



SENSE SOSTRE

UNA PEL·LÍCULA ESCRITA I DIRIGIDA PER
XESC CABOT I PEP GARRIDO



SENSE SOSTRE és una pel·lícula amb la qual empreses, entitats i institucions voldran col·laborar:

- Es convertirà en una de les pel·lícules 'socials' espanyoles de referència la propera temporada.
- Tindrà visibilitat a escala europea en circuits de prestigi de gran impacte, principalment festivals de cinema de primera magnitud i fòrums socials.
- Possibilitarà la participació i creació d'esdeveniments en els quals relacionar-nos amb el client en un context diferent, presidit per la sensibilització i el bé comú associat a la nostra marca.
- Tindrà protagonisme en el debat social i mediàtic. El conflicte de les persones sense sostre és un problema en auge després d'una crisi devastadora, i estarà a totes les agendes d'actualitat (política, social, periodística) en els propers mesos i anys: els recomptes de carrer, la crisi dels refugiats i els afectats per desnonaments seguiran sent els principals reptes de la nostra societat.
- És una pel·lícula de llarg abast pel seu caràcter únic. L'efecte boca-orella serà exponencial. En tractar-se d'un producte altament diferenciat, durant anys s'hi tornarà en tota classe d'àmbits. En el seu terreny, serà LA pel·lícula.



PER QUÈ PATROCINAR UNA PEL·LÍCULA?

Les marques lluiten per sobresortir en els mercats madurs (o en crisi de consum) en els quals els consumidors ja no donen xecs en blanc.

Les empreses necessiten diferenciar-se per guanyar mercat i retenir i fidelitzar clients / consumidors, el que al seu torn passa per incrementar la notorietat de la seva marca vinculant-la a valors com creativitat, innovació o art.

Vincular-se via patrocini a causes i projectes culturals sovint resulta ser un bon camí.

- Revaloritza i millora la imatge corporativa de l'empresa a dos nivells:
 - a) de cara al públic extern (clients, usuaris, prescriptors ...)
 - b) de cara al públic intern (personal, proveïdors, venedors ...)
- Genera notorietat i reconeixement.
- Afavoreix un missatge de responsabilitat social, ja que l'empresa que patrocina està actuant com a benefactora i està possibilitant que una activitat - en aquest cas d'interès cultural / artístic - es dugui a terme. Aquest missatge és un element de comunicació de gran valor.
- Permet establir relacions a nivells superiors provocant l'oportunitat de reunir a clients i als altres públics objectius de l'empresa de forma amena i diferent.
- Afavoreix l'hospitalitat corporativa, la creació de comunitat.
- Reforça el posicionament de l'empresa: què som i què ens diferencia de la competència, a través de l'associació de l'empresa amb els valors del projecte patrocinat (representar valors corporatius amb accions creatives).
- Retorn a nivell de màrqueting intern: a través dels propis empleats.
- Efecte multiplicador de comunicació, que serà més gran en tant que sigui més gran la repercusió mediàtica de l'acció / projecte patrocinat.
- Vinculació de l'empresa amb la proximitat (geogràfica, cultural, de valors) de la societat.

Oportunitats

- o Creix el consum social d'oci (cultura i esport).
- o Cau el suport institucional a la cultura i l'esport.
- o Creix la comunicació directa i estratègica en detriment de la publicitat clàssica.
- o Augmenten les preocupacions socials i com a conseqüència creix la demanda de marques socialment compromeses.
- o Impacte econòmic de la cultura: aportar al PIB.
- o Contribució al desenvolupament econòmic i social: la cultura contribueix a la salut i a l'educació.
- o Impacte en el turisme i en la projecció de marca: Catalunya / Espanya.
- o Contribueix a la cohesió social / ciutadana.
- o Tirón mediàtic, turístic i cultural de Barcelona.



DESCRIPCIÓ DEL PROJECTE / LA PEL ·LÍCULA

Fortaleses:

- o Es tracta d'una pel ·lícula social sobre el fenomen sense sostre, amb participació d'ex sense sostre autèntics treballant colze a colze amb actors professionals.
 - o Participació de TV3, alta participació institucional i d'entitats del tercer sector; encapçalades per ARRELS FUNDACIÓ.
 - o Es rodarà a Barcelona.
 - o Relació directa amb el seu target objectiu a través d'una campanya de crowdfunding liderada per ARRELS FUNDACIÓ, de manera que la pel ·lícula es va a escalfar fins i tot molt abans del rodatge.
- Màrqueting previ assegurat.
- o Alta probabilitat de generar una bombolla en el boca orella en la seva estrena en sala.
 - o Un final inoblidable.

Objectius i valors del projecte:

Els principals valors de SENSE SOSTRE són AMOR, VIDA, ESPERANÇA i LLIBERTAT. I en un segon pla parlaríem de JUSTÍCIA, SOLIDARITAT, ART, CREATIVITAT, LLUITA, ESFORÇ. Joan és un heroi contemporani que aconsegueix escapar del seu destí i assolir la seva meta mogut per l'amor.

Story-line:

En Joan, un sense sostre que malviu venent dibuixos a turistes, decideix abandonar la seva rutina d'alcohol i violència als carrers de Barcelona i emprendre un viatge sobrehumà per acomiadar-se de la seva exdona al llit de mort.

Sinopsi de la pel ·lícula:

En Joan és un sense sostre que malviu als carrers de Barcelona venent dibuixos a turistes per poder pagar-se el vi. Un present perpetu de tedi, ebrietat i terror mitigat a voltes per les trobades atzaroses amb companys de condemna com el sense sostre Luis o l'Anna, una antiga amant ionqui. L'esmorzar setmanal amb el seu ancià pare i les cada cop més espaiades converses telefòniques amb la seva filla Roser són els únics ponts que conserva amb la seva vida passada.

Precisament després d'una d'aquestes trucades alguna cosa sembla trencar-se dins d'ell. Fora de sí, el Joan comença a beure fins a perdre el sentit, posseït per un impuls autodestructiu desconegut. En recobrar la consciència, sense diners i sense alcohol, entén que ha d'actuar ràpid si no vol que el síndrome d'abstinència el devasti, i opta per robar el vi a un grup de sense sostre que dorm en un caixer. Però els sense sostre es desperten. En el brutal enfrontament el Joan perd totes les seves pertinences, inclosos els estris de dibuix.

Sense el seu principal mitjà de subsistència, en Joan es veu abocat a empassar-se l'orgull i fer de captaire. Però és absent, enfollit, sembla un altre. L'angoixa que va aparèixer després de parlar amb la Roser va en augment, i el món s'omple de senyals fatídics que només ell sembla capaç de llegir. Senyals que apunten cap al centre més fosc del seu passat.

Una nit, mentre intenta adormir-se dins una boca d'aparcament, dos marrecs joves i d'aparença benestant el sotmeten a una pallissa absolutament arbitrària, només per passar una bona estona. Amb la cara destrosada, en Joan aconsegueix arribar-se com pot fins a l'hospital més proper. En tornar al carrer, incapaç de governar el pànic per una nova agressió, decideix agafar el ferrocarril i anar a fer nit al bosc de Collserola.

Al bosc, quan tot just s'ajau per mirar de passar la nit, els ulls lluents d'un gos salvatge apareixen entre la malesa. En Joan s'hi abraona com una fera rabiosa per fer-lo fugir. Però en tornar al seu racó, descobreix que amb l'impuls ha escampat totes les seves coses, i no troba per enlloc l'única ampolla de vi que duia. Atacat, sentint com mosseguen els primers símptomes de l'abstinència, en Joan busca l'ampolla a la desesperada, allunyant-se del campament i perdent-se en la foscor. Finalment cau, convulsionant, abandonat a les atrocitats al·lucinacions del delírium tràmens. Les primeres llums del sol li descobreixen l'ampolla. En Joan apaivaga l'abstinència, mogut per una nova determinació.

El retrobem viatjant en un tren de rodalies amb destinació incerta, del que el revisor no triga en expulsar-lo, al baixador de Lavern (Subirats). Després d'esperar infructuosament a que un altre comboi s'aturi, en Joan comprova les existències de vi i decideix seguir el viatge caminant.

Aviat descobreix que ha calculat malament les seves forces: es troba massa lluny del seu destí, sigui quin sigui. Aconsegueix sobreviure dues jornades senceres per entre polígons de mala mort, carreteres secundàries i camins de muntanya, traient forces de l'estranya obstinació que el mou. Però el vi acaba per esgotar-se just en el moment en què es troba més desorientat, i pateix una nova crisi, potser irreversible. Al matí, el conductor d'un camió en descobreix el cos, en estat quasi vegetatiu, i l'arrossega fins a una pedrera pròxima, on el Joan aconsegueix refer-se robant-li el conyac.

Aconsegueix cobrir agònicament els darrers quilòmetres del viatge, deixant enrere el poble de Canyelles i atansant l'entrada de l'horripilant urbanització Califòrnia. Creua la urbanització fins una de les darreres torretes, dins la qual encara semblen haver-hi visites. Amagat rere uns contenidors, sotja la casa a l'espera de que caigui la nit i les visites marxïn. A la fi, s'arma de valor i es dirigeix a l'entrada.

L'obre la seva filla Roser. Sorpresa i dolguda, sense intercanviar ni un mot, li franqueja el pas. En Joan puja les escales fins al pis de dalt, on reposa en estat terminal la seva exdona Alcía. En Joan s'hi asseu al costat. L'Alcía es desperta i el veu, però el seu estat li impedeix parlar. Comparteixen un silenci violent, de gests crispats carregats de ràbia i culpa. Sembla alguna cosa més que un comiat.

Per a un coneixement més aprofundit i exhaustiu de la proposta narrativa (guió i formal (referents, localitzacions, aposta estètica del film), veure al final ANNEX: ALGUNES QÜESTIONS NARRATIVES I FORMALS (Notes dels directors).

PROPOSTA DE CASTING: BORIS RUIZ ÉS JOAN

El protagonista absolut de Sense Sostre és en Joan, construït amb bocinets de tots els sense sostre que hem conegut durant aquests mesos d'escriptura i documentació.

Sobre ell reposa el pes de la pel·lícula, ell és la pel·lícula. Un paper d'una complexitat tal que només pot ésser assumit per un actor de l'alçada artística de Boris Ruiz.

Pel Boris Ruiz, Sense Sostre serà un salt al buit. Un rol d'una densitat enorme, d'una exigència física i mental a l'abast de molt pocs intèrprets, que ha de transmetre una veritat inqüestionable i lliure de qualsevol impostura o gestualitat pre-apresa, que requereix d'un compromís i generositat extremes.



En aquest sentit, la idoneïtat del Boris Ruiz es pot resumir en tres aspectes:

1. Físicament és dels pocs actors de la seva generació (per no dir l'únic) que pot encarnar un sense sostre amb el cos, amb el rostre i amb la pell, sense que la caracterització sigui essencial sinó accessòria, i sense que això sigui viscut per l'espectador com una impostura. Un físic que tot sovint és un inconvenient per a un actor a Sense Sostre és un gran avantatge.

2. Tal i com ell mateix reconeix sovint, i potser justament a causa del que explicàvem en el punt anterior, Boris Ruiz és un etern secundari. Mai no li ha estat ofert cap paper protagonista en un film malgrat comptar sobradament amb la qualitat i ofici necessaris. Això, a banda de ressonar inevitablement en la condició homeless (els secundaris, els altres, els no prioritaris o centrals), té un avantatge afegit: estar en certa manera apartat de l'estar system local treballa un cop més en contra de la impostura, ens ajuda a integrar la presència d'un actor protagonista amb la resta del repartiment de no actors, suma credibilitat i versemblança. Ens ajuda a veure el personatge, no l'actor.

3. A la història personal del Boris Ruiz hi ha també una trobada íntima amb la condició homeless, en la figura del Pere Màrtir, pintor sense sostre que corria per Mataró a finals dels anys 70 i que Ruiz va allotjar durant més de dos anys a casa seva. L'experiència va ser intensa, transformadora, fundadora. En molts sentits, Pere Màrtir s'incorpora a la construcció de Joan, el nostre protagonista, i a banda de sustentar el treball del Boris, suposa per l'actor la possibilitat de tancar un cercle. Una certa justícia poètica, doncs, tal i com també passa amb nosaltres.

Amb tot, Boris Ruiz haurà d'estar disposat a posar la seva professionalitat al servei del dispositiu, deixant que allò que essencialment l'ha convertit en un actor de primera línia es modifiqui (potser, fins i tot, es desintegri) en la col·lisió creativa (però conflictiva) amb les realitats i els actors no-professionals que poblen el film.

Un repte d'aquells que a un actor només se li presenta una vegada a la vida, i que potencialment pot esdevenir un dels treballs pels quals la història del cinema el recordarà.

GERALDINE I OONA CHAPLIN SÓN ALÍCIA I ROSER

De quina manera es pot filmar la figura d'un sense sostre 100 anys després de la creació de Charlot?

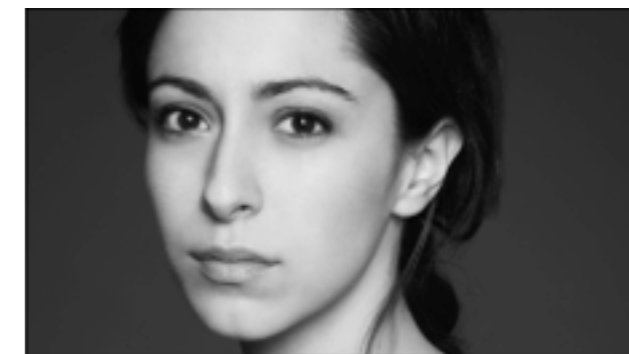
Hem volgut que la presència de Chaplin sobrevisi Sense Sostre. I, més enllà de picades d'ullet més o menys implícites —el fragment de Temps Moderns (Modern Times, 1936) a la televisió del bar, l'taca transfigurada en la Urbanització Califòrnia, etc.—, una de les grans apostes del film beu directament d'aquesta voluntat.

La tria de Geraldine i Oona Chaplin per encarnar Alícia i Roser, exdona i filla de Joan respectivament. La filla i la néta de Charlot exerceixen de motor i horitzó (real i simbòlic) del protagonista, esperant-lo a (la Urbanització) Califòrnia, el Dorado perduda, allà on en un temps el seu avi va poder creure i fer creure en els somnis fets de cel·luloide. Tot confluirà en elles, actrius de primera magnitud, mare i filla fent de mare i filla, omplint de veritat una única seqüència final forta, gairebé sense diàleg, extremadament exigent física i emocionalment, potencialment inoblidable.

Afegir només que pels directors, la presència de Geraldine Chaplin al nostre primer film té, afegida, una sort de justícia poètica: el primer curtmetratge que vam dirigir plegats en 35mm, Mater, va voltar molt, i un dels festivals en què va participar va ser el de París. Allà, joves cineastes, vam conèixer la Geraldine. Era una de les primeres trobades que teníem amb una figura d'aquesta alçada, que fins aleshores sempre havíem admirat a la pantalla. Corria l'any 2001. Encara avui la recordem baixant per aquelles escales, mentre nosaltres amb prou feines podíem articular ni mitja paraula.

Quan anys després el Pep Garrido va col·laborar en l'escriptura de Panzer Chocolate (de Robert Figueras, 2013), creant precisament el personatge de Frau Frida que ella interpretaria, sens dubte un dels punts més forts del film, el projecte de comptar-hi per una col·laboració més o menys imminent començava prendre forma.

Comptar-hi avui és, doncs, una manera (més) de tancar el cercle.



ENTITATS PROMOTORES: **ALHENA PRODUCTION i ATIENDE FILMS**

ALHENA PRODUCTION és una productora creada el 2012 fruit de la unió professional del productor executiu català Norbert Llaràs i del productor parisenc Simon Marre amb l'objectiu de sumar experiències en nous projectes cinematogràfics i televisius, ja que els dos fundadors d'ALHENA PRODUCTION porten recorregut un llarg camí dins de la indústria audiovisual.

Llicenciat en Dret i estudis financers, Norbert Llaràs ha estat productor i soci de la productora audiovisual Zip Films, on va participar en pel·lícules com Alpha (2012), Memorias de mis Putas Tristes (2011), Fake Orgasm (2009), Negro Buenos Aires (2008), Los Cronocrímenes (2007), My Way (2007), La Mujer del Anarquista (2007) o El Taxista Full (2006) entre moltes altres. Gairebé una trentena de produccions presents en festivals com Sant Sebastià, Sitges, Locarno, Munic o Sundance i, moltes d'elles, produïdes juntament amb els Estats Units, Argentina, Uruguai, Alemanya, Dinamarca o Itàlia.

Tres anys després de la seva creació, ALHENA PRODUCTION ja compta amb diverses produccions i projectes: el llargmetratge Cuinant (2014) en procés de distribució per festivals de tot el món i amb gran èxit de projecció als Cinemes Girona; The thin line (2014), documental en procés de postproducció; i NADA S.A. (2014), curtmetratge que va formar part dels nominats als Premis Gaudí 2016, la Secció Oficial del Festival de Sitges i el Festival Internacional de Curtmetratges de Busan entre molts altres, i que continua en procés de distribució per festivals de tot el món.

ALHENA PRODUCTION acaba d'estrenar VIURE ALS PIRINEUS, un retrat dels Pirineus en format de sèrie documental per a TV3 i en coproducció amb França, i compta amb diversos projectes en desenvolupament i preproducció.

ATIENDE FILMS neix el 2013, fruit de l'associació creativa dels directors Xesc Cabot i Pep Garrido. El primer projecte de l'empresa és el llargmetratge Bustamante Perkins, encara que tant aquest documental com la creació de l'empresa són en el fons el resultat d'anys de col·laboració, amistat i empenta per posar en marxa projectes diferents, innovadors i arriscats, que aportin una mirada fresca i una veu clara i sòlida en el panorama audiovisual català. La pel·lícula va guanyar el Premi del Públic en l'edició de 2013 del Festival Internacional de Cinema Musical In-Edit Beefeater i va participar en l'edició de 2014 del Festival Internacional de Cinema Musical de Sant Sebastià Dock of the Bay.

Tot i la recent creació de l'empresa, ATIENDE FILMS ja ha signat dos llargmetratges documentals més: La nit en vetlla, un llargmetratge documental sobre una nit de música única a Benicarló, i El lloc on visc sobre les residències de gent gran a Catalunya, així com nombrosa publicitat i formats de ficció per a web.

A més de cineastes, Xesc Cabot i Pep Garrido han treballat en altres àmbits. El primer com a actor (Pop Ràpid, El rei borni) i músic (Fred i Son, Per què Jeannette) i el segon com a guionista (Zulo, APM?, La millor opció, Cosmètica de l'enemic) i pedagog del cinema (Cinema en curs -A Bao A Qu).

Ambdues són empreses joves, valentes i creatives que aspiren a trobar l'equilibri entre l'art i el negoci canalitzant recursos i idees.



Viure als Pirineus, 2015. Alhena Production.
Bustamante Perkins, 2013. Atiende Films.

CALENDARI DE TREBALL

FASE 1: DESENVOLUPAMENT

PROCÉS DE FINANÇAMENT – Abril 2015 / Setembre 2016

El procés de finançament del llargmetratge, en el que estem immersos, es du a terme entre els mesos d'abril del 2015 i de setembre del 2016.

AVANÇAMENT DE PREPARACIÓ – Novembre 2015 / Setembre 2016

Durant aquesta fase, fins arribar a la pre-producció, des d'Atiende Films i Alhena Production desenvoluparem les següents tasques:

- Reescriptura del guió
- Documentació
- Consultor de guió
- Traduccions del guió i dossiers
- Elaboració del teaser:
- Packaging:
- Presència en mercats nacionals i internacionals
- Elaboració d'un pla de màrqueting i de distribució
- Equip tècnic amb presència en fase de desenvolupament:
- Premsa
- Assessorament extern de la viabilitat del projecte audiovisual.
- Assessoria jurídica i fiscal.

PREPRODUCCIÓ – Setembre / Octubre 2016

La fase de preproducció durarà un mes, el mateix període de temps que el rodatge, com és habitual.

FASE 2: PRODUCCIÓ

RODATGE – Novembre / Desembre 2016

El rodatge del film sera de quatre setmanes i dos dies. S'iniciarà a mitjans de novembre i acabarà a mitjans de desembre del 2016.

MUNTATGE I POSTPRODUCCIÓ – Gener / Maig 2017

El muntatge i els processos de postproducció del film no haurien d'allargar-se més enllà dels cinc mesos per arribar a les dates d'entrega dels festivals en els que preveiem que ha de participar.

FASE 3: DISTRIBUCIÓ

FESTIVALS – Juny / Desembre 2017

Sense Sostre iniciarà el seu periple per festivals. Els següents mesos seran els dedicats a la participació de Sense Sostre en diferents festivals nacionals i internacionals.

ESTRENA I DISTRIBUCIÓ – Gener 2018

Preveiem estrenar Sense Sostre a sales al gener del 2018.

ESTRENA I EXPLOTACIÓ:

Sense Sostre aposta per la realització d'un cinema de baix pressupost mantenint la professionalitat de l'equip i comptant amb un guió de qualitat representat per actors de gran talent. Tenint en compte aquests factors segueix sent difícil basar-se en una estratègia d'explotació tradicional: no totes les possibles finestres són rendibles i per això cal trobar una "fórmula que porti aquesta pel·lícula a l'espectador fixant un model econòmic on l'eix no sigui la còpia".

Per començar és imprescindible la recerca del mercat nínxol, conèixer al mil·límetre a quin tipus d'espectador pot interessar la pel·lícula. D'altra banda, és interessant treballar la distribució des de diverses finestres simultàniament: sales i plataformes de descàrrega, per exemple. En aquesta qüestió entra la importància del crowd-funding i la base de seguidors que pot aconseguir un projecte venint aquesta iniciativa d'una fundació com Arrels. Finalment, cal treballar en la línia de la pel·lícula esdeveniment, ja que estem parlant de cinema d'autor i en aquests casos comptar amb els directors i / o actors per mantenir un col·loqui amb el públic després de la projecció de la pel·lícula pot portar a molta gent a la sala. Aquest circuit sol basar-se en filmoteques, esdeveniments i sales especialitzades però es presenta com un valor afegit al circuit tradicional en sales, que també segueix funcionant.

L'objectiu de Sense Sostre és estrenar a Sant Sebastià, on a través de la seva difusió i fins i tot premi s'aconseguiria una distribució amb companyies com Golem o Avalon i a més es durien a terme les vendes internacionals. El baix pressupost en promoció es compensaria amb la difusió que suposaria el seu pas per Sant Sebastià, festival fonamental a Espanya i significatiu a nivell internacional. Seria interessant llavors estrenar la pel·lícula just després del Festival, aprofitant l'impuls mediàtic. D'aquesta manera es cobriria el públic objectiu de la pel·lícula - aquells que la coneixen a través dels mitjans de comunicació que han cobert el festival. Aquesta promoció gratuïta proporcionada per aquests mitjans, en canvi, només arriba a la gent que decideix informar-se sobre aquest esdeveniment. És per això mateix que cal treballar també el vessant de la pel·lícula de qualitat, d'autor, però que narra una història impactant amb gran humanitat que no només interessarà a cinèfils, sinó a totes les persones amb consciència social que puguin accedir al film.

PLA D'EXPLOTACIÓ

	PREVISIÓ	ESTAT
RECAPTACIÓ GUIXETA NACIONAL (previsió)	80,000.00€	
GUIXETA - DISTRIBUCIÓ INTERNACIONAL (previsió)	40,000.00€	
Total guixeta	120,000.00€	
ARTE EUROPA (previsió)	40,000.00€	
TV3	30,000.00€	Confirmat
RTVE	73,480.00€	
ALTRES TELEVISIONS ESPANYA (previsió)	40,000.00€	
ALTRES TELEVISIONS EUROPA (previsió)	40,000.00€	
ALTRES TELEVISIONS RESTA DEL MÓN (previsió)	15,000.00€	
Total drets d'antena	238,480.00€	
VIDEO ON DEMAND NACIONAL (filmin, waki tv, altres)	12,000.00€	
VIDEO ON DEMAND INTERNACIONAL	3,000.00€	
Total distribució online	15,000.00€	
VENDA DVD, BLURAY NACIONAL	12,000.00€	
VENDA DVD, BLURAY INTERNACIONAL	3,000.00€	
Total vendes en vídeo	15,000.00€	
TOTA EXPLOTACIÓ	388,480.00€	

PÚBLIC OBJECTIU

El target primari de Sense Sostre podria definir-se com el clàssic adult (més de 30) movie-goer, urbà, de classe social mitjana/mitjana-alta, influenciat per la crítica, els premis i els festivals. Són persones (més dones que homes) cultes, intel·lectuals, que tenen predilecció per la versió original i el cinema europeu. El nostre target principal ha de notar que Sense Sostre està present, que els mitjans (premsa) i les televisions fan crítica del projecte.

D'altra banda, com a target secundari trobaríem a dones i homes de més de 50 anys de ciutat o petita urb, classe mitjana, que acudeixen amb freqüència al cinema com a entreteniment però se senten atrets pel drama, especialment drama històric o social.

A més d'aquest perfil extens, Sense Sostre compta amb un target secundari nínxol concret i potent. Es tracta de persones de totes les edats amb una forta consciència social compromesos o interessats en la causa. Voluntaris d'associacions, coneguts de persones que han hagut de passar o es troben en aquesta situació, gent que simplement té una sensibilitat especial per aquest tema... Ells volen que s'expliqui aquesta història i a més participaran activament en els processos de boca-orella o promoció per xarxes socials.

ESTRATÈGIA I PLA DE COMUNICACIÓ

Difusió i publicitat prevista, tant pròpia com pagada

A. Campanya online

- Web pròpia & webrings
- Xarxes socials: FB, Twitter, LinkedIn, Instagram ...
- Blocs de cinema & butlletins electrònics especialitzats
- Widgets
- Bartering
- Link Management (SEO)

B. Campanya off-line

- TV3
- TVE
- Ràdio
- Banderoles, Opis, Pòsters
- Autobusos, metro i TRAM
- Gadgets
- Accions de promoció & RRPP

PRESSUPOST I PLA DE FINANÇAMENT

Sense Sostre és una pel·lícula de baix pressupost, per dos motius.

En primer lloc Sin Techo es una película de bajo presupuesto, por dos motivos.

En primer lugar, porque el estilo de la película y la apuesta estética por un determinado modo de producción implica trabajar, en la mayor parte del rodaje, con un equipo reducido y mucho margen de reacción.

Y en segundo lugar, porque estamos absolutamente decididos a rodar y estrenar esta película, y vamos a hacer todo lo necesario para lograrlo, y trabajar con un presupuesto moderado facilita mucho la consecución de esta meta.

Resum del pressupost:

Concepte	Quantitat (€)
Guió i música	19.000
Personal artístic	49.150
Equip tècnic	122.395
Escenografia	24.200
Est. rodatge/sonorització i diversos producció	19.900
Maquinària, rodatge i transports	58.225
Viatges, hotels i àpats	11.600
Pel·lícula verge	1.000
Laboratori	6.000
Assegurances	39.909
Despeses generals	4.500
Despeses explotació, comerç i finançament	20.761
TOTAL	376.640,00 €

Pla de finançament:

Font de finançament	Quantitat (€)	Estat
ICEC	100.000	Pendent
Televisió de Catalunya	30.000	Confirmat
Diputació de Barcelona	30.000	Sol·licitat
Ajuntament de Barcelona	30.000	Sol·licitat
Departament de Benestar Social	30.000	Sol·licitat
Fundació a determinar	30.000	Sol·licitat
Fundació Arrels	40.000	Confirmat
Taula Tercer Sector Social	40.000	Confirmat
Inversió de la productora	86.640	Confirmat
TOTAL	376.640,00 €	

CONTRAPRESTACIONS O BENEFICIS PER AL PATROCINADOR

La marca vinculada a la pel·lícula / producte

- Logotip als crèdits finals.
- Logotip al tràiler i als teasers o càpsules virals.
- Presència del logotip al DVD.

La marca vinculada a l'estrena

- Visibilitat del logo a pantalla completa durant la preestrena.
- Visibilitat del logo a la senyalètica de la preestrena / presentació de la pel·lícula, a les acreditacions.
- Entrades gratuïtes per a la preestrena.

La marca present a la difusió

- Presència als festivals de cinema nacionals i internacionals.
- Presència al material publicitari: cartelleria, opis ...
- Visibilitat a la campanya de mitjans: premsa, ràdio, TV ...
- Presència als teasers / tràilers de cinema, tv i internet.

La marca associada a esdeveniments

- Vinculats al tercer sector.
- Vinculats a l'àmbit universitari.
- Vinculats a espais de mobilització social.

Altres

- X còpies del DVD com a obsequi per a clients i opció d'adquirir més a un preu especial.
- Preestrena exclusiu per als seus clients, empleats, convidats.
- Conèixer l'equip i al càsting. Disponibilitat total de l'equip (directors, actors ...) per participar en qualsevol tipus d'acte promocional o de sensibilització.
- Accés a la base de dades vinculada a la pel·lícula, inclosos els mecenes i micromecenes.



ANNEX: ALGUNES QÜESTIONS NARRATIVES I FORMALS (Notes dels directors)

Però...

És possible produir un film de ficció sobre un sense sostre? Per què la història del cinema és tan pobra en precedents?

Tenim el fundacional Chaplin-Charlot, el gran sense sostre cinematogràfic. Potser Els amants del Pont-Neuf (Les amants du Pont-Neuf, de Léos Carax, 1991) i alguns altres exemples notables. Però cap de gaire específic sobre la condició indigent. El sense sostre sempre és l'excusa, un mer element de caracterització de registre entre idealista i romàntic que respira més a clochard de novel·la victoriana que als pàries que travessen l'infern dels segles XX i XXI.

Per què?



Chaplin i Carax: el homeless al cinema

Sobretot, perquè indigència és immobilitat, tedi, repetició ad nauseam.

L'indigent, a més d'una figura sense sostre, és també una figura sense futur, sense horitzó. I, per tant, sense trama.

Tant els testimonis de sense sostre com els professionals de les diferents associacions, ONG's, i institucions que hem documentat — Arrels Fundació, Suara Cooperativa, Centre d'Urgències i Emergències Socials de Barcelona (CUESB), albergs, menjadors socials, comunitats cristianes entre d'altres— coincideixen a descriure la indigència com un estat que oscil·la entre dos temps:

Un present perpetu en bucle paranoide, fet de supervivència, ebrietat i terror: què faré avui, que passarà en 10 minuts, que menjaré per dinar, com pagaré els cartrons de vi que necessito per passar la nit, qui m'amenaça en aquest precís moment, on dormiré...

Un passat vergonyant en bucle obsessiu, barreja d'errors i mala sort: què vaig fer, com vaig poder fer el què vaig fer, em vaig equivocar, si hagués obrat d'una altra manera, per què vaig danyar aquells que tan estimava, per què m'ha hagut de tocar a mi, si pogués tornar enrere...

No hi ha futur. No hi ha esperança. No hi ha motor.

Pot, doncs, haver-hi ficció?

En aquest punt, la incorporació al projecte del dibuixant de còmic i ex-sense sostre Miguel Fuster (Arrels Fundació) com a assessor de contingut i guia ha estat providencial, pel seu bagatge i per la veritat profunda que cerquem i que només ell ens pot aportar, però també pel seu talent artístic.

La seva aportació més valuosa ha estat, justament, la d'ajudar-nos a entendre que si s'ha de fer un film sobre un sense sostre, aquest ha de partir necessàriament d'aquesta omnipresència del present i del passat.

Lluny del que se sol pensar, no són pas els familiars dels sense sostre els que poc a poc s'esgoten, escarmenten i els abandonen a la seva sort. Són més aviat els indigents els que se'n separen per vergonya, per fugir de la seva compassió i no fer patir més la gent que s'estimen. Que sovint els ponts es trenquen per sempre, però que també és habitual mantenir lligams periòdics, eventuals trucades o visites, favors i préstecs, veritats sabudes però mai dites.

Que l'únic futur, l'únic motor, l'única trama possible, és la lluita per trencar el bucle del present i confrontar la culpa del passat. I cercar, tal vegada inútilment, la redempció i el perdó més difícils d'obtenir: els que un mateix s'atorga.



CAP A UN NOU REALISME

Sense Sostre vol inscriure's en el que, en la nostra opinió, és el més fèrtil camp d'exploració cinematogràfica contemporani: la hibridació entre els modes del documental i la ficció (molt especialment, els darrers anys, una certa ficció realista que no refusa integrar elements màgics o fantàstics en el relat), per tal de posar a prova—i eventualment superar— els paràmetres tradicionals de la narrativa cinematogràfica i assolir territoris de representació nous i inconeguts.

Tendència que internacionalment representen cineastes tan dispars com els germans Dardenne, Abbas Kiarostami, Michael Haneke, Lisandro Alonso, Pedro Costa o Apichatpong Weerasethakul entre molts d'altres, i que en el marc de la península ibèrica identifiquem, en major o menor mesura, en cineastes com Isaki Lacuesta, Javier Rebollo, Carlos Vermut, Sergio Caballero, José A. Alayón o Neus Ballús.

Situat el marc, procedim enumerar a les idees-força específiques de l'univers cinematogràfic de Sense Sostre, que per nosaltres tenen caràcter programàtic.

Realitat

Recurrent bona part de la tradició cinematogràfica moderna de la segona meitat del segle XX i principis del XXI, una sèrie de tries estètiques que acaben essent també ètiques. I que, en gruix, tenen a veure amb deixar (o generar) l'espai per a que la realitat penetri el film, fer que el millor del cinema documental faci créixer la ficció, minimitzar l'artifici.

Narrativament, Sense Sostre opta per una excusa argumental mínima: un sense sostre abandona els carrers de Barcelona i emprèn un viatge sobrehumà per acomiadar-se de la seva exdona al llit de mort.

S'alinea, per tant, amb l'èpica mínima d'algunes de les grans epopeies neorealistes de tots els temps, des de Lladre de bicicletes (Ladri di biciclette, de Vittorio de Sica, 1948), on un obrer emprèn amb el seu fill l'aventura de recuperar la seva bicicleta robada mentre la seva dona l'espera a casa, fins On és la casa del meu amic? (Khane-ye Doust Kodjast, d'Abbas Kiarostami, 1987), on un infant emprèn un viatge molt per sobre de les seves possibilitats per tornar a un company de classe el seu quadern de deures, passant per Una història veritable (The Straight Story, de David Lynch, 1999), on un ancià recorre 500 quilòmetres damunt el seu tallagespa per retrobar el seu germà, per citar-ne només algunes.

És el vell projecte neorealista: l'èpica tràgica del quotidià, el retorn del conflicte i l'emoció cinematogràfica a l'escala humana, sense truculències ni gestualitats. Més endavant reprendrem les implicacions d'aquests models argumentals des de la perspectiva del mite i els arguments universals.



Tres epopeies neorealistes

També el dispositiu estètic i de producció funciona en aquesta direcció.

Per començar, la barreja d'actors no professionals i professionals, amb l'objectiu d'obtenir una veritat i una espontaneïtat profundes, no impostades o apreses a priori. La col·lisió allunyarà els uns i els altres de la seva zona de confort, obligant-los a cercar plegats solucions noves i genuïnes.

I, estenent l'anterior a la resta d'àmbits del film, el rodatge en decorats naturals i en contextos reals (especialment rellevant pel que fa als diferents circuits de la indigència barcelonina, ja siguin institucionals, grupals o casuals).

Per fer-ho possible, Sense Sostre compta, des dels primers compassos del seu desenvolupament amb el suport i l'assessorament d'algunes de les principals institucions i organitzacions que avui acompanyen i combaten la indigència a Catalunya, ja siguin no governamentals (Arrels Fundació, Suara Cooperativa) o municipals (Centre d'Urgències i Emergències Socials de Barcelona, CUESB).

A més, per a que aquestes tries siguin riques, versemblants i efectives han d'anar acompanyades, per força, d'un determinat model de producció.

Atiende Films, els coproductors Alhena Production i els directors apostem per un calendari que contempli: un exhaustiu procés de documentació (tant en la fase de guió, ja realitzat, com en la de pre-producció); el màxim temps possible d'assaigs en localitzacions reals; i la reescriptura constant (però racional) del guió a partir de la documentació i de les troballes dels actors durant els assaigs.

Un model de producció que ja abans que nosaltres han emprat cineastes com els germans Dardenne o John Cassavetes entre molts d'altres.



Cassavetes i els Dardenne: un model de producció

UNA APOSTA VISUAL I SONORA

Estèticament, Sense Sostre vol ser una pel·lícula crua i directa, sense concessions ni manierismes.

IMATGE

Imaginem una imatge molt contrastada, poc saturada, de textures denses, brutes, molt cinematogràfica (en el sentit clàssic).

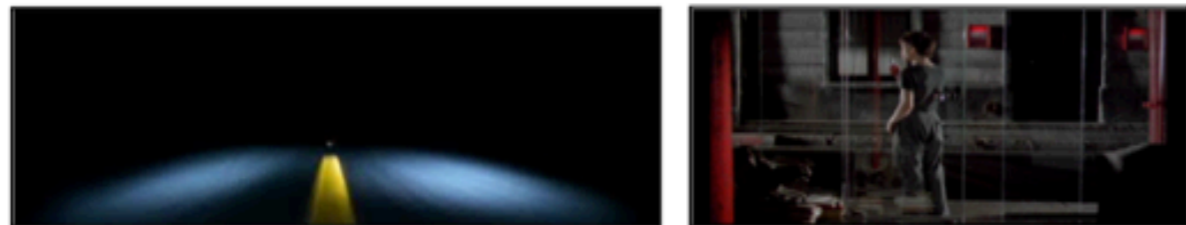
Visualment, el to general serà proper al del cinema documental, neorealista i fortament autoral. Una càmera al servei dels personatges i de la vida, que segueix i no s'anticipa; una càmera atenta als imprevistos i l'atzar; una càmera pacient, capaç de enregistrar els temps i els matisos, però molt física i violenta quan la narració ho requereixi.

Alguns dels referents contemporanis amb què treballarem en aquest sentit són el cinema dels germans Dardenne —especialment La promesa (La promesse, 1996) i Rosetta (1999)—, de Raymond Depardon —San Clemente (1982) o la sèrie The Wire (de David Simon, 2002-2008), per citar només els més dispars.

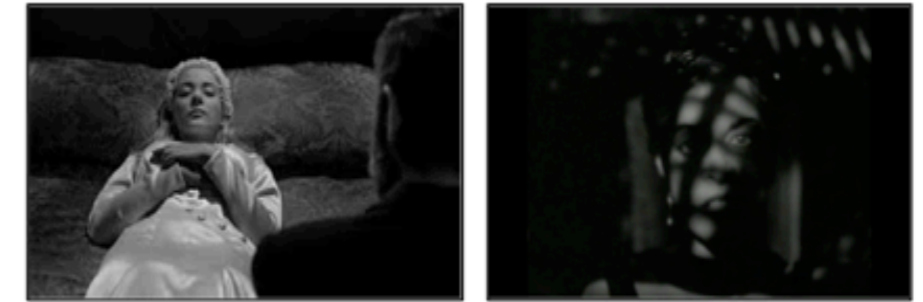


Dardenne, Depardon i Simon: l'estil documental

Aquest estil modularà, eventualment, cap a tints més expressionistes i onírics —especialment a les seqüències nocturnes i a les més etíliques o al·lucinants, en què podem citar el cinema de David Lynch, Léos Carax, Luis Buñuel o Abel Ferrara—, d'una banda; cap a una estètica més paisatgista, contemplativa i de road movie —sobretot al viatge de Joan, pel que podem citar el Terrence Malick de Males Terres (Badlands, 1973) o el Wim Wenders de Paris, Texas (1984)—; i cap a tons més intimistes i el·líptics —en les seqüències d'interacció humana amb la ionqui Ana, el sense sostre Luís, el pare de Joan i, sobretot, amb Roser i Alcía, per les que partim fonamentalment de les cinematografies d'Ingmar Bergman, Michael Haneke o el Bruno Dumont d'Hors Satan (2011).



Altres registres: Lynch, Carax, Buñuel, Ferrara, Malick, Wenders, Bergman, Haneke, Dumont



SO

La banda sonora de Sense Sostre prescindirà gairebé del tot de la música convencional —exceptuant la Noia de Porcellana de Pau Riba als crèdits finals.

Per contra, treballarem, de la mà del compositor experimental Nacho Muñoz, una banda sonora de paisatges sonors experimentals construïts a partir de sons diegètics del món propera al seu propi imaginari (<http://parkoursonoro.tumblr.com/>), a partir de sons i sorolls enregistrats durant el rodatge.

Aquesta simfonia de sons té voluntat atmosfèrica, desassossegant, hipnòtica, immersiva, i vol ser el correlat auditiu del viatge interior i exterior de Joan.



Ronda Universitat 20, 4t 4a 08007 BARCELONA
629 517 866 / info@alhena.cat
www.alhena.cat



Còrsega, 639. Entlo 08025 BARCELONA
607 264 381 / atiendefilms@gmail.com
www.atiendefilms.com