



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

**Máster en Cine, Comunicación e
Industria Audiovisual**

**Guion literario, producción y
campana de comunicación y *crowdfunding*
del cortometraje *¡NO, NO, NO!***

María Mondragón de la Sierra

Tutoras: Ana Isabel Cea Navas y María Cristina San José de la Rosa

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad

Curso: 2024-2025

**Guion literario, producción y
campana de comunicación y *crowdfunding*
del cortometraje ¡NO, NO, NO!**

María Mondragón de la Sierra

Tutoras: Ana Isabel Cea Navas y María Cristina San José de la Rosa

AGRADECIMIENTOS

A mis amigos, los de siempre y los que hice por el camino.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	9
1.1. Justificación.....	9
1.2. Objetivos.....	10
1.3. Metodología.....	11
2. MARCO CONTEXTUAL.....	13
2.1. Entorno rural y decadencia.....	13
2.2. La triple negación de San Pedro.....	15
2.3. El imaginario religioso en la cultura popular.....	16
3. REFERENTES ARTÍSTICOS Y CREATIVOS.....	19
3.1. Referentes visuales.....	19
3.1.1. Cristina García Rodero.....	19
3.1.2. Joaquín Collado.....	21
3.2. Referentes narrativos.....	22
3.2.1. La Mesías.....	22
3.2.2. Mamacruz.....	22
3.3.3. San Manuel Bueno, mártir.....	23
3.3. Referentes mediáticos.....	24
3.3.1. Ecce Homo de Borja.....	24
3.3.2. Virgen de la Macarena de Sevilla.....	25
4. PROCESO CREATIVO.....	27
4.1. Guion literario.....	27
4.1.1. Tratamiento y estructura en tres actos.....	28
4.1.2. Escaleta.....	29
4.2. Personajes, casting, separata.....	30
4.3. Localizaciones.....	34
4.4. Dirección de arte.....	36
4.5. Plan de rodaje.....	39
4.6. Planteamiento de campaña de comunicación y <i>crowdfunding</i>	40
5. CONCLUSIONES.....	43
6. REFERENCIAS.....	45
6.1. Bibliografía.....	45
6.2. Filmografía.....	46
7. ANEXO.....	47

RESUMEN

Este Trabajo Fin de Máster recoge la creación del guion literario del cortometraje *¡No, no, no!*, así como su producción y el planteamiento de la campaña de comunicación y *crowdfunding*. Es una ficción tragicómica ambientada en Los Ausines, un pueblo de Burgos con la historia de Pedro, un cura en crisis de fe. La obra reflexiona sobre la identidad, la tradición y lo sagrado en la España vaciada y combina referencias religiosas, estética kitsch y memoria rural para construir un relato emocional en el que se ha representado la cotidianeidad. Con esta historia, se pretende que el cine y el audiovisual se conviertan en herramienta de expresión, análisis y revitalización o empuje cultural de los márgenes de lo urbano.

Palabras clave: cortometraje, fe, tradición, mundo rural, comunicación, *kitsch*, crisis.

ABSTRACT

This Master's Thesis presents the creation of the literary script for the short film *¡No, no, no!*, as well as its production and the design of its communication and crowdfunding campaign. It is a tragicomic fiction set in Los Ausines, a village in the province of Burgos, and tells the story of Pedro, a priest undergoing a crisis of faith. The film reflects on identity, tradition, and the sacred in Empty Spain (la España vaciada), blending religious references, kitsch aesthetics, and rural memory to build an emotional narrative grounded in everyday life. With this story, the aim is to explore cinema and audiovisual media as tools for expression, critical reflection, and cultural revitalization in spaces on the margins of the urban world.

Keywords: short film, faith, tradition, rural world, communication, kitsch, crisis.

1. INTRODUCCIÓN

El presente Trabajo de Fin de Máster (TFM) con el que se concluyen la formación en el plan de estudios del Máster universitario en Cine, Comunicación e Industria Audiovisual tiene como objetivo principal plasmar todo el proceso de concepción y desarrollo del guion de ficción *¡No, no, no!*, su producción y el planteamiento de una posible campaña de *crowdfunding*. Desde una perspectiva tanto creativa como estratégica, se busca abordar el proceso integral de gestación de un proyecto audiovisual, desde la escritura del guion hasta la planificación de su financiación mediante una campaña en redes sociales.

El guion *¡No, no, no!* pretende explorar el síndrome del impostor a través de la historia de un cura que atraviesa una profunda crisis de fe. Inspirado en la figura bíblica de San Pedro y sus tres negaciones, el relato se desarrolla en torno a tres momentos clave donde el protagonista enfrenta sus dudas y miedos cuestionando su vocación. La cuestión dramática del guion se escala e incrementa a través de estas negaciones, reflejando el conflicto interno del personaje y su lucha contra la auto percepción.

A través del personaje principal, Pedro, se pretende transmitir una serie de conflictos internos, humanos y contemporáneos, que a día de hoy se tienen muy presentes en la cotidianidad de las personas en general y su entorno profesional. Se busca contar una historia genérica sobre un escenario poco habitual o poco contemplado en la modernidad, como es, el entorno rural y la iglesia.

Además, una parte fundamental del Trabajo Fin de Master es el diseño de una estrategia de *crowdfunding* que permita obtener financiación para recuperar la inversión realizada para la producción del cortometraje. A través del uso de redes sociales y plataformas especializadas, se busca generar interés y participación en el proyecto. Esta fase del proyecto no solo contribuirá a la materialización del corto, sino que también servirá como un ejercicio práctico de aplicación de estrategias de comunicación y marketing en la industria audiovisual.

1.1. Justificación

La justificación de este Trabajo Final de Máster se fundamenta en una combinación de inquietudes personales, intereses estéticos y temáticas que han marcado un gran desarrollo creativo.

En primer lugar, el guion nace de un gusto personal por la estética religiosa y su evolución en la cultura popular, donde en ocasiones ha sido reinterpretada hasta convertirse en *kitsch*. Este imaginario visual, cargado de simbolismo, encierra un gran potencial narrativo que se buscará explorar dentro de un contexto cinematográfico.

Por otro lado, el síndrome del impostor es un fenómeno candente en la sociedad actual, una inseguridad latente que afecta a individuos en diferentes ámbitos, generando una constante sensación de insuficiencia y autoboicot. Es de gran interés trasladar esta problemática al ámbito rural, un entorno que a menudo se percibe en decadencia. La elección de este entorno responde a mi interés por dar visibilidad a realidades alejadas del entorno urbano, explorando cómo problemas aparentemente contemporáneos encuentran su eco en espacios tradicionales.

A nivel narrativo, siempre ha existido una gran curiosidad por el *storytelling* y la búsqueda de la forma más efectiva de contar una historia. No basta con tener algo que contar; el verdadero reto está en el cómo contarlo. En este caso, el contraste entre un fenómeno psicológico tan actual como el síndrome del impostor y referencias bíblicas de hace siglos que añade un plus de ironía y tensión al relato. La historia de un cura en crisis de fe, reflejada en las tres negaciones de San Pedro, la dualidad entre lo divino y lo humano, lo eterno y lo inmediato.

Dentro de los diferentes campos en los que se ha trabajado como profesional creativa, ya sea en diseño gráfico, redes sociales o comunicación, lo que más interés despierta, es cómo contar un proyecto, cómo sustentarlo a través de una idea o un concepto potente que tenga un buen *storytelling*. La posibilidad de construir narrativas sólidas y explorar la mejor forma de transmitir una historia ha sido siempre el motor de mi trabajo. Por ello, este TFM representa la oportunidad de dar un paso más allá y lanzarse a la creación de un guion, explorando dentro de la industria audiovisual cómo contar de la manera más efectiva y atractiva una historia con profundidad y significado.

En lo personal, rodar esta historia en Los Ausines, fue mucho más que una decisión narrativa, fue una manera de volver a conectar con las raíces, con la identidad. Volver a un lugar donde crecí para contar una historia sobre la pérdida, la memoria y los vínculos. Fue también una forma de resistir al olvido y, de alguna manera, de aportar algo a la vida cultural del entorno.

1.2. Objetivos

A continuación, se recogen los principales objetivos que han guiado el desarrollo de este Trabajo Fin de Máster, tanto en su dimensión creativa como estratégica.

Aplicar los conocimientos del Máster en guion, narrativa audiovisual, producción y comunicación a través del desarrollo completo de un proyecto.

Documentar el proceso creativo con objetivos técnicos concretos, incluyendo la escritura del guion, la planificación narrativa y el diseño de producción.

Organizar la historia mediante escaleta, construir personajes sólidos, elegir localizaciones y elaborar un plan de rodaje detallado.

Explorar intereses personales en lo visual y simbólico, experimentando con estética y ambientación.

Reforzar el enfoque narrativo del proyecto, aplicando el *storytelling* también a la estrategia de comunicación y *crowdfunding*.

Aprender a trabajar en equipo en un entorno de rodaje, entendiendo la dinámica colaborativa de una producción audiovisual.

1.3. Metodología

El desarrollo de este Trabajo Fin de Máster sigue una metodología estructurada en diversas fases que abarcan desde la investigación inicial hasta la planificación de la producción y financiación del proyecto.

La primera fase consiste en una investigación teórica y visual para establecer una base conceptual. Se analizarán referentes cinematográficos, tanto en términos narrativos como estéticos. También se estudiará la representación de la estética religiosa en el cine y su reinterpretación en la cultura popular, así como, el tratamiento del entorno rural en el audiovisual. Este análisis permitirá definir la atmósfera y el tono del guion, intentando asegurar una coherencia visual y narrativa.

Tras la fase de investigación, se procede a la escritura del guion literario, donde se definen el tema, la trama y el *storyline*. A partir de ahí, se trabaja en el tratamiento y la estructura narrativa, estableciendo una escaleta detallada que sirva de base para la construcción del relato. Además, se desarrollan los personajes y se eligen las localizaciones que mejor se adapten a la atmósfera del proyecto.

Una vez finalizada la fase de escritura, se elabora un plan de rodaje que permita visualizar la viabilidad del proyecto desde una perspectiva de producción. Este documento incluirá la planificación de tiempos, necesidades técnicas y logísticas, facilitando la futura ejecución del cortometraje.

Paralelamente, se diseña la estrategia de *Crowdfunding*, una parte esencial del Trabajo Fin de Máster. Se investigarán plataformas especializadas y se estructurará una campaña en redes sociales para captar financiación. Esta fase será clave para la viabilidad del cortometraje.

La postproducción del cortometraje será llevada a cabo por otro compañero, lo que implica un trabajo en conjunto, donde la planificación previa debe garantizar una transición fluida hacia la etapa de rodaje y postproducción. La colaboración en equipo será fundamental para procurar obtener un proyecto con una correcta ejecución y en consecuencia que pueda ser coherente.

2. MARCO CONTEXTUAL

Durante el proceso de escritura del guion literario se han tenido en cuenta diferentes aspectos teóricos y simbólicos que conforman el marco contextual del cortometraje *¡No, no, no!*.

El primero de ellos parte del análisis del entorno rural castellano y leonés, escenario en el que se sitúa la historia, y que resulta clave para entender tanto el tono como el conflicto central. La despoblación, el envejecimiento de la población y la pérdida de las tradiciones religiosas en estas zonas no son sólo un telón de fondo, sino una dimensión presente del relato, que afecta directamente al estado emocional del protagonista.

Asimismo, el cortometraje incorpora una capa inspirada en referencias bíblicas, especialmente en la figura de San Pedro y su triple negación a Cristo, que se reinterpreta en clave contemporánea como una lucha interna entre la fe y la duda. Lo sagrado se mezcla con lo cotidiano y lo *kitsch*, influido por fenómenos actuales de la cultura popular, lo que nos facilitará la visibilidad del cortometraje a través de redes.

2.1. Entorno rural y decadencia

Grabar en Los Ausines, Buros, no fue una decisión al azar, ni solo por cuestiones logísticas, sino que el entorno rural es una parte esencial de la identidad emocional y estética del proyecto.

La elección de la ubicación en Los Ausines. Nace de un deseo muy personal, y también generacional, de volver la mirada hacia dentro, tanto en el sentido geográfico como simbólico, hacia esos lugares que tantas veces han quedado en segundo plano, invisibilizados o directamente abandonados, pero, siguen siendo, en muchos casos, el corazón de nuestras memorias colectivas y familiares.

Castilla y León, en particular, es una de las comunidades más afectadas por lo que se conoce como la “*España vaciada*”, una expresión que ya no solo habla de la despoblación, sino también del dismantelamiento lento y silencioso de toda una forma de vida. Según datos recientes del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2022), más del 80 % de los municipios de Castilla y León han perdido habitantes en la última década, sobre todo, los más pequeños. Y con esa pérdida vienen otras, como el envejecimiento de la población, el cierre de servicios, la desaparición del tejido comunitario y, cómo no, el debilitamiento de muchas tradiciones culturales y religiosas que durante generaciones fueron el centro de la vida en común.

En este contexto, la iglesia, escenario del cortometraje, deteriorada, casi vacía y silenciosa, se convierte en un símbolo visual de esa decadencia. Es un lugar que aún se sostiene en pie, pero cuyo significado ya no está claro. Y, sin embargo, para muchos de nosotros, incluso sin compartir la fe católica, estos espacios siguen cargados de sentido, como parte de la infancia, de las historias de nuestros abuelos, de las fiestas del pueblo, de una memoria emocional que no necesita creencias para seguir viva.

Esa contradicción, no creer pero necesitar el ritual, no ir a misa pero emocionarse al oír las campanas, está en el corazón emocional de esta historia. Pedro, el protagonista, se mueve justo en ese límite entre la desafección y el apego. La decadencia no aparece como algo que deba ser condenado, sino como un paisaje íntimo, cargado de belleza, aunque erosionado por el tiempo.

En un contexto donde casi toda la producción artística se concentra en las grandes ciudades, llevar una película al medio rural es una forma de dar visibilidad, de generar movimiento, de involucrar a los vecinos y de reactivar.

Hacer cine en el pueblo, al final, también es una forma de cuidar, de devolver algo, de hacer memoria.

Figura 1:

Visita a una de las iglesias de Los Ausines.



Nota. Fotografía de María Mondragón (2025)

Figura 2:

Visita a otra de las iglesias de Los Ausines.



Nota. Fotografía de María Mondragón (2025)

2.2. La triple negación de San Pedro

Uno de los ejes del cortometraje, es la referencia a la triple negación de San Pedro recogida en los evangelios. En el relato bíblico, Pedro, uno de los discípulos más cercanos a Jesús, niega conocerlo tres veces durante la noche de su arresto, a pesar de haberle prometido lealtad absoluta.

El texto evangélico lo expresa con claridad: “Jesús le dijo: De cierto te digo que esta noche, antes que el gallo cante, me negarás tres veces. Pedro le dijo: Aunque me sea necesario morir contigo, no te negaré. Y todos los discípulos dijeron lo mismo” (Mateo 26:34-35, Reina-Valera, 1960).

En el cortometraje esta referencia se reinterpreta desde una mirada contemporánea. Pedro, el protagonista, niega de forma sutil y repetida su implicación en la restauración de la estatuilla del Sagrado Corazón, a pesar de que las pistas apuntan directamente a él. No hay una confesión clara ni una afirmación rotunda, solo evasivas, silencios y contradicciones. Pero estas negaciones no nacen del desprecio ni del engaño, sino de algo mucho más cercano y humano: la duda, el miedo y la inseguridad. Eso es precisamente lo que permite que el espectador conecte con Pedro, incluso si no comparte su contexto religioso.

En ese mismo sentido, el personaje conecta con una experiencia muy habitual entre los jóvenes de hoy: el llamado síndrome del impostor. Es una sensación de duda constante sobre la propia valía, una voz interna que nos repite que no somos lo bastante buenos o legítimos, incluso cuando nuestras acciones son válidas o valoradas. Pedro, como tantas personas, duda de su lugar en el mundo, de su vocación, de si lo que hace tiene sentido. Por eso calla, por eso evita, por eso le cuesta asumir que ha hecho algo importante, aunque ese algo haya tenido un efecto real sobre su comunidad.

Estas negaciones, aunque pequeñas en forma, son enormes en lo que significan. Encierran una lucha silenciosa entre el deseo de hacer algo significativo y el miedo a no estar a la altura. Pedro no niega por cobardía, sino porque está atrapado en esa tensión tan común: la de sentir que uno no merece lo que ha hecho, que quizás no es suficiente.

Figura 3:

Título del guion.



2.3. El imaginario religioso en la cultura popular

Hoy en día, aunque muchas personas, sobre todo las más jóvenes, se han alejado de la práctica religiosa tradicional, lo sagrado no ha desaparecido del todo: simplemente ha cambiado de forma. Este cortometraje nace precisamente de esa tensión. No busca burlarse de la religión ni desacreditar sus símbolos, sino mirar cómo lo religioso sigue presente en nuestra cultura, incluso cuando ya no forma parte activa de nuestras creencias.

Está en los recuerdos de la infancia, en la decoración de una casa, en los rituales cotidianos, en lo que nos emociona sin saber muy bien por qué.

Lo religioso, en realidad, no ha desaparecido. Simplemente ha cambiado de sitio.

Dentro de este enfoque entra también el concepto de *kitsch* religioso. No lo entendemos como una burla, sino como una sensibilidad estética muy particular. Gillo Dorfles ya lo decía en los años 60, el *kitsch* no es solo “mal gusto”, sino una mezcla de lo sentimental con lo popular, de lo solemne con lo trivial.

Figura 4:

Frame de estatuilla sin restaurar.



Nota. Fotografía de María Mondragón (2025)

Figura 5:

Frame de estatuilla sin restaurada.



Nota. Fotografía de María Mondragón (2025)

El proyecto responde a tendencias recientes en las que las imágenes populares y simbólicas del entorno rural cobran relevancia identitaria. La Perdiz Roja (2023) analiza cómo, en esos lugares, las prácticas culturales locales y su representación visual contribuyen a la construcción de memoria colectiva, reforzando vínculos comunitarios a partir de lo aparentemente modesto.

Figura 6:

HERMANAS: un homenaje a las mujeres que conservan y disfrutan juntas la Semana Santa de Medina de Rioseco



Nota. Fotografía de García, A. (2019). Recuperado de: <https://laperdizroja.com/exposicion-hermanas-semana-santa-medina-de-rioseco/>

3. REFERENTES ARTÍSTICOS Y CREATIVOS

La estética y narrativa de *¡No, no, no!* se ha construido a partir de referencias que han guiado tanto su tono como su tratamiento de la fe y el entorno rural. En el plano visual, destacan las influencias de Cristina García Rodero y Joaquín Collado. La obra *España oculta* de García Rodero (1989) fue clave para capturar la espiritualidad popular desde una mirada íntima, cargada de tradición y memoria. Las fotografías de Collado, centradas en lo marginal y lo cotidiano, aportaron una sensibilidad austera y realista que inspiró la forma de retratar a los personajes sin idealización ni dramatismo.

Narrativamente, el proyecto se alinea con obras como *La Mesías* (Los Javis, 2023), que combina trauma, religiosidad y humor desde una perspectiva generacional, y *Mamacruz* (Ortega, 2023), que reflexiona sobre la fe y el cuerpo en la vejez. Ambas han servido de inspiración para representar lo sagrado desde lo emocional y lo simbólico. En este mismo eje, *San Manuel Bueno, mártir* (Unamuno, 1931) aportó un referente literario central: la figura del sacerdote en crisis, que, como Pedro en el cortometraje, oculta su duda interior para sostener su papel espiritual dentro de la comunidad.

Finalmente, hechos reales como el caso del *Ecce Homo de Borja* (2012) y la restauración de la *Virgen de la Esperanza Macarena en Sevilla* (2025) confirman que las imágenes religiosas siguen generando respuestas emocionales intensas. Estos acontecimientos han sido fundamentales para entender cómo lo sagrado, incluso en su forma más accidentada o *kitsch*, conserva un poder simbólico profundamente vigente.

3.1. Referentes visuales

3.1.1. Cristina García Rodero

Cristina García Rodero ha sido una de las grandes influencias visuales para la construcción estética de *¡No, no, no!*, especialmente en su manera de observar el mundo rural español desde dentro, sin condescendencia, pero con una profunda carga simbólica y emocional.

Su proyecto más conocido, *España oculta* (1989), es una obra documental que recorre durante casi dos décadas las fiestas populares, las expresiones religiosas, los rituales y los paisajes humanos de la España más profunda. García Rodero no buscaba representar la superficie del folclore, sino captar lo invisible que habita en esos gestos colectivos, en esos cuerpos en tensión entre lo arcaico y lo contemporáneo.

Lo que la movía a fotografiar estos lugares, según ha declarado en múltiples entrevistas, era el deseo de preservar una forma de vida que estaba desapareciendo, documentar “lo que se va” antes de que el tiempo lo borrara (García Rodero, 1989). Su interés por las tradiciones populares no era nostálgico, sino casi antropológico, aunque siempre filtrado por una mirada profundamente estética y emocional.

En el caso de este cortometraje, su influencia se deja sentir en varios aspectos. Por un lado, en la forma de retratar el espacio rural como un lugar lleno de silencio, de símbolos y de tiempo acumulado. Por otro, en la importancia de los rostros y los cuerpos como transmisores de emoción. Como en las fotografías de García Rodero, en *¡No, no, no!* la fuerza está en la quietud, en las arrugas, en las miradas detenidas y en los ritos cotidianos que resisten el paso del tiempo.

Como explica Guerrero González-Valerio (2020), su trabajo en *España oculta* combina una mirada documental con una intención casi antropológica, logrando “eternizar lo efímero” y dar valor emocional a lo cotidiano. Este análisis resulta especialmente útil para comprender cómo la autora construye una estética cargada de misticismo cotidiano, algo que ha servido de guía para trasladar esa misma poética visual al universo de *¡No, no, no!*

Figura 8:

Les larmes de La Douloureuse, Bercianos de Aliste.



Nota. Fotografía de Cristina García Rodero, 1979.

Figura 9:

El colacho. Castrillo de Murcia.



Nota. Fotografía de Cristina García Rodero, 1975.

3.1.2. Joaquín Collado

Joaquín Collado, fotógrafo valenciano que supo retratar con honestidad la vida en los márgenes. Sus imágenes de los años 60 y 70 captan escenas cotidianas de barrios obreros, mercados y calles de Valencia, sin dramatismos ni artificios. Lo suyo no era mostrar la miseria, sino dignificar lo invisible, lo que queda fuera del foco habitual.

Collado se acercaba a las personas con respeto, sin caer en lo folclórico ni en lo condescendiente. En sus fotos hay una realidad cruda, pero también humana y reconocible. Esa mirada ha influido mucho en la forma en que mostramos a los personajes del cortometraje: las feligresas, el cura, Ramón... Todos aparecen tal y como son, sin exageraciones, sin adornos. Lo mismo ocurre con los espacios: la Iglesia medio vacía, la sacristía, una calle cualquiera del pueblo. Todo eso tiene valor por sí mismo, sin necesidad de embellecerlo.

Este enfoque también ha sido analizado desde la teoría fotográfica. Según Llorens García (2019), el valor del trabajo de Collado radica precisamente en su capacidad para convertir “lo cotidiano en documento” y ofrecer una representación honesta y sin mediaciones de la vida urbana y periférica. Su fotografía no pretende embellecer ni denunciar, sino dejar constancia de una realidad vivida y compartida, algo que ha servido de referencia directa para la puesta en escena del cortometraje, donde lo visual se construye desde lo real, lo austero y lo emocionalmente reconocible.

A través de esta influencia, el cortometraje busca dar protagonismo a lo que muchas veces queda al margen, mostrándolo con sencillez y respeto, tal como hacía Collado con su cámara.

Figura 10:

Fotografía de la exposición La Valencia Olvidada del MUVIM.



Nota. Fotografía de Joaquín Collado. Diputación de Valencia.

3.2. Referentes narrativos

3.2.1. *La Mesías*

La serie *La Mesías* (Javier Ambrossi, Javier Calvo, 2023) ha sido un referente importante para este proyecto por su manera de abordar la religión como experiencia emocional, estética y generacional, alejada del dogma pero profundamente presente en la vida de sus personajes. En la serie, la fe no aparece como algo ajeno o meramente doctrinal, sino como una herida transmitida, una estética heredada y una búsqueda personal.

Uno de los elementos más valiosos de *La Mesías* es su capacidad para combinar humor con profundidad emocional. No se trata de parodiar la religión, sino de mostrar cómo convive en la vida real con lo absurdo, lo precario, lo artístico, lo cutre. Las canciones, los disfraces, las *performances* caseras: todo lo que podría parecer ridículo es, a la vez, sincero y vivido, y eso le da al relato una dimensión auténtica. Esta dualidad entre lo cómico y lo devastador, ha influido en el tono de *¡No, no, no!*, un cortometraje donde el conflicto de fe puede vivirse en medio de un comentario gracioso, una mirada incómoda o un silencio tenso entre vecinas.

Además, *La Mesías* demuestra cómo la iconografía religiosa puede ser reconfigurada desde lo doméstico, sin perder su potencia simbólica. En ese sentido, la estatuilla restaurada en *¡No, no, no!*, es también una figura desplazada, sagrada y a la vez grotesca.

3.2.2. *Mamacruz*

La película *Mamacruz* (Patricia Ortega, 2023) aporta otro tipo de sensibilidad al tratamiento narrativo de la fe. Su historia gira en torno al despertar emocional y físico de una mujer mayor, que empieza a cuestionar su educación religiosa sin necesidad de romper con ella. La espiritualidad y la sexualidad no son opuestas, sino dimensiones que coexisten y se transforman.

Uno de los elementos que conecta especialmente con *¡No, no, no!* es el uso de la imaginería religiosa dentro del espacio doméstico. En *Mamacruz*, las estatuillas, los altares caseros y los objetos de devoción forman parte del paisaje habitual, pero cargado de simbolismo. No están allí solo como decoración, sino como presencias que miran, que juzgan o que acompañan. En ese sentido, la estatuilla de Cristo en el cortometraje funciona del mismo modo: no es un simple elemento de arte sacro, sino un personaje más, con poder narrativo y emocional. Su transformación física impulsa la transformación interna de Pedro.

En un momento clave de la película, Cruz limpia y recoloca una figura religiosa como parte de su proceso de reconexión interior. Del mismo modo, en *¡No, no, no!*, Pedro restaura la estatuilla del Sagrado Corazón no solo como un acto estético o funcional, sino como un espejo de su conflicto interno. Ambas intervenciones (la de Cruz y la de Pedro) revelan algo íntimo, no buscan cambiar el símbolo, sino verse reflejados en él de una forma nueva. Así, la estatuilla se convierte en símbolo vivo de su transformación personal.

Figura 11:

Captura de pantalla de la película Mamacruz.



Nota. Captura de pantalla de *Mamacruz* (dir. Patricia Ortega, 2023).

Fuente: Youtube.

3.2.3 *San Manuel Bueno, mártir*

El cortometraje también encuentra eco en la obra literaria *San Manuel Bueno, mártir* de Miguel de Unamuno, una novela que aborda la tensión entre la fe y la duda desde una perspectiva profundamente humana y existencial. En este texto, Unamuno presenta a un protagonista, San Manuel, que mantiene su función espiritual y social dentro de una comunidad rural mientras lucha internamente con sus propias dudas sobre la existencia de Dios y la vida después de la muerte.

Esta dualidad entre el compromiso con la fe exterior y la lucha interna con la incredulidad resuena con el conflicto del personaje principal del cortometraje, Pedro, quien también experimenta una negación sutil pero significativa de su implicación, marcada por la inseguridad y el miedo, más que por el rechazo frontal. La novela de Unamuno es un referente clave para entender la ambigüedad emocional y espiritual que atraviesa la narrativa, así como para explorar el papel de lo sagrado en contextos donde la fe está en crisis pero no desaparece.

3.3. Referente mediático

3.3.1. *Ecce Homo de Borja (2012)*

Como contrapunto real a los referentes artísticos y narrativos, el caso del *Ecce Homo de Borja* funciona como una referencia fundamental, no solo por su viralidad, sino por todo lo que desencadenó a nivel cultural, simbólico y emocional. En 2012, Cecilia Giménez (una vecina de Borja) intentó restaurar por su cuenta una pintura del *Ecce Homo* en la iglesia del Santuario de la Misericordia.

El resultado fue tan inesperado y alejado del original que se convirtió rápidamente en un fenómeno global, objeto de memes, bromas y atención mediática (BBC News, 2012). Sin embargo, más allá del tono burlesco con el que inicialmente se trató, el tiempo ha demostrado que ese gesto encerraba una verdad emocional muy potente. La restauración no fue un acto artístico ni profesional, sino profundamente humano: alguien que, desde su amor por el lugar y su deseo de preservar, hizo lo que pudo. Con el tiempo, el *Ecce Homo* dejó de ser un error para convertirse en símbolo. No solo revitalizó el turismo y la economía local, sino que planteó preguntas sobre quién tiene derecho a intervenir lo sagrado, qué entendemos por “autenticidad” y por qué una imagen imperfecta puede llegar a conmover más que una académicamente correcta. En *¡No, no, no!*, la restauración de la estatuilla de Cristo comparte ese espíritu: no hay burla, sino impulso sincero.

El nuevo Cristo genera confusión, rechazo, emoción y debate, exactamente igual que el *Ecce Homo*. En ambos casos, lo importante no es el resultado técnico, sino lo que esa transformación remueve en la comunidad. A través de la imagen modificada, surgen preguntas sobre la fe, el cambio, la pertenencia y lo que estamos dispuestos a aceptar como verdadero. De alguna forma, lo que parecía un fallo se convierte en una forma nueva de “creer”.

Figura 12:

Antes y después del Ecce Homo de Borja



3.3.2. *Virgen de la Macarena de Sevilla* (2025)

En junio de 2025, la restauración de la *Virgen de la Esperanza Macarena* en Sevilla provocó una fuerte conmoción, tanto emocional como mediática.

El día 20, tras su reapertura al público, comenzaron a circular numerosas críticas debido a varios cambios en su aspecto. Entre ellos destacaban unas pestañas más largas y una expresión facial diferente, lo que generó desconcierto, malestar y una sensación de pérdida entre muchos devotos.

Para buena parte de la comunidad creyente, la intervención supuso una alteración dolorosa de una figura profundamente vinculada a su identidad y memoria (El País, 2025). Este caso, tan reciente y significativo, respalda uno de los ejes principales de *¡No, no, no!*, las imágenes sagradas no son objetos neutros, sino símbolos cargados de afecto, historia y pertenencia colectiva.

Cualquier alteración, por mínima que parezca, puede convertirse en motivo de conflicto o desencuentro. Estos episodios no deben entenderse como simples anécdotas, sino como pruebas claras de que los temas abordados en el cortometraje son reales, humanos y profundamente actuales.

Figura 13:

Antes y después de la Virgen de la Macarena de Sevilla.



Nota. Autor desconocido. Fuente: www.eldiario.es/

4. PROCESO CREATIVO

4.1. Guion literario

El guion literario es la base narrativa sobre la que se edifica cualquier obra audiovisual. Se centra en el relato: los personajes, los diálogos, las acciones y el desarrollo dramático. Para estructurar el guion de este cortometraje, se ha tomado como base el paradigma narrativo propuesto por Syd Field, considerado uno de los pilares teóricos de la escritura cinematográfica contemporánea.

En su obra *El manual del guionista*, Field (1995) establece la estructura clásica en tres actos: planteamiento, confrontación y resolución, y señala que todo guion debe tener, al menos, dos puntos de giro claramente identificables. Estos momentos permiten que la historia avance, retando al protagonista a evolucionar o tomar decisiones clave. Esta estructura ha servido como una guía para el desarrollo narrativo del cortometraje, permitiendo que el conflicto interno del personaje principal evolucione de forma coherente y progresiva. A su vez, se ha tenido muy en cuenta el enfoque más accesible y dinámico de Blake Snyder en su libro *Save the Cat!* (2005). Snyder propone una secuencia de “*beats*” o momentos clave que marcan el ritmo emocional de una historia.

Una cita representativa del enfoque de Snyder afirma:

“El público no puede conectar con un personaje hasta que no sabe por qué debe importarle lo que le ocurre. Haz que se gane su simpatía. Haz que salve un gato” (Snyder, 2011, p. 21). Esta mezcla entre la estructura formal de Field y la narrativa más empática y conductual de Snyder ha permitido equilibrar el conflicto interno del personaje protagonista con una progresión clara de los hechos, respetando a la vez el tono tragicómico del corto.

El desarrollo del guion literario de *¡No, no, no!* se ha estructurado siguiendo esta narrativa clásica en tres actos, donde se definen claramente los elementos esenciales de la dramaturgia: planteamiento, nudo y desenlace, incluyendo los puntos de giro y el detonante. Tratamiento y estructura en tres actos. A partir de esta base, se elaboró una escaleta detallada que ayudó a organizar las secuencias y el ritmo de la historia.

El proceso de escritura fue largo. Se realizaron 11 versiones completas del guion, cada una con pequeñas o grandes modificaciones, motivadas por cambios en el enfoque del personaje, mejoras en los diálogos, ajustes de tono o corrección de escritura. Esta evolución continua fue clave para encontrar la voz definitiva del proyecto y equilibrar el tono tragicómico que define la pieza. La versión final del guion, incluida en el anexo, intenta representar el resultado de un trabajo minucioso y en constante revisión, abierto siempre a mejorar desde la práctica y la reflexión narrativa.

(Consultar en anexo: Guion Literario - Tema, trama y storyline)

4.1.1. Tratamiento y estructura en tres actos

Como se mencionó anteriormente, la estructura del cortometraje sigue el paradigma de Syd Field, organizado en tres actos. A continuación, se presenta un breve resumen de estas tres partes que componen *¡No, no, no!*

INTRODUCCIÓN

Pedro es el cura de una pequeña iglesia de un pueblo castellano. El padre Pedro celebra la misa dominical con desánimo y rutina. Tras la misa, Carmen, una anciana devota, le recuerda que todo, incluida la iglesia y sus fieles, **(detonante)** se está muriendo. La escena nos presenta un templo viejo, deteriorado, con una figura de Cristo desgastada, casi borrada por el paso del tiempo. El padre Pedro, en soledad, reflexiona sobre la decadencia de su fe, de su iglesia y de sí mismo.

Más tarde en la sacristía, Pedro, agobiado, saca un cigarro escondido y, al salir a encenderlo, se queda mirando la estatuilla de Cristo. En un gesto de necesidad espiritual o rebeldía, parece conectar con la figura olvidada.

NUDO

A la mañana siguiente, las mujeres del pueblo descubren que la estatuilla de Cristo ha cambiado misteriosamente **(primer punto de giro)**, sus colores han aparecido de nuevo, sus rasgos se han transformado, y ahora su mirada es extraña, incluso inquietante. Este suceso provoca un choque entre las devotas, Carmen, Lourdes y María, que debaten si lo ocurrido es un milagro, una herejía o una broma de mal gusto. Las opiniones se enfrentan y todas las sospechas recaen sobre Pedro, quien niega en todo momento que esto haya sido obra suya.

Tras la confrontación con Carmen y las dudas de las mujeres, Pedro se encuentra con Ramón en un banco. Ramón le recuerda viejos tiempos y le habla sobre la fe y lo que realmente define a una persona. Este encuentro provoca que Pedro reflexione sobre sus temores y lo que ha estado negando. La conversación con Ramón **(segundo punto de giro)** le hace entender que, aunque aún no tenga todas las respuestas, es momento de aceptar la verdad.

DESENLACE

Al día siguiente, Pedro celebra la misa con una actitud renovada. Frente a la figura restaurada de Cristo, lee las escrituras con firmeza **(climax)**. La mirada de Carmen desde los bancos refleja aceptación, y juntos, en silencio, comparten las mismas palabras de fe. Pedro, finalmente, encuentra su paz interior, abrazando su fe con una nueva forma y perspectiva.

4.1.2. Escaleta

La escaleta es una herramienta clave dentro del proceso de guionización, ya que permite organizar de manera clara y ordenada el desarrollo de la historia escena por escena. En este apartado se presenta la escaleta de ¡No, no, no!, que estructura el cortometraje en sus momentos narrativos principales y facilita la planificación tanto del ritmo como de la progresión dramática.

PLANTEAMIENTO

1. Pedro, un cura de 37 años, celebra la misa dominical en una iglesia vieja de un pueblo en Castilla y León.
2. Está desanimado y en crisis de fe.
3. Después de la misa, Carmen, una feligresa, le dice que la iglesia y el pueblo están muriendo. Esto hace que Pedro reflexione sobre su rol (**detonante**).
4. En la sacristía, Pedro saca un cigarro escondido y mira la estatuilla desgastada de Cristo. Siente una conexión con ella.

NUDO

5. Al día siguiente, las mujeres del pueblo descubren que la estatuilla cambió sus colores y rasgos. (**primer punto de giro**).
6. Esto genera un debate sobre si es un milagro o una broma.
7. Las sospechas caen sobre Pedro, que lo niega todo.
8. Pedro se encuentra con Ramón, quien lo hace pensar sobre la fe y su identidad.
9. Pedro acepta sus dudas y responsabilidades (**segundo punto de giro**).

DESENLACE

10. En la siguiente misa, Pedro celebra con una nueva actitud y seguridad (**clímax**).
11. Carmen lo mira con aceptación.
12. Pedro encuentra paz interior y una nueva forma de vivir su fe.

4.2. Personajes, casting y separata

El proceso de construcción de personajes y casting es otro pilar fundamental en la creación de un cortometraje, especialmente cuando el relato gira en torno a los matices internos de un protagonista y sus relaciones con los demás. En el caso de este proyecto, los personajes han sido pensados desde una perspectiva claramente funcional dentro del arco narrativo, pero también emocional y tonal: cada uno representa una visión del conflicto, un matiz de la fe, la duda o la rutina del entorno rural.

Desde el punto de vista teórico, esta fase parte del trabajo previo del guion, donde los personajes son diseñados con sus respectivas motivaciones, contradicciones y tonos de voz. Se parte de una lógica dramática: cada personaje debe aportar una tensión al conflicto principal, pero también contribuir al tono tragicómico del corto.

En particular, los personajes de Carmen y María reflejan distintas facetas del conflicto interno de Pedro. Mientras Carmen encarna la fe rígida, la tradición y la exigencia moral, María representa una postura más amable, abierta y esperanzada. Así, ambas figuras no solo contribuyen al desarrollo externo de la trama, sino que simbolizan las tensiones internas que Pedro debe enfrentar y resolver.

¿Cómo se hizo el casting?

El casting se organizó a partir de una separata (consultar en el anexo), que contenía la información esencial de cada personaje: motivaciones, tono, edad, personalidad, situación actual y una breve escena a interpretar. Previamente, se diseñó un cartel digital que se difundió por redes sociales y grupos afines al mundo audiovisual. En el cartel se incluía un enlace con las instrucciones para participar:

“Para participar en el corto, se debe enviar un vídeo en el que se muestre la calidad actuarial. Junto con ello, es necesario dejar el nombre completo y un número de teléfono mediante el que poder contactar. En las siguientes páginas se encuentra la separata con información sobre cada personaje y la escena a interpretar.”

Se daba la posibilidad de interpretar más de un personaje y se marcaban claramente las fechas: plazo de envío hasta el 20 de abril, y posibles fechas de rodaje entre el 2 y el 11 de mayo. Una vez publicado, se comenzaron a recibir vídeos de varios aspirantes (consultar en anexo). La participación fue variada: se recibieron 2 propuestas para Pedro, 2 para Ramón, 3 para Carmen, 2 para María y 1 para Lourdes. Todos los vídeos fueron visionados por el equipo creativo y, tras una reunión de valoración donde se discutieron aspectos interpretativos y de ajuste al tono, se seleccionó finalmente al reparto definitivo:

Pedro: Miguel Sanz
Carmen: Margarita Tordable
María: Leonor Rodríguez
Lourdes: Irene A. Álvarez
Ramón: Diego Gómez

La elección se basó tanto en la calidad actuarial como en la naturalidad con la que cada intérprete encarnaba los gestos y la emocionalidad del personaje.

Este proceso fue clave para pasar del papel a la imagen, y constituyó uno de los momentos más estimulantes del desarrollo del proyecto.

(Consultar en anexo: separata - videos de casting).

Cartel de llamada a casting

Figura 14:

Cartel/storie creado para el casting.



Nota. Diseño de Marcos Gonzalez (2025)

Descripción de personajes

Pedro.

Motivaciones: Pedro está lidiando con una crisis interna de fe, lo que lo lleva a cuestionar su labor y su relación con Dios. La restauración de la estatua de Cristo, junto con los comentarios de los fieles, pone a prueba su vocación y su sentido de lo sagrado.

Personalidad: Pedro es un hombre serio, melancólico y algo distante. A veces parece estar más preocupado por el estado físico de la iglesia y sus símbolos religiosos que por las personas que asisten a ella.

Qué hace en su tiempo libre: no tiene mucho tiempo libre, pero se muestra como alguien solitario, a veces comparte tiempo con un amigo y habitante del pueblo, Ramón.

Situación actual: La restauración de la estatua de Cristo, que parece un milagro para algunos, lo coloca en una posición incómoda, pues no sabe cómo reaccionar ante lo que se le presenta como un misterio sin resolver.

Su tono: su tono es pausado, serio y algo distante. Es inseguro y algo dubitativo, pero habla con autoridad.

Edad: 37.

Ramón.

Motivaciones: Ramón es amigo de la infancia de Pedro, ambos han recibido una educación cristiana, pero Ramón siempre ha sido más atrevido que Pedro, abandonó la fé a una edad muy temprana. Es un hombre de ciencia que fuma más de lo que debería.

Personalidad: es pícaro, listo y bastante ingenioso, normalmente agradable.

Qué hace en su tiempo libre: le gusta ir a conciertos de música indie y rock de los 90. Siempre con un cigarro en la mano.

Situación actual: compadece a Pedro y nada de esa situación le parece tan importante.

Su tono: tono pícaro, gracioso y amable. A veces habla con un tono de superioridad.

Edad: 38.

Carmen.

Motivaciones: Carmen siempre ha sido una mujer castiza, criada en el modelo tradicional de familia cristiana y más tarde siguió con este papel como madre y esposa. Siempre se ha dedicado a la familia y a Dios. Tiene un trato muy cercano y de confianza con Pedro, ya que comparten mucho tiempo juntos porque los dos viven en el pueblo todo el año.

Personalidad: mujer alegre, directa, de carácter fuerte y con una convicción muy firme con respecto a la religión y a su fe.

Qué hace en su tiempo libre: va a misa y a visitar a Pedro. También pasa los días cosiendo y con sus nietos.

Situación actual: siente una gran decepción con Pedro porque cree que él ha profanado la estatua de Cristo.

Su tono: su tono es imponente y sabio, pero también es cercana. Es el símbolo de una madre rígida pero cariñosa.

Edad: 72.

María.

Motivaciones: María se crió de la misma forma que Carmen, sin embargo ella nunca se llegó a casar, fue maestra en una escuela donde enseñaba religión. Actualmente está jubilada y sigue muy unida a la iglesia.

Personalidad: mujer alegre, amable y cariñosa. No tan rígida como Carmen. También fiel defensora de la iglesia y de la fe cristiana.

Qué hace en su tiempo libre: lee muchos libros, visita mucho la ciudad y es amante del cine, sobre todo si es de culto religioso, le encanta el arte.

Situación actual: cree que Dios ha obrado un nuevo milagro a través de Pedro, pero está decepcionado con él por no respaldar su fe.

Su tono: su tono es amable y tierno.

Edad: 70.

Lourdes.

Motivaciones: Lourdes es una misionera que siempre está ayudando a quien lo necesita. Todos los fines de semana visita a su familia en el pueblo. Cuando está allí siempre anda cerca de otras señoras creyentes.

Personalidad: es muy amable y un poco ingenua, también es muy comprensiva.

Qué hace en su tiempo libre: acompaña a mujeres en situación vulnerable, organiza talleres o ayuda en el dispensario médico. Hace poco entró al mundo de las redes sociales y ha empezado a tontear con instagram y tiktok.

Situación actual: cree que no es tan importante lo que la gente crea respecto a la nueva reparación de Pedro.

Su tono: su tono es amable, pero es algo ingenua.

Edad: 40.

4.3. Localizaciones

La elección de localizaciones es un elemento esencial en la construcción de cualquier obra audiovisual. Más allá de ser un simple telón de fondo, las localizaciones contribuyen a crear atmósferas, reflejar la personalidad de los personajes y potenciar la narrativa visual. En el caso de los cortometrajes, donde los recursos suelen ser más limitados, la selección adecuada y la gestión eficiente del espacio son cruciales para maximizar el impacto emocional y narrativo.

Una localización adecuada debe cumplir con requisitos funcionales (espacios necesarios para rodar, accesibilidad, condiciones técnicas) y estéticos (coherencia con el tono y la época del relato). Además, en producciones que involucran espacios religiosos, se debe contemplar una dimensión extra: la sensibilidad y respeto hacia las comunidades religiosas y la burocracia que implica obtener permisos específicos.

En este sentido, la experiencia práctica muestra que el trabajo con instituciones eclesiásticas suele requerir una comunicación formal, presentación de guion y explicaciones sobre el tratamiento del espacio y del tema, para asegurar una colaboración respetuosa y eficaz.

¿Cómo se hicieron las localizaciones?

Cuando se inició la búsqueda de localizaciones para el cortometraje, uno de los principales desafíos fue encontrar una iglesia que cumpliera con las especificaciones del guion: un templo pequeño, deteriorado, con la atmósfera rural propia de Castilla y León.

La investigación inicial llevó a considerar varias iglesias en diferentes localidades: Geria, Villa Marciel y Simancas en la provincia de Valladolid, así como Los Ausines en la provincia de Burgos. Sin embargo, pronto se detectó que obtener los permisos no sería sencillo. No bastaba con contactar al ayuntamiento del pueblo; era necesario también contar con la autorización del arzobispado correspondiente.

Tras contactar con el párroco de Los Ausines, se informó que debía dirigirse a la Archidiócesis. Se realizaron gestiones con el Vicario General de Burgos, quien mostró una gran disposición para ayudar. Tras revisar el guion y firmar un convenio formal, se consiguió la autorización para rodar.

En Los Ausines existen cuatro iglesias; se visitaron todas y finalmente se seleccionó la que mejor se adaptaba a las necesidades narrativas y estéticas del proyecto. Esta localización permitió rodar sin problemas durante las fechas previstas, facilitando además una ambientación auténtica y muy acorde con el tono tragicómico del cortometraje.

Otro punto clave que impulsó la elección de esta localización fue la infraestructura de alojamiento disponible: se contaba con una casa suficientemente amplia en el pueblo para alojar a todo el equipo y elenco, lo cual facilitó enormemente la logística del rodaje.

Figura 15:

Iglesia de San Miguel en el barrio de Sopeña en Los Ausines. Burgos.



Nota. Fotografía de María Mondragón (2025)

4.4. Dirección de arte

En el cine, el diseño de arte y escenografía va más allá de la mera decoración. Incluye la selección y diseño de los espacios, objetos, mobiliario, vestuario, iluminación y colores, con el fin de crear una atmósfera coherente con el guion, el tono y la época en la que se sitúa la historia.

Para un cortometraje, donde el tiempo y presupuesto son limitados, el trabajo del departamento de arte debe ser especialmente eficiente y creativo. Cada elemento tiene un propósito claro y contribuir al desarrollo del relato o a la caracterización de los personajes. Este departamento ha estado dirigido por María Mondragón y asistido por Alba Manuela Lermo, Sara Perlado y Eloy Villafruela, quienes se encargaron de que cada detalle del universo visual de la obra estuviera al servicio del discurso narrativo.

Figura 16:

Fotografía del proceso de creación de la segunda estuilla.



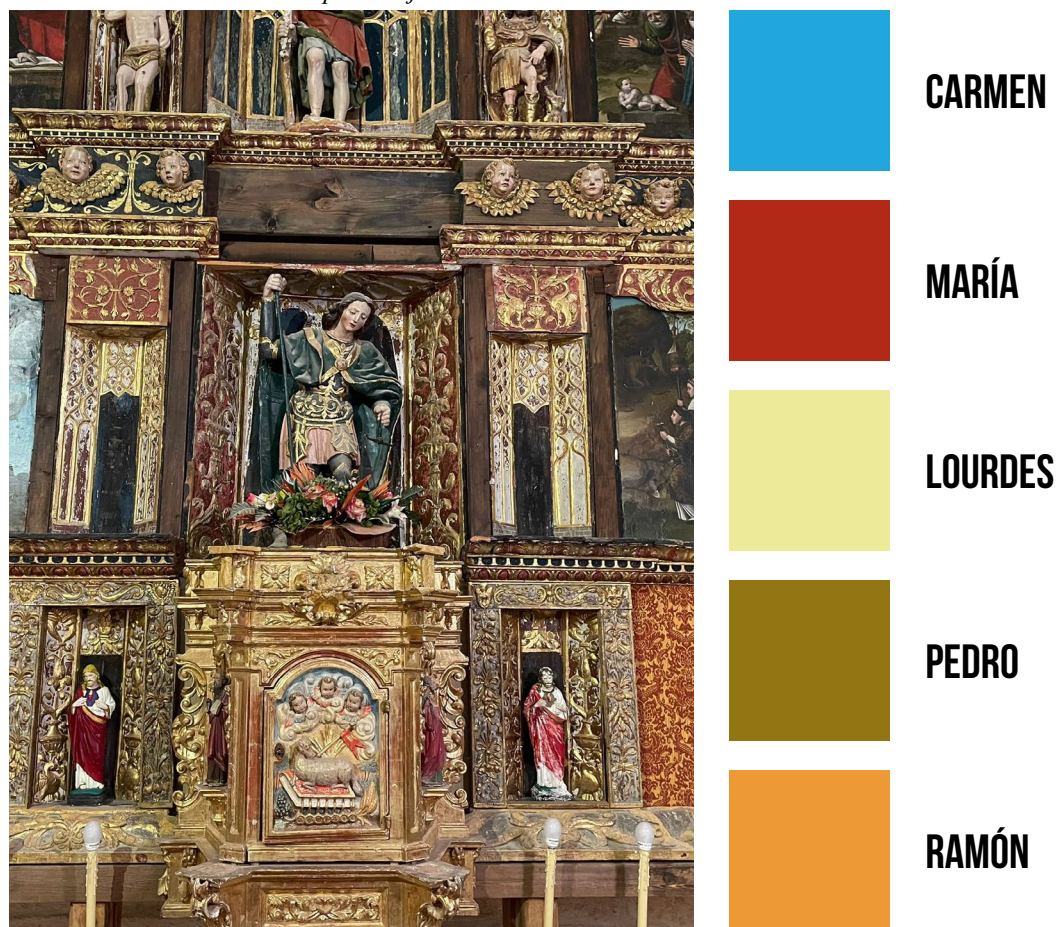
Nota. Fotografía de María Mondragón (2025)

Desde el inicio del proceso, el arte se organizó en torno a una colorimetría cuidadosamente diseñada, que se ajustó tanto a las posibilidades espaciales de la localización como a los significados emocionales y simbólicos que se querían proyectar en pantalla. El diseño cromático partía de los colores predominantes del retablo original de la iglesia en la que se rodó, y se expandía hacia una teoría del color aplicada a los personajes, guiada por las asociaciones psicológicas y culturales del color desarrolladas por Eva Heller (2004).

¿Cómo se hizo la dirección de arte?

Figura 17:

Paleta de colores asociada a personajes.



Nota. Creada por María Mondragón (2025)

Al personaje de Carmen se le asoció el azul, por su fuerte vinculación con lo eclesiástico, lo sagrado y lo rígido. El azul es el color de la Virgen, pero también, como afirma Heller (2004), “el color de la lealtad, la tradición y el control” (p. 52). En contraposición, el personaje de María se representa con rojo, más flexible y apasionado, “el color de la vitalidad y la valentía” (Heller, 2004, p. 37), marcando así su actitud más emocional. El personaje de Lourdes viste con tonos neutros, blancos, amarillos claros y beige, porque representa la inocencia, la bondad

sin rigidez. Pedro se presenta visualmente de forma neutra, sencilla y despojada, funcionando como un espejo de las fuerzas que lo rodean. Y finalmente, el personaje de Ramón se viste en tonos cálidos, especialmente naranjas, que ayudan a colocarlo como una suerte de guía o faro, alguien que, desde la distancia emocional, ilumina el conflicto de Pedro.

Uno de los elementos clave del arte ha sido la estatua del *Sagrado Corazón de Jesús*, que funciona como símbolo central del conflicto narrativo. Para representar la transformación milagrosa de la figura, se adquirió una estatua deteriorada, con pintura descascarillada, ideal para la primera parte del corto. Paralelamente, se contactó con Eloy, un escultor amigo, que creó una réplica a partir de esa base. Esta segunda versión fue intervenida con una paleta cromática más intensa, grotesca y artificial, pero siempre intentando mantener la coherente con los colores guía del proyecto. El resultado fue una figura inquietante y casi caricaturesca, con unos ojos especialmente destacados, que aportan una dimensión cómica, muy alineada con el tono tragicómico del cortometraje.

El atrezzo también jugó un papel esencial en la construcción del universo simbólico. Aunque la iglesia real ofrecía ya un entorno cargado de objetos y referencias, hubo elementos clave que se trabajaron con especial atención: flores frescas (lilas), velas envejecidas para el inicio y nuevas para el final, una sábana antigua, una caja con objetos personales (baraja de cartas usada, cigarrillos arrugados y un rosario). Este último detalle era especialmente significativo, ya que el mismo modelo de rosario aparecía también colgado del cuello de Carmen, subrayando el conflicto entre lo privado y lo sagrado.

Estos objetos representaban las dimensiones internas de Pedro: las cartas, a su relación con Ramón y el pasado; el cigarro, a su conflicto terrenal y humano; y el rosario, al peso de la fe tradicional. El teléfono móvil de Lourdes también requirió intervención: para poder utilizarlo visualmente, fue necesario manipular ciertos efectos de polvo y reflejo para que no rompiera la estética general del plano.

En cuanto al maquillaje, el trabajo fue mínimo debido a que el *casting* ya fue seleccionado teniendo en cuenta características físicas coherentes con los personajes. Sin embargo, se dedicó atención especial a la caracterización del personaje de María, cuya edad real era inferior a la que requería el personaje. Durante los dos días de rodaje, se trabajó sobre su rostro marcando arrugas, ojeras y pómulos, así como aclarando el cabello para envejecer visualmente, sin romper la naturalidad buscada.

Todo este trabajo de arte se integró con la propuesta de iluminación diseñada por el director de fotografía, quien trabajó en constante diálogo con dirección para crear una atmósfera coherente con los estados emocionales del protagonista y las tensiones dramáticas del relato. La luz y el color se convirtieron, así, en vehículos de significado tan importantes como el diálogo o el gesto actoral.

(Consultar en anexo: más material de dirección de arte).

4.5. Plan de rodaje

El plan de rodaje fue concebido anticipando tanto las necesidades logísticas como las narrativas del proyecto. Para una mejor organización, se creó un documento dividido en tres pestañas, correspondientes a los días viernes 9, sábado 10 y domingo 11 de mayo. En él se recogió no solo la planificación técnica y artística de cada jornada, sino también las necesidades humanas y logísticas del equipo y del elenco.

El rodaje tuvo lugar en Los Ausines, un pequeño pueblo de la provincia de Burgos, lo que implicó, como se ha ido diciendo, que todas las personas del equipo y elenco tuvieran que desplazarse desde distintos puntos de España. Una vez allí, equipo técnico y reparto se alojaron en una casa del propio pueblo. Esta decisión no fue casual: la casa ofrecía las condiciones necesarias para cubrir, de forma cómoda, el descanso, la higiene y la alimentación de todos. Esa infraestructura fue clave a la hora de elegir la localización.

Más allá del horario de grabación, el plan incluía también las pausas para comer, los descansos, los traslados dentro del pueblo y los tiempos de preparación y maquillaje. Todo se pensó para que las jornadas fueran fluidas, profesionales y, sobre todo, humanas. Se buscó asegurar un ambiente de trabajo que permitiera rendir bien, pero sin descuidar el bienestar de nadie.

Uno de los factores más importantes fue la disponibilidad de los actores. En particular, se tuvo que adaptar la organización a las necesidades de Margarita, de 87 años, que no podía quedarse a dormir en el alojamiento común. Esto supuso organizar su traslado diario y ajustar los horarios para aprovechar al máximo el tiempo que se podía contar con ella. Desde el primer momento, esta realidad se tuvo en cuenta en el diseño del plan de rodaje.

Otro aspecto clave fue la luz natural. En colaboración con el director de fotografía, se planificó cuidadosamente cada escena para aprovechar las mejores horas de luz según las necesidades de la historia. Además, como el fin de semana se presentaba con previsión de lluvias, se reorganizaron las escenas de exteriores dejando margen de maniobra. La previsión se cumplió casi al minuto: el sábado por la tarde se aprovecharon las únicas dos horas sin lluvia para rodar la escena de calle, justo como estaba previsto en el plan alternativo.

También se cuidó la continuidad emocional del elenco. El orden de rodaje se pensó para que los actores pudieran sostener la intensidad de sus personajes sin saltos bruscos que rompieran el tono emocional. Por ejemplo, la escena más dura para Pedro, en la sacristía, donde vive una profunda crisis, se dejó para el final del día, cuando el actor ya acumulaba cierto cansancio físico y mental. Esa elección ayudó a que su interpretación tuviera una verdad emocional aún más potente.

En resumen, el plan de rodaje fue una herramienta viva: precisa, pero también flexible. Permitted adaptarse a las condiciones reales del rodaje, optimizar recursos y, sobre todo, cuidar todos los aspectos humanos, técnicos y artísticos del proyecto.

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1WeG0e5u_56khLs-B8plaJXSpEBwFuvsl/edit?usp=sharing&oid=105033016594063241202&rtpof=true&sd=true

(Consultar en anexo: plan de rodaje).

4.6. Planteamiento de campaña de comunicación y *crowdfunding*

Una vez acabada la fase postproducción, es importante dar difusión a la obra, por eso se plantea una campaña de comunicación, es una herramienta fundamental para garantizar la visibilidad, circulación y financiación del proyecto. En un entorno cada vez más saturado de contenidos, una estrategia de comunicación bien planificada permite amplificar el alcance, conectar con el público objetivo y, en muchos casos, recuperar parte de la inversión a través de mecanismos como el *crowdfunding*.

Según François Jost, “la comunicación en el cine no termina con la realización de la obra, sino que comienza verdaderamente cuando se establece el diálogo con el espectador” (Jost, 2007, p. 89). Por tanto, diseñar una campaña implica no solo promocionar el cortometraje, sino crear un universo comunicativo coherente con la estética, el tono y el mensaje del proyecto.

En los cortometrajes de carácter independiente o académico, como en este caso, es habitual optar por estrategias autogestionadas que combinan recursos digitales y acciones físicas: redes sociales, *kits* de prensa, eventos, colaboraciones con festivales o convocatorias de ayudas. Además, cada elemento comunicativo, desde el cartel hasta los *copys* en redes, debe alinearse conceptualmente con el tema de la obra, creando una identidad reconocible y sólida.

¿Cómo se hizo la campaña?

La campaña de comunicación del cortometraje *¡No, no, no!* fue diseñada desde una lógica autogestionada, creativa y coherente con el tono y mensaje de la propia pieza.

La estrategia partió de tres objetivos principales: dar visibilidad al proyecto, conectar con el público y recuperar la inversión, todo bajo un concepto central: ¿Qué es lo correcto?, en clara sintonía con el dilema moral del protagonista.

Se desarrollaron tres grandes líneas de acción: el **kit de prensa** y difusión, compuesto por cartel, nota de prensa, invitación y *pressbook*, todo con una estética unificada basada en la paleta de color del cortometraje. El cartel contrasta un cigarro con un rosario, introduciendo visualmente el conflicto entre fe y deseo terrenal. Las frases “Una historia de malas (o no tan malas) decisiones” y “¿Y tú, en qué eliges creer?” acompañan al espectador desde el primer contacto con la pieza.

La estrategia online apostó por una campaña dividida en tres fases usando Instagram y TikTok. Se creó un personaje falso en redes, Lourdes de Los Ausines, cuya cuenta funcionó durante dos meses como si se tratara de una feligresa real. A través de ella se generó una historia viral en torno a la estatua del Cristo restaurada. En la segunda fase se reveló que todo formaba parte de una estrategia de comunicación de un cortometraje, dando paso a la tercera etapa: el *crowdfunding* en Verkami, presentado con humor y coherencia estética, con estampitas simbólicas según el nivel de aportación.

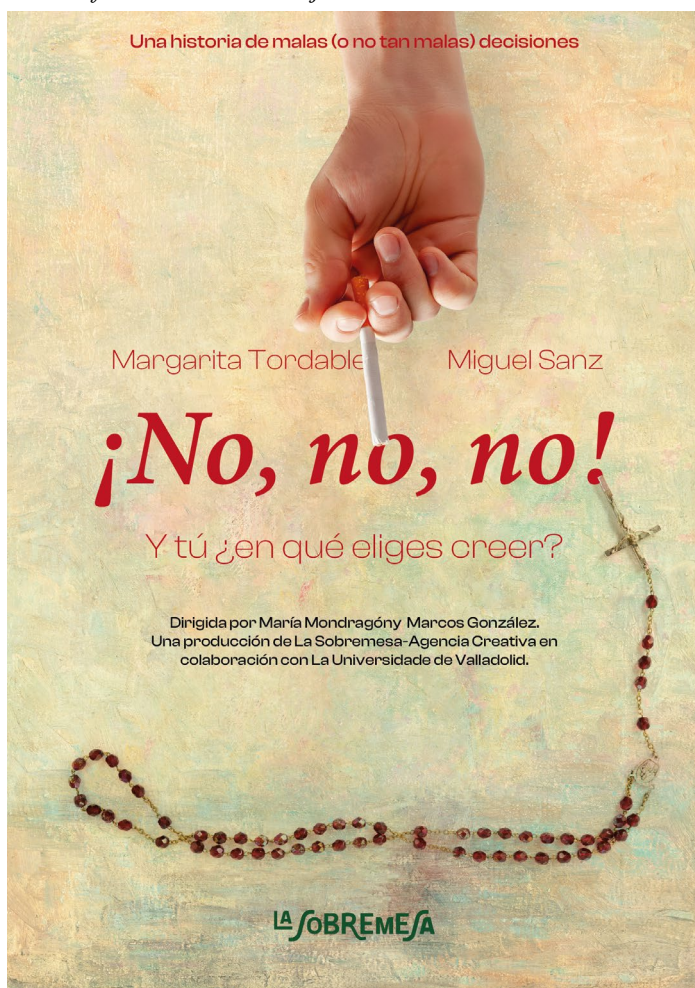
La estrategia offline incluyó un evento privado en el propio pueblo como agradecimiento a colaboradores y mecenas, y la *premiere* oficial en la SEMINCI, acompañada de rueda de prensa, proyección y picoteo. Ambas acciones funcionaron también como generadoras de contenido para redes sociales y como cierre de la estrategia comunicativa.

Toda esta campaña se concibió como una prolongación narrativa del propio corto, replicando su tono tragicómico y su juego constante entre lo sagrado y lo mundano. Lejos de limitarse a anunciar el estreno, la comunicación se convirtió en parte activa del relato, invitando al espectador a entrar en el universo del cortometraje desde antes de su visionado.

(Consultar en anexo: campaña de comunicación y *crowdfunding* detallada).

Figura 18:

Cartel oficial del cortometraje.



Nota. Creada por María Mondragón (2025)

5. CONCLUSIONES

Hacer este Trabajo Fin de Máster ha sido, sobre todo, una experiencia muy personal. Más allá de aplicar lo aprendido en guion, producción o comunicación, ha sido una forma de tomar decisiones y probarme a mí misma que podía contar una historia desde un lugar honesto. *¡No, no, no!* me ha permitido explorar temas que me interesan y que, aunque no siempre son fáciles, me apetecía mucho trabajar: la fe, la identidad, lo rural, lo que se queda fuera del foco.

Desde el inicio, uno de los principales objetivos era aplicar de forma práctica todo lo aprendido en el Máster, tanto a nivel de guion como de narrativa audiovisual, producción y comunicación. *¡No, no, no!* ha sido una herramienta ideal para poner en juego esos conocimientos: desde la escritura estructurada del guion hasta la planificación del rodaje, pasando por el diseño de una estrategia de comunicación coherente con el tono y los valores del proyecto. El hecho de haber documentado todo el proceso creativo de manera ordenada y técnica, me ha ayudado no solo a comprender cada fase, sino también a valorar el trabajo que implica sacar adelante una producción real, por pequeña que sea.

También se ha cumplido el objetivo de integrar intereses personales en lo simbólico y estético. He podido experimentar con códigos visuales que me interesan, trabajar con referencias emocionales y estéticas que me identifican, y reforzar el enfoque narrativo del proyecto desde una mirada propia. Asimismo, el rodaje fue una experiencia profundamente colaborativa, donde el aprendizaje en equipo fue clave. Entender que una historia se construye con muchas manos ha sido una de las enseñanzas más valiosas de este proceso.

Uno de los aspectos que más he disfrutado ha sido poder rodar en mi pueblo, rodeada de familia y amigos. Trabajar con ellos, ver cómo se implicaban, cómo daban vida a los personajes y al entorno, ha hecho que el proyecto tuviera todavía más sentido. Ha sido bonito comprobar que no hace falta irse lejos para contar algo que importe, a veces, lo tienes delante, en casa.

También ha sido un reto continuo. Desde gestionar imprevistos en rodaje hasta aprender a adaptarme a lo que había y no frustrarme cuando las cosas no salían como esperaba. Me ha ayudado a soltar el control, confiar más en el proceso y en el equipo, y entender que contar una historia no es tenerlo todo cerrado desde el principio, sino dejar que respire y se transforme.

Otro descubrimiento ha sido el tema religioso. No soy creyente, pero me interesaba mucho trabajar con esa simbología, entender su poder emocional y cómo todavía sigue presente en nuestras vidas, aunque a veces lo rechazamos o no lo entendamos del todo. Tratarlo sin burlas, con algo de humor pero también con respeto, ha sido un equilibrio que me apetecía buscar.

En resumen, este trabajo no ha sido solo una entrega de fin de máster, sino una oportunidad para crecer creativa y personalmente. He perdido el miedo a contar algo mío, he aprendido a apoyarme en los demás y he confirmado que quiero seguir haciendo cine desde lo cercano, lo cotidiano y lo que me toca de verdad.

Este proyecto me ha hecho ver lo potente que puede ser lo audiovisual para conectar cosas que a veces parecen opuestas, como la tradición y lo contemporáneo. Trabajar con símbolos religiosos, aunque yo no sea creyente, me ha ayudado a entender cuánto pueden seguir significando, y cómo pueden tocar fibras personales y colectivas cuando se miran desde otro lugar, con sensibilidad y sin miedo al humor o la contradicción.

También ha sido una forma de aceptar que crear implica exponerse, equivocarse y no tener siempre las respuestas. Hacer *¡No, no, no!* me ha permitido abrazar esa parte más insegura del proceso, darme permiso para probar y para contar desde la duda. No buscaba una conclusión cerrada, sino abrir preguntas sobre lo que creemos, lo que somos y cómo nos miramos entre nosotros. Y en eso, creo que está la verdadera fuerza de este corto.

Más que un cierre académico, ha sido el inicio de algo: una forma de hacer cine desde la curiosidad, el cuidado y las ganas de conectar con los demás.

6. REFERENCIAS

6.1. Bibliografía

- BBC News. (2012, 6 de septiembre). Ecce Homo: la restauración del fresco de Borja que se volvió viral. BBC Mundo. https://www.bbc.com/mundo/ultimas_noticias/2012/09/120906_ultnot_fresco_borja_ecce_homo_mx
- Clance, P. R., & Imes, S. A. (1978). The imposter phenomenon in high achieving women: Dynamics and therapeutic intervention. *Psychotherapy: Theory, Research & Practice*, 15(3), 241–247.
- Collantes, F. (2022). *La España rural: Historia de una despoblación*. Ediciones Cátedra.
- Dorfles, G. (1968). *El kitsch: antología del mal gusto*. Editorial Lumen.
- Field, S. (1995). *El manual del guionista*. Gedisa.
- Guerrero González-Valerio, R. (2020). Cristina García Rodero: Una poética de lo cotidiano en la fotografía documental española contemporánea. *Fotocinema. Revista científica de cine y fotografía*, (21), 251–268. <https://doi.org/10.24310/Fotocinema.2020.v0i21.8329>
- Heller, E. (2004). *Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Gustavo Gili.
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2022). *Indicadores demográficos básicos*. <https://www.ine.es>
- Jost, F. (2007). *Comprender la televisión*. Gedisa.
- Los Javis. (Creadores). (2023). *La Mesías* [Serie de televisión]. Suma Content / Movistar Plus+.
- Ortega, P. (Directora). (2023). *Mamacruz* [Película]. La Claqueta PC / Pecado Films / TVE.
- Snyder, B. (2005). *¡Salva al gato!*. Alba Editorial.
- Biblia. (s. f.). *Evangelio según San Mateo 26:34-35* [Versión Reina-Valera (1960)].

6.2. Filmografía

- ABC. (2012, 22 de agosto). El 'Ecce Homo' de Borja: la restauración que dio la vuelta al mundo. <https://www.abc.es>
- Del Molino, S. (2016). *La España vacía: Viaje por un país que nunca fue*. Turner Publicaciones.
- El País. (2015, 18 de agosto). Tres años del Ecce Homo: cómo un fallo se convirtió en icono. <https://elpais.com>
- El País. (2025, 21 de junio). Controversia por la restauración de la Virgen de la Macarena en Sevilla. <https://elpais.com/andalucia/2025-06-21/controversia-restauracion-virgen-macarena-sevilla.html>
- García Rodero, C. (1989). *España oculta*. Lunwerg Editores.
- La Perdiz Roja. (2023). *Hermanas de la Semana Santa* [Exposición multimedia]. <https://laperdizroja.com/exposicion-hermanas-semana-santa-medina-de-rioseco/>
- Llorens García, A. (2019). Joaquín Collado: La ciudad revelada. Fotografía urbana y memoria visual en la Valencia del desarrollismo. *Archivo de Arte Valenciano*, 100, 221–239. <https://doi.org/10.7203/archivoarte.100.14838>
- Snyder, B. (2005). *¡Salva al gato!*. Alba Editorial.
- Unamuno, M. de. (1917). *San Manuel Bueno, mártir*. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. <https://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/san-manuel-bueno-martir--0/html/>

7. ANEXO

TEMA, TRAMA Y *STORYLINE*

- TEMA: el tema es la cuestión de ¿Qué es lo correcto?
- TRAMA: la trama consiste en la serie de decisiones que Pedro toma para reconectar con la iglesia y las repercusiones que esto tiene.

- *STORYLINE*: Pedro, el párroco de un pueblo ubicado en Castilla y León, sufre una gran crisis de fe con la iglesia tras una conversación con Carmen, una de las feligresas más fieles del pueblo. Pedro se cuestiona si su labor como guía católico sirve para algo, también se hace consciente del estado de la Iglesia y la fe en el entorno rural. Con el fin de restaurar su convicción, lleva a cabo la restauración literal de una de las estatuillas de cristo que hay en la iglesia. Este acto, desemboca en un terremoto de opiniones entre las feligresas del pueblo; Carmen, María y Lourdes. Pedro tendrá que enfrentarse a todo tipo de opiniones muy diversas. ¿Acaso puede tratar se de un milagro? Este conflicto hace que Pedro niegue hasta tres veces sus actos y le obliga a enfrentarse a su propia responsabilidad. Finalmente, tras un encuentro con Ramón, un amigo del pasado, Pedro acepta sus actos y recupera su convicción, renovando su compromiso con la fe desde un lugar más honesto.

- QUIÉN: Pedro, un cura de 37 años.
- QUÉ: Vive una crisis de fe que lo lleva a sentirse un impostor dentro de la iglesia y de su rol como guía.
- CUÁNDO: En la actualidad, a lo largo de un fin de semana cualquiera de misa.
- DÓNDE: En una pequeña iglesia deteriorada de un pueblo castellano.
- CÓMO: Se reconcilia consigo mismo, enfrentando sus miedos.

GUION LITERARIO

<https://drive.google.com/drive/folders/1rIFpgBmErkxEy8hVhsqj2atRiSN--cKn?usp=sharing>

1. INT. IGLESIA - DAY

PEDRO (37) es un cura que se encuentra situado en el altar de la iglesia de un pueblo castellano mientras da el sermón de la misa del domingo.

Pedro lee el libro que tiene delante.

PEDRO
(Apagado)
San Mateo 26:34-35 Jesús le dijo:
esta noche, antes de que el gallo
cante dos veces, me negarás tres
veces. Pedro le dijo: aunque tenga
que morir contigo no te negaré.

La misa ya ha terminado y el padre Pedro se encuentra recogiendo todos los utensilios de la eucaristía.

CARMEN (82), MARÍA(70) y LOURDES (35) son unas mujeres devotas que se encuentran cuchicheando entre los bancos de la iglesia.

CARMEN
Alguien tiene que hacer algo.

LOURDES
Esto no puede seguir así.

MARÍA
Díselo.

Carmen se acerca hasta Pedro y, con un gesto maternal, le ajusta la estola.

CARMEN
Padre, esto se muere. Como
nosotras.

Carmen se da la vuelta y sale por la puerta mientras que Pedro la sigue con la mirada y un gesto triste.

Pedro suspira y se gira hacia el altar. Cruza su mirada con la de una estatuilla de Cristo, se detiene un segundo en ella, pero seguidamente desvía su mirada hacia otros rincones de la iglesia: aprecia pinturas dañadas, muebles carcomidos, velas derretidas y apagadas. Vuelve a mirar a la escultura inicial, está totalmente deteriorada por el tiempo, con apenas color y el rostro borrado.

Corte a negro.

2. INT. SACRISTÍA - NIGHT

Pedro se encuentra en la sacristía, de pie, un poco inclinado y apoyado sobre sus dos brazos estirados sobre una de las mesas de la sacristía. Se gira y queda apoyado levemente

sobre la mesa. Niega varias veces con la cabeza mientras tiene una expresión preocupada y seria.

Se acerca a un montón de cajas viejas que se encuentran escondidas tras una sábana. Retira la sábana y saca de una de las cajas otra mas pequeña. Apoya la caja en la mesa. Pedro la observa unos segundos, indeciso, y la abre. Dentro se encuentra un rosario, una baraja de cartas desgastada y varios cigarrillos arrugados. En primer lugar, saca la baraja y la observa unos segundos, la devuelve a su lugar. Saca uno de los cigarros, se lo pone entre los labios y rebusca en sus bolsillos el mechero que usa para encender las velas, observa que se encuentra en la mesa del altar y sale a la galería principal de la iglesia a buscarlo.

Según sale de la sacristía, coge el mechero y se sienta en un banco de la primera fila, mirando cara a cara a la ESTATUILLA DE CRISTO. Mientras juega con el mechero en las manos, mira con empeño la estatuilla, como intentando buscar algo en ella, en su mirada. Pedro tira el cigarro al suelo y se levanta enérgicamente, se acerca a la escultura, le pone la mano en una de las mejillas, acaricia con el pulgar su rostro desdibujado mientras sigue observando con intensidad.

Sonríe.

3. INT. IGLESIA - DAY

Es primera hora de la mañana, EL GALLO CANTA en la lejanía y la luz de los primeros rayos de sol entra por las ventanas haciendo ver el polvo flotando en el ambiente. Carmen, María y Lourdes, las mismas mujeres devotas que se encontraban en la misa, se encuentran ahora ante el altar mirando, cotilleando y comentando la nueva apariencia de Cristo.

Lourdes susurra y duda al hablar.

Carmen limpia las gafas con su falda.

LOURDES

A ver... mmm ¿Estáis viendo lo mismo que yo?

Carmen, mientras se coloca las gafas y entrecierra los ojos.

CARMEN

(Sorprendida)

¡Jesús, María y José! Pero si, si... parece que ha salido de un mal sueño.

María cruza los brazos.

MARÍA

Lo mismo es que nos estamos quedando cegatas. Pero no, no... Esto no estaba así.

Lourdes apunta con el dedo y baja la voz más.

LOURDES

Pero mira las manos, Carmen ¿qué es eso? ¿por qué tiene los ojos así?

Carmen se agarra el rosario que lleva puesto.

María acerca mucho su rostro a la estatuilla.

MARÍA

Y esos colores...

Lourdes pone media sonrisa.

LOURDES

Mujer, por lo menos ahora se le ve en la penumbra. Antes casi había que rezar con linterna.

María da un pequeño codazo a Lourdes con media sonrisa en la cara. Carmen agarra con más fuerza el rosario que lleva en el cuello.

CARMEN

Ay, Lourdes, no te rías, que esto es cosa seria.

Las tres permanecen unos segundos calladas mientras miran absortas a Cristo.

CARMEN (CONT'D)

¿Creéis que es obra del Padre?

Sin apartar la mirada de la estatuilla.

MARÍA

O ha sido un cristiano con muy mala idea.

CARMEN

(Suspirando)

Cuando el diablo no tiene que hacer, mata moscas con el rabo.

LOURDES

Pues aquí el diablo ha tenido mucho tiempo libre.

LA PUERTA DE LA IGLESIA CRUJE y este sonido hace que las mujeres se sobresalten y giren sus cabezas a la vez.

Pedro, desde la puerta de la iglesia, duda un segundo al verlas, luego avanza hacia ellas sin apartar su mirada.

Los pasos de Pedro se suceden uno tras otro, sus pasos son lo único que resuena en ese momento por todo el templo. Pedro avanza y queda enfrente a las tres mujeres.

CARMEN
(Mirando a Pedro de reojo)
Hombre, Padre, justo a tiempo. Nos
estábamos preguntando si nos
habíamos confundido de iglesia.

PEDRO
(Serio)
Señoras, ¿qué hacen aquí tan
temprano?

Lourdes señala la estatuilla con la cabeza.

Los cuatro quedan mirando a Cristo.

LOURDES
Supongo que lo mismo que usted,
Padre. Viendo esto.

Otra vez silencio mientras todos miran al frente.

María sonríe levemente.

MARÍA
Pues mira que cuanto más la veo,
más me gusta.

CARMEN
(Irritada)
Claro, porque a ti te da igual.

María se gira hacia Carmen.

MARÍA
¿Cómo que me da igual?

CARMEN
Porque a ti todo lo nuevo te parece
bien.

Carmen se gira hacia María y endurece el tono.

CARMEN (CONT'D)
La fe no es un vestido que vas
cambiando como las modas, María.

Pedro también se gira hacia ambas mujeres y levanta los
brazos intentando apaciguar la situación.

Lourdes sigue mirando la estatuilla.

PEDRO
Basta, señoras, esto no es una
pele- -

LOURDES
Pues a mí me parece fascinante,
¿eh? Es diferente, sí, pero no sé,

tiene algo.

CARMEN
(Molesta)
Sí, tiene algo, claro que tiene algo. Tiene algo raro. Algo que no debería tener.

MARÍA
(Desafiante)
O algo que debería haber tenido siempre.

PEDRO
Bueno, no saquemos conclusiones precipitadas.

Carmen da un paso hacia él y señala con el dedo a Cristo.

CARMEN
Ah, claro, porque esto ha pasado solo ¿no?

Pedro carraspea incómodo mientras hace un gesto nervioso.

Justo en ese momento suena un SONIDO DE UN FLASH.

El sonido hace que todos se giran hacia Lourdes.

PEDRO
¿Pero qué está haciendo, Lourdes?

Lourdes sigue sacando fotos sin apartar la mirada del móvil.

LOURDES
Esto hay que compartirlo. La gente tiene que verlo.

CARMEN
¡Lourdes, por dios!

LOURDES
(Ingenua)
¿Qué? Los fieles tienen derecho a opinar.

MARÍA
Pues a lo mejor eso es lo que hace falta. Renovar. Adaptarse...

CARMEN
(Levantando la voz)
¡No se juega con la fe!

MARÍA
(Subiendo también el tono)
¿Y si esto es un milagro? ¿Eh, Carmen? La abuela, que en paz

descanse, decía siempre que los
caminos del señor son
inescrutables.

Lourdes asiente emocionada.

LOURDES

Mira lo que pasó con la Virgen de
Guadalupe. La encontraron en un
río, cubierta de barro, y al
limpiarla descubrieron su verdadera
imagen ¿Y si esto es igual?

Carmen suspira y mira al techo desesperada.

CARMEN

Lourdes, lo primero, eso no pasó. Y
lo segundo,
¿estás comparando esto con la
virgen de Guadalupe?

MARÍA

Solo digo que igual hay que mirar
un poquito más allá.

Carmen vuelve a señalar a la estatuilla con ímpetu.

CARMEN

Esto no es un milagro, es una
aberración.

Pedro se encuentra mirándolas como si se tratase de un
partido de tenis.

Lourdes se dirige al Padre.

LOURDES

Bueno, Padre, usted debería
aclararlo.

María asiente y pone los brazos en jarra.

MARÍA

Eso, díganos, Padre, ¿fue usted?

CARMEN

Dilo.

Pedro, con rostro preocupado, traga saliva y responde.

PEDRO

No.

Se hace el silencio durante unos segundos.

LOURDES

(Incrédula)
¿De verdad?

PEDRO
He dicho que no.

Se hace un breve silencio, que rápidamente rompe Carmen mientras da un paso hacia Pedro.

CARMEN
Mientes.

MARÍA
¿Entonces qué es esto, Pedro?

Las tres mujeres miran a Pedro buscando una respuesta. Pedro no habla.

Carmen con una risa amargada y rabiosa.

CARMEN
¿Y qué será lo próximo? ¿Un fresco con purpurina?

MARÍA
No te lo tomes así, Carmen. No es una burla, es otra cosa.

CARMEN
¡Claro que es una burla! ¡Una burla a Cristo y a todo lo que representa!

MARÍA
O una señal que no entendemos todavía.

Carmen y María vuelven a mirar a Pedro.

Pedro sigue sin responder. Carmen, desesperada, suelta un suspiro y se gira hacia la salida.

CARMEN
Que Dios te perdone, Pedro.

María se acerca Pedro, le agarra las manos y le mira con ternura.

MARÍA
Si es tu obra, ¿por qué no la defiendes? ¿Por qué lo niegas y temes la verdad?

Pedro, cabizbajo, mirando como María le agarra las manos, sigue sin responder.

María le mira varios segundos intensamente, pero no encuentra su mirada de vuelta, le suelta las manos decepcionada.

MARÍA (CONT'D)
(Triste)

Ojalá abra los ojos, Padre.

María se aleja siguiendo los pasos de Carmen.

Lourdes hace el gesto de seguir a María, mira a Pedro y se detiene a su lado. Mira a la estatuilla y sonríe.

LOURDES

Bueno, al final, si algo parece un milagro y todo el mundo cree que lo es, ¿qué más da si lo es o no?

Pedro levanta la mirada sorprendido por estas palabras y ve cómo Lourdes se aleja.

Pedro se queda solo. Mira la estatuilla y la estatuilla lo mira él.

4. EXT. BANCO - ATARDECER

Pedro está sentado en un banco, apoyado hacia atrás, los ojos cerrados. El sol se está poniendo, los últimos rayos le rozan la cara. Se oye el canto lejano de los pajaritos.

RAMÓN(38) se acerca con calma y se deja caer en el banco a su lado. No dice nada al principio, solo mira a Pedro, luego al cielo y al horizonte.

RAMÓN

Te hacía en la iglesia.

Pedro no abre los ojos.

PEDRO

Pues ya ves.

Ramón pone una sonrisa socarrona. En silencio, saca su cajetilla de cigarros del bolsillo de su pantalón y juega con ella entre los dedos.

RAMÓN

Así que ahora haces milagros.

Pedro abre uno de los ojos un momento y le mira de reojo. Vuelve a cerrarlo.

PEDRO

No.

Ramón se apoya en la pared de la misma forma que Pedro y también cierra los ojos.

RAMÓN

¿Sabes en qué pienso mucho? Cuando éramos críos y me decías que Dios lo veía todo. Hasta cuando hacíamos trampas con las cartas.

Pedro esboza una sonrisa fugaz, casi imperceptible.

PEDRO
Éramos un poco idiotas.

RAMÓN
Algunos seguimos siéndolo.

Ramón abre los ojos y mira de reojo a Pedro.

Pedro sonríe y niega con la cabeza.

RAMÓN (CONT'D)
¿Crees que Dios está mirando ahora?

Pedro no responde.

Ramón insiste.

RAMÓN (CONT'D)
¿Qué te preocupa, Pedro? Es una estatua y un poco de pintura.

Pedro abre los ojos, se incorpora un poco y apoya sus codos sobre sus piernas. Agacha un poco la cabeza.

Ramón le sigue con la mirada y lo observa sin moverse.

PEDRO
No es solo eso, es la fe de la gente.

Ramón se incorpora lentamente y suspira. Se enciende un cigarrillo y suelta el humo. Ofrece un cigarrillo a Pedro.

RAMÓN
Toma, un poco de tabaco siempre hace pensar mejor.

Pedro lo mira, duda un segundo y luego coge uno. Se coloca el cigarro entre los labios. Mira un segundo la llama del mechero y enciende el cigarro.

Ramón sonríe.

EL GALLO CANTA a la vez que Ramón sonríe.

RAMÓN
A veces, lo que niegas, Pedro, es lo que más te define.

Pedro exhala el humo mientras se recuesta de nuevo y cierra los ojos.

Ramón le sigue con la mirada.

Pedro suelta una carcajada con los ojos cerrados.

Ramón le mira y se empieza a reír el también.

Ríen juntos.

5. INT. IGLESIA - DAY

La estatua restaurada se encuentra en el altar, a uno de los lados, iluminada con la luz que entra por las ventanas. La figura ahora es totalmente visible, con colores vibrantes. La iglesia está como siempre, pero el ambiente es diferente.

Pedro está de pie en el altar, con una postura erguida y una actitud firme. Su mirada recorre los bancos vacíos hasta que se encuentra con la mirada de Carmen.

Carmen lo observa de vuelta.

PEDRO
Simón, hijo de Jonás, ¿me amas más
que estos?

Carmen sonrío ligeramente, aprobando sus palabras.

PEDRO
Sí, señor, tú sabes que te amo.

Pedro hace una pausa, mira a las escrituras.

PEDRO
(Con firmeza)
Apacienta a mis corderos.

La mirada de Pedro se endurece.

PEDRO
Simón, hijo de Jonás, ¿me amas?

Carmen sigue mirando intensamente.

PEDRO
Sí, señor, tú sabes que te amo.
Pastorea mis ovejas. Simón, hijo de
Jonás, ¿me amas?

Carmen se emociona. Susurra a la vez que Pedro habla.

PEDRO
Señor, tú lo sabes todo, sabes que
te amo.

CARMEN
(A la vez, susurrando)
Lo sabes todo, sabes que te amo.

PEDRO
Apacienta mis ovejas.

Pedro mira al frente.

FIN.



¡MÁS INFO!

Para participar en el corto, mandanos un video en el que veamos lo bien que actúas.

Junto con ello, dejanos tu nombre completo y un número de teléfono mediante el que podamos contactarte.

En las siguientes páginas tienes la separata con información sobre cada personaje y la escena a interpretar.

Si te gustan varios papeles, puedes mandar video de ambos.

Puedes mandar tu actuación hasta el 20 de Abril.

El rodaje se realizará del 2 al 4 de Mayo.

**El correo al que mandar el video es:
marcosgeria98@gmail.com**

El cortometraje cuenta la historia de Pedro, un cura que ve como ha decaído la fe en la iglesia en la gente de su pueblo. Pedro decide poner solución a este problema al ver el estado en el que se encuentra su iglesia por dentro. Esto causa revuelo entre las pocas personas que aún mantenían su fe intacta.



Pedro.

Motivaciones:

Pedro está lidiando con una crisis interna de fe, lo que lo lleva a cuestionar su labor y su relación con Dios. La restauración de la estatua de Cristo, junto con los comentarios de los fieles, pone a prueba su vocación y su sentido de lo sagrado.

Personalidad:

Pedro es un hombre serio, melancólico y algo distante. A veces parece estar más preocupado por el estado físico de la iglesia y sus símbolos religiosos que por las personas que asisten a ella.

Qué hace en su tiempo libre:

No tiene mucho tiempo libre, pero se muestra como alguien solitario, a veces comparte tiempo con un amigo y habitante del pueblo, Ramón.

Situación actual:

La restauración de la estatua de Cristo, que parece un milagro para algunos, lo coloca en una posición incómoda, pues no sabe cómo reaccionar ante lo que se le presenta como un misterio sin resolver.

Su tono:

Su tono es pausado, serio y algo distante. Es inseguro y algo dubitativo, pero habla con autoridad.

Edad: 37.

Pedro se encuentra dando la misa como cualquier otro día.

PEDRO (37) un cura que se encuentra situado en el altar de la iglesia de un pueblo castellano mientras da el sermón de la misa del Domingo.

Pedro lee el libro que tiene delante

PEDRO
(Tono plano)
San Mateo 26:34-35 Jesús le dijo:-
esta noche, antes de que el gallo
cante dos veces, me negarás tres
veces. Pedro le dijo:-Aunque tenga
que morir contigo no te negaré.

Pedro está en la sacristía con los ánimos bajos porque se ha dado cuenta que su iglesia se muere.

Pedro se encuentra en la sacristía, de pie, un poco inclinado y apoyado sobre sus dos brazos estirados sobre uno de los muebles, con expresión preocupada y seria niega varias veces con la cabeza.

Se acerca a un pequeño arcón escondido tras unas viejas sábanas que cubren los diferentes muebles de la iglesia ya retirados. Retira la sábana y abre el arcón, dentro se encuentra una pequeña caja de madera. Pedro la observa unos segundos, indeciso, la abre y saca de ella un cigarrillo arrugado, se lo pone entre los labios, y rebusca en sus bolsillos en busca de las cerillas que usa para encender las velas, observa que se encuentran en la mesa del altar y sale a la galería principal De la Iglesia a buscarlas.

Según sale de la sacristía, coge las cerillas y se sienta en un banco de la primera fila, mirando cara cara a la ESTATUILLA DE CRISTO. Mientras juega con la caja de cerillas en las manos, mira con empeño la estatuilla, como intentando buscar algo en ella, en su mirada. Pedro tira el cigarro al suelo y se levanta enérgicamente, se acerca a la escultura, le pone la mano en una de las mejillas, acaricia con el pulgar su rostro desdibujado mientras sigue observando con intensidad.

Sonríe.

Las 3 feligresas discuten sobre el cambio que ha sufrido la estatua del Sagrado Corazón. Pedro trata de poner orden y calma en el asunto.

LOURDES

Pues a mi me parece fascinante eh.
Es diferente, si, pero no sé...tiene algo.

CARMEN

(Molesta)

Si, tiene algo, claro que tiene algo. Tiene algo raro. Algo que no debería tener.

MARÍA

(Desafiante)

O algo que debería haber tenido siempre.

PEDRO

Bueno, no saquemos conclusiones precipitadas.

Carmen da un paso hacia él y señala con el dedo a Cristo.

CARMEN

Ah, claro, porque esto ha pasado solo ¿no?

Pedro carraspea incomodo mientras se reajusta la estola.

Justo en ese momento suena un SONIDO DE UN FLASH.

El sonido hace que todos se giran hacia Lourdes.

PEDRO

¿Pero qué está haciendo Lourdes?

Lourdes sigue sacando fotos sin apartar la mirada del móvil.

LOURDES

Esto hay que compartirlo. La gente tiene que verlo.

CARMEN

¡Lourdes, por dios!



Ramón.

Motivaciones:

Ramón es amigo de la infancia de Pedro, ambos han recibido una educación cristiana, pero Ramón siempre ha sido más atrevido que Pedro, abandonó la fé a una edad muy temprana. Es un hombre de ciencia que fuma más de lo que debería.

Personalidad:

Es pícaro, listo y bastante ingenioso, normalmente agradable.

Qué hace en su tiempo libre:

Le gusta ir a conciertos de música indie y rock de los 90.
Siempre con un cigarro en la mano.

Situación actual:

Compadece a Pedro y nada de esa situación le parece tan importante.

Su tono:

Su tono es pícaro, gracioso y amable. A veces habla con un tono de superioridad.

Edad: 38.

Ramón llega al banco en el que está Pedro
sentado y hablan.

Pedro está sentado en un banco, apoyado hacia atrás, los ojos
cerrados. El sol se está poniendo, los últimos rayos le rozan
la cara. Se oye el canto lejano de los pajaritos.

RAMÓN(38) se acerca con calma y se deja caer en el banco a su
lado. No dice nada al principio, solo mira a Pedro, luego al
cielo y al horizonte.

RAMÓN

Te hacía en la iglesia.

Pedro no abre los ojos.

PEDRO

Pues ya ves.

Ramón pone una sonrisa socarrona. En silencio saca su
cajetilla de cigarros y juega con ella entre los dedos.

RAMÓN

Así que ahora haces milagros.

Pedro abre uno de los ojos un momento y le mira de reojo,
vuelve a cerrarlo.

PEDRO

No.

Ramón se apoya en la pared de la misma forma que Pedro y
también cierra los ojos.

RAMÓN

¿Sabes en qué pienso mucho? Cuando
éramos críos y me decías que Dios
lo veía todo. Hasta cuando hacíamos
trampas con las cartas.

Pedro esboza una sonrisa fugaz casi imperceptible.

PEDRO
Éramos un poco idiotas.

RAMÓN
Algunos seguimos siéndolo.

Pedro sonríe y niega con la cabeza.

RAMÓN
¿Crees que Dios está mirando ahora?

Pedro no responde.

Ramón insiste.



Carmen.

Motivaciones:

Carmen siempre ha sido una mujer castiza, criada en el modelo tradicional de familia cristiana y más tarde siguió con este papel como madre y esposa. Siempre se ha dedicado a la familia y a Dios. Tiene un trato muy cercano y de confianza con Pedro, ya que comparten mucho tiempo juntos porque los dos viven en el pueblo todo el año.

Personalidad:

Mujer alegre, directa, de carácter fuerte y con una convicción muy firme con respecto a la religión y a su fe.

Qué hace en su tiempo libre:

Va a misa y a visitar a Pedro.
También pasa los días cosiendo y con sus nietos.

Situación actual:

Siente una gran decepción con Pedro porque cree que él ha profanado la estatua de Cristo.

Su tono:

Su tono es imponente y sabio, pero también es cercana.
Es el símbolo de una madre rígida pero cariñosa.

Edad: 72.



María.

Motivaciones:

María se crió de la misma forma que Carmen, sin embargo ella nunca se llegó a casar, fue maestra en una escuela donde enseñaba religión. Actualmente está jubilada y sigue muy unida a la iglesia.

Personalidad:

Mujer alegre, amable y cariñosa. No tan rígida como Carmen.
También fiel defensora de la iglesia y de la fe cristiana.

Qué hace en su tiempo libre:

Lee muchos libros, visita mucho la ciudad y es amante del cine, sobre todo si es de culto religioso, le encanta el arte.

Situación actual:

Cree que Dios ha obrado un nuevo milagro a través de Pedro, pero está decepcionado con él por no respaldar su fé.

Su tono:

Su tono es amable y tierno.

Edad: 70.



Lourdes.

Motivaciones:

Lourdes es una misionera que siempre está ayudando a quien lo necesita.
Todos los fines de semana visita a su familia en el pueblo.
Cuando está allí siempre anda cerca de otras señoras creyentes.

Personalidad:

Es muy amable y un poco ingenua, también es muy comprensiva.

Qué hace en su tiempo libre:

Acompaña a mujeres en situación vulnerable, organiza talleres o ayuda en el dispensario médico. Hace poco entró al mundo de las redes sociales y ha empezado a tontear con instagram y tiktok.

Situación actual:

Cree que no es tan importante lo que la gente crea respecto a la nueva reparación de Pedro.

Su tono:

Su tono es amable, pero es algo ingenua.

Edad: 40.

**Las 3 feligresas discuten sobre el cambio que ha sufrido la estatua del Sagrado Corazón.
(Separata de Carmen, María y Lourdes).**

Carmen se gira hacia María y endurece el tono

CARMEN
La fe no es un vestido que vas
cambiando como las modas, María.

Pedro también se gira hacia ambas mujeres y levanta los brazos intentando apaciguar la situación.

Lourdes sigue mirando la estatuilla.

PEDRO
Basta señoras, esto no es una pele-

LOURDES
Pues a mi me parece fascinante eh.
Es diferente, si, pero no sé...tiene algo.

CARMEN
(Molesta)
Si, tiene algo, claro que tiene algo. Tiene algo raro. Algo que no debería tener.

MARÍA
(Desafiante)
O algo que debería haber tenido siempre.

PEDRO
Bueno, no saquemos conclusiones precipitadas.

Carmen da un paso hacia él y señala con el dedo a Cristo.

CARMEN
Ah, claro, porque esto ha pasado solo ¿no?

Pedro carraspea incomodo mientras se reajusta la estola.

Justo en ese momento suena un SONIDO DE UN FLASH.

El sonido hace que todos se giran hacia Lourdes.

PEDRO

¿Pero qué está haciendo Lourdes?

Lourdes sigue sacando fotos sin apartar la mirada del móvil.

LOURDES

Esto hay que compartirlo. La gente tiene que verlo.

CARMEN

¡Lourdes, por dios!

LOURDES

(Ingenua)

¿Qué? Los fieles tienen derecho a opinar.

MARÍA

Pues a lo mejor eso es lo que hace falta. Renovar. Adaptarse...

CARMEN

(Levantando la voz)

¡No se juega con la fe!

MARÍA

(Subiendo también el tono)

¿Y si esto es un milagro? ¿Eh, Carmen? La abuela, que en paz descanse, decía siempre que los caminos del señor son inescrutables.

Lourdes asiente emocionada.

LOURDES

Mira lo que pasó con la virgen de Guadalupe. La encontraron en un río, cubierta de barro, y al limpiarla descubrieron su verdadera imagen ¿Y si esto es igual?

Carmen suspira y mira al techo desesperada.

CARMEN

Lourdes, lo primero, eso no pasó...Y lo segundo, ¿Estás comparando esto con la virgen de Guadalupe?

La misa ha acabado y Carmen se acerca a la eucaristía a hablar con Pedro.
(Separata solo de Carmen)

La misa ya ha terminado y mientras el padre Pedro se encuentra recogiendo todos los utensilios de la eucaristía, CARMEN (72) una mujer devota que se encuentra en los bancos de la iglesia, se levanta, se acerca hasta Pedro y con un gesto maternal le ajusta la estola.

CARMEN
Padre, esto se muere. Como
nosotras.

Carmen se da la vuelta y sale por la puerta mientras que Pedro la sigue con la mirada y un gesto triste.



**¡MUCHAS
GRACIAS!**
¡Y buena suerte!

VÍDEOS DE CASTING

Pincha en las imágenes para acceder a los vídeos.

Figura 19:

Videos de casting.



Nota. Documentos de María Mondragón (2025)

Figura 20:
Videos de casting.



Nota. Documentos de María Mondragón (2025)

VESTUARIOS

Esto son algunos de los vestuarios que preparamos en el departamento de arte para los personajes, basándonos en lo explicado en el punto correspondiente a la dirección de arte.

Carmen, María y Lourdes, tenían tres vestuarios diferentes. Ramón uno y Pedro dos.

Figura 21:

Vestuario de los personajes.



Nota. Realizado por María Mondragón (2025)

Figura 22:
Vestuario de Pedro.

PEDRO



Nota. Realizado por María Mondragón (2025)

PLAN DE RODAJE

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1WeG0e5u_56khLs-B8plaJXSpEBwFuvvI/edit?usp=sharing&ouid=105033016594063241202&rtpof=true&sd=true

	PLAN DE RODAJE NO NO NO! DÍA 1: VIERNES 9 DE MAYO 2025	DEL 9 AL 11 DE ABRIL		
ACCIÓN	QUIENES	HORAS	LUGAR	DESCRIPCIÓN
SALIDA VALLADOLID	MARCOS, ALBA, MARÍA Y SERGIO	9:00-10:35	VALLADOLID	
LLEGADA 1	MARCOS, ALBA, MARÍA Y SERGIO	10:35	LOS AUSINES	
PREPARAR CASA	MARCOS, ALBA, MARÍA Y SERGIO	10:35-12:00	ALOJAMIENTO	
PLANO GENERAL	MARCOS, ALBA, MARÍA Y SERGIO	12:00	PUEBLO	
COMIDA		14:00	XXX	bocatas autogestión
PRUEBAS CAMARA	MARCOS, ALBA, MARÍA Y SERGIO	17	IGLESIA DE SAN MIGUEL, SOPEÑA, LOS AUSINES	
LLEGADA 2	SARA Y SOFÍA	19	MADRID-VALLADOLID-BURGOS	
LLEGADA 3	RAFA, NUÑO, MARGA	19	BURGOS-LOS AUSINES	
LLEGADA 4	LEONOR,MIGUEL,DIEGO, IRENE	19	VALLADOLID-LOS AUSINES	
ENSAYO GENERAL	ACTORES+DIRECCIÓN	19:30	IGLESIA DE SAN MIGUEL, SOPEÑA, LOS AUSINES	
ARTE	ARTE	19:30	IGLESIA DE SAN MIGUEL, SOPEÑA, LOS AUSINES	
PRUEBA DE VESTUARIO	ACTORES+ARTE	21:00	ALOJAMIENTO	
CENA		21:30	ALOJAMIENTO	
PASAR GUIA DÍA SIGUIENTE	DIRECCIÓN A EQUIPO		ALOAMIENTO	

PLAN DE RODAJE DEL 9 AL 11 DE ABRIL
DÍA2: SÁBADO 10 DE MAYO 2025

ACCIÓN	QUIENES	LUGAR	DESCRIPCIÓN
DUCHA	3	ALOJAMIENTO	
DESAYUNO	TODOS	ALOJAMIENTO	
CAMARAS LUCES Y SONIDO	FOTO Y SONIDO	IGLESIA SAN MIGUEL	
VESTUARIO	ARTE Y ACTORES	ALOJAMIENTO	
MAQUILLAJE	ARTE Y ACTORES	ALOJAMIENTO	
SALIDA A IGLESIA	TODOS		

MAÑANA 10.00-15.00
TARDE 17.00- 20.00
NOCHE 21.00-23.00

ESCENA	PLANO	D/N	INT/EXT	DESCRIPCIÓN	PERSONAJE	OBSERVACIONES	Estimación (horas)
3	1	D	EXT	AMANECEER	SIN PERSONAJES		ANTES
3	3	D	EXT	LOURDES SUSURRA Y DUDA AL HABLA.—HE DICHO QUE NO	CARMEN, MARÍA, LOURDES	demos dividir al principio de la pag 4 (otra vez si elcio mientras todos	10:00-10:45
3	11	D	EXT	paneo desde plano 3: pero q hace lourdes	LOURDES		
3	4	D	INT	OURDES SUSURRA Y DUDA AL HABLA.—AY LOURDES NO TE RIÁS QUE ESTO ES COSA SERI	CARMEN, MARÍA, LOURDES	pág 1 y 2	10:45-11:15
3	5	D	INT	RDES APUNTA CON EL DEDO Y BAJA LA VOZ.—LAS 3 PERMANECEN UNOS SEGUNDOS CALL	CARMEN, MARÍA, LOURDES	pág 2 y 3	11:15-11:30
3	7	D	INT	N GOLPE TRAS LAS MUJERES.—OTRA VEZ SILENCIO MIENTRAS TODOS MIRAN AL FRENT	RMEN, MARÍA LOURDES Y PED	pág 3 y 4	11:30-11:45
				DESCANSO			11:45-12:00
3	12	D	INT	DESDE QUE PEDRO NIEGA-FINAL ESCENA	CARMEN, MARÍA Y PEDRO	pág 6,7 y 8	12:00-12:45
3	10	D	INT	CARMEN SE GIRA A MARÍA Y ENDURECE EL TONO-ESTO NO ES UN MILAGRO ES UNA...	CARMEN, PEDRO + LOURDES	pág 4,5 y 6	12:45-13:30
3	9	D	INT	LOS 4 QUEDAN MIRANDO AL CRISTO-NO SE JUEGA CON LA FÉ	MARÍA Y LOURDES	pág 4 y 5	13:30-14:15
				FIN DE RODAJE DE MAÑANA PARA TODOS MENOS PEDRO			
3	6	D	INT	PEDRO EN LA PUERTA	PEDRO	FAST	14:15-14:30
3	8	D	INT	TRAVELING PEDRO AVANZANDO	PEDRO	TRAVELLING	14:15-14:30
3	13	D	INT	PEDRO NO RESPONDECARMEN SE PRA—FINAL ESCENA	PEDRO	FAST	14:15-14:30
				FIN DE RODAJE DE ACTORES			
3	2	D	INT	ESTATUILLA	SIN PERSONAJES	FAST	14:30-15:00
3	14	D	INT	POLVO	SIN PERSONAJES	FAST	14:30-15:00

COMIDA
DUCHA DE LOS 3 O NO HAN PODIDO SI QUIEREN JAJA
DESPUÉS DE COMER IRENE, LEONOR Y MARGA NO ACTUAN HASTA EL DOMINGO

15:00-17:00

COMIDA							15:00-17:00
DUCHA DE LOS 3 Q NO HAN PODIDO SI QUIEREN JAJA DESPUÉS DE COMER IRENE, LEONOR Y MARGA NO ACTUAN HASTA EL DOMINGO							
ESCENA	PLANO	D/N	INT/EXT	DESCRIPCIÓN	PERSONAJE	OBSERVACIONES	Estimación (horas)
4	1	D	EXT	TODA ESCENA	PEDRO Y RAMÓN		30 MINS
4	2	D	EXT	TODA ESCENA	PEDRO Y RAMÓN		30 MINS
4	4	D	EXT	TODA ESCENA	PEDRO	PRIMER PLANO PEDRO	30 MINS
4	5	D	EXT	TODA ESCENA	RAMÓN	PRIMER PLANO RAMÓN	30 MINS
4	3	D	EXT	SACANDO CIGARROS DEL BOLSILLO	RAMÓN	PLANO DETALLE	5 MIN
				DESCANSO			1 HORA PARA MIGUEL
2	2	N	INT	DESDE INICIO DE ESCENA-----HASTA QUE VAA COGER LA CAJA	PEDRO		10 MINS
2	4	N	INT	ABRIENDO LA CAJA, COGIENDO, LAS CARTAS LUEGO EL CIGARRILLO	PEDRO		5 MINS
2	3	N	INT	NEGACIÓN	PEDRO		5 MINS
2	5	N	INT	REBUSCANDO EL MECHERO EN BOLSILLOS	PEDRO		5 MINS
2	6	N	INT	DESDE QUE SALIE DE LA SACRISTIA -----HASTA QUE SE LEVANTA	PEDRO		15 MINS
2	7	N	INT	DESDE QUE SE SIENTA EN EL BANCO-----HASTA QUE SE LEVANTA	PEDRO		15 MINS
2	8	N	INT	SE LEVANTA Y MIRA A LA ESTATUA	PEDRO		5 MINS
2	8.1	N	INT	SIGUE MIRANDO, LA TOCA, SONRIE	PEDRO		5 MINS
2	9	N	INT	TOCA ESTATUA	PEDRO		5 MINS
2	9.1	N	INT	ESTATUA	SIN PERSONAJE		5 MINS
2	1	N	INT	IGLESIA	SIN PERSONAJE		5 MINS

ACCIÓN	QUIENES	LUGAR	DESCRIPCIÓN
DUCHA	3		
CENA	TODOS	ALOJAMIENTO	HAY HAMBRE SE CENA ANTE

PLAN DE RODA DEL 9 AL 11 DE ABRIL
DÍA 3: DOMINGO 11 DE MAYO 2025

ACCIÓN	QUIENES	HORAS	LUGAR
DUCHA	3	8:00-8:30	ALOJAMIENTO
DESAYUNO	TODOS	8:30:00-9:00	ALOJAMIENTO
CÁMARAS LUCES	FOTO Y SONIDO	9:00-9:45	IGLESIA SAN MIGUEL
VESTUARIO	ARTE Y ACTORES	9:00-9:45	ALOJAMIENTO
MAQUILLAJE	ARTE Y ACTORES	9:00-9:45	ALOJAMIENTO
SALIDA A IGLESIA	TODOS	9:45-10:00	

ESCENA	PLANO	D/N	INT/EXT	DESCRIPCIÓN	PERSONAJE	Estimación (horas)	
1	1	D	INT	hecho día anterior			11:00-12:00
1	8	D	INT	COMENTAN ENTRE ELLAS 3 frases	CARMEN MARÍA LOURDES		
1	5	D	INT	COMENTAN ENTRE ELLAS MIENTRAS PEDRO ORDENA	CARMEN MARÍA LOURDES		
1	6	D	INT	CARMEN SE ACERCA A PEDRO LE COLOCA ESTOLA ETC	CARMEN Y PEDRO		
1	3	D	INT	PEDRO LEE EL SERMÓN	PEDRO		
1	2	D	INT	PLANO GENERAL IGLESIA	NADIE		
1	4	D	INT	PLANO VIRGEN	NADIE		
1	7	D	INT	PLANO ESTATUA	NADIE		
1	PD	D	INT	PLANOS DETALLES	NADIE		
				DESCANSO		12:00-12:30	
5	1	D	INT	CRISTO REFORMADO	SIN		12:30:13:30
5	5	D	INT	DETALLE FLORES	SIN		
5	6	D	INT	BANCOS VACÍOS	SIN		
5	2	D	INT	PEDRO DANDO SERMÓN PLANO MEDIO LARGO	PEDRO		
5	3	D	INT	PEDRO DANDO EL SERMÓN PLANO MEDIO CORTO	PEDRO		
5	7	D	INT	FELIGRESAS ESCUCHANDO	CARMEN MARÍA Y LOURDES		
5	4	D	INT	CARMEN EMOCIONADA ESCUCHANDO SERMÓN	CARMEN		

COMIDA = PAELLADA CELEBRACIÓN:)

CAMPAÑA DE *CROWDFUNDING*

A continuación, se plantea la estrategia de comunicación del cortometraje, orientada al acompañamiento de una campaña de *crowdfunding*. Esta se desarrollará desde una lógica autogestionada, respetando la esencia del proyecto como propuesta *low cost* y de carácter cercano.

Dado que se trata de un equipo reducido, la campaña se enfoca en tres objetivos principales:

1. Dar visibilidad al proyecto. Además de la posterior distribución del cortometraje, se prevé un trabajo previo de visibilización tanto en redes sociales como a través de acciones presenciales.

2. Conectar con el público. Se busca transmitir el lado humano del proyecto, manteniendo una comunicación transparente y cercana en todos los canales.

3. Recuperar la inversión. Al tratarse de una producción realizada con un presupuesto muy limitado, se plantea una campaña de *crowdfunding* con el fin de recuperar total o parcialmente los costes del proyecto.

Todos estos objetivos se unifican bajo un mismo concepto, directamente vinculado con el tema central del cortometraje: la dualidad entre las buenas y las malas decisiones. La pregunta que guía la campaña es: ¿Qué es lo correcto? Al igual que el personaje de Pedro vive este dilema interno a lo largo de la historia, se pretende trasladar esa misma tensión al público, haciéndolo partícipe del conflicto moral desde la propia estrategia de comunicación.

Llevaremos a cabo 3 acciones diferentes:

-Kit de prensa y difusión: cartel, nota de prensa y pressbook

-Estrategia online: instagram y TikTok

-Estrategia offline: evento

KIT DE PRENSA

CARTEL

Al momento de su diseño, se ha procurado mantener una paleta de colores coherente con la estética del cortometraje, al mismo tiempo que se ha buscado materializar visualmente el concepto central de la obra mediante la contraposición de un rosario y un cigarrillo. Esta elección simbólica introduce al espectador en el dilema que estructura la narrativa: ¿cuál es la decisión correcta?

Para reforzar esta idea, el cartel incluye dos frases clave que acompañan al espectador desde el primer contacto con la pieza: “Una historia de malas (o no tan malas) decisiones” y “¿Y tú, en qué eliges creer?” Esta última pregunta interpela directamente al espectador, con el objetivo de generar tensión, debate y conversación en torno al tema del cortometraje.

El cartel establece también la línea gráfica general del resto de los elementos del *kit* de comunicación. Todos los materiales derivados mantendrán una coherencia estética y conceptual conforme a las directrices aquí definidas.

NOTA DE PRENSA E INVITACIÓN

La nota de prensa se concibe como una herramienta dirigida a los medios de comunicación con el objetivo de captar su atención e interés. Su función principal es introducir el proyecto de forma clara y directa, presentarlo con los datos esenciales y aportar toda la información relativa a la convocatoria de la rueda de prensa y la primera proyección oficial. Esta pieza comunicativa busca generar cobertura mediática y posicionar el cortometraje dentro del circuito cultural y audiovisual, sirviendo como puente entre la obra y el entorno profesional y periodístico.

La invitación se enviará tanto en formato digital como físico a los agentes, medios y personas clave cuya asistencia a la presentación resulte relevante. Su diseño mantiene la estética general del proyecto y actúa como primer contacto formal con el universo del cortometraje.

PRESSBOOK

El *pressbook* presenta una maquetación coherente con la identidad visual definida para el proyecto. Se incorporan elementos gráficos que refuerzan el concepto central mediante contrastes visuales, como la oposición entre tipografías con *serif* y tipografías *sans serif*, y el uso simbólico de imágenes o colores. El documento reúne toda la información esencial sobre el cortometraje, permitiendo que medios de comunicación, festivales o profesionales del sector puedan comprender de forma inmediata la propuesta narrativa, estética y temática.

Figura 23:

Nota de prensa e invitaciones.

¡No, no, no!

Un cortometraje de María Mondragón y Marcos González

Dos alumnos del Máster de Cine de la Universidad de Valladolid, María Mondragón y Marcos González, firman ¡No, no, no!, un cortometraje con alma de realismo mágico y cuerpo de comedia trágica, donde la espiritualidad y el absurdo se dan la mano.

La historia nos sitúa en un olvidado pueblo de Castilla y León, donde Pedro, un cura lleno de dudas, emprende la restauración simbólica de una estatua de Cristo. Sin embargo, lo que parecía un simple gesto íntimo se convierte en el epicentro de una marea de rumores, juicios y revuelos entre las mujeres del pueblo.

El próximo 25 de octubre a las 19:00 tendrá lugar la rueda de prensa del cortometraje en los Cines Casablanca de Valladolid, seguida de proyección y un picoteo especial para los asistentes.

A continuación, se celebrará el primer visionado oficial del corto dentro del marco de la SEMINCI, con un coloquio posterior junto a los directores y parte del elenco.

Rogamos confirme su asistencia para poder reservar su lugar.

R.S.V.P. antes del 20 de octubre: María Mondragón, responsable de comunicación.
Correo: lasobremesa@gmail.com
Teléfono: 673121659

Muchas gracias por acompañarnos en este primer paso de lo que esperamos sea un largo recorrido.
María Mondragón y Marcos González

Dirección de ¡No, no, no!



Nota. Diseño de María Mondragón (2025)

ESTRATEGIA *ONLINE*

Para la estrategia *online* se emplearán dos plataformas concretas: Instagram y TikTok, elegidas por su potencial de viralización y por su capacidad para mostrar procesos creativos de forma dinámica. Esta elección permite además establecer un puente entre el mundo ficticio del cortometraje y la realidad, ya que en una escena uno de los personajes toma una fotografía de la estatuilla restaurada por Pedro y la publica en redes sociales con la frase “la gente tiene derecho a opinar”. Esta acción abre una ventana entre ficción y realidad que sirve como punto de partida para la campaña digital, articulada a través de una cuenta real en Instagram gestionada como si perteneciera al personaje.

Figura 24:

Frame del cortometraje ¡No, no, no!.



Nota. Realizado por María Mondragón (2025)

Según lo previsto en la estrategia de distribución, el estreno oficial del cortometraje tendrá lugar en la SEMINCI. Esto quiere decir, que, teniendo en cuenta las bases de participación del festival, la promoción del cortometraje, se llevará a cabo a partir de su estreno en el mismo.

La campaña digital se divide en tres fases. La primera consiste en la creación de la cuenta de Instagram: @lourdes_delosausines, desde la cual se lanzará la campaña con el lema ¿Milagro o aberración?. Esta pregunta no solo invita a la participación y al posicionamiento del público, sino que remite directamente a una de las frases clave del cortometraje, funcionando como anclaje narrativo y comunicativo.

	Duración	Objetivo	Acción	Dónde
FASE 1	2 meses	visibilizar	personaje falso	Instagram TikTok
FASE 2	1 mes	conectar	detrás de las cámaras	Instagram
FASE 3	1 mes	recuperar inversión	Crowdfunding	Verkami

FASE 1

Duración: 2 meses

Objetivo: visibilidad y viralización

Acción: A través del perfil ficticio creado en Instagram, se comenzará a publicar contenido como si fuera una feligresa real. Inicialmente, las publicaciones simularán la rutina cotidiana de una vecina del pueblo: paisajes rurales, fotografías de la iglesia, momentos con su gato, etc. Un contenido aparentemente inofensivo y doméstico que construya una identidad simpática y creíble.

En una segunda etapa dentro de esta fase, el personaje empezará a compartir imágenes del Cristo restaurado, generando una narrativa cada vez más intensa en torno a esta figura: *reels*, *stories*, encuestas, carruseles, todos acompañados por textos que invitan al público a participar. Algunos ejemplos de *copy*: “¿Milagro o vandalismo?” o “¿Lo ha hecho el padre?”. El objetivo es fomentar el debate y la interacción, apelando a la curiosidad del espectador.

Además, se publicarán *reels* en TikTok donde el personaje reflexiona, comenta y comparte su punto de vista, presentándose como una especie de influencer ingenua y rural, capaz de generar simpatía y conexión emocional. A través de este relato digital, se construirá un *storytelling* entrañable que permitirá a los usuarios adentrarse en el universo del cortometraje desde una perspectiva cercana y emocional.

Esta fase se mantendrá durante dos meses con el fin de captar el mayor número posible de seguidores y atención digital. Una vez conseguido un volumen significativo de audiencia interesada en la historia de Lourdes, se dará paso a la segunda fase de la campaña.

FASE 2

Duración: 1 mes

Objetivo: conectar con el público

Acción: Una vez conseguido el alcance deseado en redes, se revelará que toda la historia en torno a Lourdes ha formado parte de una estrategia de promoción de un cortometraje. Esta transición permitirá mostrar al público la dimensión humana del proyecto, destacando que detrás existe un equipo reducido que ha desarrollado la obra de manera humilde y autogestionada.

La cuenta de Lourdes continuará siendo el canal principal de difusión. A través de ella se comenzará a compartir contenido como *reels* del *making of*, *tráiler*, *teasers*, cartel oficial, entrevistas con el equipo técnico y artístico, así como sesiones de preguntas y respuestas en directo. También se incluirán publicaciones con un tono desenfadado y cómico, coherente con el estilo del cortometraje.

Todo el contenido buscará mantener una comunicación natural, transparente y cercana, con el objetivo de generar una conexión real con los espectadores. Una vez consolidado ese vínculo emocional con el público, se activará la fase 3 de la campaña.

FASE 3

Duración: 1 mes

Objetivo: recuperación parcial o total de la inversión

Acción: En esta última fase se lanza una campaña de *crowdfunding* alojada en la plataforma Verkami, difundida a través de la misma cuenta de Instagram utilizada en las fases anteriores. Para marcar esta transición hacia una acción de carácter más corporativo, se modificará el nombre de usuario de la cuenta de Lourdes por el nombre oficial del cortometraje.

El *crowdfunding* se estructurará en cuatro niveles de aportación. Para mantener la coherencia estética y narrativa del proyecto, cada tipo de inversor será nombrado como un “santo” en tono cómico. Se diseñarán cuatro estampitas, una por cada nivel, que incluirán el nombre asignado y una frase de agradecimiento simbólica.

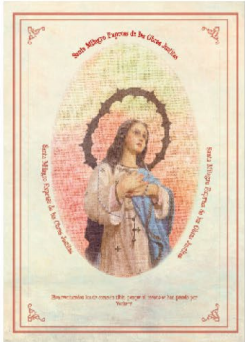
El lanzamiento se acompañará del siguiente texto:

“Lo que parece un milagro, muchas veces es solo trabajo que no se ve. Ayuda a levantar este proyecto con algo más poderoso que la fe: vuestra colaboración.”

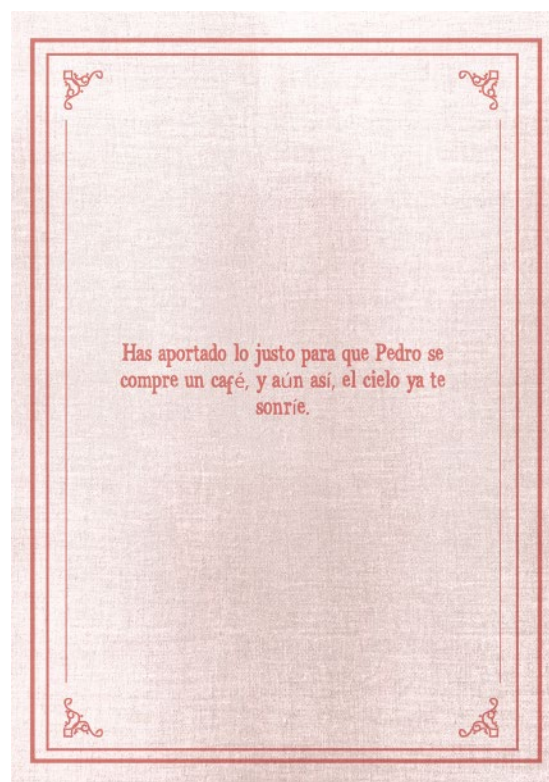
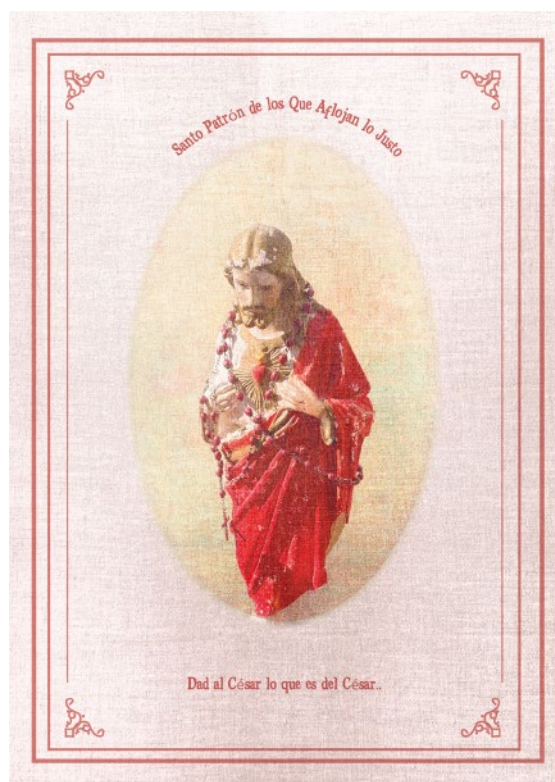
De esta forma, se mantiene vigente el concepto original de la campaña, ¿Qué es lo correcto?, e invita al espectador a participar activamente en una decisión que tiene un impacto directo sobre el cortometraje.

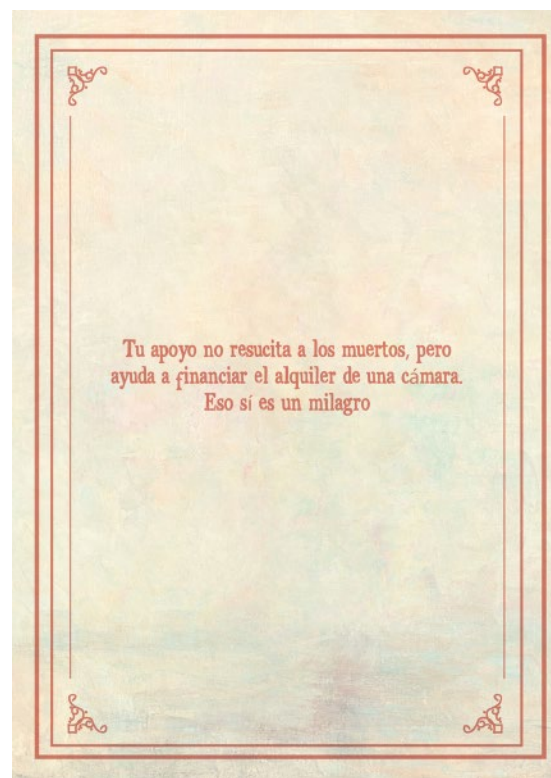
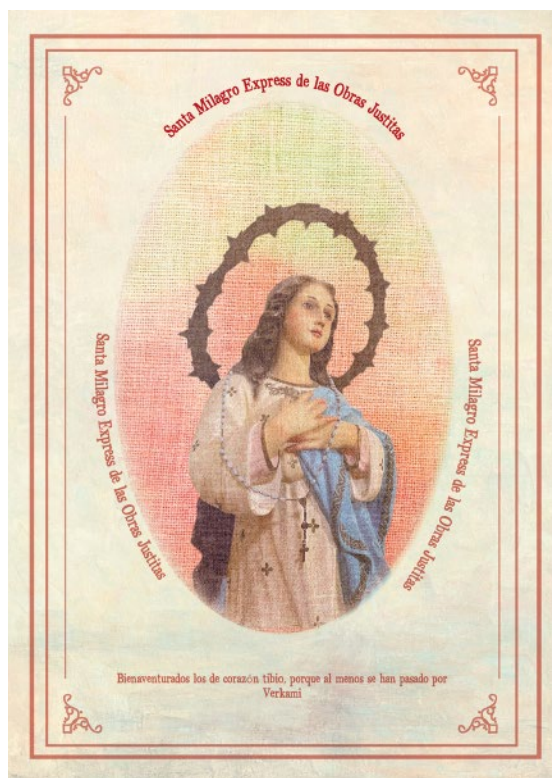
Figura 25:
Colección de estampitas creadas para el crowdfunding

FASE 3-CROWDFUNDING

 5€ Santa Milagros Express de las Obras Justitas Estampita	 10€ Santo Patrón de los que Aflojan lo Justo Estampita + Agradecimiento en los créditos	 20€ La Virgen del Me gusta pero No se Todo lo anterior + Invitación a evento privado	 50€ o más Sagrado Corazón del Generoso Todo lo anterior + Entrada para premiere oficial en SEMINCI (Unidades limitadas)
---	---	---	---

Nota. Realizado por María Mondragón (2025)







ESTRATEGIA OFFLINE

Para completar la campaña de comunicación del cortometraje, se contempla una doble acción presencial: la presentación oficial en la SEMINCI y, posteriormente, un evento privado en la localidad de rodaje.

PREMIERE EN SEMINCI

Una de las metas de este plan es la presentación oficial del cortometraje en SEMINCI, incluyendo una rueda de prensa, la proyección oficial y un encuentro informal con el equipo técnico y artístico.

Esta acción tiene como objetivo reunir a agentes del sector, medios de comunicación y personas clave que puedan contribuir a amplificar la visibilidad del proyecto. Se concibe como el inicio formal del recorrido del cortometraje en el circuito de distribución.

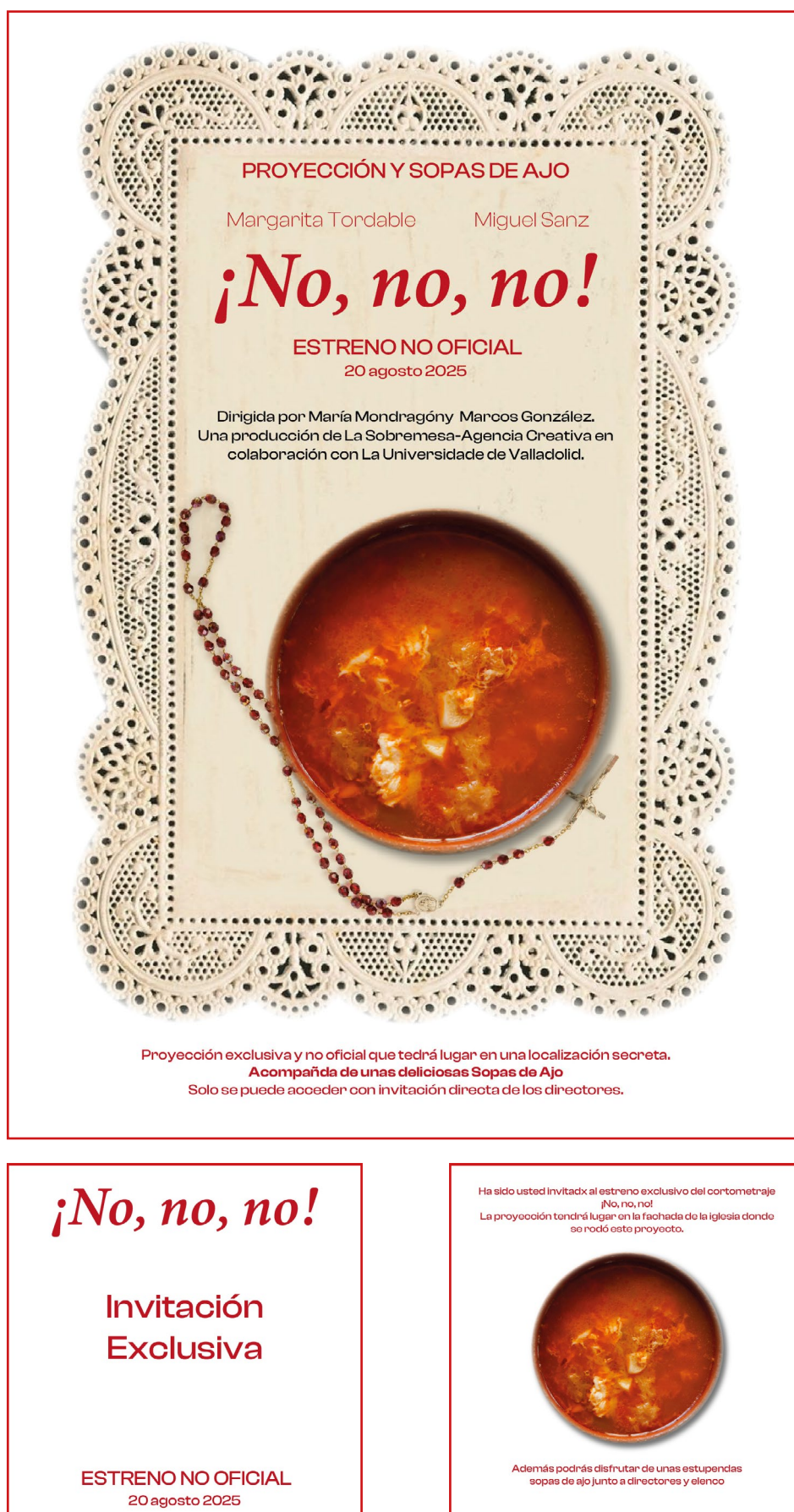
EVENTO VIP

Posteriormente, se celebrará una proyección privada en el propio pueblo donde se realizó el rodaje. El evento está dirigido exclusivamente al equipo, familiares, amistades cercanas y colaboradores especiales del *crowdfunding*, concretamente quienes hayan realizado aportaciones de 20 euros o más.

Esta instancia se plantea como una celebración íntima del proceso vivido y contará con su propio cartel e invitación. Además de agradecer el apoyo recibido, servirá como generador de contenido adicional para redes sociales, reforzando la narrativa extendida del proyecto.

Figura 25:

Cartel e invitaciones para el evento privado.



Nota. Realizado por María Mondragón (2025)

