino en Casa" 2020 (Galiwonders)

La agencia de viajes del Camino de Santiago **inicia una de las primeras campañas en redes sociales del Camino**, mediante el hashtag #viveelcaminoencasa, la Agencia comparte cada día **un vídeo personal en sus redes sociales (Facebook e Instagram), de peregrinos que han hecho o han**

tenido que posponer su Camino de Santiago, la intención era la de mantener la ilusión por el Camino de Santiago, aún en período de confinamiento, compartiendo un mensaje diario de esperanza orientado especialmente a aquellos peregrinos que tuvieron que posponer su viaje debido al Covid 19.

Lo interesante del mensaje es que son los peregrinos quienes, a partir de pequeños videos, los que transmitían sus experiencias en primera persona, consejos, vivencias de otros caminos,... todo desde casa.



3. "El Camino de los Encuentros" 2004 (AQUARIUS)

Esta campaña tiene ya unos cuantos años pero en su momento fue bastante conocida y tuvo bastante difusión por Facebook, Twitter y Foursquares. En el 2004 se produjo un boom en el concepto de marca de bebidas para deportistas y Aquarius se propuso aprovechar esto. **Su intención era la de contar historias reales, cercanas y relacionadas con España** que hablasen del ser humano como un ser extraordinario, de esta forma salió la idea del Camino cómo fuente de inspiración por los valores que esta peregrinación transmite. Junto con esta iniciativa, la Fundación RAIS, organización que tenía cómo objetivo la integración de personas sin hogar, inició un programa para dotar a las personas más desfavorecidas de un hogar, inició un



programa para dotar a las personas más desfavorecidas de un hogar, esta iniciativa gustó a Aquarius por lo que decidieron hacer la campaña juntos. Constaba de un spot, con versiones de 90, 45 y 23 " rodado durante los 180 kilómetros que separan Ponferrada de Santiago. **El spot contaba la historia de un grupo de peregrinos reflejando el espíritu de superación y los valores más importantes del Camino cómo la igualdad o la amistad.** El lanzamiento de la campaña coincidió con la llegada a Santiago de la primera botella de una marca de bebidas que realiza el Camino.



Aquarius (2004). El camino de los encuentros [Video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=oAvjlojHemw>

En este caso de esta campaña podemos sacar uno de los que posiblemente sea un personaje principal, un señor ya mayor, con una cierta edad que se anima a hacer el Camino de Santiago, además de elementos más visuales cómo las mochilas, las vieiras o los bordones.

De nuevo a nivel gráfico las vieiras o conchas son elementos representativos del Camino, al igual que los bordones o las cruces, símbolos representativos del Camino de Santiago

Estos son algunos de los ejemplos audiovisuales más importantes que se han hecho, sin embargo **la mayoría de las campañas publicitarias han sido por otros medios como folletos, guías turísticas, pins, documentales, libros, Etc.**

Son muchos los medios de comunicación que a lo largo de estos años han puesto interés en Galicia y en el Camino incluyendo noticias y reportajes del Camino en revistas, radio y televisión lo que ayudaba a dar a conocer los actos culturales y festivos que se celebraban, esto se vio, por ejemplo durante los años Santos de 1993, 1999, 2004 y 2010 dónde si hacemos un pequeño repaso a los archivos audiovisuales de esos años podemos ver cómo el Camino fue noticia casi cada día, además de varios especiales en publicaciones extranjeras hasta el punto que la presencia del Camino y de Galicia en medios de fuera de nuestro país creció un 1.400 por ciento (XUNTA DE GALICIA, 1994, P.136), hasta el punto que en los años santos 2004 y 2010 la CNN realizó una decena de reportajes sobre el año jubilar retransmitidos a millones de personas de todo el mundo.



Fuente: <https://www.pinterest.co.uk/pin/332984966183660064/>



2.2.2 El Camino en el cine.

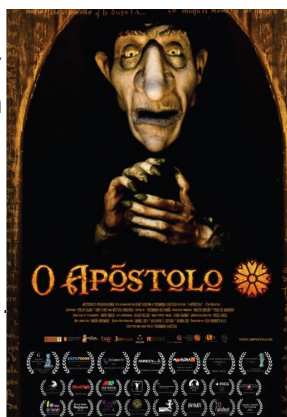
Otro de los medios gracias a los cuáles el Camino ha conseguido publicidad ha sido la televisión, son muchos los documentales que se han hecho del Camino, entre otros destacan “¡Buen camino! seis peregrinos, un destino” (Lydia B. Smith. 2013), “Footprints: El camino de tu vida” (Juan Manuel Cotel. 2016) y “Peregrino a Compostela” (TV GLOBO. 1999).

En el cine el Camino también ha sido protagonista en varias ocasiones:

1. “O APÓSTOLO” (Fernando Cortizo, 2012)

Un preso recién fugado de la cárcel intenta recuperar el botín que escondió unos años antes en una remota y solitaria aldea; pero lo que allí se encuentra supone una condena peor que la cárcel. Siniestros ancianos, extrañas desapariciones, espíritus, un peculiar sacerdote y hasta el mismísimo arcipreste de Santiago protagonizan una historia de terror, humor y fantasía.

Primera producción de stop-motion con plastilina hecha en España. (FILMAFFINITY)



2. “THE WAY” (Emilio Estévez, 2010)

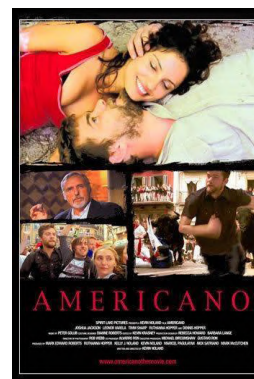
The Way es tal vez **la peli más famosa sobre el Camino de Santiago**. Muchos peregrinos de Estados Unidos se animaron a recorrer las rutas jacobeanas gracias a esta producción.

Un día, a Tom Avery (Martín Sheen), un reputado oftalmólogo viudo, le comunican que su hijo Daniel, con el que nunca ha tenido buenas relaciones, ha muerto en los Pirineos durante un temporal. Tom, desolado, viaja a Francia y, cuando averigua que su hijo estaba haciendo el Camino de Santiago, decide terminar la ruta en su honor. (FILMAFFINITY)

3. “TRES EN EL CAMINO” (Laurence Boulting, 2004)

En los albores del nuevo milenio, un asistente social holandés, una famosa poetisa japonesa y una chica brasileña han realizado el camino de Santiago y, de vuelta a sus países, miran hacia atrás hurgando en los recuerdos vividos. Laurence Boulting, autor de documentales como “Eduardo Chillida” o “Gernika, el espíritu del árbol”, firma esta obra a caballo entre el documental más puro y la película de ficción. Boulting **hizo durante cuatro años un viaje por la Ruta**

Jacobea y conoció a tres peregrinos reales (ninguno de ellos intérpretes profesionales), a los que eligió para protagonizar la cinta. El actor y director Lord Richard Attenborough pone su voz en la narración original. (FILMAFFINITY)



4. “AMERICANO” (Kevin Noland, 2005)

Historia de amor ambientada en los San Fermines de Pamplona. Chris, Ryan y Michelle son tres americanos que pasan sus vacaciones en Europa. Al llegar a España, Chris pierde su maleta, pero eso le da cancha para retrasar su regreso y perseguir a la bella Adela, una enigmática mujer a la que apenas conoce. Por su parte, Ryan y Michelle aprovechan el viaje para analizar su relación, ya que cuando vuelvan al “mundo real”, en Estados Unidos, todo volverá a ser como antes... (FILMAFFINITY)



5. "AL FINAL DEL CAMINO" (Roberto Santiago, 2009) Nacho (Fernando Tejero) es fotógrafo. Pilar periodista (Malena Alterio). Se odian. Sin embargo, tendrán que hacerse pasar por una pareja para realizar un reportaje sobre Olmo (Diego Peretti), un gurú que resuelve las crisis de pareja haciendo el Camino de Santiago. **Durante seis días de viaje a través de Galicia, se verán envueltos en todo tipo de situaciones absurdas, delirantes y románticas...** y es que ya se sabe que hasta el final del camino todo puede ocurrir. (FILMAFFINITY)



De todo estos ejemplos que hemos visto **podemos sacar una serie de elementos** que luego pueden ser opciones para usar para nuestro trabajo final:

-**El mal tiempo es algo constante**, en Tres en el Camino tenemos varias escenas en la que podemos apreciar esto, ya sea con niebla o con lluvia intensa, de forma que podemos usarlo en alguna escena del corto.



Fuente: <https://vimeo.com/92009239>

-En todo el material audiovisual analizado tenemos una **gran multiculturalidad en cuanto a los personajes**, tenemos desde Japoneses, Brasileños o Holandeses en Tres en el Camino (2004), Franceses en La Vía Láctea (1969) o Americanos en The Way (2010).

-**Peregrinos fallecidos en el Camino**, tenemos por ejemplo en el caso de Tres en Camino, un brasileño que había muerto el primer día, algo parecido a lo ocurrido en The Way, con el hijo del protagonista principal, gráficamente podríamos tener algún detalle o recuerdo de todos los peregrinos que de una forma u otra han perdido la vida haciendo el Camino.



Fuente: <https://vimeo.com/92009239>

-Existen elementos que, gráficamente tenemos que incluir de forma obligada, estos son:

- 1) **La credencial del peregrino**: el documento que te acredita cómo peregrino y te permite pedir en Santiago la Compostela, a lo largo del Camino tienes que ir rellenándola con los sellos de los lugares que visites o en dónde te alojes.
- 2) **La mochila**: uno de los elementos más importantes del peregrino, lo ideal es que no supere los 8 kilos para evitar lesiones.



3) **La concha: un símbolo en el Camino**, seguramente el más universal, tradicionalmente a todos los peregrinos que habían llegado a Santiago se les entregaba una concha de vieira para colocarla en el sombrero o en la capa. Portar la concha de vieira era considerado como una forma de tributo al Apóstol.

4) **Las flechas amarillas: otro de los símbolos más conocidos del Camino**, sirve para señalar la ruta a seguir. Tiene un origen reciente, (1984) por iniciativa de un sacerdote de O Cebreiro, Elías Valiña, que señaló de este modo, desde Roncesvalles hasta Santiago, todo el Camino Francés.

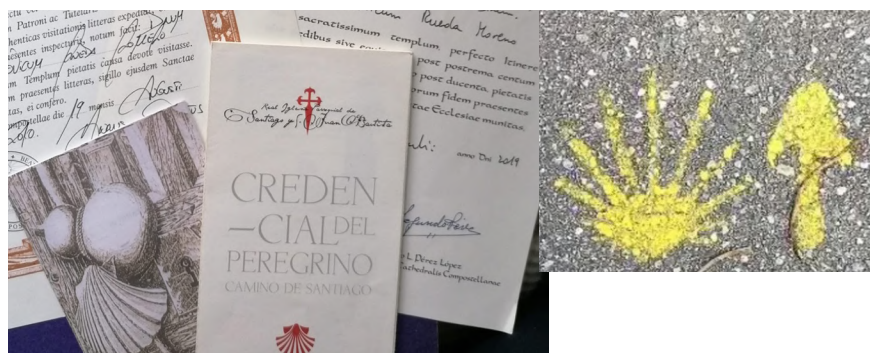
5) **Hitos o mojones**: otra de las formas de señalización del Camino, muchos de ellos nos informan del número de kilómetros que faltan para llegar a Santiago

6) **Cruces**: A lo largo del Camino, la cruz es un símbolo que veremos muy a menudo, ya sea en Iglesias o cómo homenaje a peregrinos fallecidos.

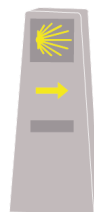
En las películas podemos ver estos elementos de muchas maneras:



Por ejemplo en este corte de la película 'The Way' (Emilio Estévez, 2010) podemos ver las tradicionales mochilas del Camino, los bordones y la concha.



En esta misma película tenemos ejemplos de las señales que podemos ver a lo largo del Camino indicándonos la dirección correcta.





Credencial en la película Tres en el Camino (Laurence Boulting, 2004)



Mojones, corte también perteneciente a la película Tres en el Camino (Laurence Boulting, 2004)

- 7) **Las lesiones**, en todos los casos vemos que en algún momento alguien se lesiona, en el Camino es algo muy común, especialmente por mala preparación o por elegir un calzado erróneo.
- 8) Hay una escena en la película Tres en el Camino que me gusta y que me parece muy emotiva, que es **cuando los peregrinos se acercan para recibir la bendición del peregrino en la iglesia.**



Fuente: <https://vimeo.com/92009239>

-9) Elementos no tan visuales, pero igualmente importantes y que vemos en todos los ejemplos son los sentimientos que el Camino despierta, podemos tener momentos de cansancio, de rabia, de enfado, de alegría, de preocupación, esperanza, momentos de fe..... todos esto es común en todas las películas nombradas anteriormente y por tanto son elementos muy a tener en cuenta.

Para terminar este recorrido por la publicidad del Camino de Santiago, citar el lanzamiento de un nuevo sello por parte de Correos para la conmemoración del año Santo Compostelano, el sello tiene como protagonista a Floreano, personaje del dibujante Gogue equipado con el tradicional "uniforme" peregrino, con capa, bordón y calabaza.

(Correos 2021, El año Santo Compostelano en sellos).



03 OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

" CAMINANTE NO HAY CAMINO, SE HACE CAMINO AL
ANDAR " (ANTONIO MACHADO)





[03] OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

3.1 Objetivo general

El objetivo principal de este trabajo es impulsar el Camino de Santiago entre un público objetivo, mediante la utilización de un corto animado.

3.2 Objetivos específicos

- Potenciar el Camino de Santiago como referente turístico a nivel nacional e internacional, incluyendo los pueblos y localidades por las que pasa.
- Intentar impulsar económicamente a las zonas por las que transcurre el Camino.
- Impulsar el Camino de Santiago entre el público objetivo

3.3 Metodología

La metodología que se usará para este proyecto viene diferenciada en estos bloques:

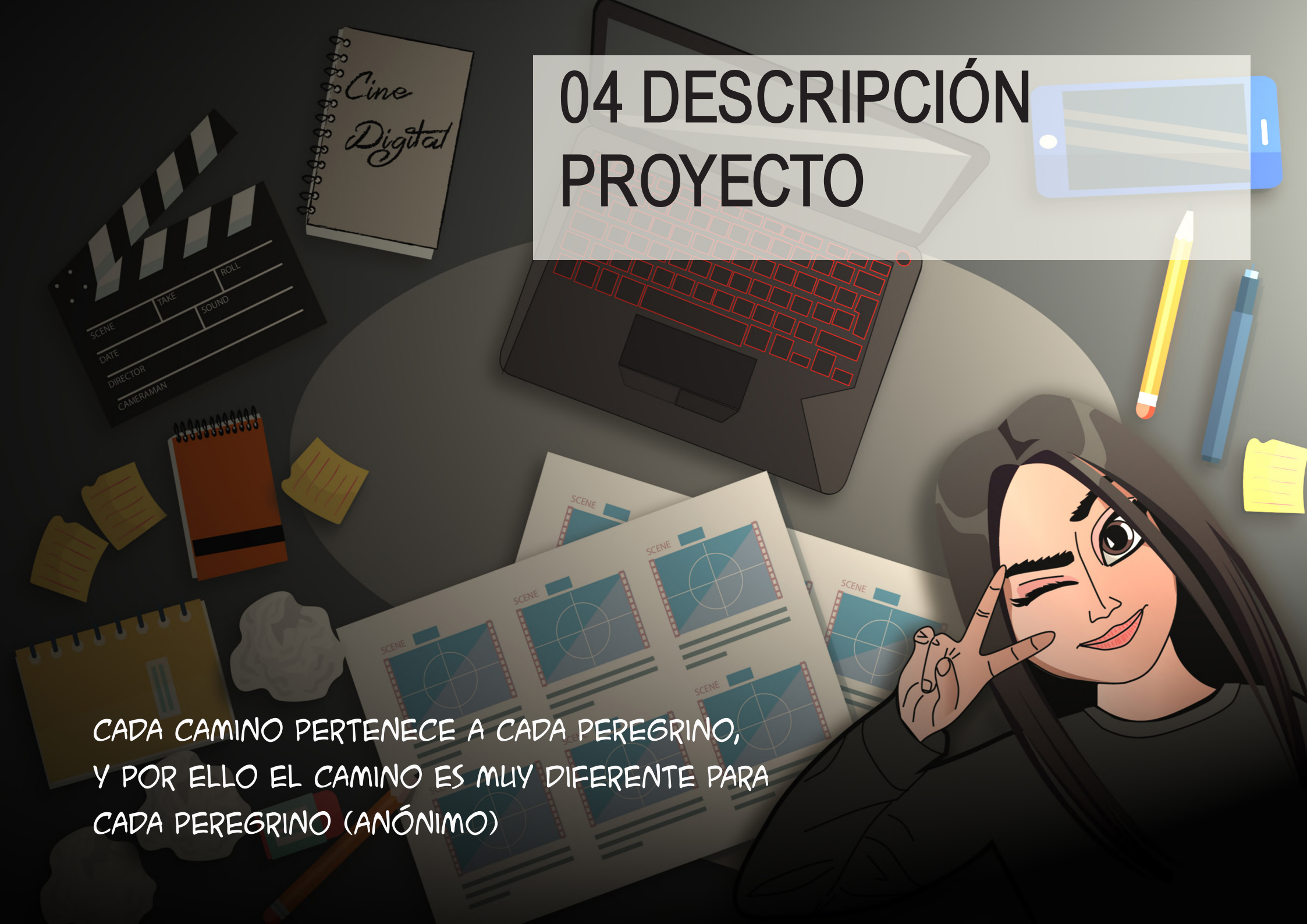
FASE 1: La fase de creación de ideas: elaboración de una historia para contar.

FASE 2: Fase de preproducción: la fase en la que nos centraremos, constará de la elaboración del guión, del moodboard, de los bocetos y del storyboard.

FASE 3: Fase de producción: aunque no nos centraremos en esta fase, si analizaremos de forma simple los programas y métodos con los que resultaría más sencillo realizar la animación.

04 DESCRIPCIÓN PROYECTO

CADA CAMINO PERTENECE A CADA PEREGRINO,
Y POR ELLO EL CAMINO ES MUY DIFERENTE PARA
CADA PEREGRINO (ANÓNIMO)





[04] DESCRIPCIÓN PROYECTO

4.1 Briefing y público objetivo

El briefing que nos aporta el cliente sea cual sea el proyecto **es siempre una parte importante** ya que en el se recogen los requerimientos del cliente para llevar a cabo el proyecto.

El encargo **debe tener un objetivo concreto** a cumplir por el diseñador, pero siendo flexible para dar margen de maniobra a la interpretación y desarrollo del proyecto por parte del diseñador.

Cualquier briefing tiene 3 funciones principales.

1. Presupuestar.
2. Ser una guía para el proyecto.
3. Ser una guía para la evaluación.

Este briefing debe contener «unos puntos genéricos, núcleos de información, que constituyan una guía para redactar el programa y que serán útiles para elaborar un briefing tanto de diseño gráfico, como de producto» (Lavernia, 2006) y además unos objetivos y estos aclaran y precisan cuales son las expectativas que tiene el cliente, sabiendo así que tenemos que lograr y bajo qué límites tenemos que trabajar.

Nosotros tenemos que concretar lo máximo que podamos los objetivos para definir el problema y cómo vamos a trabajar para solucionarlo dentro de las posibilidades de presupuesto, tiempo y viabilidad, tenemos que tener la capacidad de ver las posibilidades reales del proyecto que queremos llevar a cabo.

Existen cinco preguntas que debemos hacernos de forma obligada para que esto se cumpla que debemos aplicar a nuestro proyecto:

- 1 ¿Quién es el cliente y el público objetivo? (tamaño, tipo, características) Ayuntamiento de Santiago de Compostela. Gobierno de Galicia.
- 2 ¿Qué solución de diseño tiene el cliente en mente? (impreso, internet, vídeo)

Un cortometraje animado que consiga dar un toque diferente a las campañas realizadas anteriormente.

- 3 ¿Cuándo se necesitará el diseño y durante cuánto tiempo? (plazos del proyecto)

La idea sería lanzar la campaña antes de junio para aprovechar que el verano es una de las épocas del año que más peregrinos deciden hacer el camino.

- 4 ¿Dónde se utilizará el diseño? (medios de comunicación, localización, país)

Queremos aprovechar las redes sociales para intentar llegar a todo el mundo, especialmente a nivel nacional.

- 5 ¿Por qué el cliente cree que necesita una solución de diseño?

Con el Covid 19 el número de peregrinos ha descendido en este último año lo que a supuesto pérdidas económicas importantes en la zona y las campañas anteriores no han funcionado como se esperaba.

Ambrose y Harris, 2010, p. 16

4.2 Fase creación de ideas

Para crear cualquier cortometraje **lo primero es tener claro que historia** se quiere contar, el Camino de Santiago ha tenido miles de peregrinos a lo largo de su historia y por lo tanto miles de historias diferentes. En mi caso se me ocurrieron 3 opciones diferentes que voy a resumir a continuación:

- Primera opción: es una opción en la que he estado pensando desde que decidí de que quería hacer este TFG, sería la historia de una pequeña ratoncita que un día, oculta en un pequeño agujero del suelo de una iglesia, escucha la historia del Camino de Santiago y decide emprender la aventura.
- Segunda opción: reuniendo información para este trabajo me encontré con una historia de un abuelo y su nieto que han hecho juntos varias veces el Camino, me pareció una historia muy tierna y que contiene muchos de los valores que se quieren transmitir. Es cierto que esta opción tiene varios problemas, el primero es que no encaja del todo con el público objetivo en cuanto a la edad, el segundo que en Instagram, cuenta en la que estos dos



peregrinos han hecho pública la historia, no da suficiente información cómo para hacer una historia que cuente con un cuerpo bien estructurado. -Tercera opción: partiendo de la historia anterior, crear una nueva, cogiendo rasgos de la original, pero con unos personajes que entren más en el público objetivo que buscamos. Esta opción nos podría permitir además tener un pequeño homenaje a los mayores, los más afectados por el Covid, lo cual además es una forma de intentar tocar la fibra sensible de la gente. Aunque las dos primeras opciones resultan interesantes, en mi caso prefiero decantarme por la tercera, la idea sería coger cosas de las dos opciones anteriores y elaborar una pequeña historia para después, tomando como referencia este primer “borrador” empezar a elaborar el guión de la historia.

En la historia **se tendrá en cuenta la investigación realizada**, se incorporarán elementos como el Camino Francés, la viera, la mochila, conceptos como la amistad o el compañerismo.....además de tener en cuenta el público objetivo y la historia del Camino.

Esta sería la historia.....

Estamos a principios de verano y empieza a hacer cada vez más calor, aunque no le hace ninguna gracia, Miguel espera la llegada de su nieta de 15 años para pasar el verano con él en su casa, un pequeño chalé que tienen en Madrid, sus padres tienen que trabajar y no pueden hacerse cargo de ella, él hace unos diez años que no la ve. Nervioso espera en el sillón del salón leyendo el periódico, cada vez que nota que alguien se acerca a la puerta de la casa, levanta la vista y mira con el ceño fruncido, al ver que pasan de largo, niega con la cabeza y vuelve a leer el periódico, esto ocurre varias veces hasta que, el timbre suena, Miguel se levanta del sofá, toma aire y va hacia la puerta, la abre y sin previo aviso, la niña entra en la habitación como un cohete, revoloteando de aquí para allá. Miguel se cae al suelo, los padres le dejan las maletas en la puerta y sin decir palabra se meten en el coche y se van. Tras lograr levantarse, va corriendo afuera solamente para asomarse a la puerta y ver el

coche a lo lejos, poco a poco se da la vuelta y ve a la niña jugando con su periódico, corriendo lo agarra y se lo quita de las manos.

La niña le mira enfurruñado, ve un par de objetos aparentemente valiosos en un armario y se lanza a tocarlos, pero el abuelo de nuevo se le adelanta e impide que toque nada, la niña intenta coger otra cosa y de nuevo el abuelo se lo impide, cansada, se sienta en un sillón y saca un móvil del bolsillo, el abuelo coge las cosas de la niña con nerviosismo y las sube a su habitación, al bajar la niña está en la misma posición, el abuelo se sienta en su sillón y coge el periódico.

*Es domingo, han pasado unos días desde que ha llegado la niña a casa y apenas han hablado entre los dos, la niña está siempre con el móvil y no hace caso de nada de lo que su abuelo la dice. Miguel decide ir a misa como siempre ha hecho, coge a la niña con él y se la lleva a la parroquia del barrio. La niña no para quieta durante toda la celebración, **pero cuando encuentra un pequeño folleto del Camino de Santiago, se la iluminan los ojos, el abuelo lo ve y entonces se queda pensativo**, al llegar a casa, tras la comida, deja a la niña durmiendo la siesta y **se baja un momento al sótano, allí recuerda viejas fotos que tiene en una mesa, de cuando era joven e iba al Camino**, a veces solo, a veces acompañado, de un cajón saca varias credenciales, conchas y compostelanas, entonces se le ocurre una idea. Al salir de la iglesia, le dice a la niña que espere un momento y habla con el párroco un momento, el cura le sonríe y le da algo en la mano que la niña no llega a ver. Al día siguiente se lleva a la niña de comprar, cómo ella está con el móvil, no se entera de lo que el abuelo compra, dos mochilas, calcetines, camisetas,.....**a la mañana siguiente, la niña se despierta y se encuentra al abuelo perfectamente equipado y ve cómo le tira todo un equipo al pie de su cama el abuelo se mete la mano en el bolsillo y entonces saca una concha del Camino, se la tira encima de la cama y le guiña un ojo para que le siga.***

La niña se viste corriendo y baja al salón, allí encima de la mesa hay dos billetes para ir a Ponferrada, el abuelo le abre la puerta de la casa y la indica que salga con él.



En la siguiente imagen, tenemos a los dos en el tren, en la mesa que tienen delante está llena de mapas y de diarios del abuelo, este le va contando poco a poco todas las aventuras que había vivido de niño mientras la va haciendo indicaciones en los mapas de cómo son las rutas. Los dos llegan a Ponferrada, bajan del tren y se dirigen al primer albergue, allí enseñan la credencial y consiguen su primer sello. Entran al albergue y los dos se preparan para dormir, poniendo la esterilla y el saco, al principio a la niña le cuesta y necesita del abuelo para montarlo todo. Por la mañana, el abuelo se levanta primero y tiene que despertar a la niña, está, con la cara dormida y todos los pelos despeinados, se levanta unos segundos, para luego volver a caer en la cama, el abuelo vuelve y consigue que la niña se levante usando un silbato. Los dos comienzan a andar y a partir de este momento a los dos les pasa de todo, les llueve, la niña se cae y acaba con una rodilla vendada, en otra ocasión les persigue una manada de ovejas, tienen por costumbre parar en todas las iglesias y rezar un padre nuestro y un ave maría, en varias ocasiones se cruzan con otros peregrinos y van juntos parte de la etapa, en otra ocasión se paran a dar de comer a las vacas por el camino, tienen mala suerte y se equivocan de Camino, uno se va en una dirección y otro en otra, poco a poco la niña cada vez va haciendo mejor las cosas, ya no necesita ayuda para hacer y deshacer el saco o la mochila, se cruzan con varios ciclistas con quienes comparten la comida, la credencial cada vez está más llena de sellos y son cada vez más los pueblos y ciudades por los que pasan, algunos con unos paisajes increíbles, las cuestas les hacen tener que esforzarse al máximo, a veces es el abuelo el que tira de ella, otras veces es la nieta la que tira del abuelo, en una ocasión tienen tanta niebla que no ven lo que tienen delante y se acaban chocando, en alguna ocasión pasan cerca de una cruz de algún peregrino caído, con respeto se paran, inclinan la cabeza, rezan un poco y siguen hacia delante, a lo largo del Camino la niña hace muchas fotos con su móvil de todo lo que van haciendo. Los dos logran llegar hasta el Monte del Gozo y ven a lo lejos la catedral de Santiago, emocionados echan a correr, llegan a la plaza y tienen delante de ellos la catedral, juntos entran en la catedral y están en la ciudad unos días viendo la ciudad.

Después vuelven a Madrid, de nuevo en casa, nada más llegar, aparecen los padres con el coche, para llevarse a la niña de nuevo, la niña le da un abrazo a su abuelo y sube al coche, desde la ventanilla se despide de él.

El abuelo fallece durante el Covid 19, lo siguiente que vemos es una tumba con el nombre del abuelo escrito allí, la niña está delante de ella llorando con la credencial en la mano y una de las fotos que se han hecho, a su alrededor están todos los familiares y amigos, poco a poco estos van desapareciendo hasta que sólo queda la niña pequeña. La niña a lo largo de las semanas después de terminar el Camino había ido haciendo un álbum con todas las fotos con su abuelo al que pensaba enseñárselo cuando volviera a verlo, ahora decide que quiere dejarlo en casa de su abuelo junto con el resto de mapas y papeles que él tenía guardados, quedándose únicamente con una foto, acompañado por sus padres vuelve allí y entra en el sótano, allí ve el escritorio de su abuelo lleno de papeles y un diario que pone "el último Camino" al abrirlo ve en la primera página la misma foto que ella tiene en la mano, la niña se echa a llorar una vez más.

Un año después, la niña va al colegio con mascarilla, entra en clase y saca los libros, entre ellos está la foto de con su abuelo, a su lado se sienta otro niño, este también lleva una foto en su mano, en su caso se le ve a él con una señora mayor en Santiago también, los dos se dan cuenta de ello, se miran por un momento y sonríen. En la siguiente escena vemos a los dos jóvenes juntos haciendo el Camino junto con más gente, recorriendo la misma ruta que la niña había hecho con su abuelo.

Esta sería la historia que me gustaría contar para el cortometraje, a continuación comenzaré la fase de preproducción del corto.



4.3. Fase Preproducción

FASE PREPRODUCCIÓN:

La fase de preproducción es el centro de este trabajo y costará de 3 apartados:

4.3.1 “Guión técnico”

Dónde escena a escena, irá narrando la historia antes descrita, incluyendo los movimientos de cámara, los encuadres y un storyboard simplificado.

4.3.2. “Moodboard”

Una recopilación de imágenes de dónde se sacará inspiración para elaborar después los personajes

4.3.3 “Bocetos personajes”

En esta fase se dibujarán los personajes en varias posturas y formas para hacer una idea de cómo serán los personajes en el cortometraje.



4.3.1 Guión técnico

	GUIÓN	ENCUADRE	MOV CÁMARA		GUIÓN	ENCUADRE	MOV CÁMARA
1	<p>INT.CASA (SALON) - DIA Un hombre mayor se encuentra sentado en un sillón leyendo el periódico, de vez en cuando levanta la cabeza y mira con nerviosismo a la puerta de la casa cada vez que se oye algún sonido de pasos. De repente el timbre suena, corriendo se levanta y va hacia la puerta, nada más abrirla una niña entra corriendo provocando que el hombre se caiga al suelo, una mano aparece por la puerta con dos maletas que deja tiradas en el suelo. El hombre se levanta y se dirige hacia la puerta.</p>	<p>Plano general/ plano americano.</p> <p>Plano general.</p>	<p>Zoom in lentamente hacía el personaje hasta tenerlo delante.</p>	3	<p>EXT.CALLE (CARRETERA) - DIA Al fondo se ve el coche durante unos segundos, antes de girar a la derecha y desaparecer, la calle esta vacía totalmente y no se ve ni un alma.</p>	<p>Plano general de la calle.</p>	
				4	<p>EXT.CALLE (PORTAL CASA) - DIA Miguel se da la vuelta y vuelve a entrar en la casa, cerrando la puerta tras de si, negando con la cabeza, disgustado.</p>	<p>Plano general del portal de la casa.</p>	Cámara fija.
2	<p>EXT.CALLE (PORTAL CASA) - DIA Vemos el portal de la casa con Miguel saliendo de ella, una enorme humareda se ha levantado, Miguel mueve el brazo intentando disipar el humo, sale del portal y mira hacia la calle.</p>	<p>Plano medio del personaje asomándose a la puerta, pasamos a un plano general y de nuevo a un plano medio.</p> <p>Plano general del portal de la casa.</p>	<p>Cámara fija viendo cómo el hombre va hacia la puerta.</p> <p>Cámara fija.</p>	5	<p>INT CASA (SALON) - DIA Miguel cierra la puerta y ve a la niña jugando con el periódico, arrugándolo y se lo quita de las manos. A un lado hay un armario con varios trofeos y fotos, un reloj que parece antiguo y otros objetos de valor, la niña va hacia ellos para tocarlos, Miguel se adelanta y se pone delante del armario impidiendo el paso. La niña resopla aburrida y se sienta en el sofá con el móvil en la mano.</p>	<p>Plano general del pasillo de la casa.</p> <p>Plano medio del armario.</p> <p>Plano medio de la niña aburrida.</p>	Cámara fija.



GUIÓN

ENCUADRE

MOV CÁMARA

Miguel se dirige hacia la entrada, coge las maletas de la niña y se las lleva hacia unas escaleras, se escucha de fondo cómo el hombre sube las escaleras corriendo y vuelve a bajar corriendo y se encuentra a la niña en la misma posición, respira hondo, la niña no se ha movido, se sienta en el sillón y coge de nuevo su periódico para leerlo.

Pasan varios días así, la habitación va cambiando de iluminación, pero tanto el hombre cómo la niña sigue en la misma posición, sin hablar nada entre ellos.

INT. IGLESIA - DIA
Los dos están sentados en un banco de una iglesia, la niña no presta atención y se pone a tirar bolas de papel a los señores de otros bancos, el abuelo la mira enfadado, la niña coge un puñado de papeles y entonces se queda mirando uno que pone Camino de Santiago, entonces sonrío y se pone a leerlo.
El abuelo se da cuenta y se queda pensativo.

Plano general del pasillo de la casa.

Plano general de las escaleras.

Plano general del salón.

Gran Plano general.

Primer Plano folletos.

Cámara fija.

Zoom in

Travelling de los bancos dónde están sentados.

7

8

GUIÓN

ENCUADRE

MOV CÁMARA

INT. CASA (SALON) - DIA
El hombre entra en la casa junto con la niña, al momento la niña se sienta en el sofá y se pone con el móvil, Miguel mira de reojo a la niña antes de irse hacia unas escaleras que bajan al sótano.

INT. CASA (SOTANO) - DIA
Miguel baja unas escaleras y tira de una pequeña cuerda para encender la luz de la sala.
Despacio se dirige a una gran mesa que hay junto a la pared, allí coge una silla y se sienta, delante tiene varios archivadores grandes, coge uno de ellos y lo abre, dentro vemos mapas del Camino de Santiago y de todas las rutas que hay, muchos de los mapas se ven que están hechos con bolígrafo que indica que seguramente los hiciera él mismo.
Vemos varias credenciales junto con varias Compostelas, también vemos fotos con él más joven, en algunas se le acompaña por otros jóvenes, en otras sólo, con diversos paisajes de fondo.

Plano Medio de los personajes.

Plano completo Salón.

Plano americano.

Plano medio.

Plano completo del personaje sentado de perfil.

Plano medio del personaje.

Primer plano de los papeles y las fotos

Plano medio del personaje.

Cámara fija.

Cámara fija.

Cámara fija con ángulo picado.

Cámara fija.

Travelling con cenital de los papeles y las fotos.

Cámara fija en el personaje.



GUIÓN	ENCUADRE	MOV CÁMARA		GUIÓN	ENCUADRE	MOV CÁMARA
<p>Miguel saca una foto de entre todas ellas en la que se le ve a él más joven junto con su padre y de fondo la catedral de Santiago.</p> <p>Miguel sonríe al ver la foto y agacha la cabeza un momento medio llorando, al levantar la cabeza ve en un rincón de la habitación dos viejas mochilas, luego pensativo, mira de nuevo a la mesa, baja la cabeza y abre un cajón de la mesa, de ella saca dos credenciales vacías y las pone sobre la mesa, tras volver a mirar la foto, se levanta sonriendo y se dirige hacia las escaleras.</p>	Primer plano de la foto.	Cámara picada con zoom in sobre la foto.	9	<p>INT. CASA (HABITACIÓN NIÑA) - DIA</p> <p>Vemos a la niña durmiendo en la cama, la puerta de la habitación se abre y entonces suena una bocina, la niña se despierta y todavía medio dormida se frota los ojos y bosteza, de repente extrañada mira a su abuelo, lleva una mochila al hombro y otra en la mano, la niña se levanta y le mira de arriba abajo. Miguel la sonríe y le deja la mochila que tiene en la mano a los pies de la cama. Le hace una señal con la mano para que le siga y le deja un billete de tren encima de la cama, la niña lo coge y ve que pone que el destino es Ponferrada. De inmediato se pone a hacer su mochila....</p>	Plano general habitación.	Cámara fija
	Primer plano del personaje.	Cámara fija.			Plano medio de la puerta abriéndose.	
	Plano general, vemos las mochilas.				Plano medio de la niña.	
	Primer plano de la mesa, vemos a Miguel sacando las credenciales.	Cámara fija en las credenciales.	10	<p>INT. CASA (SALON) - DIA</p> <p>Los dos están listos en el salón, con la mochila puesta, el abuelo abre la puerta y los dos salen, dando paso a un fundido en blanco.</p>	Plano general abuelo cerca de la cama.	
	Primer plano del personaje.	Cámara fija.			Plano medio abuelo.	
					Primer plano billete.	
					Plano general.	
					Plano general salón.	Cámara fija



	GUIÓN	ENCUADRE	MOV CÁMARA		GUIÓN	ENCUADRE	MOV CÁMARA
11	<p>INT. CASA (SALON) - DIA</p> <p>Los dos están listos en el salón, con la mochila puesta, el abuelo abre la puerta y los dos salen, dando paso a un fundido en blanco.</p>	<p>Plano completo de los dos sentados.</p>			<p>INT. ALBERGUE (ENTRADA) - TARDE</p>	<p>Plano completo de los personajes acercándose al mostrador.</p>	
12	<p>INT. TREN - DIA</p> <p>Vemos a Miguel junto con su nieta, este sujeta un mapa con una mano y con la otra le va haciendo indicaciones y explicaciones, la niña le escucha atentamente y va tomando nota en una pequeña libreta.</p>	<p>Gran Plano general.</p> <p>Plano general del tren.</p> <p>Plano medio personajes</p>	<p>Zoom out lentamente.</p> <p>Cámara fija ángulo picado.</p> <p>Dolly siguiendo a los personajes.</p>	15	<p>Los dos están frente a un mostrador, ponen las credenciales vacías encima de la mesa, un señor coge un sello y lo presiona sobre el primer cuadro blanco, los dos recogen las credenciales y se dirigen hacia el interior del albergue.</p>	<p>Plano medio (de frente de los personajes).</p>	
13	<p>EXT. ESTACIÓN - TARDE</p> <p>Los dos llegan a Ponferrada, se bajan del tren y empiezan a andar hacia unas escaleras, un muro se cruza delante de nosotros.</p>			16	<p>INT. ALBERGUE (HABITACION) - TARDE</p> <p>Vemos una litera y los dos poniendo el saco encima de los colchones, preparándose para dormir, al terminar se meten en la cama y las luces se apagan.</p>	<p>Primer plano credencial.</p> <p>Plano general, vemos a los personajes meterse en la cama</p>	<p>Travelling lento.</p>
14	<p>EXT. CALLE - TARDE</p> <p>Los dos entran en un albergue.</p>	<p>Plano general.</p>	<p>Cámara fija</p>	17	<p>INT. ALBERGUE (HABITACIÓN) - NOCHE</p> <p>Vemos a la niña despierta, con los ojos abiertos de par en par, de fondo se escuchan los ronquidos, la niña coge una sudadera y se tapa con ella los oídos.</p>	<p>Plano medio.</p>	<p>Cámara fija</p>



	GUIÓN	ENCUADRE	MOV CÁMARA		GUIÓN	ENCUADRE	MOV CÁMARA
18	<p>INT. ALBERGUE (HABITACION) - DIA</p> <p>De lejos se escucha a un gallo cantar, la niña sigue dormida, el abuelo la despierta, se levanta unos segundos, pero vuelve a la cama de nuevo y empieza a roncar, el abuelo aparece con un silbato y pita con fuerza, la niña se levanta corriendo y empieza a recoger el saco, al principio no consigue ponerlo bien, cuando lo consigue no le entra en la mochila, el abuelo la mira y se lleva las manos a la cara.</p> <p>EXT. CAMPO - DIA</p> <p>Los dos empiezan a andar por el campo con sus mochilas puestas, una ardilla se les cruza y un pequeño bicho aparece volando a su lado, la niña sonriendo, va señalando con la mano hacia delante y hacia los lados enseñándole cosas a su abuelo.</p>	<p>Primer plano ventana</p> <p>Plano general habitación</p> <p>Plano americano de la chica en la cama.</p> <p>Plano general de la chica haciendo la mochila.</p> <p>Plano general.</p>	<p>Zoom out desde una ventana.</p> <p>Cuando este enfocada la cama, pasamos a cámara fija.</p> <p>Travelling</p>	20	<p>EXT. RIO - DIA</p> <p>Vemos al abuelo bebiendo agua junto a un río y a su lado la niña tomándose un bocadillo, varios peregrinos pasan, el abuelo levantando la mano saludándoles.</p> <p>INT. ALBERGUE - SIN ESPECIFICAR</p> <p>Vemos a los dos delante de un escritorio, con las credenciales encima, una mano le pone el segundo sello a la credencial.</p> <p>EXT. CAMPO - DIA</p> <p>Vemos a la niña intentando dar de comer a un par de vacas, mientras Miguel intenta impedirle agarrándola de la mochila.</p> <p>EXT. CAMPO - DIA</p> <p>Vemos a los dos subiendo una cuesta, los dos van resoplando, de repente, la niña se cae y sin querer, se cae encima de Miguel empujándole hacia atrás.</p>	<p>Plano medio del abuelo.</p> <p>Pasamos a plano general.</p> <p>Primer plano credencial.</p> <p>Plano completo, de la niña, el abuelo entra en escena detrás de ella.</p> <p>Plano americano.</p>	<p>Cámara fija.</p> <p>Cámara fija.</p> <p>Cámara fija.</p> <p>Dolly de la cámara hacia abajo mostrando la caída</p>
19				21			
				23			
				24			



	GUIÓN	ENCUADRE	MOV CÁMARA		GUIÓN	ENCUADRE	MOV CÁMARA
25	<p>EXT. CAMPO - DIA</p> <p>Miguel está agachado junto a la niña, cogiéndola de la pierna mientras se la envuelve con una venda, una vez ha terminado, la niña se pone en pie y vuelve a caminar.</p>	Plano general.	Cámara fija.	28	<p>EXT. CAMPO - DIA</p> <p>Miguel y la niña avanzan por un camino lleno de árboles a su alrededor, hace sol, un árbol se nos pone delante y cuando volvemos a ver a los dos protagonistas llevan una capa de agua puesta y está lloviendo. El paisaje con árboles ha cambiado a campo con vallas que limitan el camino, este mismo paisaje vuelve a cambiar otra vez al pasar por detrás de un trozo de valla y vemos a los dos andando por un puente.</p>	Plano completo.	Travelling.
26	<p>EXT. CAMPO - NOCHE</p> <p>Vemos a Miguel y la niña tumbados en el césped mirando al cielo, las estrellas brillan encima de ellos, el abuelo la enseña las constelaciones señalándoselas con el dedo.</p>	Plano general.	Cámara fija.			Plano general de la iglesia.	Zoom in hacia los personajes.
27	<p>INT. ALBERGUE- SIN ESPECIFICAR</p> <p>Vemos a los dos delante de un escritorio, con las credenciales encima, vemos cómo una mano le pone otro sello más, la credencial cada vez está más llena.</p>	Gran Plano general del cielo.		29	<p>INT. IGLESIA - DIA</p> <p>Vemos a los dos en una iglesia, arrodillados rezando ante un altar, Miguel mira a la niña, está concentrada en la oración, orgulloso sonríe y se fija en la cruz que tiene delante.</p>	Plano americano de los personajes de perfil.	Cámara fija.
		Primer plano credencial.				Plano completo desde la espalda.	Zoom in al altar.



	GUIÓN	ENCUADRE	MOV CÁMARA		GUIÓN	ENCUADRE	MOV CÁMARA
30	<p>INT. ALBERGUE - SIN ESPECIFICAR</p> <p>Vemos a los dos delante de un escritorio, con las credenciales encima, vemos cómo una mano le pone otro sello más, la credencial cada vez está más llena.</p>	<p>Primer plano.</p> <p>Plano completo.</p> <p>Primer plano de los personajes asustados.</p>	<p>Cámara fija.</p>	33	<p>EXT. CAMPO - DIA</p> <p>Vemos a Miguel mirando una catedral muy grande y de repente a la niña echándose encima de él con el móvil en mano para hacerse una foto, los dos se acaban cayendo al suelo y la foto sale medio mal, con los dos tirados uno encima del otro. (Vemos un pequeño collage con varias fotos en la que salen los dos en diversas poses y con varios paisajes diferentes)</p>	<p>Plano general.</p> <p>Plano completo.</p> <p>Primer plano de las fotografías.</p>	<p>Cámara fija.</p>
31	<p>EXT. CAMPO - DIA</p> <p>Vemos a la niña comiéndose un bocadillo y una oveja que se le acerca y le pega un mordisco, la niña se enfada y le da a la oveja, al momento una manada de ovejas aparece y empiezan a perseguir a Miguel y a la niña que corren para que no les pille.</p>	<p>Plano americano de los personajes corriendo.</p>		34	<p>INT. ALBERGUE - NOCHE</p> <p>Vemos a Miguel y a la niña compartiendo su cena con un grupo de personas junto a una gran mesa de un albergue mientras se rien y cuentan historias del Camino.</p>	<p>Primer plano mesa.</p> <p>Plano general mesa.</p>	<p>Zoom out de la mesa.</p>
32	<p>EXT. CAMPO - TARDE</p> <p>Los dos pasan junto a una cruz de un peregrino muerto en el Camino, paran, se quitan las gorras y se santiguan.</p>	<p>Plano general.</p> <p>Plano completo de espaldas.</p>	<p>Travelling.</p> <p>Zoom in.</p>				



	GUIÓN	ENCUADRE	MOV CÁMARA		GUIÓN	ENCUADRE	MOV CÁMARA
35	<p>INT. ALBERGUE - DIA</p> <p>Vemos a la niña preparar su mochila a una gran velocidad y terminarla junto a su abuelo, los dos se miran y se sonrien antes de ponerse en camino.</p>	Plano completo.	Cámara fija.	39	<p>EXT. SANTIAGO - DIA</p> <p>Vemos a Miguel y a la niña con la catedral delante de ellos, los dos la miran sentados en el suelo, con la mochila a su lado.</p>	Plano general.	Zoom in con paneo.
36	<p>EXT. CAMPO - DIA</p> <p>Miguel y la niña intentan subir una cuesta cuando aparece un grupo de ciclistas que les pasan, de repente oyen un pequeño choque y una rueda que sale votando hacia ellos.</p>	Plano general.		40	<p>INT. CATEDRAL SANTIAGO - DIA</p> <p>Los dos asisten a la misa de los peregrinos y ven al botafumeiro moverse de un lado a otro.</p>	Plano general.	Cámara fija.
37	<p>EXT. CAMPO - DIA</p> <p>Vemos a Miguel arreglando la bicicleta, mientras que la niña le da un poco de agua a la chica que llevaba la bici.</p>	Plano completo.		41	<p>INT. OFICINA DEL PEREGRINO - DIA</p> <p>Vemos cómo a los dos les sellan las credenciales y les entregan sus Compostelas, los dos se abrazan.</p>	Plano americano.	Cámara fija.
38	<p>EXT. CAMPO - DIA</p> <p>Tenemos la credencial llena con todos los sellos, vemos delante de nosotros al Monte del Gozo y a lo lejos las torres de la catedral de Santiago, la niña y Miguel echan a correr.</p>	Primer Plano.	Cámara fija.	42	<p>INT. TREN - DIA</p> <p>Vemos a los dos sentados en un tren con destino a Madrid mientras van mirando sus Compostelas y sus credenciales llenas de los sellos que han ido reuniendo por el Camino.</p>	Primer Plano.	Cámara fija.
		Plano general.	Paneo del paisaje.			Plano medio personajes.	
		Plano americano.	Cámara fija.			Primer plano	
			Travelling.				





46

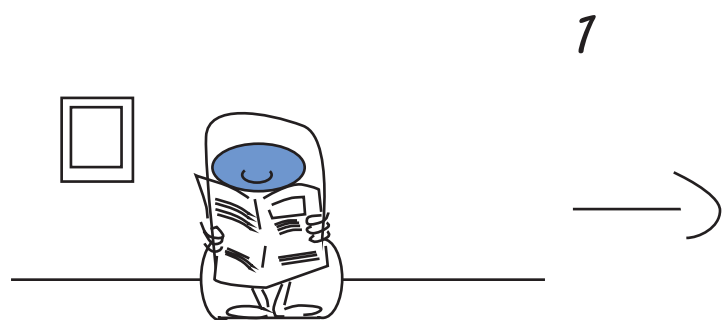
GUIÓN	ENCUADRE	MOV CÁMARA
Vemos de nuevo un fondo negro con unas letras en blanco que ponen:	Plano completo.	Cámara fija.
Un año después	Plano medio niña.	Dolly al papel.
INT. COLEGIO. DIA	Primer plano papel cayendo.	Cámara fija.
Vemos a la niña sentada en clase, en un pupitre, con la cabeza oculta entre los brazos y la foto en una mano, sin darse cuenta la foto se le cae, un niño se acerca y la recoge del suelo, con cuidado le da un golpecito en el hombro a la niña.	Plano completo.	
Esta reacciona y ve que el chico está viendo la foto, el chico saca de su abrigo otra foto y se la muestra, se ve a una señora algo mayor con el chico delante de la Catedral de Santiago, se miran un momento y no pueden evitar derramar una lágrima, el chico se va, la chica se queda pensando y mirando la foto, de repente se da la vuelta y vuelve a mirar al chico se le acaba de ocurrir una idea.	Plano medio niña. Plano completo. Primer plano foto. Plano completo. Plano medio.	Cámara fija.

47

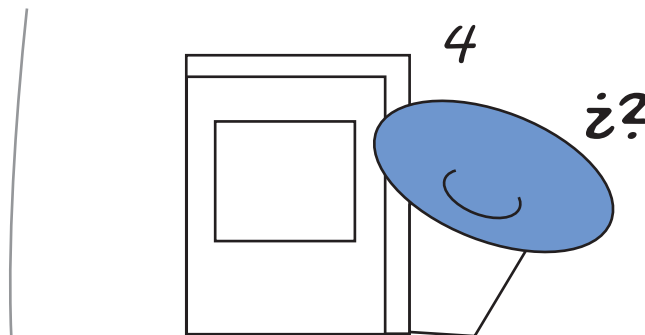
GUIÓN	ENCUADRE	MOV CÁMARA
EXT. CAMPO. DIA	Gran plano general.	Zoom out.
Vemos un bonito paisaje lleno de árboles y con un camino de tierra delante, de repente aparece la chica acompañada del chico del colegio, los dos avanzan por la ruta, poco a poco van apareciendo más jóvenes que siguen la misma ruta hablando entre ellos.	Plano americano de los chicos. Plano general.	Cámara fija.



Storyboard



En la primera escena vemos al señor sentado, leyendo el periódico, un ejemplo visual lo podemos en la película Up



En la cuarta vemos a Miguel asomando la cabeza con la puerta abierta.

2



Durante la segunda escena, la cámara se acerca a Miguel y nos lo muestra en un plano medio



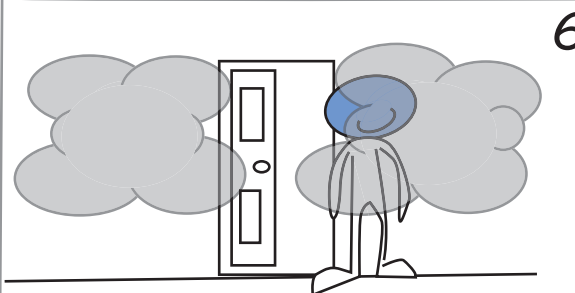
En la escena cinco Luna aparece corriendo delante de Miguel que se queda sorprendido al verla.

PLAFF PLAFF

3



En la tercera escena Miguel se levanta y se dirige hacía la puerta.



En la sexta escena vemos a Miguel fuera de la casa, está lleno de humo, que logra disipar moviendo los brazos.

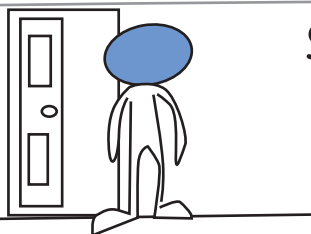


7

Miguel sale a la calle y mira hacía el fondo, ve que el coche se aleja.



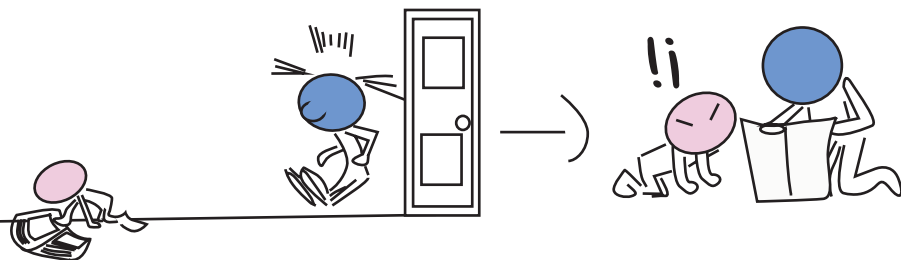
8



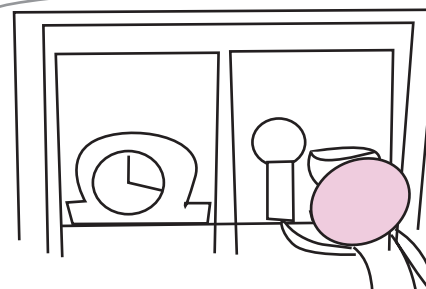
9

En la escena nueve, Miguel vuelve a entrar en casa.

10

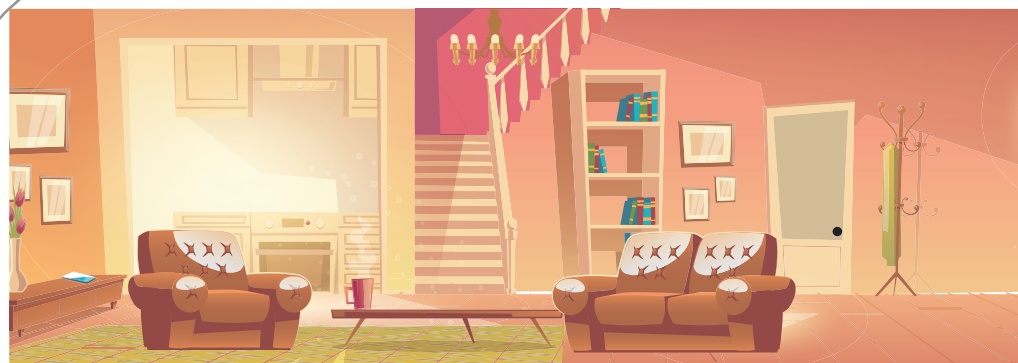
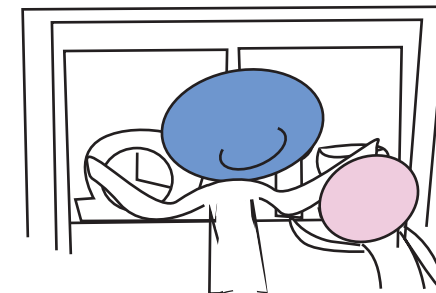


En la escena diez, Luna está en el suelo, leyendo el periódico, Miguel se enfada y va a quitárselo.

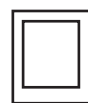


11

En la siguiente escena, la niña se acerca a un armario lleno de objetos valiosos, Miguel se pone delante.

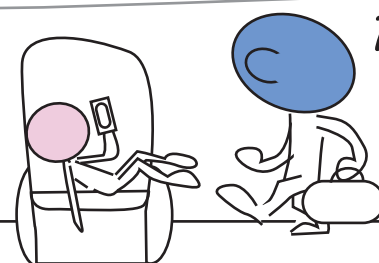


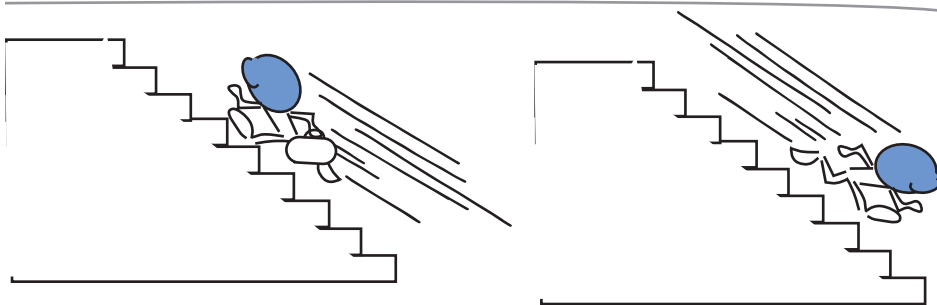
Posible imagen del salón, tiene que ser una sala iluminada y se tienen que ver al menos dos sofás para sentarse.



12

En la escena 12, Miguel coge las bolsas de Luna y se las lleva, mientras está se tira al sofá con el móvil.

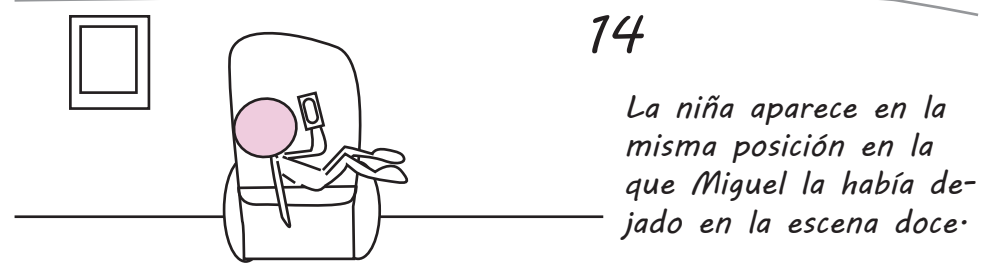




13 Miguel sube las escaleras corriendo, oímos cómo las bolsas caen al suelo y el hombre vuelve a bajar otra vez corriendo.



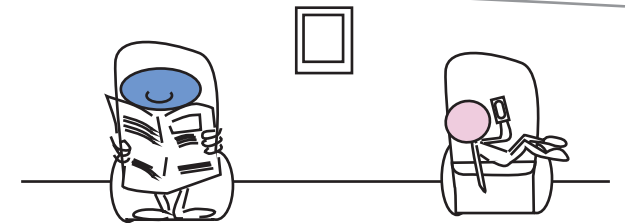
Captura de la película Up, el plano debería ser más o menos así, con Miguel corriendo arriba y abajo.



14

La niña aparece en la misma posición en la que Miguel la había dejado en la escena doce.

15

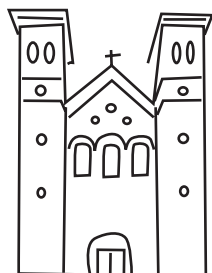


Miguel se vuelve a sentar en su sillón, la niña está al lado con el móvil.



NOTA: Esta escena es importante, ya que tiene que notarse la diferencia entre Miguel y Luna, en carácter, en edad,..... la expresión de los personajes debe ser reflejar esto.

El plano y en general la escena será muy similar a la vista en la escena primera, evidentemente, nuestros personajes no se estarán dando la mano de esa forma tan cariñosa.



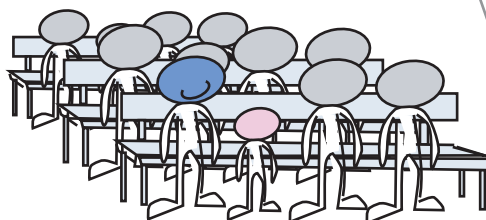
16 En la escena 16, vemos la iglesia en un plano general.



La iglesia está basada en una real, la iglesia de la parroquia de San Patricio.

17

Vemos el interior de la iglesia, mucha gente sentada y a Miguel y Luna entre la gente.



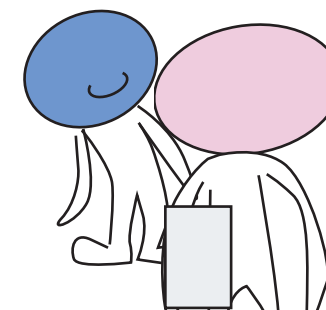
Hacemos un zoom y nos acercamos a ellos, despacio.

La niña tiene que parecer aburrida y/o molestando, Miguel enfadado

18



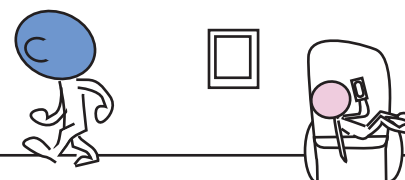
¿?



La niña ve unos folletos del Camino de Santiago y se queda mirándolos.

Miguel se da cuenta de esto y se queda pensativo.

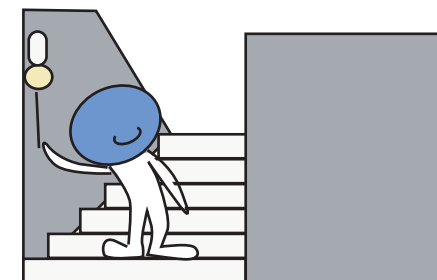
19



De vuelta a casa, Luna se tira de nuevo al sofá, de nuevo con el móvil, Miguel se dirige al sótano.

20

Miguel baja unas escaleras y enciende la luz, la sala se ilumina.





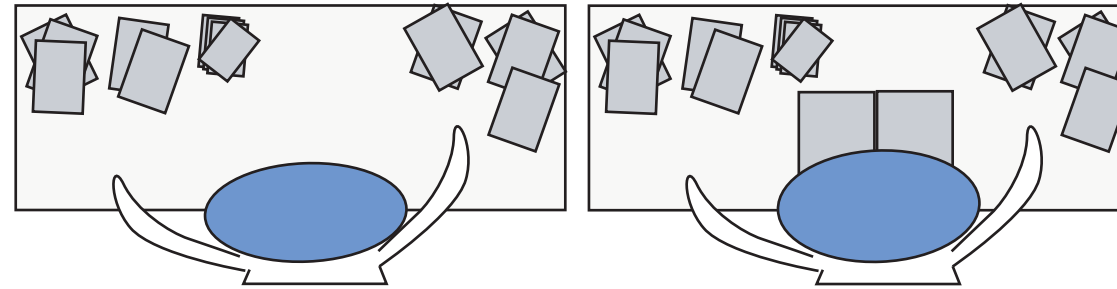
NOTA: El sótano es un lugar importante, un sitio dónde va a ver mucho sentimiento puesto, por lo que tiene que ser especial, tiene que dar la sensación de antiguo y de viejo, pero también de cálido y simple, que de la sensación de estar bien cuidado, con libros, con fotos, con muchos archivadores, con objetos históricos, (un casco de la II guerra mundial, un balón de fútbol antiguo, algún mapa en la pared...) el escritorio debe ser también viejo, al igual que la silla. En general que esté un poco desordenado.



El sótano, sería parecido a esto, pero con más material.

21

Miguel se pone a leer unos viejos papeles sacados de uno de los archivadores.



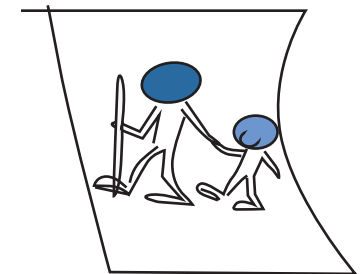
22

Miguel se queda viendo una foto



23

Primer plano de la foto. Sale Miguel y su padre de jóvenes haciendo el Camino juntos.



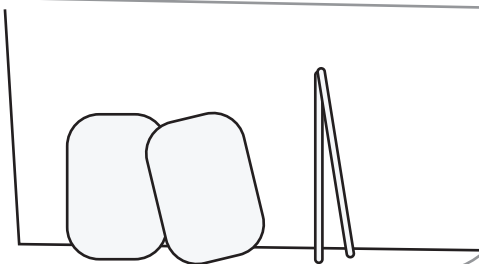


24

Miguel levanta la vista de la foto y mira a la pared.

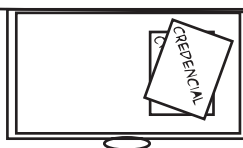
25

Vemos unas mochilas y unos bordones apoyados en la pared.

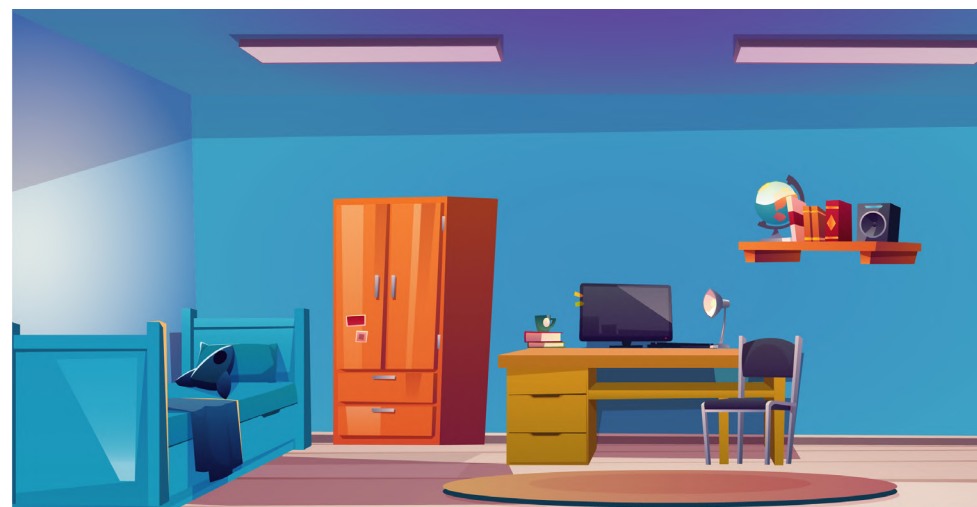


26

Miguel vuelve a mirar a la mesa y abre un cajón. Vemos dos credenciales



NOTA: Toda esta escena es muy sentimental, esto se tiene que reflejar en la cara del personaje y SOBRETUDO en la música, tiene que acompañar muy bien este momento del personaje.



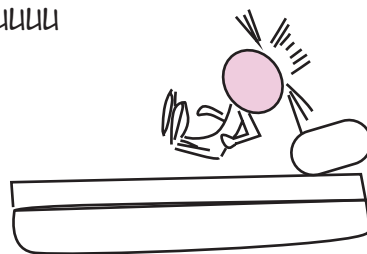
Posibles versiones de la habitación de la niña, la de arriba está hecha por mi y la de abajo es una captura de la película Tadeo Jones

La habitación de la niña debería estar un poco desordenada, cómo la tendrían la mayoría de los adolescentes.

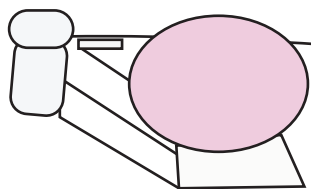


27

TULULULULU



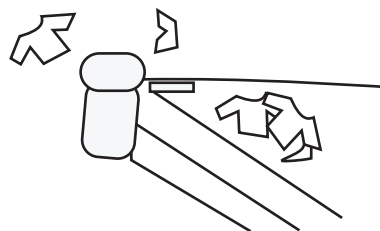
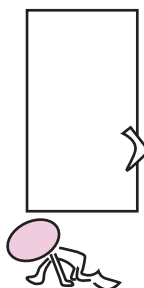
La niña está durmiendo y de repente un ruido/sonido fuerte la despierta.



28 Vemos a Miguel en la puerta y se acerca a la cama de la niña, le pone las credenciales encima y se da la vuelta, lleva la mochila ya puesta y preparada.

29

Miguel sale de la habitación, la niña ve las credenciales y emocionada se lanza al armario y empieza a sacar ropa lanzándola por los aires hasta la cama.



30

En la escena 30 nos tienen que aparecer los dos personajes preparados con la mochila puesta dispuestos a salir de la casa.

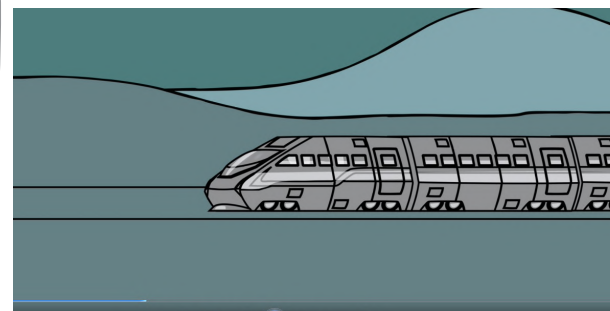
Aquí tenemos que empezar a ver elementos típicos del Camino, las conchas deben de ser ya visibles, por ejemplo colgando del bordón que Miguel va a llevar.

CUIDADO, las mochilas deben ser proporcionales, es decir, para una persona de la altura y el peso de Miguel lo ideal sería una de 70 L y para Luna, una de 50 o 60



31

En la escena 31 tenemos a Miguel y a Luna en el interior de un tren mirando mapas y haciendo labor de investigación sobre las rutas.

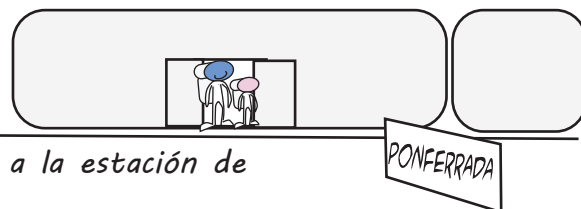


En el pequeño trailer que he hecho he incluido una imagen de cómo sería el tren por fuera.

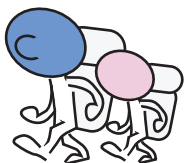


Possible gran plano general del tren (no aparece en el guión, pero puede ser una opción que quede bien) captura de la película Tadeo Jones.

32



Los dos llegan a la estación de Ponferrada.

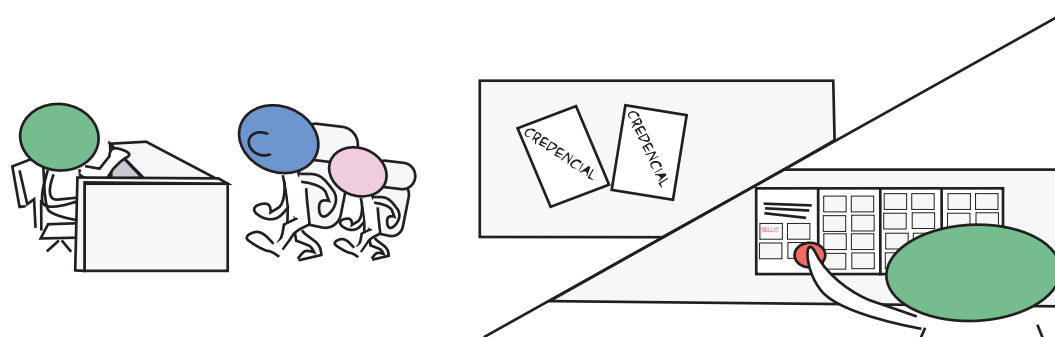


33

En la escena 33 veremos a los dos llegando a su primer albergue.

34

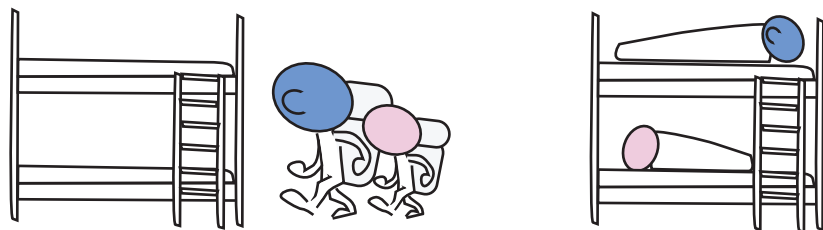
Les vemos acercándose a un escritorio y después cómo ponen la credencial encima de la mesa y cómo les ponen el primer sello.



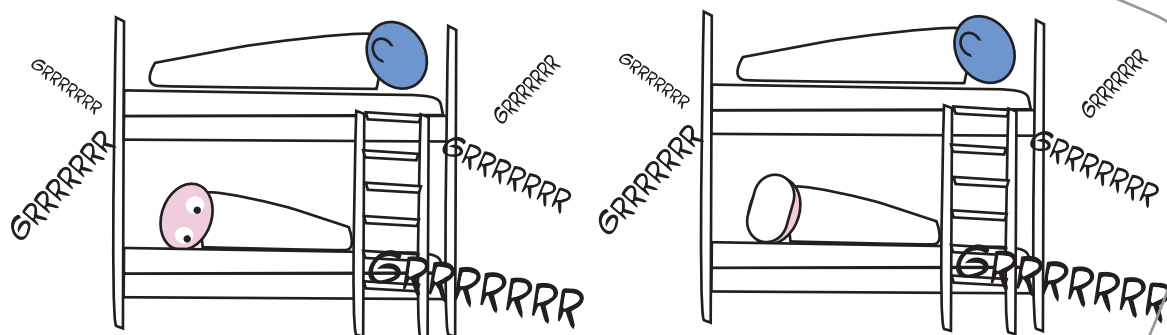
NOTA: La credencial es uno de los elementos más importantes del peregrino y por lo tanto, cuando se haga la animación se debe tratar con cariño y detalle, cada sello debe ser diferente e intentar ceñirse a la realidad, es decir, que sea un sello real, no inventado.



Credencial de la película 3 en el camino.



35 Vemos a los dos protagonistas subir a la cama y prepararse para dormir.

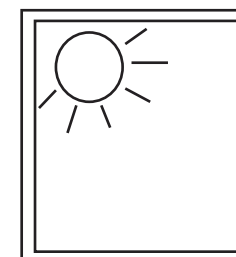


36 Es de noche, todos están durmiendo y entonces Luna se despierta por el ruido de los ronquidos, no puede dormir, entonces se pone la almohada encima de la cara.

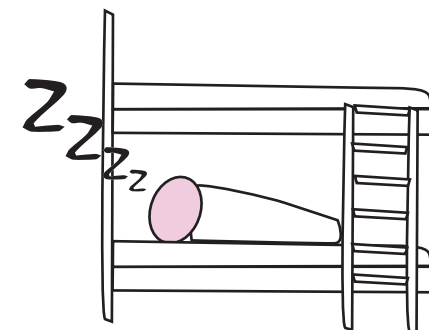
37

En esta escena vemos primero el sol desde una ventana (1), después la cámara se va alejando hasta ponerse delante de la litera en la que duerme Luna (tenemos que hacer que parezca que tiene el pelo alborotado, roncando...) cómo no se levanta (2), Miguel coge un silbato y la despierta (3).

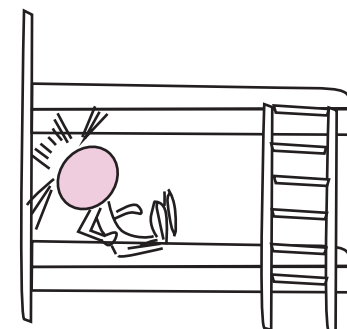
KIKIRIKIIIIII



(1)



(2)

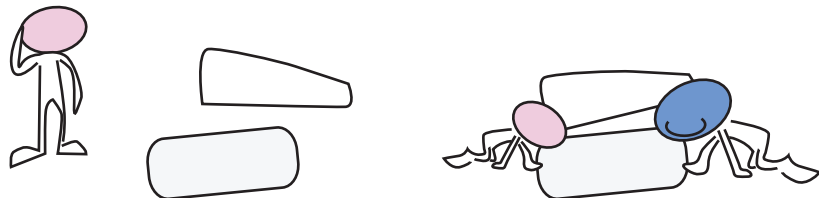


PIIIIIIIII

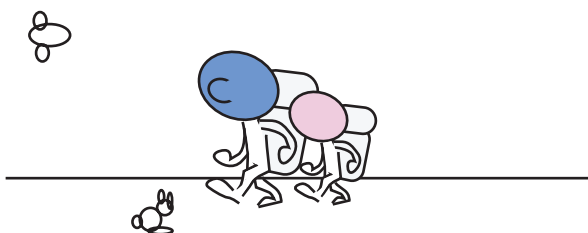
(3)



- 38 Luna intenta hacer su mochila (guardar el saco) pero no es capaz de hacerlo, Miguel se agacha y se pone a ayudarla.

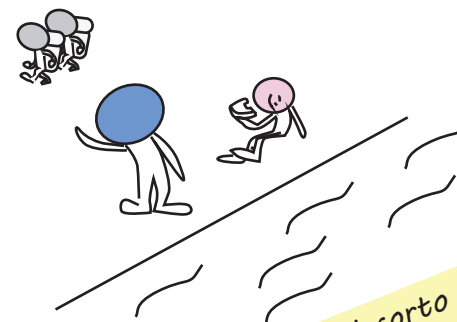


- 39 Los dos van caminando por el campo, han empezado la primera ruta, se les cruza un insecto y un conejo, Luna va señalando cada animal mientras va hablando con su abuelo.



NOTA: En el corto no habrá diálogos, por lo que, cómo ya he comentado anteriormente, la música es muy importante, especialmente a partir de este momento, tiene que sonar una música alegre que incite a caminar, una opción podría ser una canción similar a "En marcha estoy" (Phil Collins) de la película Hermano Oso.

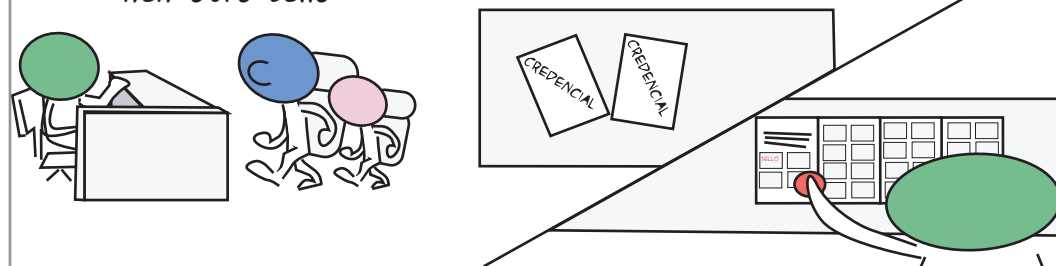
- 40 Miguel y Luna están parados junto a un río, comiéndose un bocadillo, cuando de lejos vemos a dos peregrinos, Miguel levanta al brazo y les saluda.



En el corto no hay diálogos, en esta escena el saludo con la mano de Miguel vendría a decir lo mismo que el "buen camino"

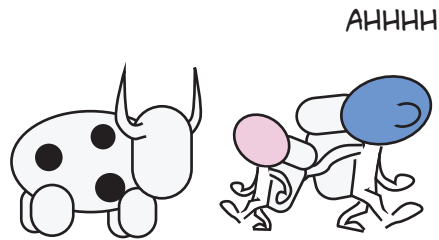
41

Les vemos acercándose a un escritorio y después cómo ponen la credencial encima de la mesa y cómo les ponen otro sello.



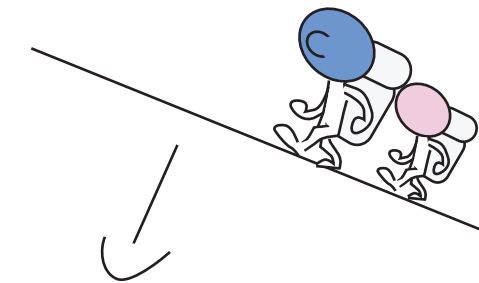


- 42 En la escena 40, Luna quiere darle de comer a una vaca, pero Miguel no la deja y la agarra de la mochila arrastrándola lejos de ahí.

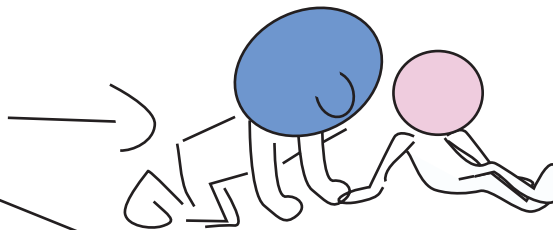


Aunque no es un símbolo propio del Camino, cualquiera que haya realizado el Camino sabe, que, en algún momento, alguna vaca se va a encontrar.

- 43 Los dos están subiendo una cuesta, cuando uno se tropieza, cae y se lleva por delante al otro, al final, Miguel cura la pierna a Luna que se ha dado un buen golpe.



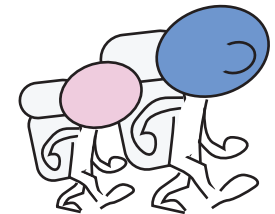
Cómo vimos en la investigación, esto es inevitable que ocurra, tarde o temprano, siempre cualquier peregrino acaba teniendo un accidente, mayor o menor.



Posible idea para la cuesta, aunque debería ser un pelín más grande la pendiente y en vez de césped, piedras. Captura de pantalla de Up.

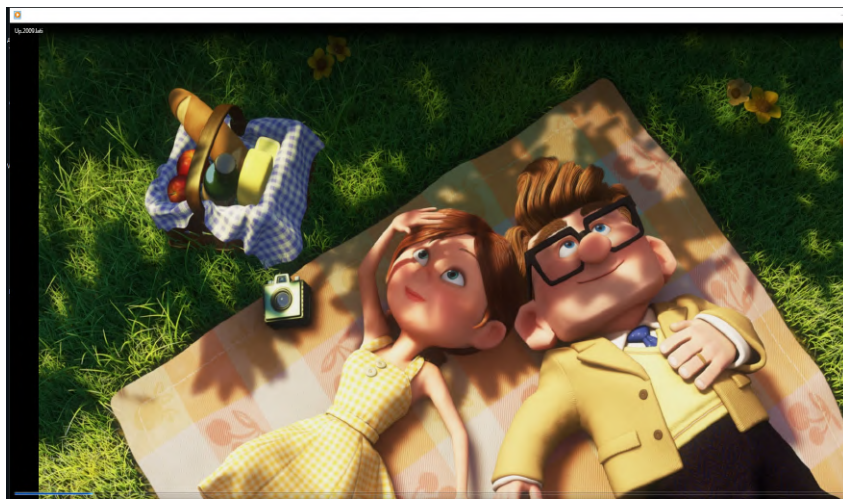
44

Los dos vuelven a andar con toda normalidad, siguiendo la ruta.



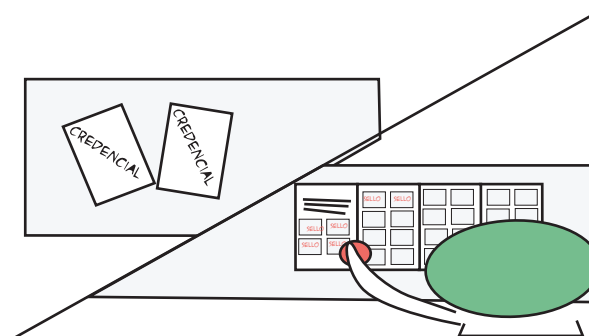


45 Es por la noche, Miguel y Luna se tumban a ver las estrellas.



Ejemplo de la película Up de cómo quedaría el plano, pero de noche.

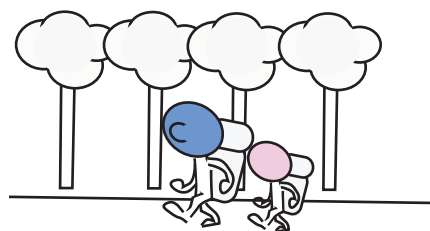
46



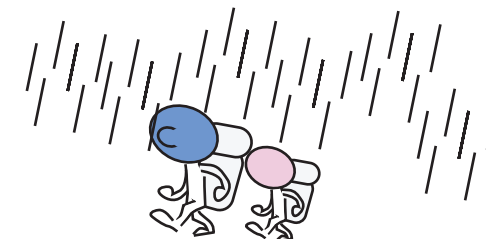
Los vemos acercándose a un escritorio y después cómo ponen la credencial encima de la mesa y cómo les ponen otro sello.

47 En esta escena vemos cómo se suceden varios planos diferentes, con diferentes paisajes, uno con árboles, (1) otro con lluvia, (2) otro al lado de una valla, (3) otro cruzando un puente (4)

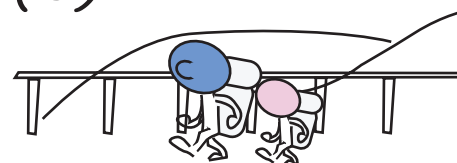
(1)



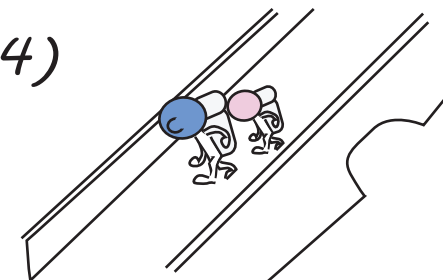
(2)



(3)



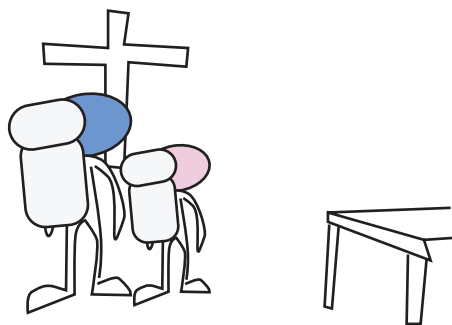
(4)





El mal tiempo también es otro de los rasgos característicos del Camino, un día con mal tiempo tiene que aparecer.

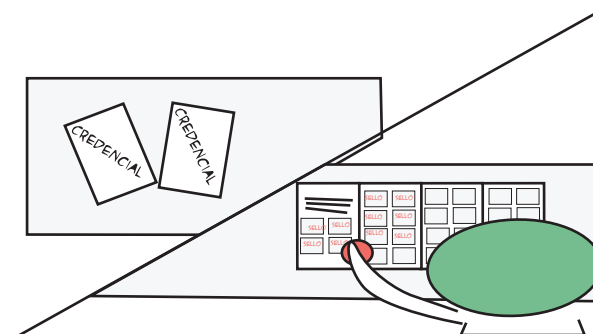
48 En este caso, los dos entran a una iglesia y se ponen a rezar delante de la cruz.



En el Camino de Santiago existe un gran número de ermitas e iglesias, esta escena podría basarse en alguna real.

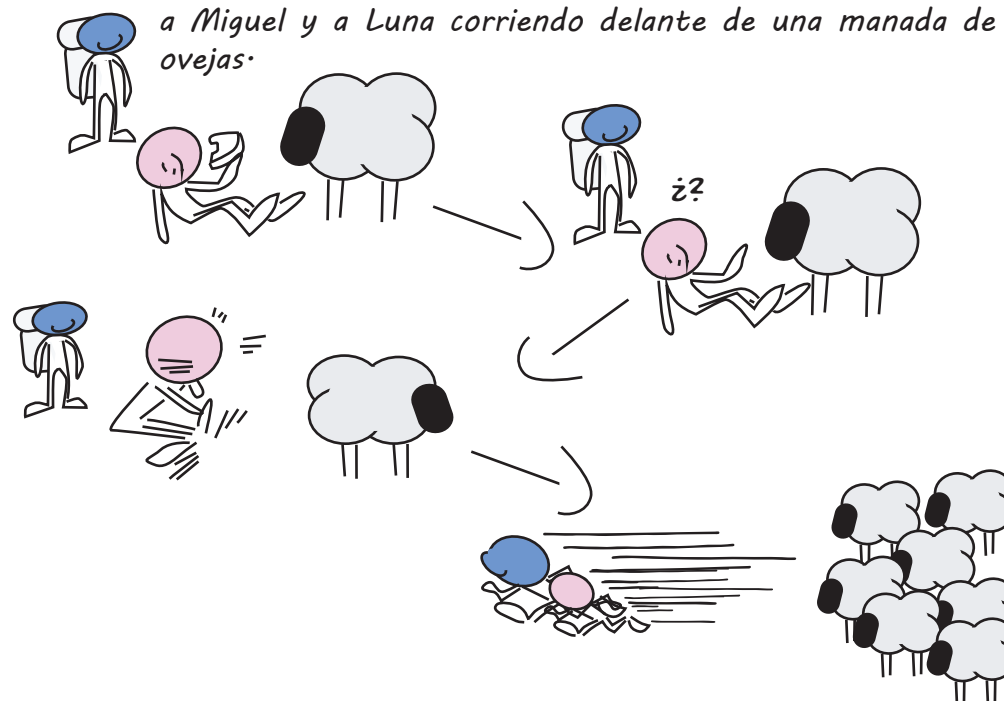
49

Los vemos acercándose a un escritorio y después cómo ponen la credencial encima de la mesa y cómo les ponen otro sello.



50

En esta escena, Luna se está comiendo un bocadillo, cuando aparece una oveja, se acerca y de un bocado, se come el bocadillo, Luna se levanta enfadada y va a por la oveja, de repente se oye un gran ruido y vemos a Miguel y a Luna corriendo delante de una manada de ovejas.

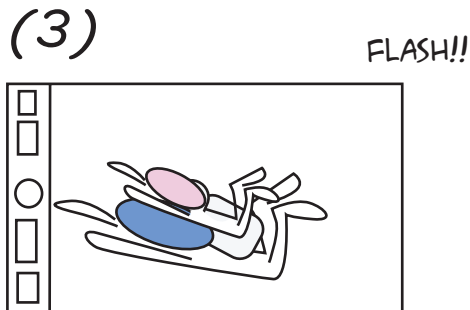
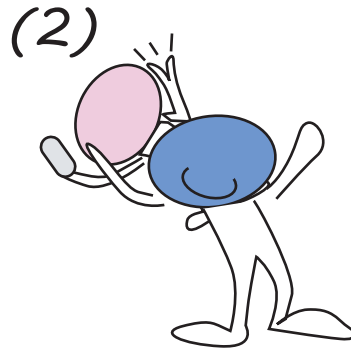
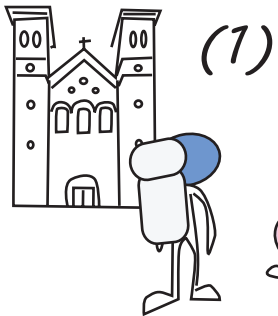




- 51** Nuestros personajes ven una cruz en memoria de un peregrino, se paran, se quitan las gorras que llevan en señal de respeto, antes de seguir el camino.



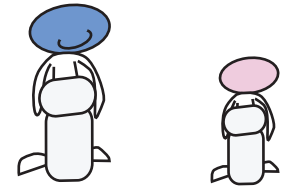
- 52** Miguel está viendo una catedral a lo lejos, cuando Luna se lanza encima de él y con el móvil en la mano intentan hacerse una foto, los dos acaban cayendo al suelo.



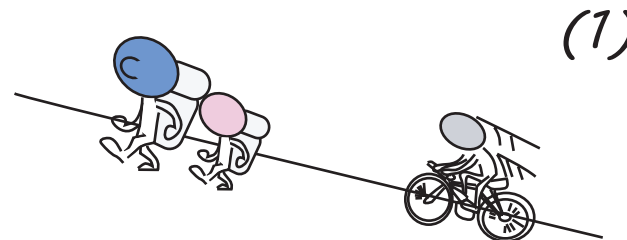
- 53** En esta escena, Miguel y Luna están cenando junto a otros peregrinos.

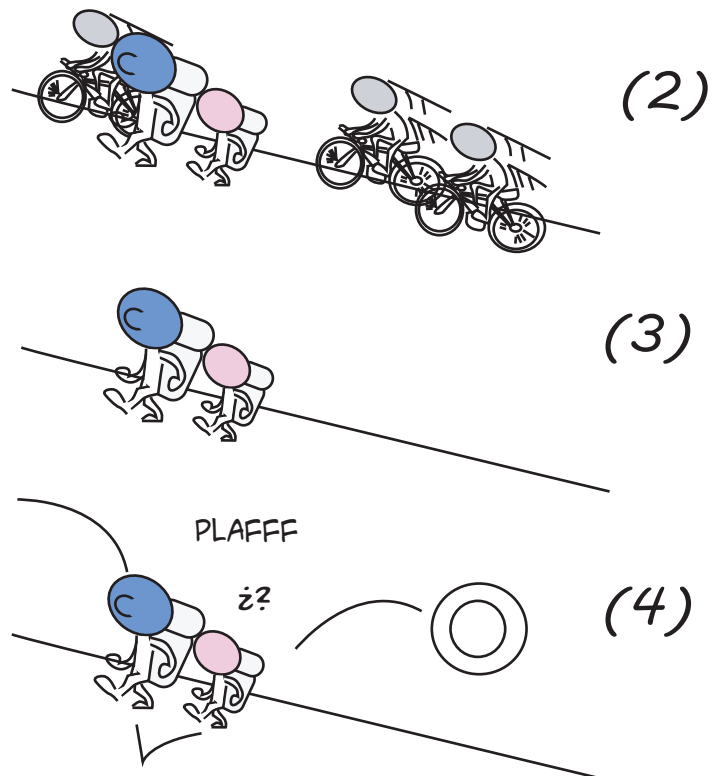


- 54** Vemos a Miguel y a Luna haciendo la mochila, esta vez a toda velocidad.

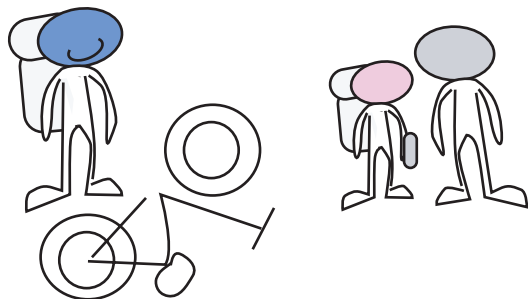


- 55** Miguel y Luna van caminando tranquilamente cuando un pelotón de ciclistas aparece, (1) ellos se apartan y les dejan pasar, (2) entonces vuelven a estar ellos dos en escena (3) y de repente se escucha un sonido fuerte, de golpe y al poco tiempo un neumático aparece dando botes (4)

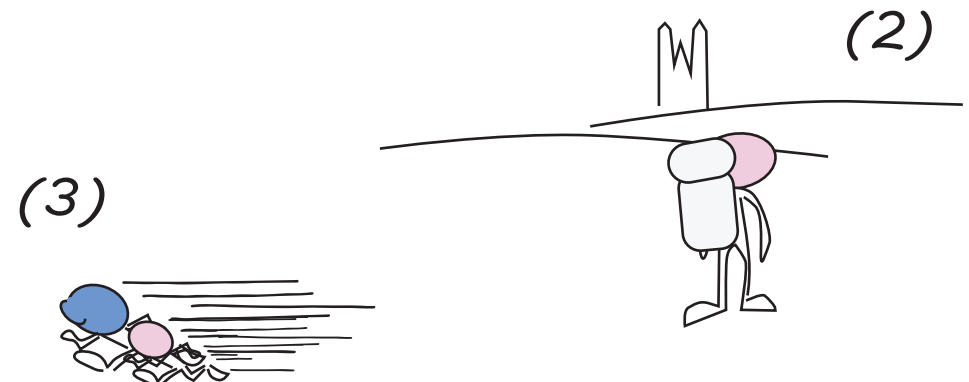
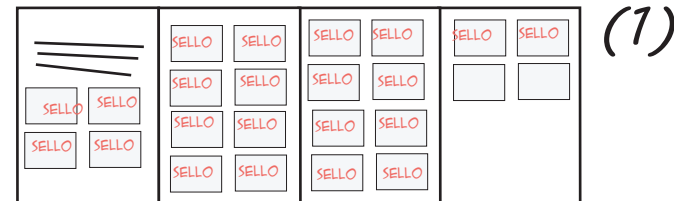




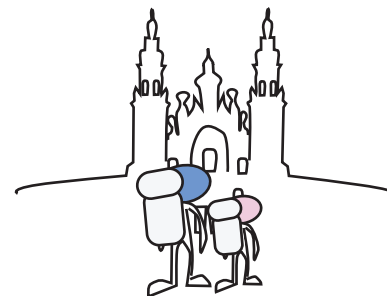
56 Vemos a Miguel reparando la bici, mientras Luna le da agua al ciclista.



57 Tenemos la credencial llena, (1) con un montón de sellos puestos, la credencial baja y se nos aparece a lo lejos la catedral de Santiago, (2) entonces Miguel y Luna echan a correr hacia la catedral (3).

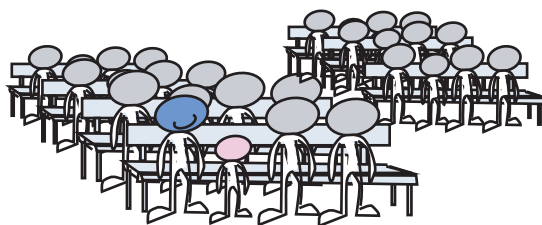


58 Vemos a Miguel y Luna con la catedral de Santiago delante de ellos.

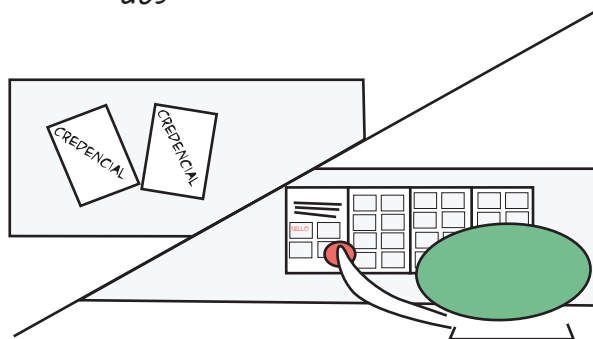




56 Los dos asisten a la misa de los peregrinos y ven el botafumeiro, balanceándose de un lado a otro.



57 Les ponen el último sello y les dan la credencial a los dos.

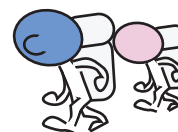


58 Los dos vuelven a la estación de tren y se disponen a volver a Madrid.

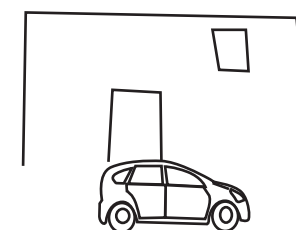


59 Van andando en dirección a casa (1), cuando ven que el coche de los padres de Luna está en la puerta esperándolos, (2), se paran y se dan un abrazo (3) y (4)

(1)

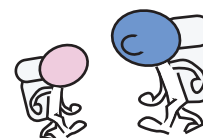


(2)



PIIIII

(3)



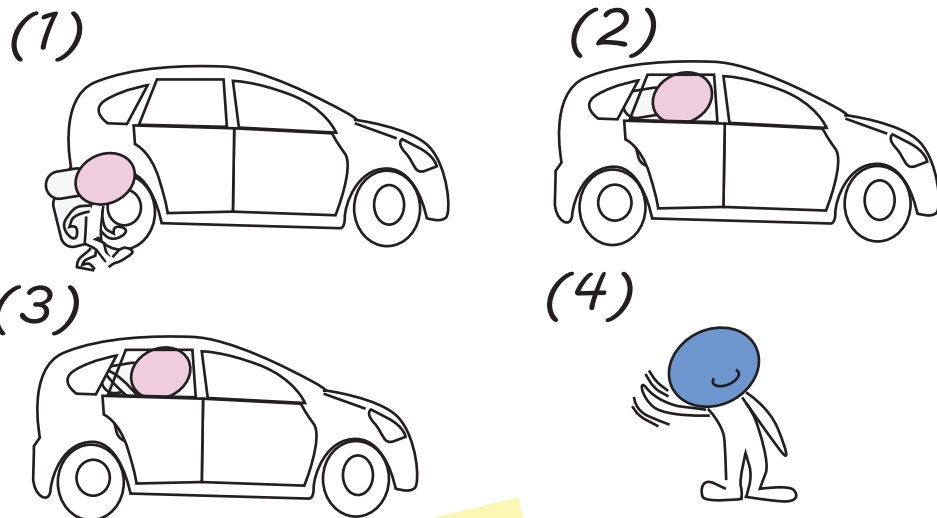
(4)



NOTA: Aquí la música tiene que dar un giro, tiene que cambiar por una música más sentimental, más relajada, el uso del piano podría ser una buena opción.

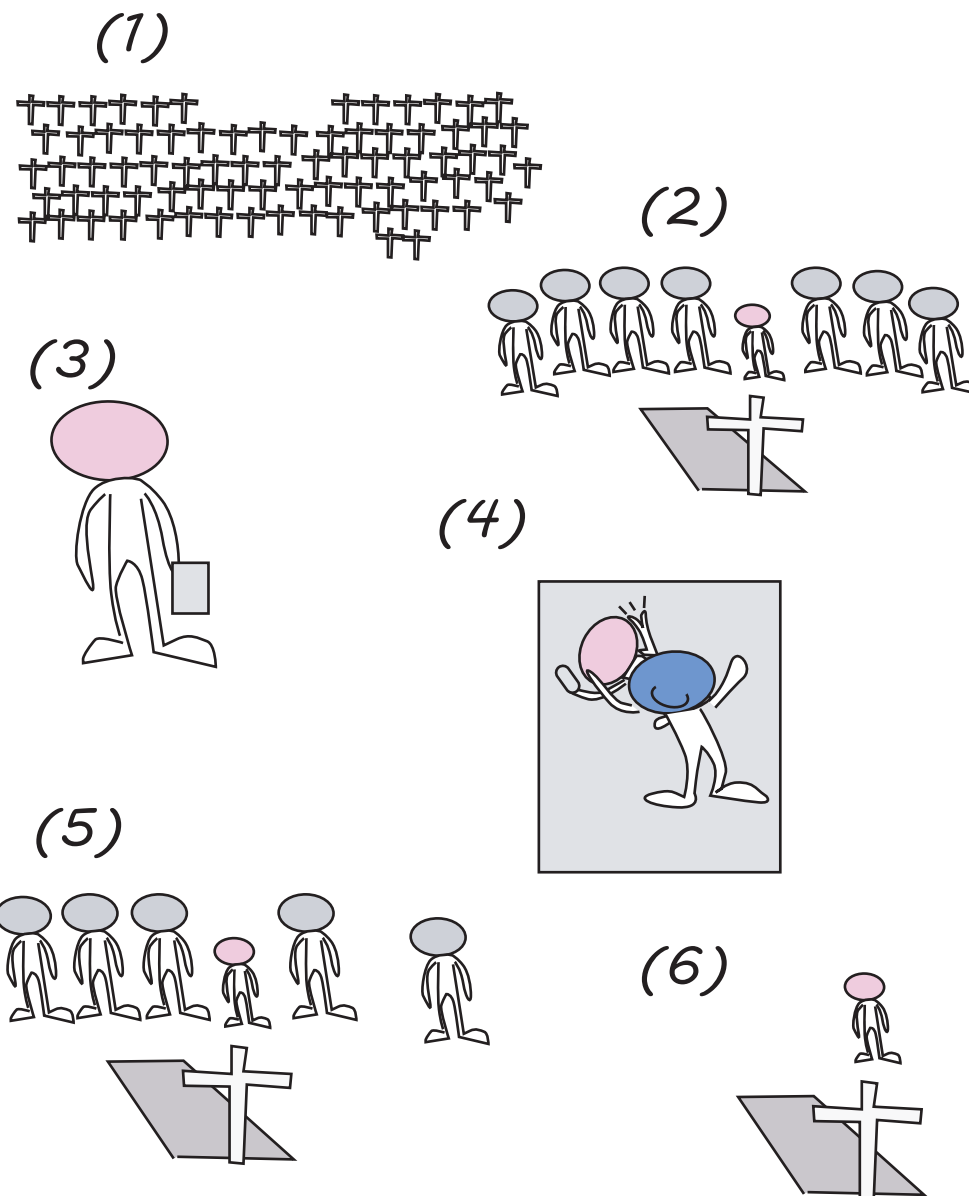


60 Luna se sube al coche (1), se asoma por la ventanilla (2) y se despide de su abuelo (3), su abuelo le devuelve el saludo mientras el coche se va.



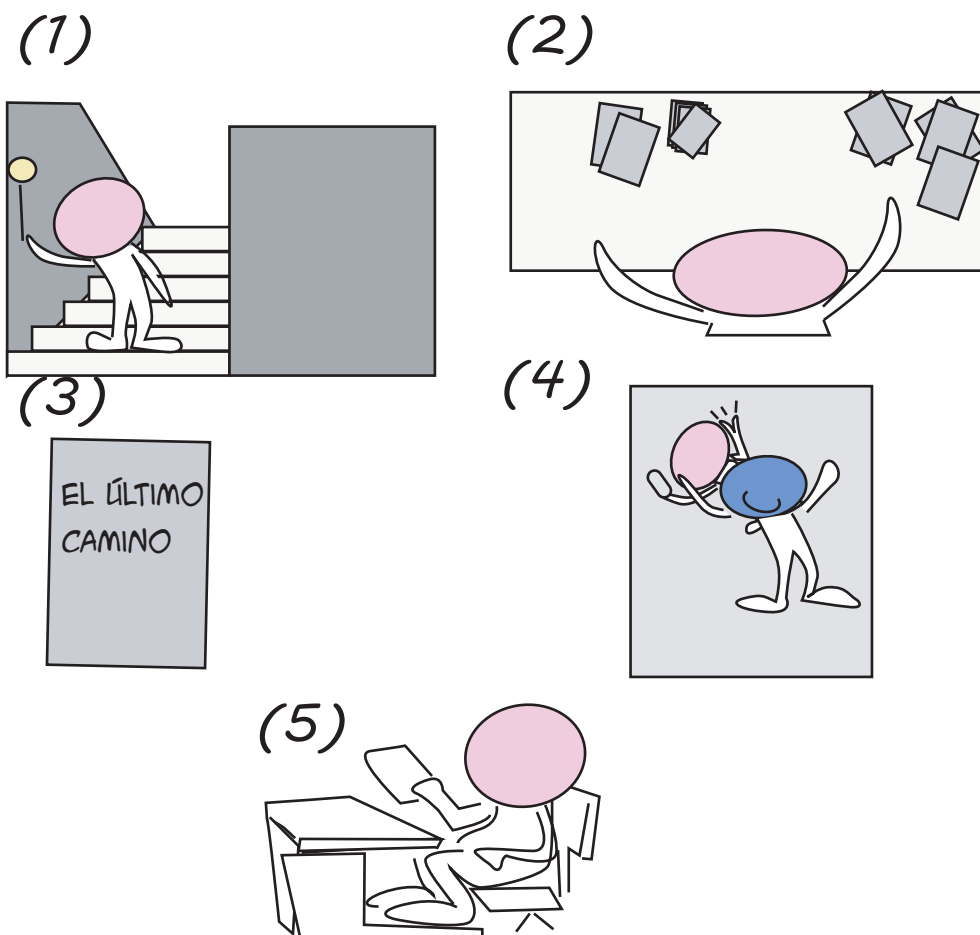
Estás dos escenas son muy especiales, tienen que transmitir el cariño que hay entre abuelo y nieta, tienen que tocar la fibra sensible.

61 En la escena 61 vemos primero un plano general de un cementerio con muchas cruces, (1) después nos vamos acercando a una de ellas y vemos a un gran número de personas rodeando una tumba (2) y a Luna delante de ella con una foto en la mano, (3) la mira una vez y vemos que es una foto en la que salía con su abuelo, (4) vemos cómo la gente se va yendo hasta que se queda ella sola (5) y (6)





- 62 Luna baja al sótano de Miguel, ve el escritorio de su abuelo y se sienta, allí ve un diario que pone "El último Camino" lo abre y lo primero que ve es una foto, la misma foto que ella llevaba en la escena anterior, Luna se echa a llorar (5).



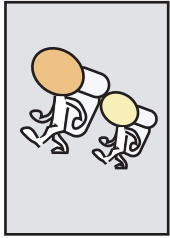
Esta escena es la más emotiva y sensible de todo el corto, hay que darle el sentimiento que se merece, en este momento los que hayan visto el corto habrán cogido cariño a Miguel y a Luna, ver el cariño que Miguel le tenía a su nieta y las lágrimas de Luna al ver el diario de su abuelo tienen que llegar al alma, que el espectador "llore" con la chica.

- 63 Vemos a Luna sentada en clase, (1) con mascarilla, con la foto de su abuelo en la mano, se distrae un momento y se le cae, (2) entonces aparece un chico que le recoge la foto (3) y entonces se la devuelve enseñándole una foto suya de su abuelo con él haciendo el Camino, (4) los dos se sonríen ligeramente y el chico se va, (5) entonces a Luna se le ilumina la cara, se acaba de ocurrir una idea.





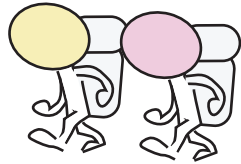
(4)



(5)



64 En la última escena vemos a Luna junto con el otro chico haciendo el Camino juntos.



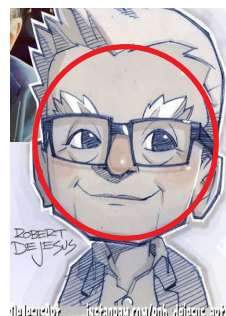
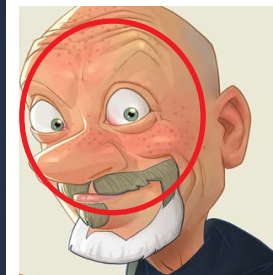


4.3.2 Moodboard

Miguel (imágenes de referencia)



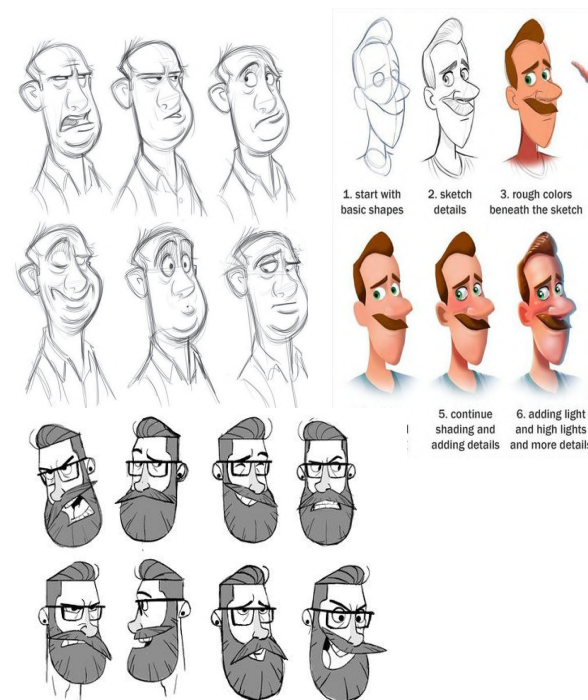
El personaje de la película "UP" Carl, me gusta mucho, no sólo por el estilo gráfico del personaje, sino también por esa idea de señor mayor cascarrabias y malhumorado.



Los dibujos de personas reales que realiza Robert De Jesus son geniales, me encantan, de cara al diseño del personaje puedo sacar buenas ideas, cómo las gafas.



Posible diseño de un peregrino

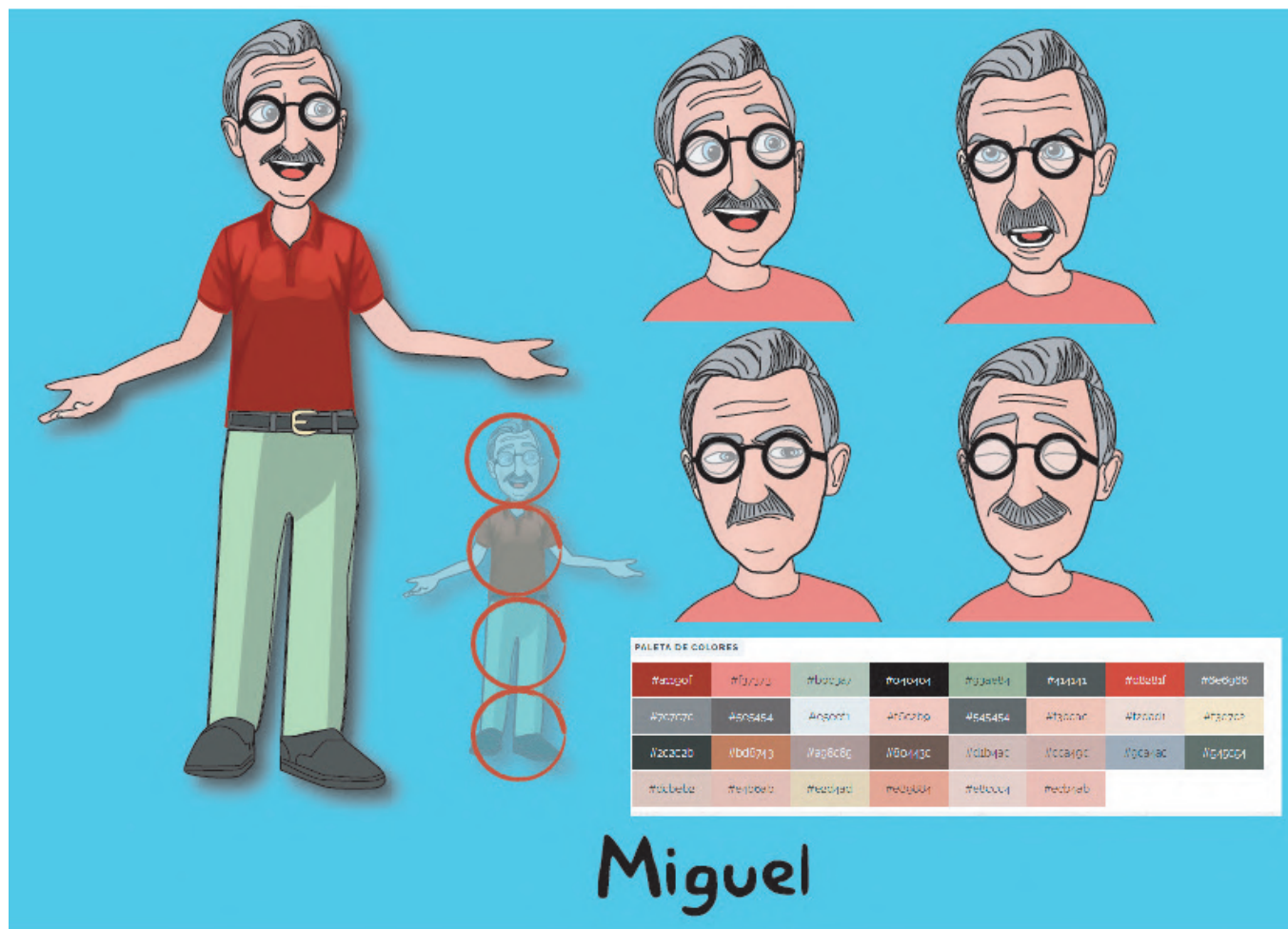


Opciones para los gestos faciales del personaje.

Opciones para el diseño de la cabeza del personaje. Me gusta mucho la opción del bigote y de la calva.



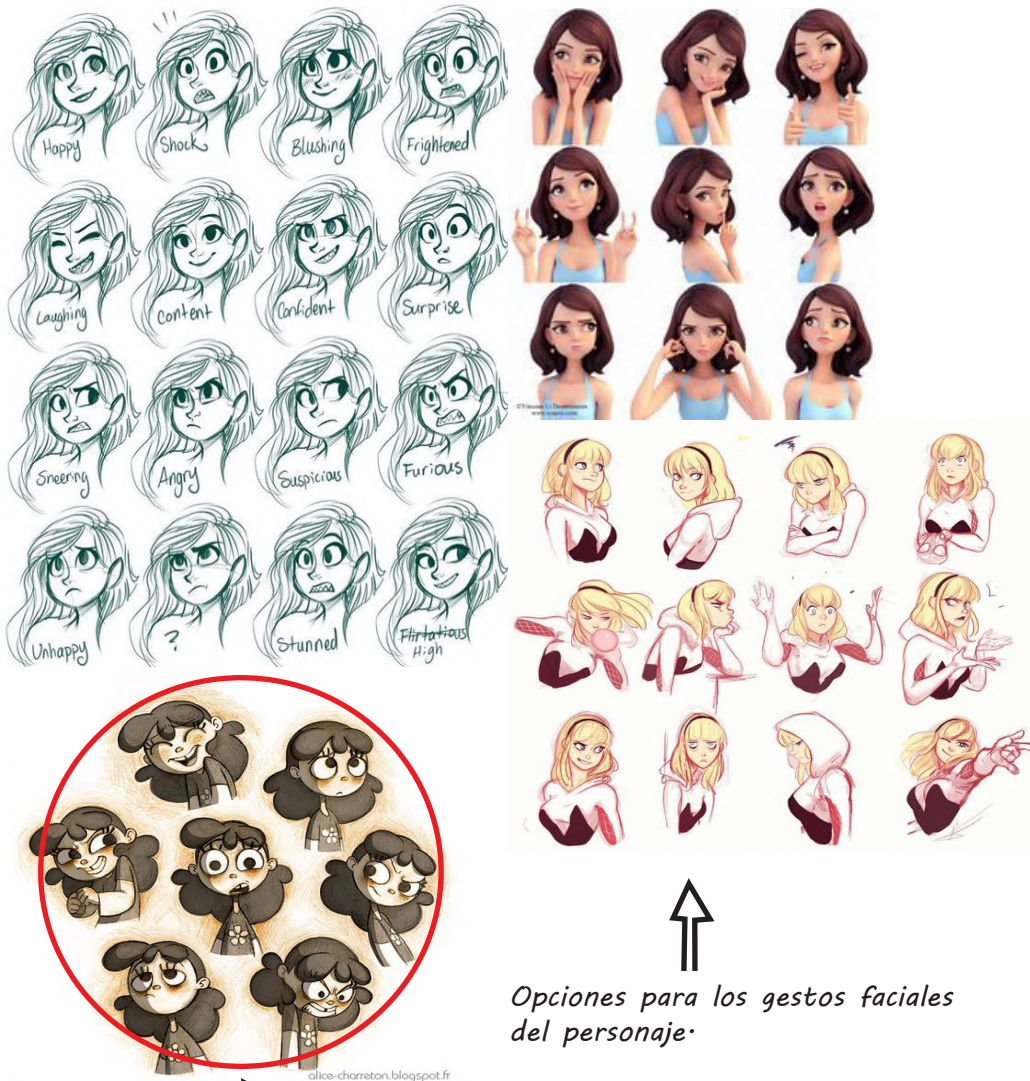
Miguel (Diseño final).



Opciones para las diferentes poses del personaje, esto resultaría muy útil de cara a la futura animación del personaje si se llegará a realizar.

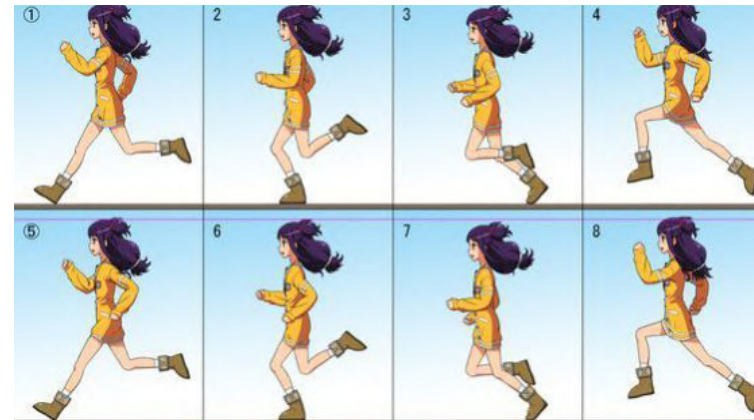


Luna (imágenes de referencia)



Opciones para los gestos faciales del personaje.

Me gustan mucho los gestos de esta ilustración.



Drawing Pose Reference 1 - Walk A



← Dos imágenes en la que podemos ver cómo sería el ciclo de caminado de la chica en la animación, el ciclo es muy importante por lo que es bueno tener buenas referencias.



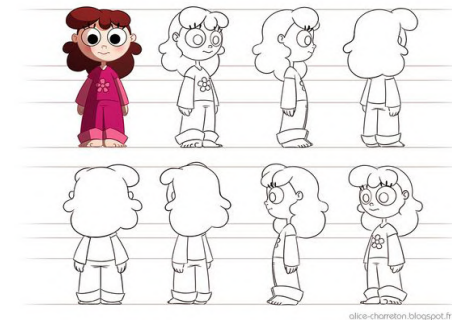
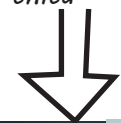
← Opciones para el diseño de la chica.



Otros dos ejemplos de dibujos de Robert De Jesus, en este caso el de la chica a color me encanta, es la idea que tenía yo para el personaje.



Posibles referencias para vestuario del peregrino para la chica.



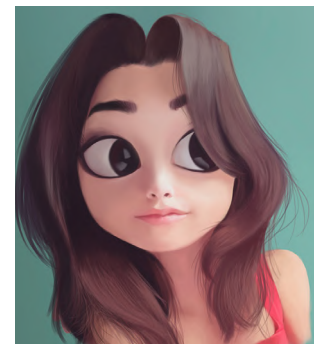
Otra idea para el personaje, me gustan mucho los ojos y la forma del pelo.



Posible referencia para la chica (si fuese más pequeña).



Me gusta el estilo y ese aire rebelde.



Posible referencia para el rostro.



De esta imagen me gusta el color del pelo.

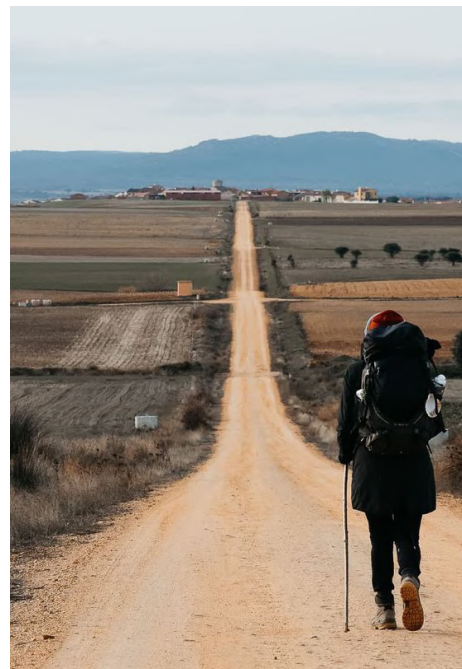
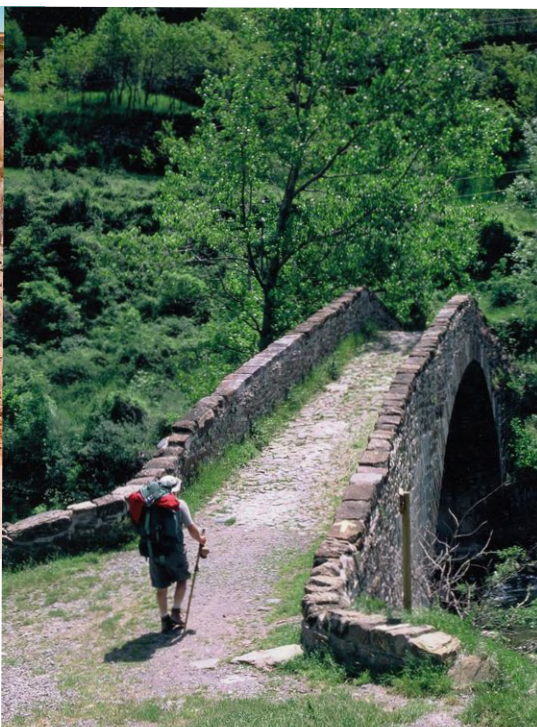




Luna (diseño final)





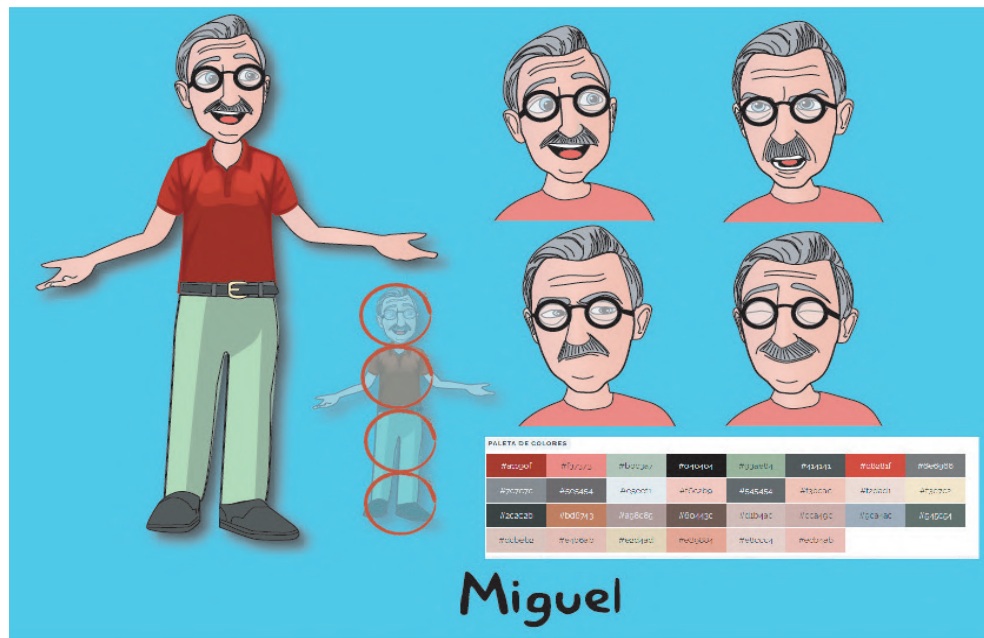


En estas páginas encontramos referencias para los posibles paisajes del Camino que pueden a aparecer en el caso de realizar el corto, también incluye referencias de vestuario para peregrino y también para la catedral de Santiago.

Estás referencias están basadas en la investigación realizada al principio de este trabajo, los paisajes, las mochilas, los bordones, las conchas, las diferentes señales que podemos encontrar en el Camino, las botas



4.3. Bocetos personajes.





4.4. Fase Producción.

Una vez realizada toda la fase de preproducción del corto (guion, diseño personajes y Storyboard) viene el momento de realizar la animación (fase de producción) para esto es vital la elección de un buen programa que nos facilite el trabajo, el referente histórico para la realización de animación 2D es Adobe Flash (ahora reemplazado por Adobe Animate) no obstante existen otros programas de interés que vamos a comentar brevemente ahora:

- Autodesk Maya: Este conocido programa de animación 3D ha sido utilizado en numerosas películas y series como el Libro de la selva (2016), Juego de Tronos (2011), Harry Potter (2001) o El Señor de los Anillos (2001)



-Renderman: desde Toy Story (1995), Pixar no ha dejado de utilizar este programa desarrollado por ellos mismos, además de la saga de Toy Story, con este programa se han dado vida a personajes de películas como Jurassic Park (1993), Star Wars (1999), La Bella y la Bestia (1991), Aladdin (1992), El Rey León (1994), Casper (1995), Jumanji (1995), Monster inc (2001), Ratatouille (2007).....



-Toon Boom: Otro software bastante conocido, con el se realizó la serie animada de Winnie Pooh (1988) y más actualmente la de Bob Esponja (1999).



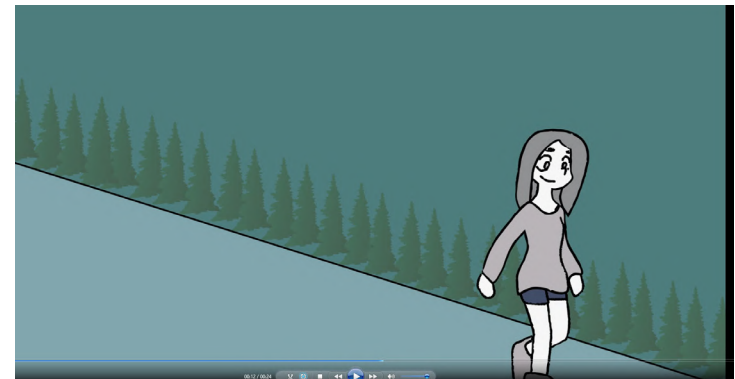
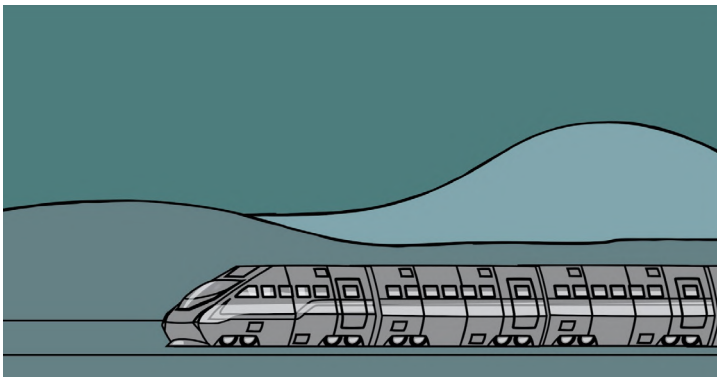


Dentro de estos software, el que utilizaría para hacer la animación sería RenderMan, además de ser uno de los programas que más se han utilizado en películas de animación tiene la ventaja de contar con un modo más optimizado para la renderización de iluminación, lo que ayuda con objetos de pequeñas y grandes dimensiones.

Cómo pequeño complemento a este trabajo he realizado un pequeño tráiler animado, la animación no sería exactamente así si se realizara el producto final.

Enlace a Yout Tube: <https://youtu.be/ZBTA21wxNgk>

El pequeño tráiler incluye unas pocas escenas de algunos de los momentos que tendrían lugar a lo largo del corto, cómo el viaje en tren, los dos caminando encima de un puente o la vista de la catedral de Santiago. A continuación, algunas de las capturas de dicho tráiler.



05 EVALUACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

PEREGRINAR NO ES
SOLO ANDAR Y ANDAR
POR TIERRAS DESCONO-
CIDAS HACIA UN SAN-
TUARIO, ES HACERTE
MEJOR CADA DÍA QUE
ANDAS. ... EL CAMINO
NO ES UNA CARRERA.
POR ESO: "NO CORRAS,
CAMINA" (SALVADOR)





[05] EVALUACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. “Evaluación de resultados”

Para evaluar el material creado se realizará un cuestionario a un total de x usuarios que estén dentro de los valores fijados del público objetivo en cuanto a edad y sexo, siendo un mayor porcentaje de mujeres que de hombres.

Para esta evaluación se empleará la Escala de Likert, creada hace un siglo por el psicólogo Rensis Likert, es uno de los métodos más utilizados para este tipo de investigaciones y que nos da una serie de beneficios:

- Nos permite disponer de valores estadísticos que nos facilitan la toma de decisiones.
- Nos ayuda a conocer el nivel de satisfacción de nuestros clientes con el material creado.
- Contaremos con una fuente para mejorar nuestro producto.
- Tendremos la oportunidad de centrar más nuestros esfuerzos en que la experiencia del público sea cada vez mejor.

Aunque se dan escalas de 7 o 9 posibilidades, la más usada es la de 5, que consta de las siguientes opciones y valores:

Totalmente en desacuerdo (valor 1)

En desacuerdo (valor 2)

Ni de acuerdo ni en desacuerdo (valor 3)

De acuerdo (valor 4)

Totalmente de acuerdo (valor 5)

En la encuesta se pondrán 10 preguntas relacionadas con temas de composición, funcionalidad, estrategia y concepto:

PARTE PRÁCTICA

- La historia de la que trata el cortometraje es interesante
- Le ha generado interés el Camino después de leer el guion del cortometraje
- El diseño de los personajes es atractivo
- Los planos y movimientos de cámara que se pretende usar son correctos
- Se entiende lo que se quiere captar con el storyboard, el guion y los movimientos de cámara/encadres
- El storyboard se entiende pese a ser muy simple

PARTE TEÓRICA

- La labor de investigación ha sido correcta y está bien relacionada la parte práctica
 - El cortometraje puede ampliar el número de peregrinos que acudirán al Camino
 - La parte histórica del Camino está bien explicada y ayuda a situarse antes de ver el resto del trabajo
 - Los datos e información aportados son de utilidad a la hora de entender la parte práctica
- En la puntuación total se ha aplicado una escala de validación con el siguiente rango de puntuación:
- 1-110 totalmente en desacuerdo
 - 111-220 en desacuerdo
 - 221-330 ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 331-440 de acuerdo
 - 441-550 totalmente de acuerdo



5.2. “Interpretación resultados”

	SUJETO A	SUJETO B	SUJETO C	SUJETO D	SUJETO E	SUJETO F	SUJETO G	SUJETO H	SUJETO I	SUJETO J	SUJETO K	RESULTADO
La historia de la que trata el cortometraje es interesante	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	52
Le ha generado interés el Camino después de leer el guion del cortometraje	4	3	4	4	4	5	5	4	3	4	3	40
El diseño de los personajes es atractivo	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
Los planos y movimientos de cámara que se pretende usar son correctos	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	50
Se entiende lo que se quiere captar con el storyboard, el guion y los movimientos de cámara/encuadres	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	51
El storyboard se entiende pese a ser muy simple	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	36
La labor de investigación ha sido correcta y está bien relacionada la parte práctica	5	5	5	4	4	4	5	3	4	5	4	48
El cortometraje puede ampliar el número de peregrinos que acudirán al Camino	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	46
La parte histórica del Camino está bien explicada y ayuda a situarse antes de ver el resto del trabajo	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	53
Los datos e información aportados son de utilidad a la hora de entender la parte práctica	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	52
												473

Gracias a estos resultados podemos evaluar el nivel de éxito que tiene la parte de preproducción del cortometraje y pronosticar el posible éxito que tenga cuando se realice su producción y posterior lanzamiento, esto además nos ayuda a la hora de saber dónde tenemos que mejorar. El valor que nos da es de 473, lo cual se encuentra **dentro del rango de totalmente de acuerdo** (441-550) por lo que podemos deducir que está bastante bien realizado, pero con un pequeño margen de mejora.

El material realizado por lo general gusta, es cierto que el storyboard, al ser bastante simple, no termina de convencer, es aquí donde tendríamos que mejorar, en general tendríamos detalles que intentar trabajar un poco más con la idea de perfeccionar el resultado.

En general la parte práctica del trabajo resulta del gusto de los encuestados, la historia planteada para contar gusta y el diseño de los personajes resulta atractivo y el guion técnico, la parte principal e importante de este trabajo, tiene una muy buena puntuación, por todo esto podemos asegurar que **el grado de aceptación es alto**.

Aunque se trata de una campaña ficticia y por lo tanto es difícil saber si tendría éxito real, por los resultados dados podríamos deducir que el cortometraje, una vez producido, **lo más seguro es que fuera efectivo**.

06 Conclusiones y trabajo futuro.

"NO HAY MOMENTO MÁS PLACENTERO EN CUALQUIER PEREGRINACIÓN QUE EL MOMENTO DE EMPEZARLA" (CHARLES DUDLEY WARNER)



[06] CONCLUSIONES Y TRABAJO FUTURO

6.1. “Conclusión y trabajo futuro”

El **objetivo general** de este trabajo era la realización de la fase de preproducción de un cortometraje animado para impulsar el Camino de Santiago entre un público objetivo.

Esta fase de preproducción ha sido realizada correctamente, incluyendo en ella un storyboard, un guión, un moodboard y el diseño de los dos personajes principales ajustándose a toda la investigación realizada previamente.

Es cierto que después de analizar los resultados del cuestionario sería necesaria mejorar algunos puntos de dicho trabajo, cómo puede ser el storyboard.

Es difícil saber si **los objetivos específicos** se cumplirían con el trabajo realizado, **la idea era la de potenciar el Camino tanto a nivel turístico cómo económico** mediante este corto, bien es cierto que en el cuestionario si hubo varias personas que conestaron favorablemente, pero a nivel real no podemos saberlo al cien por cien.

Pese a no ser posible confirmarlo, yo si creo que el corto **acabaría cumpliendo el objetivo general de impulsar el Camino**, la historia es original e interesante, creo que acabaría llamando la atención y provocando alguna que otra lagrima en la gente, es una historia con un poco de todo, desde momentos alegres hasta tristes, **la idea es mostrar el Camino de la forma más realista posible** basandonos en los lugares reales y pasarlos al papel tal cual, de esta forma los que ya hayan realizado alguna vez el Camino vean los lugares en los que ya han estado y los que no hayan estado vean los lugares y ruta tal cual son en la realidad, esto seguro que impulsa a la gente a realizar el Camino, el objetivo principal, si se llevará a cabo el corto, estaría garantizado.

Más allá de los objetivos generales y específicos, creo que es importante destacar lo importante que es tener saber elegir bien **que tipo de publicidad queremos usar y la importancia que tiene el video en las estrategias de marketing** hoy en día, siendo una de las principales formas con las que vender nuestros productos.

También nos ha quedado claro lo importante que es saber cuáles son las fases a seguir en una producción audiovisual, ya que sumándolas todas es cómo se consigue un producto óptimo, cada una tiene una importancia y es necesario realizarla con el mayor cuidado posible.

De cara al futuro, esto no sería más que el principio, la parte de animación es la que más cuesta sacar adelante, la fase de producción implicaría conseguir un equipo, en lo posible dividido en departamentos, que se fueran encargando de realizar la animación, con el montaje y la edición que ello conlleva, para pasar después a la fase de postproducción y después al lanzamiento del video, lanzamiento que se llevaría a cabo por redes sociales. El Camino de Santiago necesita de un impulso en estos momentos, un impulso que potencie la ruta nuevamente y la lleve de nuevo a los números que había tenido en años anteriores, de realizarse este cortometraje, yo creo que ese impulso si se produciría, este tipo de material por lo general es del interés de la gente joven (público en el que nos hemos centrado) por lo que seguramente tendría éxito.

07 Referencias.

Credencial



"NO PUEDO CAMBIAR LA DIRECCIÓN DEL VIENTO, PERO SÍ AJUSTAR LAS VELAS PARA LLEGAR SIEMPRE A MI DESTINO" ANÓNIMO



[07] REFERENCIAS

- Digital (2020). Digital 2020 España We Are Social. Recuperado de <https://wearesocial.com/es/digital-2020-espana>
- Minia del Rio Arca, (2015). Tendencias y nuevos modelos de peregrinación en el Camino de Santiago. USC, Santiago de Compostela. Recuperado de <https://miniadelrio.latexosdeturismo.com/>
- Camino a Santiago. (s.f.) Inicio [Página Twitter]. Twitter. Recuperado de <https://twitter.com/caminoasantiago>
- Pilgrim.es. (s.f.) Inicio [Página Instagram]. Instagram. Recuperado de <https://www.instagram.com/pilgrim.es/?hl=es>
- caminosantiagopage (s.f.) Inicio [Página Instagram]. Instagram. Recuperado de <https://www.instagram.com/caminodesantiagopage/?hl=es>
- LOTERIA NAVIDAD 2015 HD (2015)[Vídeo] . You Tube. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=8HsZh4Fkb4A>
- Digital Banana (2010-2011). Joui Doll [Vídeo].Vimeo. Recuperado de <https://vimeo.com/32452945>
- Samsung.(2010). Nuevas especies[Vídeo].Vimeo. Recuperado de <https://vimeo.com/4295730>
- Oreó.(2015). Imagina dar una oreo a un vampiro. [Vídeo]. YouTube. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=-DAoD3CkZUo>
- AMCS Santiago (2020). Respira hondo [Vídeo]. YouTube. recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=RPnEAboggC8&feature=emb_logo
- Aquarius (2004). El camino de los encuentros [Vídeo]. YouTube. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=oAvjlojHemw>
- La App del Camino. (2017). Recuperado de <https://www.caminodesantiago.gal/es/preparate/utilidades-y-servicios-tecnologicos/app-del-camino>
- Limelight Networks (2019). The State of Online Vídeo. Recuperado de <https://www.limelight.com/resources/white-paper/state-of-online-video-2019/>
- Laia Cardona. (2020) ¿Que es el vídeo marketing?. Recuperado de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/video-marketing-tendencias-ventas-y-beneficios-en-redes-sociales>
- Amnistía Internacional (2018). [Vídeo]. YouTube. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=toPhFekXGgl&feature=emb_logo
- Elena Rodríguez San Julián y Juan Carlos Ballesteros Guerra (2019) "Jóvenes, ocio y TIC. Una mirada a la estructura vital de la juventud desde los referentes del tiempo libre y las tecnologías". [PDF Recuperado de]<http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/J%C3%B3venes,%20ocio%20y%20TIC.%20Una%20mirada%20a%20la%20estructura%20vital%20de%20la%20juventud%20desde%20los%20referentes%20del%20tiempo%20libre%20y%20las%20tecnolog%C3%ADas.PDF>
- Oficina de Acogida del peregrino, informe estadístico (2015, 2016, 2017, 2018, 2019). Recuperado de <https://www.alberguescaminosantiago.com/etapas-y-mapas/>
- Galiwonders. (2020). Vive el camino en casa. Recuperado de <https://galiwonders.com/blog/vive-el-camino-en-casa/>



-Kutuko. (2020). "Recopilamos los mejores spots de animación 3D y 2D premiados en festivales de publicidad de 2019". Recuperado de <https://kutuko.es/recopilamos-los-mejores-spots-de-animacion-3d-y-2d-premiados-en-festivales-de-publicidad-de-2019>

-Jonatan Cortés. (2020). Spots de animación 3D & 2D. Recuperado de <https://www.notodoanimacion.es/spots-de-animacion/>

-Controlpublicidad. (2010). Aquarius centra su nueva campaña en el Camino de Santiago. Recuperado de <https://controlpublicidad.com/campanas-publicitarias/aquarius-centra-su-nueva-campana-en-el-camino-de-santiago/>

-Iñaki Etxarri. (2020). El Camino de Santiago más duro... y vacío con solo un tercio de peregrinos. Recuperado de <https://www.lainformacion.com/espana/camino-santiago-duro-vacio-solo-tercio-peregrinos/2813210/>

-Correos. (2020). "Respira Hondo" en el Camino de Santiago. Recuperado de <https://www.elcaminoconcorreos.com/es/blog/respira-hondo-en-el-camino-de-santiago>

-IAB. (2020). ESTUDIO REDES SOCIALES 2020. Recuperado de <https://iabspain.es/estudio/estudio-redes-sociales-2020/>

-Redacción Paréntesis. (2019). Tecnologías y programas que Disney ha usado para animar sus películas. Recuperado de https://parentesis.com/noticias/streaming/peliculas-y-series/Tecnologias_y_programas_que_Disney_ha_usado_para_animar_sus_peliculas

-Fernando Rojas (2019) "¿Qué significado tiene el Camino de Santiago en la actualidad?". Recuperado de <https://vivecamino.com/que-significa-el-camino-de-santiago-que-lo-hace-tan-especial-no-599/>

-Mateo Vos. (2021). El viejo estudio. [Dibujo]
Recuperado de <https://www.artstation.com/artwork/D5Vk4o>

-Pete Docter, Bob Peterson (Director). (2009). Up [Película; DVD].

-Enrique Gato (Director). (2012). Las aventuras de Tadeo Jones [Película; DVD].

-Nabaro. (s.f.). [Dibujo]. Character design on Nabaroo.
Recuperado de <https://www.pinterest.es/pin/491033165614000987/>

-Yuheng Jiang. (2016). Girl. [Dibujo].
Recuperado de <https://www.artstation.com/artwork/nyamK>

-Niklas K.Andersen. (2013). Conoce a Jasper. [Dibujo].
Recuperado de <http://niklasandersen.blogspot.com/search?updated-max=2013-07-28T20:20:00%2B02:00&max-results=7&start=7&by-date=false>

-Robert De Jesús. (s.f.). Ilustrador convierte a las personas y sus mascotas en dibujos animados. [Dibujo].
Recuperado de <https://pandafia.com/ilustrador-convierte-a-las-personas-y-sus-mascotas-en-dibujos-animados/>

-Tristan Poulain. (s.f.).[Dibujo]. Recuperado de <https://www.pinterest.es/pin/477803841724091872/>



-Francisco Javier Buide del Real, (2010). Un siglo de cuestión jacobea. Recuperado de https://www.academia.edu/1135405/Un_siglo_de_cuesti%C3%B3n_jacobea

-RTVE (2019) "El 75% de los jóvenes españoles prefiere internet a salir de fiesta en su tiempo de ocio". Recuperado de <https://www.rtve.es/noticias/20191127/75-jovenes-espanoles-prefiere-internet-salir-fiesta/1992685.shtml>

-Iperegrinos. (s.f.) Inicio [Página Facebook]. Facebook. Recuperado de <https://www.facebook.com/iPeregrinos>

-Tres en el camino. (2014). palotes arquitectura [Vídeo].Vimeo. Recuperado de <https://vimeo.com/92009239> tres en el camino

-Emilio Estévez (Director). Coproducción España-Estados Unidos; Filmax (Productora). (2010). The Way [DVD]. España.

-Filmaffinity. (2012). El Apóstol. Recuperado de <https://www.filmaffinity.com/es/film590988.html>

-Filmaffinity. (2010). El Camino. Recuperado de <https://www.filmaffinity.com/es/film149036.html>

-Filmaffinity. (2004). Tres en el Camino. Recuperado de <https://www.filmaffinity.com/es/film264536.html>

-Filmaffinity. (1969). La vía Láctea. Recuperado de <https://www.filmaffinity.com/es/film216075.html>

-Filmaffinity. (2005). Americano. Recuperado de <https://www.filmaffinity.com/es/film334963.html>

-Filmaffinity. (2009). Al final del Camino. Recuperado de <https://www.filmaffinity.com/es/film342093.html>

-Raichiy033. (2018). SpiderGwen. [Dibujo]. Recuperado de <https://www.deviantart.com/raichiy033/art/Spider-Gwen-764779624>

-sims4melktea. (2015). Referencia de pose de caminata manga todos los ángulos. [Dibujo]. Recuperado de <https://www.deviantart.com/sims4melktea/art/Manga-Walk-Pose-Reference-All-Angles-567840617>

-Matt Price. (2013). Charcoal Drawings 18 x 24. [Dibujo]. Recuperado de <https://www.behance.net/gallery/11224997/Charcoal-Drawings>

-COLECCIÓN DE DISEÑO DE PERSONAJES: WALK CYCLE [Dibujo] Recuperado de <https://www.deviantart.com/sims4melktea/art/>

-sims4melktea. (2015). Manga-Walk-Pose-Reference. Recuperado de <https://www.deviantart.com/sims4melktea/art/Manga-Walk-Pose-Reference-All-Angles-567840617>

-Nagy-Galambosi Péter. (2012). Up (2009) - Diseño de personajes. [Dibujo]. Recuperado de <http://livlily.blogspot.com/2012/02/up-2009-character-design.html>

-Vincent Cafarelli. (2012). Más lugares de UPA. [Dibujo]. Recuperado de <http://www.michaelspornanimation.com/splog/?p=3075>



-Wang Chen. (2020). Niña asiática. [Dibujo]. Recuperado de <https://www.artstation.com/artwork/GaLrRN>

-Robert Dejesus. (s.f.). 50 hermosas fotos a dibujos animados de Robert Dejesus. [Dibujo]. Recuperado de <https://webneel.com/convert-photo-to-cartoon>

-Mitch Leeuwe. (s.f.). CONSEJOS Y TRUCOS PARA EL DISEÑO DE PERSONAJES DE MITCH LEEUWE. [Dibujo]. Recuperado de <https://www.iamag.co/character-design-tips-tricks-by-mitch-leeuwe/>

-Portaltic/EP. (2014). Descubre todas las películas que han usado la tecnología de Pixar. Recuperado de <https://www.europapress.es/portaltic/software/noticia-descubre-todas-peliculas-usado-tecnologia-pixar-20140602095933.html>

-Alice Charreton. (2014). Lise. [Dibujo]. Recuperado de <http://alice-charreton.blogspot.com/2014/03/lise.html>

-Diseño de personajes | Rostros (personas mayores). (2018). [Dibujo]. Recuperado de https://characterdesignreferences.com/visual-library-2/character-design-old-people-faces#at_pco=smlre-1.0&at_si=5d29fe0a-78d9d62d&at_ab=per-2&at_pos=1&at_tot=6

NOTA:

No están incluidas todas las referencias, algunas de las imágenes las he ido guardando con los años y no logro encontrar la referencia exacta. Además muchas de las cosas del texto de la parte teórica están sacadas de cuadernos, informes y testimonios pertenecientes a la Parroquia de San Patricio de Madrid, Calle Alejandro González, 12, 28028 Madrid.



That's all Folks!

Buen Camino!